

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TEMA:

**El impacto de las diferencias culturales y barreras comerciales
entre Ecuador y China en las exportaciones de banano**

AUTORES:

Holguín Guevara, Naomi Giulianna

Yang, Yiting

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TUTORA:

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, Ecuador

23 de agosto del 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Holguín Guevara, Naomi Julianna y Yang, Yiting**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Negocios Internacionales**.

TUTOR (A)

f. *Gabriela Hurtado*

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 23 días del mes de agosto del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Holguín Guevara, Naomi Giulianna**
Yang, Yiting

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **El impacto de las diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 23 días del mes de agosto del año 2024

LOS AUTORES

f. 

Holguín Guevara, Naomi Giulianna

f. 

Yang, Yiting



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Holguín Guevara, Naomi Giulianna**
Yang, Yiting

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **El impacto de las diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 23 días del mes de agosto del año 2024

LOS AUTORES

f. 
Holguín Guevara, Naomi Giulianna

f. 
Yang, Yiting



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
REPORTE COMPILATIO

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
mejorar

TESIS FINAL HOLGUÍN GUEVARA NAOMI GIULIANNA Y YANG YITING 1

Nombre del documento: TESIS FINAL HOLGUÍN GUEVARA NAOMI GIULIANNA Y YANG YITING 1.docx
ID del documento: 0Fae277d3d460326738ce4f81e09d336c913061
Tamaño del documento original: 3,30 MB
Autores: []

Depositar: Gabriela Elizabeth Hurtado Cevallos
Fecha de depósito: 2/28/2024
Tipo de carga: Interface
Fecha de fin de análisis: 22/9/2024

Número de palabras: 16,353
Número de caracteres: 114,142

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuente considerada como idéntica				
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	TESIS FINAL HOLGUÍN GUEVARA NAOMI GIULIANNA Y YANG YITING 1.docx El documento proviene de mi biblioteca de referencias	100%	[Barra roja completa]	Palabras idénticas: 100% (16,353 palabras)

Fuentes principales detectadas				
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	1_Planilla de Trabajo Trabajo.docx 1_Planilla de Trabajo Titulación El documento proviene de mi biblioteca de referencias 24 fuentes similares	62%	[Barra naranja]	Palabras idénticas: 62% (10,139 palabras)
2	www.edu.ec/... 18 fuentes similares	13%	[Barra naranja]	Palabras idénticas: 13% (2,097 palabras)
3	TESIS_A2024-MERA.docx TESIS_A2024-MERA El documento proviene de mi grupo 18 fuentes similares	2%	[Barra amarilla]	Palabras idénticas: 2% (300 palabras)
4	vspg.info Planilla de Examen Complesivo - VSPG INFO El documento proviene de mi biblioteca de referencias 18 fuentes similares	2%	[Barra verde]	Palabras idénticas: 2% (307 palabras)
5	COMPILATIO - PROYECTO TITULACION V16 RejarMeta.pdf COMPILATIO ... El documento proviene de mi grupo 18 fuentes similares	1%	[Barra azul]	Palabras idénticas: 1% (148 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas				
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	tc.gov.ec El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%	[Barra morada]	Palabras idénticas: < 1% (137 palabras)
2	repositorioacademico.upo.edu.pe El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%	[Barra morada]	Palabras idénticas: < 1% (139 palabras)
3	tc.gov.ec El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%	[Barra morada]	Palabras idénticas: < 1% (140 palabras)
4	repositorio.ucsg.edu.ec El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%	[Barra morada]	Palabras idénticas: < 1% (137 palabras)
5	www.seremiaromana.gov.es Leyes desde 1992 - Vigencia empresa y control de ... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%	[Barra morada]	Palabras idénticas: < 1% (136 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>
- 2 <https://www.seremiaromana.gob.es/cultura.html>
- 3 <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>
- 4 <https://www.turismo.gob.ec/>



El responsable es:
GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Como el sol que ilumina cada día, agradezco a Dios por ser la luz que ilumina mi sendero, guiándome con cariño y sabiduría, manifestando su amor a través de personas maravillosas.

A mis padres y hermanos por ser los soles que iluminan mi alba, por ser mi lugar seguro y sincero.

A mi tía Lorena, William y Beatriz por ser pétalos de sabiduría y amor que me ayudan seguir por el camino de Dios, por brindarme sus enseñanzas y ser un ejemplo de superación. En el jardín del tiempo, sus logros florecen, semillas de esfuerzo que en mi corazón reverdece.

A toda mi familia por ser motivación y ejemplo.

A mis amigas, especialmente a Sofía, Xenoa, Valeria, Geanella, Connie e Yiting por ser estrellas que no dejan de brillar y han alumbrado el camino que he tenido que recorrer en la universidad.

A Euler por ser un buen amigo que siempre me brinda un consejo, que me ha ayudado en los momentos de dificultad y me ha enseñado lo pura que es una amistad sincera.

A mis amigas del colegio que han estado constantemente a mi lado ofreciéndome su apoyo incondicional.

Finalmente, pero no menos importante, a mi tutora que me ofreció luz con sus palabras sabias cuando más lo necesitaba.

- Holguín Guevara, Naomi Giulianna

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre, Bihua, por su dedicación y amor incondicional hacia toda la familia.

Ha sido siempre mi modelo a seguir para llegar a ser una gran persona como ella.

A mi padre, Pingchun, por ser el pilar de nuestra familia y todos los esfuerzos silenciosos que ha hecho para que pudiera concentrarme en mis estudios.

A mis hermanas, Xiaoli y Yuxin, por estar a mi lado en cada momento importante.

A mi tutora Gabriela Hurtado por todas las motivaciones y enseñanzas dadas desde mi primer día en la universidad.

A Naomi, por compartir conmigo momentos de alegría, por confiar en mí como compañera de tesis y por todos estos meses de trabajo arduo y dedicación que hemos invertido para culminar nuestra carrera universitaria con este esfuerzo conjunto.

A Yongan Qiu, por ser un amigo comprensivo, por siempre estar dispuesto a darme la mano en los momentos más necesitados, por el apoyo emocional durante esos días indecisos de mi vida.

Y finalmente, a mí misma, por todos los esfuerzos y logros de estos años, por levantarme siempre después de las caídas y no dejarme vencer, por seguir adelante a pesar de los miedos y las inseguridades, por ser cada vez más fuerte e independiente. Estoy realmente orgullosa de ti, Yiting.

- Yiting Yang

DEDICATORIA

A mi difunta abuelita y abuelito por mostrarme lo que es luchar por mis sueños.

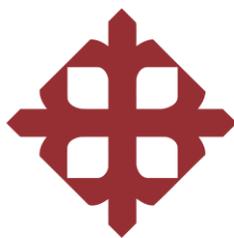
A mis padres y hermanos por apoyarme siempre y ser mi motivación.

- Naomi Giulianna Holguín Guevara

A mis padres, por su amor incondicional y apoyo constante a lo largo de este camino académico. Su paciencia, sacrificio y aliento han sido la base sobre la cual he construido este trabajo. Sin ellos, este logro no habría sido posible.

A nuestra tutora Gabriela Hurtado, por su orientación y sabias recomendaciones, las cuales han sido cruciales para la realización de esta tesis. Su dedicación y compromiso han marcado una diferencia significativa en mi formación profesional.

- Yiting Yang



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

PhD. Cesar Enrique Freire Quitero

COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

Mg. Carolina Virginia Lucón Castillo

OPONENTE

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
a. Antecedentes	2
b. Contextualización del problema	3
Importancia de Ecuador para China	3
Importancia que China representa para el Ecuador	4
Limitaciones	6
Delimitaciones	6
Metodología	6
Universo	7
Detalle de Hallazgos	21
Selección y Justificación de la muestra	21
Hipótesis	21
Variables	22
Correlación de las variables	22
OBJETIVOS	25
Objetivo general	25
Objetivos específicos	26
MARCO TEÓRICO	26
MARCO LEGAL	31
Capítulo 1. Principales diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China	42
Análisis de las negociaciones en términos de diferencias culturales	43
- Forma de comunicación	43
- Estilo de negociación:	44
- Valores y normas culturales:	44
- Visión a corto o largo plazo:	45

- Protocolo y etiqueta:	45
- Jerarquía	45
- Forma en la que toman decisiones:	46
- Relaciones interpersonales:	46
- Lenguaje corporal:	46
Barreras Comerciales de Intercambio entre Ecuador y China	47
Calidad	50
Forma de producción	51
Tipo de cultivo	52
Registros sanitarios:	52
Permisos de exportación	52
Capítulo 2. Análisis de las relaciones bilaterales en materia comercial entre Ecuador y China	56
Capítulo 3. Diseño de una propuesta cultural para negociar con China	64
PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES	64
BARRERA CULTURAL	64
PROPUESTA	64
¿CÓMO LOGRARLO?	64
Forma de comunicación	64
Estilo de negociación	65
Tiempo	65
Valores y normas culturales	66
Capítulo 4. Modelo Estadístico	73
Series de Tiempo	73
Forecasting	79
Explicación de los Resultados Obtenidos	81
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Base de empresas chinas domiciliadas en Ecuador	7
Tabla 2 Base de empresas ecuatorianas exportadoras de banana a China	8
Tabla 3 Datos de importación	22
Tabla 4 Datos filtrados	23
Tabla 5 Matriz de correlación de importación.....	23
Tabla 6 Datos de exportación	24
Tabla 7 Datos de exportación filtrados	25
Tabla 8 Matriz de correlación de exportaciones.....	25
Tabla 9 Productos más exportados desde Ecuador a China 2019	57
Tabla 10 Productos exportados desde Ecuador a China 2020	58
Tabla 11 Productos exportados desde Ecuador a China 2021	58
Tabla 12 Productos exportados desde Ecuador a China 2022	59
Tabla 13 Categoría de productos más importados de China 2019	60
Tabla 14 Categoría de productos más importados de China 2020	60
Tabla 15 Categoría de productos más importados de China 2021	61
Tabla 16 Categoría de productos más importados de China 2022	61
Tabla 17 Propuesta cultural según diferencias culturales	64

RESUMEN

Esta tesis investiga el impacto de las diferencias culturales y las barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano. Su objetivo principal es resaltar la importancia de comprender la cultura de la contraparte en las negociaciones para lograr resultados exitosos. Se realizó un estudio correlacional cuantitativo para observar cómo han evolucionado las importaciones y exportaciones ecuatorianas a lo largo de los años. Se desarrolló un modelo de series de tiempo y pronóstico, que revela los desafíos de predecir las exportaciones futuras debido a factores externos como la pandemia. Además, enfatiza la necesidad de adaptar productos y estrategias para mejorar el desempeño en el mercado chino. El estudio concluye que las diferencias culturales entre Ecuador y China tienen una influencia significativa en sus negociaciones comerciales, afectando tanto las expectativas como los estilos de comunicación, lo que a su vez incide en el éxito de estas negociaciones.

Palabras Claves: Barreras culturales, forecasting, series de tiempo, exportaciones, Ecuador y China

ABSTRACT

This thesis investigates the impact of cultural differences and trade barriers between Ecuador and China on banana exports. Its primary aim is to highlight the importance of understanding the counterpart's culture in negotiations to achieve successful outcomes. A quantitative correlational study was conducted to observe how Ecuadorian imports and exports have evolved over the years. A time series and forecasting model was developed, revealing the challenges of predicting future exports due to external factors like the pandemic. Furthermore, it emphasizes the need to adapt products and strategies to improve performance in the Chinese market. The study concludes that cultural differences between Ecuador and China have a significant influence on their commercial negotiations, affecting both expectations and communication styles, which in turn impacts the success of these negotiations.

Palabras Claves: Barreras culturales, forecasting, series de tiempo, exportaciones, Ecuador y China

RÉSUMÉ

Cette thèse analyse l'impact des différences culturelles et des obstacles commerciaux entre l'Équateur et la Chine sur les exportations de bananes. L'objectif principal est de démontrer l'importance de connaître la culture de la partie avec laquelle on négocie afin d'atteindre des résultats positifs. Une recherche quantitative de type corrélationnel a été réalisée, permettant d'observer l'évolution des importations et exportations équatoriennes au fil des années. Un modèle de séries temporelles et de prévisions a été développé, soulignant que la complexité de prédire les exportations futures est exacerbée par des facteurs externes tels que la pandémie. Il est également crucial d'adapter les produits et les stratégies pour optimiser les performances sur le marché chinois. La recherche conclut que les différences culturelles entre l'Équateur et la Chine exercent une influence significative sur leurs négociations commerciales, impactant les attentes et les styles de communication, ce qui affecte leur succès.

Palabras Claves: Barrières culturelles, prévisions, séries temporelles, exportations, Équateur et Chine

INTRODUCCIÓN

a. Antecedentes

Las diferencias culturales entre Ecuador y China aumentan la dificultad al realizar negociaciones comerciales entre ambos países. Es necesario conocer los detalles de estos países para tener una mayor comprensión y determinar las técnicas de negociación a aplicar según la situación.

Ecuador es un país que tiene influencia hispana mestiza y de herencia española, no obstante, también se puede apreciar el impacto de las tradiciones amerindias y elementos de la cultura africana en la cultura ecuatoriana. En este país más del 90% de la población habla el idioma español y otra parte de la población habla idiomas amerindios.

Es importante saber que los ecuatorianos tienden a comunicarse de forma indirecta, esto se refiere a que pueden llegar a usar pistas contextuales o de lenguaje corporal. La actitud que tienen con las demás personas es amigable y hospitalaria, cuando saludan suele ser de apretón de manos o con abrazo. En esta cultura suelen tomar la puntualidad de una forma más flexible, no obstante, tratan de estar pendientes al momento de tener reuniones importantes.

Para mostrar respeto y aprecio suelen dar regalos, no necesariamente costosos, pero si son representativos según la situación. Para los ecuatorianos es muy importante el respeto, especialmente hacia la mujer. Así mismo, para ellos es muy importante el tipo de ropa a usar según la ocasión puesto que es una forma de mostrar respeto.

Por otro lado, se observa la cultura China, tienden a ser más metódicos al momento de reaccionar ante alguna situación. En el libro “Las 36 estratagemas chinas” se identifican ciertos consejos de cómo actuar dependiendo del momento y de la ocasión dando como ejemplos acciones de personas de la antigüedad que aplicaron estas estrategias.

Son personas corteses y respetuosas, pero son reservadas cuando recién están conociendo a su contraparte, suelen preferir conservar su espacio. En los negocios y reuniones, es muy importante la puntualidad puesto que es un símbolo de respeto para la otra persona. Son muy directos al momento de estar frente a posibles conflictos, analizan qué acción realizar dependiendo de la situación y propósitos a lograr.

b. Contextualización del problema

Importancia de Ecuador para China

BBC MUNDO (2024) indica que en el 2023 el comercio entre China y los países de Latinoamérica rompieron un récord histórico. Esto causó que China se convirtiera en el segundo socio comercial del conjunto de ALC, superando a la Unión Europea, y en el principal socio de Sudamérica.

China es el principal comprador de Ecuador en cuanto nos referimos a productos no petroleros.

Según la OEC, algunos de los productos más solicitados son los crustáceos, minerales de cobre y minerales preciosos. No obstante, según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, los principales productos que Ecuador exporta China son el petróleo, minería, madera, camarón, banano, rosas, flores, cacao, café, chocolate, botones de tagua, pescado congelado, entre otros.

Desde el punto de vista comercial, el Ecuador representa una oportunidad de posicionamiento en América Latina para China, ya que el realizar negocios con este país latinoamericano le da acceso a asegurar fuentes de recursos naturales e insumos que son de gran importancia para su crecimiento económico, además de mejorar el poder adquisitivo de los consumidores.

Importancia que China representa para el Ecuador

China es uno de los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas. Desde Ecuador envían regularmente a China productos como petróleo crudo, camarones, banano, y otros productos agrícolas y minerales. Por otra parte, China ha invertido también en varios proyectos importantes en Ecuador, especialmente en infraestructura y energía. Estas inversiones contribuyen al desarrollo económico del país y a la creación de empleo. Además, también ha financiado y construido proyectos de infraestructura en Ecuador, como carreteras, puentes, puertos y plantas hidroeléctricas, las cuales son vitales para el desarrollo económico del país y su capacidad para comerciar con el resto del mundo. China es un socio comercial muy importante para Ecuador puesto que es una de las economías de más rápido crecimiento en el mundo, lo que significa que representa un mercado en expansión para las exportaciones ecuatorianas. Esto ofrece oportunidades para diversificar la base exportadora de Ecuador y reducir su dependencia de los mercados tradicionales.

Durante 2022, Ecuador tuvo un gran comercio neto con China en las exportaciones de Productos Animales (\$4,31MM), Productos Minerales (\$1,52MM), y Productos Vegetales (\$106M).

Durante 2022, China tuvo un gran comercio neto con Ecuador en las exportaciones de Máquinas (\$2,11MM), Transporte (\$1,11MM), y Metales (\$1,03MM).

El libre comercio entre Ecuador y China es un gran beneficio para ambos países, por lo que es crucial conocer las estrategias a aplicar para tener negociaciones exitosas, con el resultado de una mayor comprensión de nuestra contraparte.

JUSTIFICACIÓN

El mundo del comercio siempre está en movimiento y nunca se detiene, teniendo muchas veces ciertas barreras puesto que hay diferentes factores que influyen. Cuando se realiza una negociación con otro país es necesario saber la mayor cantidad de detalles de la contraparte para lograr conseguir los resultados deseados y más que nada estar preparados para la ocasión. Los tipos de barreras que pueden existir son las arancelarias, las no arancelarias, las burocráticas, las culturales, las financieras y las tecnológicas

Este trabajo de investigación busca ofrecer una guía a los profesionales que se desempeñan en el área de negocios internacionales, administrativas, comercio exterior y afines para mejorar las prácticas empresariales, diplomáticas y de negociación en un contexto globalizado. Y que puedan expandir el nivel de oportunidades internacionalmente, además de tener una visión más amplia y comprensión al relacionarse con la cultura china.

Hacer un estudio sobre el impacto de las diferencias culturales en las negociaciones comerciales entre Ecuador y China es de suma importancia para llevar a cabo negociaciones exitosas y mantener buenas relaciones a largo plazo con la contraparte. Dado que estos dos países tienen culturas completamente diferentes, se hace necesario comprender las diferencias para evitar malentendidos e incomodidades, adaptarse y negociar de manera eficaz. Lo cual contribuirá a consolidar los vínculos comerciales entre Ecuador y China. Además, un entendimiento profundo de las diferencias culturales también proporcionaría a las empresas ecuatorianas y chinas una ventaja competitiva en el mercado internacional puesto que mejoraría su capacidad para expandirse, innovar y mantener relaciones comerciales sólidas en el largo plazo.

En resumen, la investigación propuesta será un valor agregado para las personas que estén en contacto con las carreras de administración y afines para obtener una visión más amplia sobre las estrategias a aplicar en una negociación con China. Esto permitirá la comprensión y optimización del comercio entre ambos países, logrando un mayor crecimiento económico.

Limitaciones

Reconocer las limitaciones que un estudio tiene es de suma importancia para la correcta comprensión e interpretación de las conclusiones del trabajo. Se refiere a la complejidad de acceder a empresarios chinos o a empresarios que comercializan sus productos con China.

Delimitaciones

Se utilizarán como referencia las cifras de las empresas ecuatorianas exportadoras del sector bananero de los últimos años para realizar el modelo estadístico que permita conocer el impacto de las exportaciones y el pronóstico de crecimiento.

Metodología

Tipo de Investigación

El presente trabajo utiliza una metodología cuantitativa correlacional, el enfoque se centra en analizar las relaciones entre variables mediante la recopilación y el análisis de datos numéricos, sin manipulación experimental de las variables (Creswell, 2014). En este contexto, se emplearán modelos de forecasting y series de tiempo para prever y entender patrones y tendencias futuras basados en datos históricos. Los modelos de forecast (pronóstico) son técnicas utilizadas para prever eventos futuros extrapolando patrones identificados en datos pasados, siendo un enfoque fundamental presentado por Box y Jenkins en su obra "Time Series

Analysis: Forecasting and Control" (1976). Por otro lado, los modelos de series de tiempo permiten analizar datos secuenciales para identificar y prever patrones y estacionalidades.

Universo

Para este trabajo de investigación, como se dijo, se utilizará como unidad de análisis a las empresas chinas domiciliadas en Ecuador que importan tecnología del país asiático y a las bananeras ecuatorianas que exportan a China.

Tabla 1 Base de empresas chinas domiciliadas en Ecuador

EMPRESAS ECUATORIANAS IMPORTADORAS			
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	PRODUCTO
PICHINCHA	CHINA GEZHOUBA GROUP COMPANY	MEDIANA	inversión en construcción de proyectos de obras hidráulicas, energía hidroeléctrica, energía térmica, energía eólica.
GUAYAS	HYDROCHINA CORPORATION	MEDIANA	instalaciones de energía eléctrica, energía nuclear, solar, incluso renovable.
GUAYAS	CHINA INTERNATIONAL WATER & ELECTRIC CORP -CWE	GRANDE	Desarrollo de infraestructura hidroeléctrica. Planificación, diseño, construcción y puesta en marcha de proyectos de infraestructura relacionados con agua y energía
PICHINCHA	CHINA TIESIJU CIVIL ENGINEERING GROUP CO. LTD.	GRANDE	Fabricación de locomotoras y vagones para ferrocarriles mineros.
PICHINCHA	CPTDC CHINA PETROLEUM TECHNOLOGY	GRANDE	Servicios de extracción de petróleo y gas realizadas a cambio de una retribución o por contrato.

Fuente de la Tabla 1: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), 2015.

En la Tabla #1 que se detalla a continuación, se muestran 5 empresas chinas importadoras de maquinarias domiciliadas en el Ecuador, específicamente en la provincia del Guayas y Pichincha.

En la Tabla #2 se detallan 205 empresas ecuatorianas de la Costa, ubicadas en las provincias de Guayas, Los Ríos y Santa Elena que se dedican a la exportación de banano hacia el mercado asiático.

Tabla 2 Base de empresas ecuatorianas exportadoras de banana a China

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
LOS RÍOS	AGRAIND S.A.	GRANDE	9,647,888.00	2023
GUAYAS	AGRICOLA BANANERA ECUATORIANA AGBE S.A.	PEQUEÑO	5,581,308.25	2023
EL ORO	AGRICOLA J X CIA LTDA	PEQUEÑO	1,124,723.33	2023
SANTA ELENA	AGRICOLA KRASNAYA S.A.	GRANDE	9,257,939.86	2023
LOS RÍOS	AGROAEREO FRUIT EXPORT S.A.	PEQUEÑO	\$743,413.18	2023
EL ORO	AGROBANSUR S A	PEQUEÑO	\$8,798,498.01	2023
GUAYAS	AGROBERRUZ S.A.	GRANDE	\$19,637,420.14	2023
EL ORO	AGROCARIBE S A	PEQUEÑO	\$4,921,171.92	2023
GUAYAS	AGROPROBAN S.A.	PEQUEÑO	17751143.21	2023
EL ORO	AGROORGANICA S A	MEDIANO	4450650.95	2023
GUAYAS	AGROSIGAL S.A.	GRANDE	\$6,844,899.71	2023
GUAYAS	AGROVEGETALES S.A.	PEQUEÑO	\$15,341,974.49	2023
GUAYAS	AGROVICTORIA S.A.	PEQUEÑO	21647.94	2023
GUAYAS	AGZULASA CIA. LTDA.	GRANDE	136550771.1	2023
GUAYAS	ALCOVERCORP S.A.	PEQUEÑO	\$678,308.40	2023
GUAYAS	ALFAFRUITS S.A.	PEQUEÑO	\$3,756,724.84	2022
GUAYAS	ANISHI S.A.	MEDIANO	7662590.25	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
EL ORO	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA BANANO DEL LITORAL ASOBANLIT	PEQUEÑO	190045.46	2023
GUAYAS	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA 11 DE MAYO "ASOAGRIMAY"	PEQUEÑO	235,101.36	2020
LOS RÍOS	AZUCARDA S.A.	PEQUEÑO	2634986.28	2023
GUAYAS	BAGATOCORP S.A.	PEQUEÑO	67080675.1	2023
EL ORO	BANABIO S A	PEQUEÑO	38508287.26	2023
EL ORO	BANAEXCEL S A	PEQUEÑO	5836.5	2023
LOS RÍOS	BANALCAR S.A. BANALCARSA	PEQUEÑO	9161326.87	2023
GUAYAS	BANANA REAL REALBANANA COMERCIALIZADORA EXPORTADORA DE BANANA SOCIEDAD ANONIMA	PEQUEÑO	10769295.32	2023
EL ORO	BANANAGOLDCORP SA	PEQUEÑO	15601819.59	2023
GUAYAS	BANANEVITO S A	PEQUEÑO	2971653.4	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
EL ORO	BANANO DE CALIDAD PARA EL MUNDO BANACALM S A	PEQUEÑO	20971491.85	2023
EL ORO	BANANO Y FRUTAS TROPICALES DE CALIDAD PARA EL MUNDO FRUTICAL S A	PEQUEÑO	40729425.29	2023
EL ORO	BANATRADE CIA LTDA	PEQUEÑO	8292732.68	2023
GUAYAS	BANAVAL TRADING S.A.	PEQUEÑO	20146929.41	2023
GUAYAS	BANAVITA&FRUIT S.A.	PEQUEÑO	508872.91	2023
GUAYAS	BANEXCEL S.A.	PEQUEÑO	11705353.02	2023
GUAYAS	BAPIÑEX S.A.	PEQUEÑO	5409215.26	2023
GUAYAS	BARNIOSA S A	PEQUEÑO	1199333.34	2023
EL ORO	BELKRUIZ S A	PEQUEÑO	2440252.25	2023
EL ORO	BEST BANANAS BEST&BANANAS S.A.	PEQUEÑO	21685047.31	2023
GUAYAS	BESTGRAIN S.A.	PEQUEÑO	16962529.59	2023
EL ORO	BIOEXPOR SOCIEDAD ANONIMA	PEQUEÑO	1152860.19	2022
EL ORO	CALIDAD EN BANANO BANACALI S.A.	PEQUEÑO	6326833.45	2023
GUAYAS	CASATEL S.A.	PEQUEÑO	1789276.91	2023
GUAYAS	CEINCONSA S A	PEQUEÑO	604.69	2023
GUAYAS	CHIQUITA BANANA ECUADOR CBBRANDS S.A.	PEQUEÑO	171182504.4	2022

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
EL ORO	CIJOSCARISKA TROPICAL FRUIT S.A.	PEQUEÑO	792806.4	2023
GUAYAS	CLUZON S.A.	PEQUEÑO	7763947.67	2023
EL ORO	COEXFRUIT S A	PEQUEÑO	608559.27	2023
GUAYAS	COMERCIALIZADORA CAMPOS BARREIRO CORREIA CBCFRUIT S.A.	PEQUEÑO	1377002.14	2023
GUAYAS	COMERCIALIZADORA DE BANANO DEL SUR COMERSUR CIA LTDA	PEQUEÑO	153941272.4	2023
PICHINCHA	COMERCIALIZADORA EKINOXPRODU S.A.	PEQUEÑO	287165.55	2023
GUAYAS	COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA AMBAFRUITS S.A.	PEQUEÑO	1205767.66	2023
GUAYAS	COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA QUALITYFRUIT S.A.	PEQUEÑO	15014813.95	2023
GUAYAS	COMERCIO INTERNACIONAL DE FRUTAS COMERFRUT S.A.	PEQUEÑO	10976.8	2023
EL ORO	COMGUABO S A	PEQUEÑO	2510831.03	2023
GUAYAS	COMPANIA DESARROLLO	PEQUEÑO	18028006.72	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
	BANANERO DEL ECUADOR BANDECUA SA			
GUAYAS	COMPANÍA EXPORTADORA DEL SUR CIAEXDESUR C. LTDA.	PEQUEÑO	8133169.76	2022
LOS RÍOS	COMPANÍA EXPORTADORA TROPIFRUIT EXPOTROPI C.A.	PEQUEÑO	2984000.7	2022
GUAYAS	COMPANÍA BONANEXUM S.A.	PEQUEÑO	77121.75	2023
GUAYAS	CORAGROFRUT S.A.	PEQUEÑO	7451786.93	2023
EL ORO	CORPORACION BANANDES S.A.	PEQUEÑO	24338570.84	2023
GUAYAS	COTEMAC S.A.	PEQUEÑO	197751.95	2023
GUAYAS	DAMASCOSWETT S.A.	PEQUEÑO	11985429.89	2022
GUAYAS	DANICAFRUIT S.A.	PEQUEÑO	45000	2023
GUAYAS	DELIFRUIT S.A.	PEQUEÑO	12610544.43	2023
GUAYAS	DELINDECSA S.A.	PEQUEÑO	3102228.65	2023
GUAYAS	DEROSE S.A.	PEQUEÑO	16313651.3	2022
EL ORO	DIALINSPEC S A	PEQUEÑO	1735111	2021
GUAYAS	DON CARLOS FRUIT S.A. DONFRUIT	PEQUEÑO	16719709.73	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
GUAYAS	DONATELLA ECUADOR DONATECUA S.A.	PEQUEÑO	116669262	2023
GUAYAS	DUAGUI S.A.	PEQUEÑO	34103763.64	2022
GUAYAS	DUSAL C LTDA	PEQUEÑO	1383715.36	2023
GUAYAS	DVS FRUTAS S A	PEQUEÑO	49095.28	2023
GUAYAS	EARTHFRUCTIFERA CIA. LTDA.	PEQUEÑO	8797221.93	2023
GUAYAS	ECOBANEC CIA. LTDA.	PEQUEÑO	16998375.34	2023
GUAYAS	ECUADORIAN QUALITY FRUIT EQFRUIT S.A.	PEQUEÑO	162074.5	2023
GUAYAS	ECUAGREENPRODEX S.A.	PEQUEÑO	90545784.28	2023
EL ORO	EMPROCOMPT CIA LTDA	PEQUEÑO	1032422.07	2023
GUAYAS	ESENCIALFRUIT S.A.	PEQUEÑO	1108596.76	2023
GUAYAS	ESENCIALPACIFIC S.A.	PEQUEÑO	0.06	2023
LOS RÍOS	EXP. E IMP. MANOBAL C. LTDA.	PEQUEÑO	49982331.08	2023
GUAYAS	EXPOBANAL S.A.	PEQUEÑO	17510647.43	2023
GUAYAS	EXPOGLOBAL S.A.	PEQUEÑO	17510647.43	2023
GUAYAS	EXPORBANANAS S.A.	PEQUEÑO	66822739.04	2023
GUAYAS	EXPORSWEET S.A.	PEQUEÑO	19464354.7	2023
EL ORO	EXPORTACION DE PRODUCTOS BIOLOGICOS EXPROBIOLOGICO S A	PEQUEÑO	13235739.22	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
LOS RÍOS	EXPORTACIONES AGRICOLA EKOPLANTAINS S.A.	PEQUEÑO	572564.69	2022
GUAYAS	EXPORTACIONES DUREXPORTA S.A.	PEQUEÑO	29839526.96	2023
EL ORO	EXPORTADORA AGRICULTORES BANANEROS DEL SUR S A EXAGRISURSA	PEQUEÑO	6526689.76	2023
EL ORO	EXPORTADORA BANANERA INDEPENDIENTE EXPORBAN S A	PEQUEÑO	2510647.74	2023
EL ORO	EXPORTADORA BANANERA Y FRUTAS TROPICALES " JAVIER GUERRERO VANEGAS" "EXBANFRUT" S.A.	PEQUEÑO	569472.44	2023
GUAYAS	EXPORTADORA BANAPRI EXPOBANAPRI S.A.	PEQUEÑO	6488314.48	2023
GUAYAS	EXPORTADORA DE BANANO DEL ORO EXBAORO CIA LTDA	PEQUEÑO	34476419.9	2022
EL ORO	EXPORTADORA DE BANANO ECUATORIANO DE	PEQUEÑO	664304.56	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
	CALIDAD QUALITYBANANA S.A.			
EL ORO	EXPORTADORA DE PEQUEÑO FRUTAS & BANANO DE EL ORO EXFRUBAORO S.A.		7300	2022
GUAYAS	EXPORTADORA DE PEQUEÑO FRUTAS BANAGOFAFRUIT S.A.		889186.31	2022
GUAYAS	EXPORTADORA DE PEQUEÑO FRUTAS EXPORTVAL S.A.		20647634.33	2023
EL ORO	EXPORTADORA DE PEQUEÑO FRUTAS TROPICALES SAN FRANCISCO EXPORTSANFRAN S.A.		8240882.01	2023
GUAYAS	EXPORTADORA EXOFRUIT EXPOREXOFRUIT S.A	PEQUEÑO	2500760.2	2022
EL ORO	EXPORTADORA FIRST QUALITY EXFI SA	PEQUEÑO	474000	2023
GUAYAS	EXPORTADORA HOYOS COBO EXPORHOYOS S.A.	PEQUEÑO	1580856.3	2023
LOS RÍOS	EXPORTADORA IMPORTADORA	PEQUEÑO	1981790.34	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
	CAÑAS TREJOS CIA. LTDA.			
GUAYAS	EXPORTINGFRUIT NASHTAN NASHTAN & SABA S.A.	PEQUEÑO	1996395.7	2023
GUAYAS	EXPORTJAIME S.A.	PEQUEÑO	20246992.83	2023
GUAYAS	EXPORTVERA S.A	PEQUEÑO	3430707.33	2023
LOS RÍOS	EXPOTRADING S.A.	PEQUEÑO	1983555.1	2023
GUAYAS	FANALBA S.A.	PEQUEÑO	35739334.83	2023
GUAYAS	FAWKEH S.A.	PEQUEÑO	17520	2023
GUAYAS	FIRESKY S.A.	PEQUEÑO	21001729.16	2022
EL ORO	FRAMAEXPORT S A	PEQUEÑO	3379766.22	2023
GUAYAS	FRESBANECU S.A.	PEQUEÑO	295362	2023
GUAYAS	FRESHEXPORT S.-A.	PEQUEÑO	1991935.15	2023
GUAYAS	FRESKBANA S.A.	PEQUEÑO	81281865.88	2023
GUAYAS	FRUIT DELIVERY ECUADOR EDEFRUITSA S.A.	PEQUEÑO	1	2023
GUAYAS	FRUIT LAND FRUITLANDASA IMPORTADORA S.A.	PEQUEÑO	251634.01	2023
EL ORO	FRUTA RICA FRUTARIC S.A.	PEQUEÑO	27192209.81	2023
GUAYAS	FRUTADELI S.A.	PEQUEÑO	155080563.1	2023
GUAYAS	FRUTAGRANDE S.A.	PEQUEÑO	9080375	2022
GUAYAS	FRUTALIYO S.A.	PEQUEÑO	284223.4	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
GUAYAS	FRUTANDYEXPORT S.A.	PEQUEÑO	1641168.2	2023
EL ORO	FRUTAS DEL SUR FRUTSUD S A	PEQUEÑO	681544.4	2023
GUAYAS	FRUTERA DON MARCOS FRUDONMAR S.A.	PEQUEÑO	19682782.71	2022
GUAYAS	FRUTIBONI S.A.	PEQUEÑO	10000	2023
GUAYAS	FRUTSESA FRUTAS SELECTAS S.A.	PEQUEÑO	8344171.3	2023
GUAYAS	FUPORDI S.A.	PEQUEÑO	10169073.51	2023
GUAYAS	G. TREINTA Y TRES S.A. G33	PEQUEÑO	5406704.46	2023
EL ORO	GINAFRUIT S A	PEQUEÑO	34890222.91	2022
GUAYAS	GREEN EXPRESS S.A. GREENEXPRESA	PEQUEÑO	86534191.68	2023
EL ORO	GREEN GOLDEN FRUIT GGF S A	PEQUEÑO	293860.85	2022
GUAYAS	HACIENDA CELIA MARIA C.A.	PEQUEÑO	8163389.79	2023
LOS RÍOS	HACIENDA GUAYABO GUAYABOSA S.A.	PEQUEÑO	11379132.15	2023
GUAYAS	HOYOS - GARCES S.A. HOYGARSA	PEQUEÑO	625843.57	2023
EL ORO	INDUSTRIAL FRUTERA ECUATORIANA S.A. INFRUES	PEQUEÑO	3989756.3	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
GUAYAS	INDUSTRIAL Y AGRICOLA CAÑAS C.A.	PEQUEÑO	18168984.56	2023
GUAYAS	INTERBANANA EXPORT INTERBANANAEXPOR T S.A.	PEQUEÑO	49092042.34	2023
EL ORO	IRENECUADOR S.A.	PEQUEÑO	4376419.69	2023
GUAYAS	J&HBANEXPORT S.A.	PEQUEÑO	198332.35	2023
EL ORO	JASAFRUT S A	PEQUEÑO	233891.41	2023
GUAYAS	JEDESCO S.A.	PEQUEÑO	233891.41	2023
GUAYAS	JORCORP S.A.	PEQUEÑO	24394300.18	2023
EL ORO	LATBIO S A	PEQUEÑO	17394067.55	2023
LOS RÍOS	LUDERSON S.A.	PEQUEÑO	52480081.45	2023
LOS RÍOS	MAJESIM S.A.	PEQUEÑO	102608.73	2023
GUAYAS	MARPLANTIS S.A.	PEQUEÑO	33695335.83	2023
GUAYAS	MENDOEXPORT S.A.	PEQUEÑO	27923463.09	2023
GUAYAS	MF BANEXPORT GROBANDELI S.A.	PEQUEÑO	13410414.71	2023
GUAYAS	NEGOPLUS S.A.	PEQUEÑO	2402379.63	2023
GUAYAS	NINA BANANAS S.A. NINABAN	PEQUEÑO	3232227.56	2023
GUAYAS	NOBOA TRADING CO TCN S.A.	PEQUEÑO	197958394.5	2023
EL ORO	OBSA ORO BANANA S A	PEQUEÑO	1471588.87	2023
EL ORO	OREPRODU S A	PEQUEÑO	777741.92	2023
GUAYAS	OTISGRAF S.A.	PEQUEÑO	16326183.79	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
GUAYAS	PACIFICEXPORT S.A.	PEQUEÑO	4837705.24	2023
GUAYAS	PACIFRUIT EXPORT PACIFRUITEXPORTSA S.A.	PEQUEÑO	60	2022
GUAYAS	PELLIKARI S.A.	PEQUEÑO	288296.73	2022
GUAYAS	PIÑAS RICAS DEL ECUADOR S.A. PIRECUASA	PEQUEÑO	29242336.31	2023
EL ORO	PREDIFAL C LTDA	PEQUEÑO	2031127.46	2023
EL ORO	PRIETO EXPORT SA AGRICOLA PRIETOEXPORT S A	PEQUEÑO	13283509.35	2023
GUAYAS	QANADEEL INTERNATIONAL S.A.	PEQUEÑO	7014007.09	2023
GUAYAS	QUALITY BANANA QB S.A.	PEQUEÑO	2645741.37	2023
EL ORO	RAFILPORT S A	PEQUEÑO	2886694.89	2022
GUAYAS	REGINABANANERA S.A.	PEQUEÑO	10175462	2021
GUAYAS	REYBANPAC, REY BANANO DEL PACIFICO C.L.	PEQUEÑO	286516191.5	2023
GUAYAS	ROYALBANANA S.A.	PEQUEÑO	530137.94	2023
GUAYAS	SABROSTAR FRUIT COMPANY S.A.	PEQUEÑO	68006759.05	2023
GUAYAS	SAFRAN FOODS SAFRANGROUP	PEQUEÑO	514.81	2023

EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO A CHINA				
PROVINCIA	EMPRESAS	TAMAÑO	VENTAS (USD)	Año Dato Ventas
	IMPORT & EXPORT CIA.LTDA.			
0992473959001	SALAPISA S.A.	PEQUEÑO	3000335.96	2023
EL ORO	SAMAYACU C LTDA	PEQUEÑO	1286730.1	2023
GUAYAS	SANLUCAR ECUADOR S.A.	PEQUEÑO	9736620.38	2023
GUAYAS	SEBANQUI S.A.	PEQUEÑO	190844.4	2023
GUAYAS	SEGRATI S.A.	PEQUEÑO	2189690.7	2023
GUAYAS	SENTILVER S.A.	PEQUEÑO	4357490.89	2022
GUAYAS	SLIMCORP S.A.	PEQUEÑO	250	2023
GUAYAS	SOPRISA S.A.	PEQUEÑO	13902340.98	2023
GUAYAS	SUMIFRU ECUADOR S.A.	PEQUEÑO	29016630.74	2023
EL ORO	TECNIAGREX S A	PEQUEÑO	7633772.22	2023
EL ORO	TRABOAR S A	PEQUEÑO	15301513.52	2023
GUAYAS	TROPICALAGRO S.A.	PEQUEÑO	145228.25	2023
GUAYAS	TROPICALFRUIT EXPORT S.A.	PEQUEÑO	88066422.9	2022
GUAYAS	TROPICALREPUBLIC S.A.	PEQUEÑO	9119288.2	2023
GUAYAS	TUCHOK S.A.	PEQUEÑO	86772158.28	2023
GUAYAS	UNION DE BANANEROS ECUATORIANOS S.A. UBESA	PEQUEÑO	413028263.2	2023
GUAYAS	VILANIA S.A.	PEQUEÑO	924806.79	2023
GUAYAS	VIMTICORP S.A.	PEQUEÑO	1576668.79	2023
EL ORO	WORLDBANANAS S.A.	PEQUEÑO	7028180.5	2023

Fuente de la Tabla 2: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad), 2020.

Detalle de Hallazgos

Los datos de las Tablas 1 y 2 indican la cantidad de empresas activamente involucradas en operaciones de exportación e importación, proporcionando un panorama claro de la actividad comercial en los ámbitos de estudio.

En la Tabla 1, se observaron 5 empresas chinas radicadas en Ecuador que importan maquinarias desde China.

Según la Tabla 2, se identificaron 205 empresas ecuatorianas que tienen operaciones de exportación de bananos desde Ecuador hacia China.

Selección y Justificación de la muestra

Con relación a la muestra, se tomará como datos estadísticos para correr el modelo el mensualizado de las exportaciones del Ecuador de las empresas que conforman la muestra. Es decir, se recopilarán los ingresos percibidos por el Ecuador como resultado de las exportaciones de banano de las diferentes empresas que conforman la muestra de exportación. Estos datos estadísticos se tomarán desde el año 2019 hasta el año 2022 de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad), 2020.

Hipótesis

Las diferencias culturales entre Ecuador y China afectan sus negociaciones comerciales.

Variables

VD: Los resultados de las negociaciones en términos de flujos comerciales entre Ecuador y China (periodo 2019-2023).

VI: Diferencias culturales entre Ecuador y China.

Correlación de las variables

JMP Statistical Discovery (s. f.) indica que la correlación es la relación lineal entre dos variables, es decir, cómo cambian juntas a una tasa constante, se conoce como correlación.

Pablo Vinuesa, CCG-UNAM0 (2016) explica que la relación (covariación) lineal entre dos variables cuantitativas continuas (x, y) se conoce como correlación. La forma más simple de determinar si dos variables están correlacionadas es ver si covarían (varían juntas).

Para poder calcular la correlación entre las categorías de productos importados desde China (2019-2022) es necesario organizar los datos en una Tabla que nos permita visualizar los valores.

Tabla 3 Datos de importación

Categoría Productos	2019	2020	2021	2022
Maquinaria y Aparatos Eléctricos	4000	3500	4200	4500
Materiales de Construcción	#N/A	1800	2000	2200
Metales y Manufacturas de Metal	1500	#N/A	#N/A	#N/A
Productos Químicos	2500	2200	2500	2700
Textiles y Confecciones	1800	1500	1700	1800
Vehículos y Autopartes	1200	1000	1200	1300

Fuente de la Tabla 3: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023.

Se limpian datos borrando las filas que abarcan datos incompletos.

Tabla 4 Datos filtrados

Categoría Productos	2019	2020	2021	2022
Maquinaria y Aparatos Eléctricos	4000	3500	4200	4500
Productos Químicos	2500	2200	2500	2700
Textiles y Confecciones	1800	1500	1700	1800
Vehículos y Autopartes	1200	1000	1200	1300

En excel se calcula la correlación usando la fórmula “Correl”.

Tabla 5 Matriz de correlación de importación

	2019	2020	2021	2022
2019	1	0.999622	0.998648	0.998207
2020	0.999622	1	0.998563	0.998473
2021	0.998648	0.998563	1	0.99991
2022	0.998207	0.998473	0.99991	1

Las altas correlaciones indican una consistencia en las importaciones, reflejando una relación comercial estable y dependiente entre China y el país importador, con pocos cambios en el patrón general a lo largo del tiempo.

Con respecto a la correlación de las exportaciones, se organizan los datos en una Tabla y se ejecuta la correlación con la fórmula de “Correl” en excel.

Tabla 6 Datos de exportación

Categoría Productos	2019	2020	2021	2022
Camarón/Crustáceos	3891	4300	75	3928
Banano/Plátanos	3174	769	7.69	675
Enlatados de Pescado/Pescado Procesado	1297	457	#N/A	370
Cobre	1220	1220	56.4	1220
Metales Preciosos	199	199	7.58	199
Flores	110	#N/A	#N/A	110
Café	54	#N/A	#N/A	#N/A
Madera Aserrada	#N/A	585	5.85	470
Petróleo Refinado	#N/A	378	#N/A	#N/A
Harina de Animales y Gránulos	#N/A	#N/A	2.51	#N/A
Míneral de Hierro y Acero	#N/A	#N/A	2.29	#N/A

Fuente de la Tabla 6: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023.

Nuevamente se limpian datos, eliminando las filas que tienen datos incompletos.

Tabla 7 Datos de exportación filtrados

Productos	2019	2020	2021	2022
Camarón/Crustáceos	3891	4300	75	3928
Cobre	1220	1220	56.4	1220
Metales preciosos	199	199	7.58	199

Finalmente, se calcula la correlación de las variables.

Tabla 8 Matriz de correlación de exportaciones

	2019	2020	2021	2022
2019	1	0.999561	0.874811	0.999996
2020	0.999561	1	0.860079	0.999645
2021	0.874811	0.860079	1	0.873369
2022	0.999996	0.999645	0.873369	1

Las altas correlaciones a lo largo del tiempo sugieren que las exportaciones de estos productos han sido muy uniformes. La similitud muestra que Ecuador y China tienen una relación comercial muy dependiente y estable con los bienes exportados. El patrón general de exportación no ha experimentado cambios significativos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar el impacto de las diferencias culturales en el resultado de las negociaciones comerciales entre Ecuador y China en términos del Tratado de Libre Comercio

Objetivos específicos

1. Determinar las principales diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China.
2. Analizar las relaciones bilaterales en materia comercial entre Ecuador y China desde el año 2019 hasta el año 2022.
3. Diseñar una propuesta cultural para lograr negociaciones exitosas con China en el mediano y largo plazo.
4. Realizar un modelo estadístico para probar o rechazar la hipótesis planteada sobre las diferencias culturales entre los dos países.

MARCO TEÓRICO

Edward T. Hall (1966) indica que las personas generan un tipo de “burbuja invisible” que representa lo que conocemos como espacio personal, esta se ve afectada según la cultura y el tipo de relación que haya. Las diferencias culturales tienen un gran impacto en cómo las personas se comunican, interactúan y perciben el mundo. Hall sostiene que estas diferencias pueden ser la fuente de disputas y malentendidos entre personas de diferentes culturas.

Por otro lado, a lo largo de la obra de la obra “La Distinción: Criterio social del gusto”, el sociólogo francés, Pierre Bourdieu, expone que las diferencias culturales se crean y mantienen a través de procesos sociales y de poder, en lugar de ser innatas o permanentes. Según Bourdieu, las diferencias culturales reflejan las desigualdades sociales y la lucha por el dominio simbólico en una sociedad determinada.

La perspectiva de Edward T. Hall se presenta como la más idónea para el contexto de las negociaciones entre Ecuador y China. Considerando que ambas naciones tienen culturas distintas en cuanto a comunicación, interacción y percepción del mundo, es esencial considerar estas diferencias para prevenir conflictos y malentendidos. Un enfoque que respete y entienda las particularidades culturales de ambas partes puede facilitar una comunicación más fluida y favorecer la consecución de acuerdos que beneficien a ambos países.

Para Edward T. Hall (1976), las barreras culturales son obstáculos que surgen cuando las personas de diferentes culturas no comprenden los códigos y normas sociales específicas de cada una, lo que dificulta la comunicación y la interacción entre ellos.

Mary Douglas (1970) sostiene que las barreras culturales son esenciales para la cohesión y la identidad de un grupo cultural, en lugar de ser inherentemente negativas. Estas barreras ayudan a mantener la integridad y la continuidad de la cultura al proteger sus tradiciones y valores.

Sería conveniente aplicar la perspectiva de Edward T. Hall sobre las barreras culturales en las conversaciones entre Ecuador y China. Las diferencias en los códigos y normas sociales de ambas culturas hacen fundamental comprender y superar estas barreras para asegurar una comunicación e interacción efectivas durante las negociaciones. Al respetar y entender las diferencias culturales, las partes involucradas pueden evitar malentendidos y conflictos, lo que contribuirá al desarrollo de relaciones de confianza y cooperación mutua.

Edward T. Hall (1976) explica que la cultura de alto y bajo contexto se refiere a las formas en que las sociedades transmiten y comunican información. En las culturas de alto

contexto, la comunicación se apoya en un entendimiento común y en las relaciones personales, mientras que, en las culturas de bajo contexto, se fundamenta en la claridad verbal y en la transmisión explícita de la información.

Por otro lado, a lo largo de la obra “When cultures collide: Leading across cultures”, Richard D. Lewis (2006) considera que el modelo de culturas de alto y bajo contexto es útil como punto de partida para analizar las diferencias culturales en la comunicación. Sin embargo, también señala que este modelo simplifica la realidad, ya que las culturas son más complejas de lo que este enfoque sugiere. Por ello, Lewis recomienda complementar estos conceptos con otras dimensiones culturales para alcanzar una comprensión más completa de la interacción intercultural.

En el ámbito de las negociaciones entre Ecuador y China, se considera que el concepto de culturas de alto y bajo contexto de Edward T. Hall es particularmente relevante. En las culturas de alto contexto, la comunicación se basa en un entendimiento implícito y en relaciones personales sólidas, lo cual podría ser determinante para establecer confianza mutua durante las negociaciones. Además, tener presente el contexto cultural en el que ambas partes se comunican puede ser crucial para evitar malentendidos y posibles conflictos derivados de diferencias en sus estilos de comunicación.

Según David Ricardo (1817), la teoría del comercio internacional se basa en la ventaja comparativa, que sostiene que cada país debe especializarse en la producción de bienes en los que tenga una ventaja comparativa y luego comerciar con otros países para maximizar la eficiencia y el bienestar global.

En contraposición a la teoría de Ricardo, Paul Samuelson (2004) argumenta que el libre comercio puede no ser beneficioso para todos los países en todas las circunstancias, ya que factores como la movilidad de los factores de producción, la competencia desleal y la distribución desigual de la riqueza pueden distorsionar los beneficios del comercio internacional.

En el contexto de la negociación entre Ecuador y China, la teoría de David Ricardo sobre la teoría de comercio internacional sería la más apropiada. Puesto que Ecuador y China son dos países con recursos y capacidades productivas distintos, y por esta razón pueden beneficiarse mutuamente con el intercambio de bienes y servicios que cada uno está especializado. Además, esto conduce a una mayor productividad y fomenta el crecimiento económico para ambas partes.

Para Adam Smith (1776), las relaciones comerciales juegan un papel esencial en el crecimiento económico de una nación. Smith argumenta que un comercio libre y sin restricciones favorece a todos los participantes, ya que facilita que cada país se enfoque en lo que mejor sabe hacer para luego intercambiar esos bienes o servicios con los demás. Dando resultados de prosperidad y desarrollo económico.

En contraposición, Karl Marx (1867) sostiene que las relaciones comerciales reflejan una forma de explotación capitalista, puesto que los trabajadores deben vender su fuerza laboral por un salario inadecuado, mientras que los capitalistas o los empresarios incrementan su riqueza a costa de los empleadores.

En el caso de la negociación entre Ecuador y China, el concepto de Adam Smith sobre las relaciones comerciales es la más pertinente. Puesto que Ecuador puede aprovechar los beneficios de un comercio libre y sin restricciones con China al especializarse en los productos o servicios en los que posee ventajas comparativas. La visión de Smith sobre la cooperación beneficiosa para todas las partes involucradas es fundamental para establecer relaciones comerciales justas y equilibradas entre Ecuador y China.

Según Roger Fisher y William Ury (1981), en una negociación existen dos tipos: los "ganar-ganar" y los "ganar-perder". Los primeros buscan llegar a un acuerdo que sea beneficioso para ambas partes mientras que los segundos buscan obtener una ventaja sobre la otra parte, sacrificando la relación a largo plazo.

En contraposición, para Raúl Rojas, los tipos de negociación se dividen en competitiva, colaborativa, acomodativa y evasiva. En la negociación competitiva, una parte busca imponer su voluntad sobre la otra, en la colaborativa se busca trabajar juntos para lograr un acuerdo beneficioso para ambas partes, en la acomodativa una parte cede a los deseos de la otra y en la evasiva se busca evitar el conflicto sin llegar a un acuerdo definitivo.

En el contexto de la negociación entre Ecuador y China, se considera que el enfoque de "ganar-ganar" de Fisher y Ury sería el más adecuado. Por lo que Ecuador y China siempre han buscado mantener una relación a largo plazo y de beneficio mutuo, razón por la cual también se ha ido reforzando el lazo de amistad a lo largo de los años de colaboración.

Roger Fisher y William Ury proponen un enfoque colaborativo de negociación basado en principios. Su enfoque se centra en separar a las personas del problema, centrarse en los

intereses subyacentes en lugar de en las posiciones declaradas, generar opciones para beneficio mutuo y utilizar criterios objetivos para evaluar las propuestas. Para ellos, la negociación exitosa se basa en la búsqueda de soluciones que satisfagan las necesidades de ambas partes.

En cuanto a las técnicas de persuasión, Robert Cialdini (2007) ha explorado sobre el tema en su libro *"Influence: The Psychology of Persuasion"* centrándose en seis principios de influencia: reciprocidad, compromiso y coherencia, prueba social, autoridad, simpatía y escasez. Según Cialdini, para que una negociación puede tener un buen resultado si los negociadores comprenden y aplican estos principios ya que influyen en el comportamiento de la otra parte de manera indirecta pero efectiva.

MARCO LEGAL

El marco legal se fundamenta en el Tratado de libre comercio que entró en vigor el 1 de mayo de 2024 entre Ecuador y China. Este acuerdo establece las normas y disposiciones legales que rigen las relaciones comerciales entre ambos países, con el objetivo de promover el intercambio de bienes y servicios, así como la inversión y la cooperación económica. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023)

Artículo 5. 2 Alcance y Objetivos

1. Este capítulo se aplicará, de conformidad con las obligaciones internacionales y las leyes y regulaciones internas de las Partes, a los procedimientos aduaneros aplicados a las mercancías comercializadas entre las Partes y al movimiento de medios de transporte entre las Partes.

2. Para efectos de este capítulo, las Partes:

(a) promoverán la simplificación y armonización de sus procedimientos aduaneros;

(b) garantizarán el despacho eficiente y expedito de las mercancías y la circulación de los medios de transporte;

(c) garantizarán la previsibilidad, consistencia y transparencia en la aplicación de la legislación aduanera, incluidos los procedimientos administrativos de las Partes;

(d) facilitarán el comercio entre ellas; y

(e) promoverán la cooperación entre sus administraciones aduaneras.

Artículo 5.3 Facilitación

1. Cada parte garantizará que sus procedimientos y prácticas aduaneras sean predecibles, consistentes, transparentes y faciliten el comercio.

2. Cada Parte, cuando sea posible y en la medida permitida por sus respectivas legislaciones aduaneras, ajustará sus procedimientos aduaneros a las normas y prácticas recomendadas de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) de la que esa Parte es parte contratante, en particular las del Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros (según enmendado), conocido como el convenio de Kioto Revisado.

3. Las administraciones aduaneras de las Partes facilitarán el despacho, incluida la liberación de mercancías, en la administración de sus procedimientos.

3. Cada Parte proporcionará un punto focal, electrónico o de otro tipo, a través del cual sus comerciantes podrán presentar la información regulatoria requerida para obtener el despacho, incluida la liberación de mercancías.

Artículo 5. 4 Valoración en Aduana

Las Partes determinarán el valor en aduana de las mercancías comercializadas entre ellas de conformidad con las disposiciones del Artículo VII del GATT de 1994 y del Acuerdo sobre Valoración Aduanera.

Artículo 5. 5 Clasificación Arancelaria

Las Partes aplicarán el Convenio Internacional sobre el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías a las mercancías comercializadas entre ellas.

Artículo 5. 6 Cooperación Aduanera

1. Las administraciones aduaneras de las Partes proporcionarán cooperación y asistencia mutua para garantizar la correcta aplicación de la legislación aduanera, la revisión de los procedimientos aduaneros, la prevención, investigación y lucha contra los delitos aduaneros para lograr un equilibrio satisfactorio entre el control efectivo y la facilitación.

2. Las administraciones aduaneras de las Partes se asistirán mutuamente en relación con:

(a) la implementación y operación de este Capítulo;

- (b) la aplicación del Acuerdo sobre Valoración en Aduana;
- (c) simplificar y armonizar los procedimientos aduaneros;
- (d) desarrollar e implementar las mejores prácticas aduaneras y técnicas de gestión de riesgos;
- (e) el intercambio de información, mejores prácticas, experiencias, habilidades de formación y cualquier apoyo relacionado, adecuado para fortalecer la gestión aduanera;
- (f) establecer o mantener canales de comunicación para reforzar el intercambio eficaz de información y mejorar la coordinación en materia aduanera;
- (g) mejorar el uso de tecnologías que conduzcan a mejorar el cumplimiento de las leyes y regulaciones que rigen las importaciones, las exportaciones y el tránsito; y
- (h) otras cuestiones que las Partes determinen mutuamente.

3. Las administraciones aduaneras de las Partes impulsarán la cooperación basada en "Aduanas Inteligentes, Fronteras Inteligentes y Conectividad Inteligente" con el fin de mejorar la confianza mutua y promover la facilitación del comercio para lograr una conectividad de alto nivel entre las Partes.

4. Las administraciones aduaneras de las Partes se prestarán cooperación y asistencia mutua en materia aduanera de conformidad con las disposiciones del presente Capítulo y considerarán la posibilidad de desarrollar un acuerdo relativo a la cooperación y a la asistencia administrativa mutua que abarcará las cuestiones aduaneras pertinentes.

Artículo 5. 7 Transparencia

1. Cada Parte publicará sin demora, incluso en Internet, sus leyes, reglamentos y, cuando corresponda, normas o procedimientos administrativos de aplicación general pertinentes al comercio de mercancías entre las Partes.

2. Cada Parte designará uno o más servicios de información para atender las consultas de las personas interesadas en materia aduanera y pondrá a disposición en Internet información sobre los procedimientos para realizar dichas consultas.

3. En la medida de lo posible y conforme con su legislación y sistema jurídico interno, cada Parte publicará, por adelantado en Internet, proyectos de leyes y reglamentos de aplicación general pertinentes al comercio entre las Partes, con miras a dar a los comerciantes y otras personas interesadas la oportunidad de formular observaciones.

4. En la medida de lo posible y conforme con su legislación y sistema jurídico interno, cada Parte garantizará que se establezca un intervalo razonable entre la publicación y la entrada en vigor de leyes y reglamentos nuevos o modificados de aplicación general pertinentes al comercio entre las Partes.

Artículo 5. 8 Resoluciones Anticipadas

1. La administración aduanera de cada Parte emitirá una resolución anticipada, antes de la importación de una mercancía a su territorio aduanero, previa solicitud por escrito que contenga toda la información necesaria, sobre el requerimiento del exportador, importador o cualquier persona con una causa justificable o un representante de esta, con respecto a:

(a) el origen de una mercancía de conformidad con el Capítulo 4 (Reglas de Origen y Procedimientos de Implementación);

(b) la clasificación arancelaria de una mercancía; y

(c) cualquier otro asunto que las Partes acuerden.

2. La administración aduanera de la Parte importadora emitirá una resolución anticipada dentro de los 90 días siguientes a la recepción de toda la información necesaria y al cumplimiento de los requisitos.

3. Cada Parte dispondrá que una resolución anticipada será válida a partir de la fecha en que se emita, u otra fecha especificada en la resolución anticipada, siempre que las leyes, reglamentos, normas administrativas y los hechos o circunstancias en que se basa la resolución anticipada permanezcan inalterados.

4. La administración aduanera de la Parte importadora podrá modificar, revocar o invalidar una resolución anticipada:

(a) si la resolución anticipada se basó en un error de hecho;

(b) si hay un cambio en los hechos materiales o circunstancias en los que se basó la resolución anticipada;

(c) si se proporcionó información incorrecta o se retuvo información relevante; o

(d) para ajustarse a un cambio en su legislación interna, una decisión judicial o una modificación de este Capítulo.

Artículo 5. 9 Revisión y Apelación

Cada Parte, de conformidad con sus leyes y reglamentos, dispondrá que el importador, exportador o cualquier otra persona afectada por esas determinaciones o decisiones administrativas tenga acceso a:

(a) un nivel de revisión administrativa de las determinaciones por parte de su administración aduanera, independiente del funcionario u oficina responsable de la decisión objeto de reconsideración, y

(b) revisión judicial de las determinaciones administrativas sujetas a sus leyes y reglamentos.

Artículo 5. 10 Aplicación de la Tecnología de la Información

1. Las administraciones aduaneras de las Partes utilizarán la tecnología de la información para apoyar las operaciones aduaneras, incluido el intercambio de mejores prácticas entre sí con el fin de mejorar sus procedimientos aduaneros cuando sea económico y eficiente, particularmente en el contexto del comercio sin papeles, teniendo en cuenta los desarrollos de la OMA en esta área.

Artículo 5. 11 Gestión de Riesgos

1. La administración aduanera de cada Parte centrará las medidas de control en las mercancías de alto riesgo y facilitará el despacho de las mercancías de bajo riesgo en la administración de los procedimientos aduaneros.

Artículo 5. 12 Despacho de Mercancías

1. Cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos aduaneros simplificados para el despacho eficiente de mercancías con el fin de facilitar el comercio entre las Partes. Este párrafo no requerirá que una Parte libere una mercancía cuando no se hayan cumplido sus requisitos para el despacho.

2. De conformidad con el párrafo 1, cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos que:

(a) dispongan el despacho de mercancías lo antes posible después de su llegada, siempre que se hayan cumplido todos los demás requisitos reglamentarios; y

(b) según proceda, dispongan la presentación y el procesamiento electrónico anticipado de la información antes de la llegada física de las mercancías con miras a acelerar el despacho de mercancías.

4. Cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos que permitan el despacho de mercancías antes de la determinación final de los aranceles aduaneros, impuestos, tasas y cargos, si dicha determinación no se realiza antes, o a la llegada o tan rápidamente como sea posible después de la llegada y siempre que se hayan cumplido todos los demás requisitos reglamentarios. Como condición para dicho despacho, una Parte podrá exigir una garantía, de conformidad con sus leyes y reglamentos, que no exceda el monto que la Parte requiere para asegurar el pago de los derechos de aduana, impuestos, tasas y cargos adeudados en última instancia por las mercancías cubiertas por la garantía.

5. Nada de lo dispuesto en este Artículo afectará el derecho de una Parte a examinar, retener, incautar, confiscar o negociar las mercancías de cualquier manera conforme con sus leyes y reglamentos.

6. Con miras a prevenir la pérdida o deterioro evitable de mercancías perecederas, y siempre que se hayan cumplido todos los requisitos reglamentarios, cada Parte dispondrá un pronto despacho de mercancías perecederas, y en circunstancias normales dentro del menor tiempo posible.

7. A efectos de la presente disposición, se entenderá por mercancías perecederas las mercancías que se deterioran rápidamente debido a sus características naturales, en particular en ausencia de condiciones de almacenamiento adecuadas.

Artículo 5.13 Operador Económico Autorizado

1. Las administraciones aduaneras de las Partes establecerán el programa de Operadores Económicos Autorizados (OEA) para promover el cumplimiento informado y la eficiencia del control aduanero y compartir las mejores prácticas entre las Partes.

2. Las administraciones aduaneras de las Partes trabajarán en pro del reconocimiento mutuo de los OEA.

Artículo 5.14 Sanciones

Cada Parte adoptará o mantendrá medidas que permitan la imposición de sanciones administrativas y, cuando corresponda, sanciones penales por violaciones de sus leyes y reglamentos aduaneros, incluidos los que rigen la clasificación arancelaria, la valoración

aduanera, las reglas de origen y las solicitudes de trato arancelario preferencial de conformidad con este Tratado.

Artículo 5.15 Confidencialidad

La administración aduanera de cada Parte mantendrá la confidencialidad de la información y la protegerá del uso o divulgación que pueda perjudicar la posición competitiva de la persona que proporciona la información.

Artículo 5.16 Consultas

1. La administración aduanera de cada Parte podrá solicitar en cualquier momento consultas con la administración aduanera de la otra Parte sobre cualquier asunto que surja de la operación o implementación de este Capítulo, en los casos en que existan motivos razonables proporcionados por la Parte solicitante. Dichas consultas se llevarán a cabo a través de los puntos de contacto pertinentes y tendrán lugar dentro de los 30 días siguientes a la solicitud, a menos que las administraciones aduaneras de ambas Partes determinen mutuamente lo contrario.

2. En caso de que dichas consultas no resuelvan dicho asunto, la Parte solicitante podrá remitir el asunto al Comité de Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio establecido en el Artículo 5.17 (Comité de Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio) de este Capítulo para su consideración.

3. Cada administración aduanera designará uno o más puntos de contacto para los efectos de este Capítulo y proporcionará detalles de dichos puntos de contacto a la otra Parte. Las administraciones aduaneras de las Partes se notificarán sin demora cualquier modificación de los datos de sus puntos de contacto.

Artículo 5.17 Comité de Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio

1. Las Partes, con miras a una efectiva implementación y operación de este Capítulo, establecen un Comité de Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio (Comité de PAFC), dependiente de la Comisión de Libre Comercio.

2. El Comité de PAFC estará compuesto por representantes de las administraciones aduaneras y, previo acuerdo mutuo, las autoridades gubernamentales pertinentes de las Partes.

3. Las funciones del Comité de PAFC serán las siguientes:

(a) garantizar el correcto funcionamiento del presente Capítulo y resolver todas las cuestiones que surjan de su aplicación;

(b) revisar la operación y la implementación de este Capítulo, así como revisar este Capítulo según corresponda;

(c) identificar las áreas relacionadas con este Capítulo que deben mejorarse para facilitar el comercio entre las Partes;

(d) formular recomendaciones e informar a la Comisión de Libre Comercio; y

(e) abordar cualquier cuestión planteada por cada administración aduanera de conformidad con el Artículo 5.16 (Consultas) de este Capítulo, sin perjuicio de los derechos y obligaciones establecidos en el Capítulo 13 (Solución de Diferencias) de este Tratado.

4. El Comité de PAFC se reunirá en los lugares y horarios acordados por las Partes.

Capítulo 1.

Principales diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China

Ecuador y China son dos países que se encuentran en diferentes continentes, con culturas, tradiciones y costumbres muy distintas entre sí. A pesar de estar separados por miles de kilómetros de distancia, estas naciones comparten similitudes y diferencias que las hacen únicas en su propio contexto cultural. En este capítulo se explorarán las diversas disparidades entre Ecuador y China en términos de sus costumbres, creencias, gastronomía, idioma, celebraciones y más.

En primer lugar, la cultura ecuatoriana es una rica diversidad étnica y cultural, fruto de la combinación de influencias indígenas, españolas y africanas que han marcado su identidad con los siglos. Por otro lado, la extensa y compleja historia de China ha dejado una marca profunda en sus tradiciones y prácticas culturales. Aspectos como el arte, la filosofía, la religión y la arquitectura de su antigua civilización siguen desempeñando un papel central en la vida cotidiana del país.

Una de las diferencias más evidentes entre Ecuador y China es su idioma. En Ecuador, el idioma que predomina es el español, mientras que en China se habla principalmente mandarín, que es uno de los idiomas más hablados a nivel mundial. Además, la escritura china, se basada en caracteres que representan ideas y conceptos en lugar de sonidos como el alfabeto latino, este se destaca por su singularidad. Esta divergencia lingüística es un reflejo de las distintas raíces históricas y culturales que caracterizan a ambos países.

La gastronomía es otro ámbito en el que Ecuador y China muestran notables diferencias. La cocina ecuatoriana se destaca por su abundancia de sabores y la variedad de

ingredientes frescos, como la quinua, el plátano y el pescado. Por otro lado, la gastronomía china es reconocida por su versatilidad, equilibrio de sabores y el uso de técnicas culinarias como el wok. Los platos chinos tienden a ser más condimentados, empleando ingredientes como el jengibre, la salsa de soja y el ajo para intensificar el sabor de los alimentos.

Con respecto a las celebraciones y festividades, Ecuador y China también difieren considerablemente. En Ecuador, se celebran fiestas tradicionales como el Inti Raymi, mientras que en China se conmemoran eventos como el Año Nuevo Chino y el Festival de la Linterna. Estas festividades reflejan las creencias culturales y espirituales de cada nación, así como su historia y valores esenciales.

En este contexto, se detallan las barreras comerciales que tienen algunos de los productos ecuatorianos y chinos al momento de realizar el intercambio comercial. Posteriormente, se identificarán las barreras culturales más relevantes según la literatura, y se darán propuestas culturales.

Análisis de las negociaciones en términos de diferencias culturales

Este análisis se realiza considerando la literatura pertinente en este campo en relación con el tipo de culturas, así como al análisis de la balanza comercial entre los dos países.

- Forma de comunicación

China: La cultura china valora la armonía, el respeto por la autoridad y las relaciones personales. Las negociaciones suelen ser formales y requieren un tiempo para establecer relaciones personales sólidas antes de abordar temas comerciales.

Ecuador: La comunicación personal es más importante en la cultura ecuatoriana y valora la comunicación directa y emocional. La negociación puede ser más adaptable y flexible si se enfoca en establecer relaciones personales cercanas.

- **Estilo de negociación:**

China: Se centra en la paciencia, la diplomacia y la negociación incremental. Las decisiones pueden tomarse a nivel jerárquico superior y el tiempo se ve como un recurso estratégico.

La comunicación en China suele ser más indirecta y utiliza gestos y expresiones faciales para transmitir mensajes. En Ecuador, se prefiere comunicarse de manera más directa y explícita.

La negociación es utilizada en la cultura china para llegar a un acuerdo beneficioso para ambas partes, pero se espera que se lleve a cabo con paciencia y respeto.

Ecuador: Tiende más hacia la resolución rápida de problemas y la toma de decisiones colaborativa. La flexibilidad y la adaptabilidad son importantes en el proceso de negociación. La firmeza y la franqueza se valora bastante en las negociaciones.

Tiempo:

China: Se valora mucho la puntualidad y se considera falta de respeto llegar tarde a una reunión.

Ecuador: Existe más flexibilidad en cuanto al tiempo y es común que las reuniones se retrasen.

- **Valores y normas culturales:**

China: Valora la face (prestigio y reputación), la confucianidad (respeto por las relaciones jerárquicas y familiares), y la guanxi o la relación (redes de contactos personales y relaciones interpersonales).

Ecuador: En las relaciones comerciales, valora la honestidad, la confianza mutua y la transparencia. Las decisiones se basan en valores sociales y éticos comunes.

- **Visión a corto o largo plazo:**

China: Puede adoptar una perspectiva a largo plazo en las negociaciones, buscando beneficios a largo plazo y estableciendo relaciones comerciales duraderas.

Ecuador: Puede tener una perspectiva más inmediata, enfocándose en los resultados a corto plazo y las oportunidades comerciales inmediatas.

- **Protocolo y etiqueta:**

China: Observa estrictos protocolos de negociación, como el intercambio de tarjetas de presentación y el respeto por los rituales de cortesía.

Ecuador: Aunque sigue ciertas normas de etiqueta, puede ser más informal en comparación con las prácticas formales chinas.

- **Jerarquía**

China: En la cultura china la jerarquía es muy importante, iniciando desde el respeto y la veneración de los antepasados. La edad determina la jerarquía social, con los ancianos en posiciones de mayor autoridad y respeto. Esto también se puede ver reflejado en el ámbito laboral puesto que las personas con mayor experiencia esperan un trato diferente.

Ecuador: En Ecuador, aunque también existe cierta jerarquía, no es igual al de la China. Se basa más en la cantidad de poder, riquezas y estatus social, no obstante, las

relaciones son más igualitarias y en el ámbito laboral se toma más en cuenta la iniciativa y esfuerzo.

- **Forma en la que toman decisiones:**

China: En la cultura china suele haber mayor centralización de poder, así que las decisiones las toman grupos específicos conformados por líderes o autoridades, pasando por diferentes etapas.

Ecuador: La sociedad en Ecuador es más descentralizada, lo que tiende a permitir una mayor participación. Esto también se puede ver en el mundo empresarial, donde es común que las personas sean parte de la toma de decisiones.

- **Relaciones interpersonales:**

China: En China se suele tener en cuenta la relación y el tiempo que llevan conociéndose. La capacidad de establecer y mantener relaciones sólidas con personas influyentes es más importante para ellos.

Ecuador: Las relaciones personales son importante, no obstante, en la cultura China existe mayor individualidad y el mérito personal es más valorados.

- **Lenguaje corporal:**

China: el contacto visual puede llegar a ser interpretado de forma grosera, se recomiendan gestos sutiles

Ecuador: Los ecuatorianos, a diferencia de los chinos, aprecian el contacto visual puesto que representa interés y confianza.

Para superar las diferencias culturales y optimizar las negociaciones, es fundamental la educación cultural mutua, el respeto por las diferencias, y la disposición para adaptarse y comprometerse con prácticas y expectativas culturales distintas.

Se concluye que el tener este conocimiento puede colaborar al logro de una negociación más fluida y exitosa, esto se debe a que los negociadores ecuatorianos podrán adaptarse a la otra cultura, para así promover una colaboración fructífera.

Barreras Comerciales de Intercambio entre Ecuador y China

De manera general, las principales barreras que los productos ecuatorianos deben cumplir para ser introducidos al mercado chino son:

1. De Ecuador hacia China:

- Normativas Sanitarias y Fitosanitarias: China tiene regulaciones estrictas sobre la calidad y seguridad de los productos alimenticios, como los camarones y el banano, que Ecuador exporta a China.

Algunas de las Normativas son:

- **Ley de la República Popular China sobre Seguridad Alimentaria:**

Artículo 4: "Los productos alimenticios importados y exportados deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria establecidas por el Estado."

- **Reglamento sobre la Inspección y Cuarentena de Productos Alimentarios**

Importados:

Artículo 3: "Los productos alimenticios importados deben estar registrados en la AQSIQ antes de su importación."

- **Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) de la Organización Mundial del Comercio (OMC)**

Artículo 7.4 Análisis de Riesgos

1. Las Partes reconocen que el análisis de riesgos es una herramienta importante para asegurar que las MSF tengan base científica. Las Partes se asegurarán de que sus MSF estén basadas en una evaluación de los riesgos para la vida o la salud humana, animal o vegetal según lo dispuesto en el artículo 5 del Acuerdo MSF, teniendo en cuenta las técnicas 42 de evaluación del riesgo desarrolladas por las organizaciones internacionales pertinentes.

2. La Parte importadora dará consideración prioritaria a las solicitudes de acceso al mercado de la Parte exportadora, realizando lo antes posible el análisis de riesgos de manera consistente con la legislación nacional de la Parte importadora. A tal fin, las autoridades competentes de las Partes mantendrán una estrecha comunicación y buenas relaciones de trabajo en cada etapa del proceso de análisis de riesgos, a fin de facilitarlos y evitar demoras indebidas. La Parte exportadora proporcionará la información necesaria requerida por la Parte importadora para la evaluación del riesgo.

3. Al final del proceso de análisis de riesgos, se comunicarán a la Parte exportadora las evidencias que respalden el análisis de riesgos, las incertidumbres restantes y las propuestas de gestión de riesgos.

4. Si la Parte exportadora presenta múltiples solicitudes de acceso a mercados a la Parte importadora, la Parte exportadora deberá identificar su prioridad entre estas solicitudes, y esto será tomado en cuenta por la Parte importadora.

5. Si un protocolo de requisitos sanitarios y/o fitosanitarios es necesario, basado en el análisis de riesgos, las autoridades competentes de las Partes en Tablarán negociaciones lo antes posible, con el objetivo de adoptar el protocolo. El establecimiento, revisión y modificación del protocolo por las autoridades competentes se hará de conformidad con las disposiciones de este Capítulo y del Acuerdo MSF. En este sentido, el protocolo deberá estar científicamente justificado y no deberá constituir una restricción encubierta al comercio.

Objetivos:

- Promover y facilitar el comercio entre las partes de animales, productos de origen animal, plantas y productos vegetales, al mismo tiempo que protege la salud pública y la salud animal y vegetal;

- Garantizar que los procedimientos para el establecimiento de medidas sanitarias y fitosanitarias entre las Partes sean transparentes y se apliquen sin demoras indebidas; y proporcionar mecanismos de comunicación y cooperación para resolver los asuntos sanitarios y fitosanitarios de manera ágil y oportuna.

- Requisitos de Etiquetado y Embalaje: China tiene requisitos específicos de etiquetado y embalaje para ciertos productos importados, lo que requiere que los exportadores ecuatorianos se ajusten a estas normativas. Requisitos de etiquetado:

- Las etiquetas de los productos envasados incluirán información como el nombre, el contenido, la fecha de producción, los ingredientes, el nombre y la forma de contacto del productor, la vida útil, el código del producto, las condiciones de almacenamiento, el nombre genérico de los aditivos utilizados en los estándares nacionales y el número de licencia de producción.

- La etiqueta de los productos alimenticios para niños y otros grupos demográficos debe incluir además los principales ingredientes nutricionales y sus contenidos. Las etiquetas de los productos importados deben llevar instrucciones en chino y indicar el lugar de origen del alimento, así como el nombre, dirección y teléfono del agente local.

- Si importa nuevos tipos de aditivos o productos relacionados con alimentos que no cumplen con los estándares nacionales establecidos, el importador deberá presentar una solicitud de importación a las autoridades sanitarias junto con una evaluación de materiales. Las autoridades de atención médica decidirán si aprueban la solicitud y si establecen un estándar nacional.

El mercado asiático cuenta con ciertas exigencias para el ingreso de productos desde sus diferentes proveedores internacionales. Es por esto que se utilizará la metodología que se aplica para el ingreso de productos a otros mercados, como un punto de partida para identificar las exigencias el banano debe cumplir cuando se introduce en China. Esta metodología pudiera ser usada también para aplicarse a otros productos.

Se analizará las barreras comerciales que el banano ha tenido que experimentar para ingresar al mercado chino y en detalle se conocerán las exigencias de este mercado en términos de marketing, posicionamiento, etc.

1. MARKET SCAN

Calidad

Los principales requisitos que el banano ecuatoriano debe cumplir para ingresar a China son:

- **La apariencia:** El banano debe tener una forma simétrica y uniforme, sin golpes, deformidades o magulladuras. La cáscara debe ser suave, brillante y de color verde intenso, sin manchas o decoloraciones. Los racimos no deben contener hojas, flores secas ni frutos dañados.
- **Madurez:** Para que un banano sea consumido correctamente, sus extremos deben ser de color verde ligeramente tornasolado a amarillo. La pulpa debe ser compacta y firme, de color blanco cremoso y sin pardeamientos o manchas. El sabor debe ser dulce y aromático, sin fermentaciones o sabores extraños.
- **Condición sanitaria:** El banano debe estar libre de plagas, enfermedades y contaminantes que puedan dañar su calidad o seguridad. Para reducir el riesgo de contaminación, se deben seguir buenas prácticas agrícolas y de manejo postcosecha. El producto debe cumplir con los LMR que China ha establecido para plaguicidas y otros agroquímicos.

- **Características organolépticas:** El banano debe tener una calidad y presentación impecable, con aroma dulce, una textura cremosa y un sabor agradablemente dulce, sin grumos ni fibras duras.
- **Empaque y embalaje:** El empaque del banano debe ser en cartón corrugado, además de contar con los sellos y etiquetas requeridos por las normativas chinas.

Forma de producción

- **Aplicar Buenas Prácticas Agrícolas (BPA):** Las BPA son principios, reglas y sugerencias técnicas aplicadas a la producción, procesamiento y transporte de alimentos para garantizar la inocuidad del producto, la protección del medio ambiente y la salud y bienestar de los trabajadores.
 - b. **Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades (MIP):** Para garantizar la exportación de bananos a China, es necesario que las plantaciones estén libres de cualquier plaga que pueda ser considerada una amenaza.
 - c. **Implementación de sistema de trazabilidad:** Rastreo de producto desde lugar de origen hasta el consumidor final.
 - d. **Certificaciones internacionales:** Reconocidas por China, como GlobalGAP, Fairtrade o Rainforest Alliance.
 - e. **Implementación de Límites Máximos de Residuos (LMR):** Se debe seguir las normas chinas al momento de aplicar plaguicidas, además, no deben exceder los límites máximos residuales.
 - f. **Aplicación de técnicas de manejo poscosecha:** Garantiza la calidad del producto.

Tipo de cultivo

Los siguientes son los principales tipos de banano de Ecuador que se exportan a China:

- **Cavendish** es la variedad más popular y requerida en el mercado global, incluido China. Su sabor dulce lo distingue,
- **Orinoco** es un tipo de banano que es muy reconocido por su resistencia a enfermedades y plagas, lo que la hace ideal para el cultivo en climas difíciles. Tiene una pulpa cremosa y un sabor dulce y ligeramente ácido.
- **El Guineo** se caracteriza por su tamaño más compacto y su forma redondeada, en contraste con el Cavendish. Su piel verde se torna amarilla al madurar, revelando una pulpa suave y dulce.
- **El Barbagante** se diferencia por su intenso sabor y su alto contenido de potasio. Es un banano de forma más robusta y su cáscara verde madura a un amarillo intenso.

Registros sanitarios:

- a. Certificado de Inspección de Calidad emitido por una empresa de inspección acreditada por la AQSIQ.
- b. Certificado de Sanidad Vegetal emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad Agropecuaria (Agrocalidad).
- c. China ha cuenta con una lista de plagas cuarentenarias de preocupación para la importación de banano, por lo que el banano que se exporte debe estar libre de las plagas indicadas.

Permisos de exportación

- d. **Obtención de registros y permisos en Ecuador:**
 - Registro como Exportador
 - Certificado de Origen

- Guía de Remisión
- Factura Comercial
- Lista de Empaque

e. **Cumplimiento de normas fitosanitarias:**

- i. Certificado Fitosanitario
- ii. Inspección fitosanitaria

f. **Permisos y requisitos en China:**

- i. Licencia de Importación
- ii. Permiso de Inspección y Cuarentena

g. **Agente de aduanas:** Es recomendable contar con un agente de aduanas para estar poder asegurar que se cumplen con todos los requisitos.

Vale la pena mencionar que antes de la firma del Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China en mayo 2024, el banano ecuatoriano con partida arancelaria 0803.00.00 contaba con un arancel ad valorem de entrada del 10% para dicho mercado.

De China hacia Ecuador:

1. Normativas de Calidad y Seguridad: Ecuador implementa regulaciones estrictas sobre la calidad y seguridad de los productos importados de China, especialmente en industrias como la electrónica y los juguetes.

2. Requisitos de Certificación: Ecuador requiere certificaciones específicas para ciertos productos importados de China, lo que formaría un obstáculo para los exportadores chinos.

Requisitos:

- Registro como Importador

- Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Habilitación en el Sistema ECUAPASS
- Factura Comercial
- Certificado de Origen
- Documentos de Soporte

Dependiendo del producto, pueden requerirse documentos adicionales como:

- Certificados fitosanitarios o zoosanitarios
- Certificados de calidad
- Permisos de importación
- Fichas técnicas
- Declaración Aduanera de Importación (DAI)
- Pago de Aranceles y Tributos
- Cumplimiento de Normas Técnicas

3. Prácticas Comerciales Desleales: China enfrenta frecuentemente críticas por prácticas comerciales desleales, como dumping, que es la venta de productos por debajo del precio de mercado, o subsidios a la exportación, lo que puede distorsionar la competencia en el mercado ecuatoriano. El objetivo es controlar el comercio frente a prácticas desleales y contra las variaciones de las importaciones en el mercado internacional que puedan dañar la producción nacional.

En resumen, a pesar de que exportar a China puede parecer un proceso complicado, con la preparación adecuada se puede obtener acceso a uno de los mercados más grandes y dinámicos del mundo. Aunque cumplir con los requisitos, como obtener las certificaciones necesarias, ajustar el etiquetado y asegurarse de que todos los documentos estén en orden,

puede parecer difícil, es necesario para asegurar que los productos lleguen a su destino sin inconvenientes. Cumplir con estos requisitos ayuda a la empresa a encontrar nuevas oportunidades y aumentar su confianza en un mercado tan competitivo como el chino.

Capítulo 2.

Análisis de las relaciones bilaterales en materia comercial entre Ecuador y China

En las últimas décadas, las relaciones entre Ecuador y China han crecido mucho en términos comerciales. China se ha convertido en uno de los principales aliados comerciales de Ecuador, siendo uno de los destinos más importantes para las exportaciones ecuatorianas.

Varios factores, incluyendo la firma de acuerdos comerciales y de cooperación, así como la creciente demanda de productos ecuatorianos en el mercado chino, han contribuido al aumento del comercio entre ambos países. La presencia de compañías chinas en Ecuador ha ayudado a fortalecer las relaciones comerciales entre ambas naciones.

En este contexto, es fundamental analizar las relaciones bilaterales en materia comercial entre Ecuador y China, para identificar las oportunidades y desafíos que se presentan para ambas naciones. Este análisis permitirá evaluar el impacto de la relación comercial en la economía de Ecuador, así como en el desarrollo de su sector productivo.

Es crucial tener en cuenta la importancia de los acuerdos comerciales y de cooperación para mejorar las relaciones entre Ecuador y China. A través de estos acuerdos, se ha ampliado el acceso de los productos ecuatorianos al mercado chino y se ha promovido la inversión china en sectores clave de la economía ecuatoriana.

Este capítulo analizará los principales elementos de la relación comercial entre Ecuador y China, incluidos los productos más populares en ambos mercados, los flujos comerciales, las inversiones chinas en Ecuador y las posibilidades de futuras alianzas comerciales. Todos estos

esfuerzos se realizan con el fin de proporcionar una imagen completa y actualizada de la conexión comercial entre Ecuador y China.

Diagnóstico de exportación e importación entre Ecuador (2019 – 2022)

En la Tabla #9,10,11 y 12 se detallan los diferentes productos exportados de Ecuador a China desde el año 2019 hasta el año 2022. Es necesario considerar esta información para saber cómo ha evolucionado nuestro comercio con el gigante asiático.

Tabla 9 Productos más exportados desde Ecuador a China 2019

PRODUCTOS	VALOR EN USD
CAMARÓN	USD 3.891 millones
BANANO	USD 3.174 millones
ENLATADOS DE PESCADO	USD 1.297 millones
COBRE	USD 1.220 millones
METALES PRECIOSOS	USD 199 millones
FLORES	USD 110 millones
CAFÉ	USD 54 millones.

Fuente de la Tabla 9: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el año 2019 se refleja un crecimiento de las exportaciones a China. Productos como el camarón, banano, enlatados, minerales y flores, experimentaron un aumento en su demanda con relación al año 2018. Es importante mencionar que este análisis se efectúa a partir del año 2019.

Tabla 10 Productos exportados desde Ecuador a China 2020

PRODUCTOS	VALOR EN USD
CRUSTÁCEOS	USD 4.300 millones
COBRE	USD 1.220 millones
METALES PRECIOSOS	USD 199 millones
PLÁTANOS	USD 769 millones
MADERA ASERRADA	USD 585 millones
PESCADO PROCESADO	USD 457 millones
PETRÓLEO REFINADO	USD 378 millones

Fuente de la Tabla 10: Banco Central del Ecuador, 2024.

En 2020 hay un pequeño descenso en exportaciones a comparación del 2019 debido a la pandemia del Covid 19. El camarón y banano aumentaron su demanda, pero también los minerales y metales preciosos. Esto permite que haya una mayor diversidad en las exportaciones ecuatorianas.

Tabla 11 Productos exportados desde Ecuador a China 2021

PRODUCTOS	VALOR EN USD
CRUSTÁCEOS	USD 75 millones
COBRE	USD 56,4 millones
METALES PRECIOSOS	USD 7,58 millones
PLÁTANOS	USD 7,69 millones
MADERA ASERRADA	USD 5,85 millones

HARINA DE ANIMALES Y GRÁNULOS	USD 2,51 millones
MINERAL DE HIERRO Y ACERO	USD 2,29 millones

Fuente de la Tabla 11: Banco Central del Ecuador, 2024.

Tras la pandemia, las exportaciones ecuatorianas a China se recuperaron en 2021, con un aumento en productos como camarón, banano y algunos minerales en relación con el año 2020.

Tabla 12 Productos exportados desde Ecuador a China 2022

PRODUCTOS	VALOR EN USD
CRUSTÁCEOS	USD 3.928 millones
COBRE	USD 1.220 millones
METALES PRECIOSOS	USD 199 millones
BANANO	USD 675 millones
MADERA ASERRADA	USD 470 millones
PESCADO PROCESADO (ATÚN Y SARDINA)	USD 370 millones
FLORES	USD 110 millones

Fuente de la Tabla 12: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el 2022 fue un año positivo para las exportaciones ecuatorianas puesto que hubo un aumento en los productos como camarón, minerales, entre otros en comparación a los años anteriores.

En referencia a las importaciones, en los años 2019-2022 han tenido un constante crecimiento, no obstante, se puede apreciar una ligera disminución en el año 2020 debido a la pandemia del Covid 19. Se observa que en este periodo la categoría más importada es la de maquinaria y aparato eléctricos y en segundo lugar lo que son productos químicos. Podemos verlo reflejado en las Tablas 13,14,15 y 16.

Tabla 13 Categoría de productos más importados de China 2019

CATEGORÍA DE PRODUCTOS	VALOR EN USD (APROX)
MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS	USD 4.000 millones.
PRODUCTOS QUÍMICOS	USD 2.500 millones
TEXTILES Y CONFECCIONES	USD 1.800 millones
METALES Y MANUFACTURAS DE METAL	USD 1.500 millones
VEHÍCULOS Y AUTOPARTES	USD 1.200 millones

Fuente de la Tabla 13: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el año 2019, Maquinaria y aparatos eléctricos fue la categoría que más se importó. Hay un crecimiento económico en el área de manufactura con respecto al año 2018.

Tabla 14 Categoría de productos más importados de China 2020

CATEGORÍA PRODUCTOS	VALOR EN USD (APROX)
MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS	USD 3.500 millones
PRODUCTOS QUÍMICOS	USD 2.200 millones
MATERIALES DE CONTRUCCIÓN	USD 1.800 millones
TEXTILES Y CONFECCIONES	USD 1.500 millones
VEHÍCULOS Y AUTOPARTES	USD 1.000 millones

Fuente de la Tabla 14: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el año 2020, en general hay una disminución de las importaciones debido a la pandemia del Covid 19. En la categoría de Vehículo y autopartes podemos ver una disminución con respecto al año 2019.

Tabla 15 Categoría de productos más importados de China 2021

CATEGORÍA PRODUCTOS	VALOR EN USD (APROX)
MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS	USD 4.200 millones
PRODUCTOS QUÍMICOS	USD 2.500 millones
MATERIALES DE CONTRUCCIÓN	USD 2.000 millones
TEXTILES Y CONFECCIONES	USD 1.700 millones
VEHÍCULOS Y AUTOPARTES	USD 1.200 millones

Fuente de la Tabla 15: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el año 2021, podemos ver que hay una recuperación de la economía, hubo un aumento de las importaciones en la mayoría de las categorías. Se puede ver un crecimiento significativo en materiales de construcción.

Tabla 16 Categoría de productos más importados de China 2022

CATEGORÍA PRODUCTOS	VALOR EN USD (APROX)
MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS	USD 4.500 millones
PRODUCTOS QUÍMICOS	USD 2.700 millones
MATERIALES DE CONTRUCCIÓN	USD 2.200 millones

TEXTILES Y CONFECCIONES	USD 1.800 millones
VEHÍCULOS Y AUTOPARTES	USD 1.300 millones

Fuente de la Tabla 16: Banco Central del Ecuador, 2024.

En el año 2022, hay un crecimiento en la mayoría de las categorías con respecto al año anterior. Podemos ver que la categoría que más aumentó con respecto al año 2021 fue maquinarias y equipos eléctricos.

Por la demanda de equipos industriales, electrónicos y tecnológicos en varios sectores económicos, como infraestructura, manufactura y telecomunicación, Ecuador ha importado una gran cantidad de maquinaria y dispositivos eléctricos de China. Estos productos son esenciales para el crecimiento y la modernización de la infraestructura y la industria en Ecuador.

Los productos químicos importados de China a Ecuador incluyen materias primas, intermedios y productos finales utilizados en varias industrias, como la agricultura, la industria manufacturera, la salud y la construcción. En Ecuador, estos productos son fundamentales para la producción y fabricación de una amplia gama de bienes y servicios.

Además, Ecuador también hace importaciones de textiles y confecciones desde China para satisfacer la demanda nacional de prendas de vestir, tejidos y productos relacionados con la vestimenta. China al tener capacidad de producción masiva y gran diversidad de productos textiles, hace que se convierta en uno de socios estratégicos más importantes para Ecuador.

En cuanto a materiales de construcción, estos ocupan el tercer lugar entre los productos más importados desde China a Ecuador. Los principales materiales incluyen metales como aceros, aluminio, hierro, entre otros. Esta información refleja también la cantidad considerable de proyectos construcción que se está llevando a cabo en Ecuador y por ende la necesidad de importar estos metales desde China por su calidad y precio accesible.

En cuanto a la importación de vehículos y autopartes desde China, esto se ha ido incrementando exponencialmente en los últimos años, superando incluso a Estados Unidos. históricamente fue el principal país proveedor de vehículos en Ecuador. Esto refleja el poder de China para dominar gran parte del mercado ecuatoriano gracias a las ventajas competitivas que posee.

En conclusión, los principales productos que se importan desde China incluye maquinaria y aparatos eléctricos, productos químicos, materiales de construcción, textiles y confecciones, vehículos y autopartes, entre otros. China se ha convertido en uno de los socios estratégicos más importantes para Ecuador; lo cual se ve reflejado en el volumen de importaciones que se hace diariamente desde el gigante asiático y la relación comercial dinámica entre ambos países.

Capítulo 3.

Diseño de una propuesta cultural para negociar con China

En un mundo globalizado en constante transformación, donde el acceso a la información y la interacción intercultural se han intensificado, surge la necesidad de comprender y aprovechar este conocimiento para establecer vínculos sólidos que trasciendan fronteras. Abrazando las diferencias culturales, se abren las puertas a un sinfín de oportunidades, tanto en el ámbito personal como profesional.

En este contexto, se presenta una propuesta cultural que busca facilitar las negociaciones e interacciones entre Ecuador y China, dos naciones con un vasto potencial para establecer relaciones fructíferas.

Tabla 17 Propuesta cultural según diferencias culturales

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES		
BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
Forma de comunicación	<ol style="list-style-type: none">1. Evitar situaciones que puedan causar pérdida de "cara" (honor y reputación) en las conversaciones.2. Adoptar un estilo de comunicación más indirecto y diplomático en las interacciones con socios chinos.	<ol style="list-style-type: none">1. Practicar escenarios de comunicación en los que se resuelvan conflictos de manera que se preserve la dignidad de ambas partes.2. Participar en talleres sobre cómo utilizar lenguaje neutral y evitar la confrontación directa.

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
Idioma	1. Tener en presencia traductores que conozcan bien las culturas de ambas partes para garantizar una comunicación precisa.	1. Contratar traductores chinos que conozcan bien la cultura ecuatoriana o viceversa para asegurar que las traducciones reflejen el tono y el propósito que se intentan transmitir a la otra parte.
Estilo de negociación	1. Ser paciente y flexible en las reuniones, ya que las negociaciones con empresarios chinos pueden tomar cierta cantidad de tiempo.	1.1. Capacitar al equipo de negociación para que pueda comprender mejor el proceso de toma de decisión de los chinos y entienda la importancia de no apresurar las decisiones.
Tiempo	1. Cumplir de forma estricta con la puntualidad en las reuniones y eficiencia esperados en las entregas por los empresarios chinos.	1.1. Llegar media hora antes a las reuniones como una medida preventiva de lo inesperado y una forma de mostrar respeto a la contraparte. 1.2. Definir cronogramas y plazos de tiempos que sea realista para poder cumplir con las expectativas de los empresarios chinos.
	1. Entender que la armonía y el colectivismo son valores	1. Dar capacitaciones sobre cómo manejar conflictos de manera

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
<p>Valores y normas culturales</p>	<p>importantes en la cultura china. Por ende se debe evitar confrontaciones directas y promover siempre el bien común.</p> <p>2. Evitar poner en una situación incómoda o hacer que se pierda la cara a la parte china.</p> <p>3. Adaptarse a la estructura jerárquica china, donde se valora el respeto hacia los superiores y el cumplimiento de las normas establecidas.</p>	<p>constructiva y mantener la armonía en las relaciones con las empresas chinas.</p> <p>2. Incluir en la capacitación una sección sobre cómo evitar situaciones que puedan causar pérdida de cara.</p> <p>3. Establecer protocolos de respeto y formalidad para dirigirse a diferentes autoridades chinas que deben ser cumplidos de forma obligatoria y estricta.</p>
	<p>1. Utilizar un enfoque Dual-Track para alinear visiones a corto y largo plazo.</p>	<p>1.1. Crear un plan para objetivos a corto plazo y otro para objetivos a largo plazo. Los planes deben especificar de forma clara los enfoques para garantizar que ambas partes estén alineadas.</p> <p>1.2. Hacer revisión de los planes mensualmente para realizar seguimientos de los mismos y</p>

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
<p>Visión a corto o largo plazo</p>	<p>2. Construir relaciones sólidas y duraderas con las empresas chinas.</p> <p>3. Ser flexible mientras se ejecuta los planes a corto plazo y adaptarse a las necesidades y expectativas cambiantes a lo largo del tiempo.</p>	<p>ajustar las estrategias conforme se avanza.</p> <p>2. Mantener contactos regulares y continuos con los chinos para fortalecer la relación, tanto en el ámbito laboral como en el personal, siempre respetando la distancia adecuada.</p> <p>3.1. Ajustar los planes a corto plazo cuando aparecen nuevas necesidades y expectativas.</p> <p>3.2. Estar siempre preparado para realizar ajustes según las circunstancias que se presentan.</p>
	<p>Los negociadores deberán capacitarse para conocer la cultura china y adaptarse mejor y tener una convivencia más fluida.</p> <p>1. Los regalos deben ser entregados con ambas manos y envueltos cuidadosamente. Algunos artículos tienen connotaciones culturales específicas.</p>	<p>1. Investiga sobre los regalos apropiados para evitar elementos con connotaciones negativas. Presenta el regalo con ambas manos y una sonrisa. Evita regalar relojes,</p>

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
<p>Protocolo y etiqueta</p>	<p>2. Las comidas de negocios son ceremoniales y formales. Los anfitriones seleccionan los platos y se siguen protocolos específicos.</p> <p>3. La puntualidad es extremadamente importante y se considera una muestra de respeto.</p> <p>4. Se prefiere un estilo de comunicación más indirecto y diplomático. La confrontación abierta es evitada.</p>	<p>tijeras o artículos en pares. Agradece el regalo recibido con una actitud respetuosa.</p> <p>2. Respeta las costumbres relacionadas con la comida. Espera a que el anfitrión inicie la comida y participa en los brindis de manera cortés. Muestra aprecio por la comida servida y evita discutir negocios durante la comida a menos que se le indique.</p> <p>3. Planifica con anticipación para asegurarte de llegar puntualmente a todas las reuniones. Si hay algún imprevisto, informa a la parte china con suficiente antelación.</p> <p>4. Usa un lenguaje diplomático y evita críticas directas. Presta atención a las sutilezas y señales no verbales que puedan indicar desacuerdo o preocupaciones. Asegurarse de leer entre líneas y</p>

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
		busca la armonía en las conversaciones.
Jerarquía	1. Reconocer y respetar la jerarquía en las organizaciones chinas, dirigiéndose a los tomadores de decisiones de alto nivel.	1.1. Investigar la estructura jerárquica de la empresa china antes de las negociaciones. 1.2. Seguir los protocolos adecuados para dirigirse a los líderes y tomadores de decisiones.
Forma en la que toman decisiones	1. Investigar y comprender la estructura jerárquica y quiénes son los tomadores de decisiones clave. Preparar propuestas de manera que resalten los beneficios y los datos relevantes que puedan ayudar en el proceso de consulta. 2. Mostrar flexibilidad en las negociaciones, de manera respetuosa.	1. Presentar las propuestas con un enfoque en cómo se alinean con los objetivos y valores de la empresa china. Utiliza datos y evidencias para respaldar los argumentos y estar preparado para ajustes según las indicaciones de los líderes. 2. Aceptar que las decisiones pueden tomar tiempo y que el consenso es un factor clave.
	1. Organizar eventos que permitan la interacción informal y establecer relaciones personales antes de entrar en temas de negocios.	1.1. Organizar y participar en eventos como almuerzos o cenas para construir una relación más cercana.

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
<p>Relaciones interpersonales</p>		<p>1.2. Mostrar interés genuino en la cultura de la otra parte y en la vida personal de los socios.</p>
<p>Lenguaje corporal</p>	<p>1. Investigar y comprender las normas culturales de lenguaje corporal en China. Observar cómo los chinos manejan el contacto visual y la expresividad, y adaptar el estilo para reflejar una postura más reservada y profesional.</p> <p>2. En China, el lenguaje corporal es más reservado y moderado. Los gestos tienden a ser sutiles y controlados para mostrar respeto y evitar distracciones.</p>	<p>1. Estudiar la importancia del contacto visual, que debe ser breve y moderado, y observar cómo los chinos utilizan gestos sutiles y controlados. La adaptación del estilo de comunicación debe incluir el ajuste del contacto visual y la moderación en los gestos para reflejar una postura más reservada y profesional. La práctica continua y la consulta con expertos en cultura intercultural también son fundamentales para implementar estos conocimientos de manera efectiva en las negociaciones.</p> <p>2. Los participantes de la negociación deben controlar sus posturas y evitar gestos y movimientos exagerados. La expresión facial debe mantenerse</p>

PROPUESTA CULTURAL SEGÚN DIFERENCIAS CULTURALES

BARRERA CULTURAL	PROPUESTA	¿CÓMO LOGRARLO?
	3. En China, se valora un espacio personal más amplio y se prefiere mantener una distancia física adecuada durante las interacciones.	seria y profesional durante la mayor parte de la interacción. 3. Es importante mantener una distancia respetuosa y evitar acercarse demasiado. El respeto por el espacio personal es crucial para evitar incomodidades.

El entendimiento y la adaptación a las diferencias culturales se vuelven esenciales para el éxito en las negociaciones internacionales en un mundo cada vez más interconectado. Una propuesta cultural que tenga en cuenta las barreras y diferencias culturales entre Ecuador y China no solo facilita la comunicación más efectiva, sino que también abre las puertas a relaciones más sólidas y fructíferas.

Este capítulo examina varias estrategias y sugerencias para abordar los desafíos culturales en las negociaciones entre estas dos naciones. La propuesta presentada busca establecer un marco de interacción respetuoso y eficiente que fomente la cooperación a largo plazo, desde la adaptación del estilo de comunicación hasta la consideración de los valores culturales y las normas de etiqueta.

En conclusión, llevar a cabo esta propuesta cultural podría mejorar las relaciones entre Ecuador y China, así como servir como ejemplo para futuras relaciones comerciales con otras culturas, consolidando así la posición de Ecuador en el mundo. De esta manera, cerramos este

capítulo afirmando que el respeto y la comprensión mutua son esenciales para el éxito en el mundo de los negocios internacionales.

Capítulo 4.

Modelo Estadístico

En el presente capítulo se utilizarán series de tiempo y forecasting para analizar y entender cómo serán las exportaciones a China. Al realizar esto, permitirá entender sus tendencias y anticipar su desempeño para a partir de eso aplicar nuevas técnicas para mantener o mejorar las exportaciones en los siguientes años.

Series de Tiempo

Utilizando la herramienta de RStudio, procedimos a seguir los siguientes pasos:

1. Primero se declara la serie de tiempo y se procede a convertir las variables a serie de tiempo desde enero de 2018 con una frecuencia de 12:

```
Y <- ts(Banano[,1], start = c(2018,1), frequency =12)
```

2. Se realiza el análisis preliminar en el que se puede visualizar las ventas reales en miles de dólares.

```
G1 <- autoplot(Y)+ ggtitle("Gráfico temporal: Ventas reales")+ ylab("Miles de dólares")
```

Gráfico temporal: Ventas reales

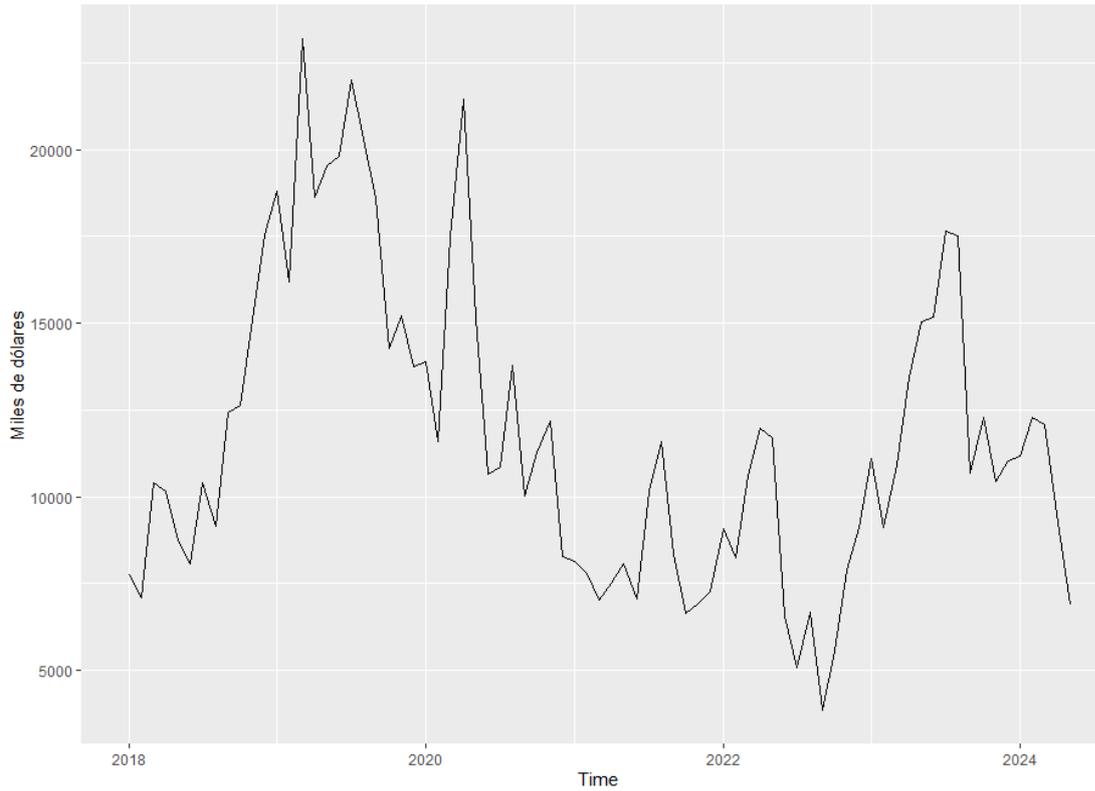


Gráfico 1: Ventas reales en miles de dólares

3. Se procede a sacar las diferencias o tratar de corregir la varianza errática que se refleja.

```
> DY <- diff(Y)
> DY
```

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul
2018		-663.4796	3317.8813	-239.2992	-1382.4448	-698.9547	2328.4016
2019	1242.3592	-2608.9872	6998.1464	-4574.8503	904.1042	270.9810	2194.2951
2020	164.8969	-2322.9068	5900.5676	3965.8721	-6305.9104	-4496.2901	233.8098
2021	-138.6960	-364.7376	-754.2953	484.2345	570.5781	-1016.8434	3077.9413
2022	1811.6001	-816.3095	2349.9917	1375.2241	-279.0800	-5113.8566	-1511.8823
2023	1962.6346	-1955.1835	1797.6094	2524.6925	1595.4824	117.0875	2478.4236
2024	149.9592	1121.2579	-199.8787	-2588.6883	-2629.3755		
	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec		
2018	-1256.4976	3254.3733	228.3560	2468.2144	2456.9703		
2019	-1678.7282	-1723.6707	-4303.1077	937.7801	-1487.4283		
2020	2923.9914	-3792.0709	1275.7566	903.8287	-3899.3758		
2021	1436.1663	-3216.4490	-1717.6547	268.6587	345.5694		
2022	1610.4897	-2837.9787	1702.0847	2335.7438	1235.3426		
2023	-128.9460	-6825.6107	1593.7525	-1843.5577	584.7819		
2024							

4. Se aplica la primera diferencia, que se permitirá visualizar un pequeño arreglo.

```
G2 <- autoplot(DY)+ ggtitle("Gráfico temporal: Ventas reales - Primera  
diferencia")+ ylab("Miles de dólares")
```

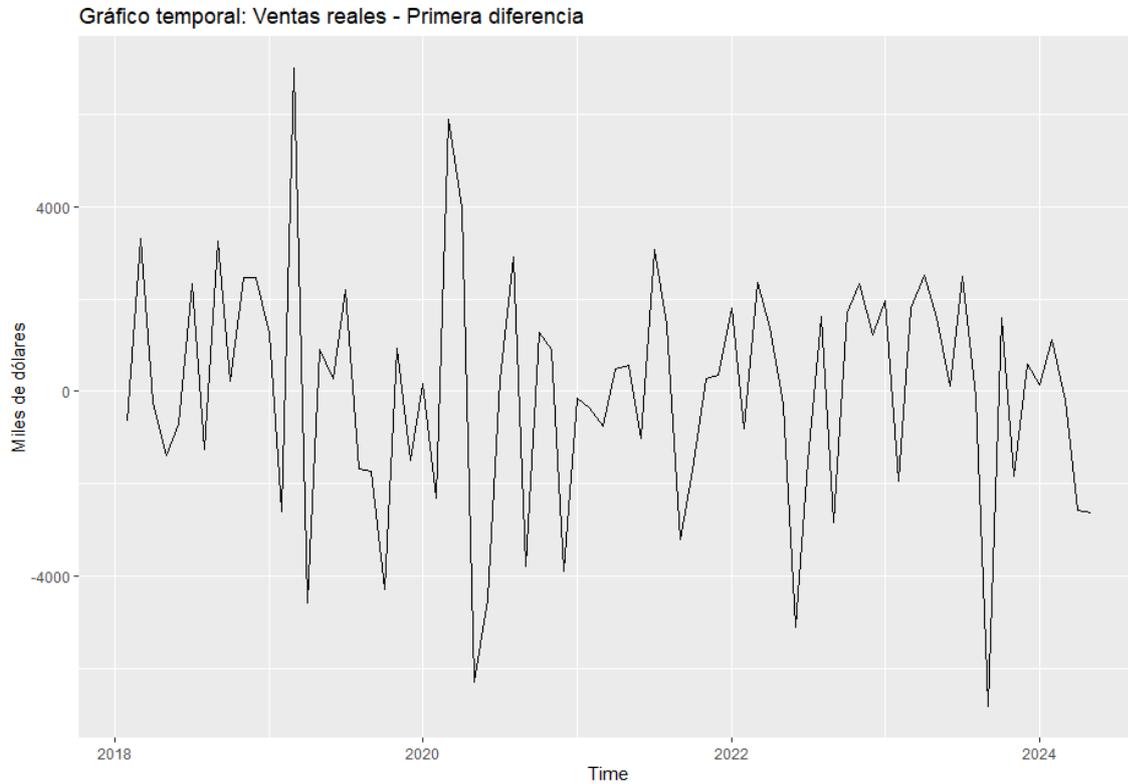


Gráfico 2: Ventas reales - Primera diferencia

5. Aplicando la segunda diferencia se puede apreciar que no hubo muchos cambios.

> SDY

	Jan	Feb	Mar	Apr	May
2018			3981.36083	-3557.18049	-1143.14564
2019	-1214.61104	-3851.34645	9607.13366	-11572.99673	5478.95447
2020	1652.32522	-2487.80375	8223.47448	-1934.69548	-10271.78258
2021	3760.67981	-226.04157	-389.55768	1238.52975	86.34357
2022	1466.03072	-2627.90954	3166.30114	-974.76762	-1654.30407
2023	727.29205	-3917.81809	3752.79285	727.08314	-929.21013
2024	-434.82271	971.29869	-1321.13655	-2388.80967	-40.68717
	Jun	Ju1	Aug	Sep	Oct
2018	683.49014	3027.35633	-3584.89919	4510.87086	-3026.01724
2019	-633.12313	1923.31411	-3873.02332	-44.94255	-2579.43701
2020	1809.62032	4730.09990	2690.18166	-6716.06231	5067.82743
2021	-1587.42147	4094.78466	-1641.77496	-4652.61533	1498.79432
2022	-4834.77654	3601.97430	3122.37199	-4448.46848	4540.06341
2023	-1478.39488	2361.33605	-2607.36958	-6696.66473	8419.36320
2024					
	Nov	Dec			
2018	2239.85832	-11.24410			
2019	5240.88784	-2425.20842			
2020	-371.92784	-4803.20454			
2021	1986.31336	76.91070			
2022	633.65910	-1100.40117			
2023	-3437.31012	2428.33958			
2024					

```
G3 <- autoplot(SDY)+ ggtitle("Gráfico temporal: Ventas reales - Segunda diferencia")+ ylab("Miles de dólares")
```

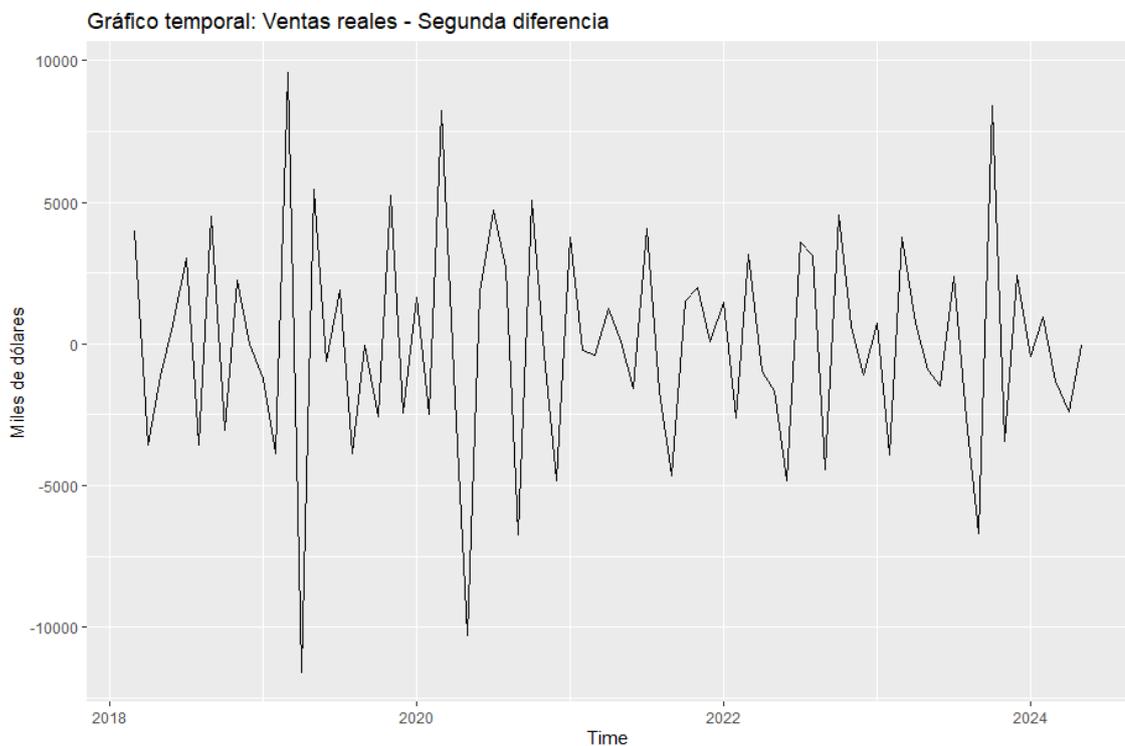


Gráfico 3: Ventas reales - Segunda diferencia

6. Para una mejor visualización, se hace un compilado donde se aprecian la serie original, la primera diferencia y la segunda diferencia. Al no haber casi ningún cambio entre la serie original y las diferencias 1 y 2, se quedará con la primera diferencia para tratar de dejarlo lo más natural posible.

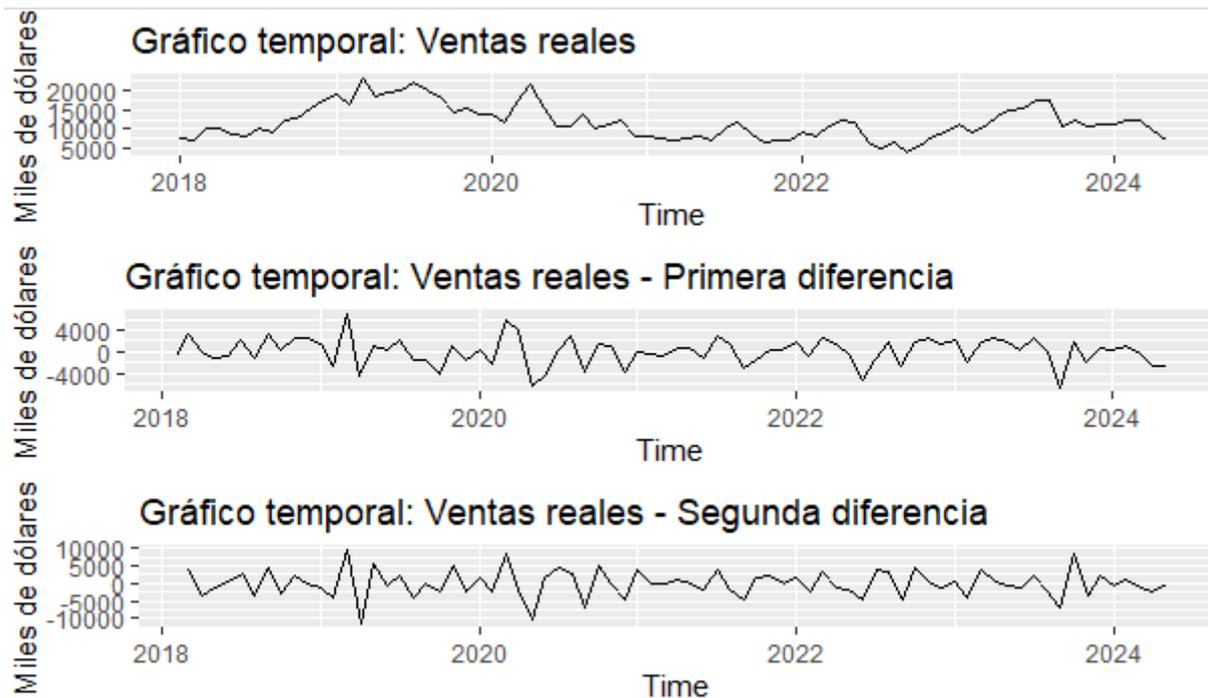


Gráfico 4: Compilado de la serie original, la primera diferencia y la segunda diferencia

7. Con la primera diferencia se pudo ver que hay poca temporalidad, es media errática. Lo importante que habría que recalcar es que en las ventas de banano hay aumentos y disminuciones dependiendo del año. Otro factor importante por considerar es que, al haber habido una pandemia, hace que la temporalidad sea un poco errática. Según los datos obtenidos, consideramos que si hay temporalidad.

```
ggseasonplot(DY)+ggtitle("Serie temporalizada")+ ylab("Millones de dólares")
```

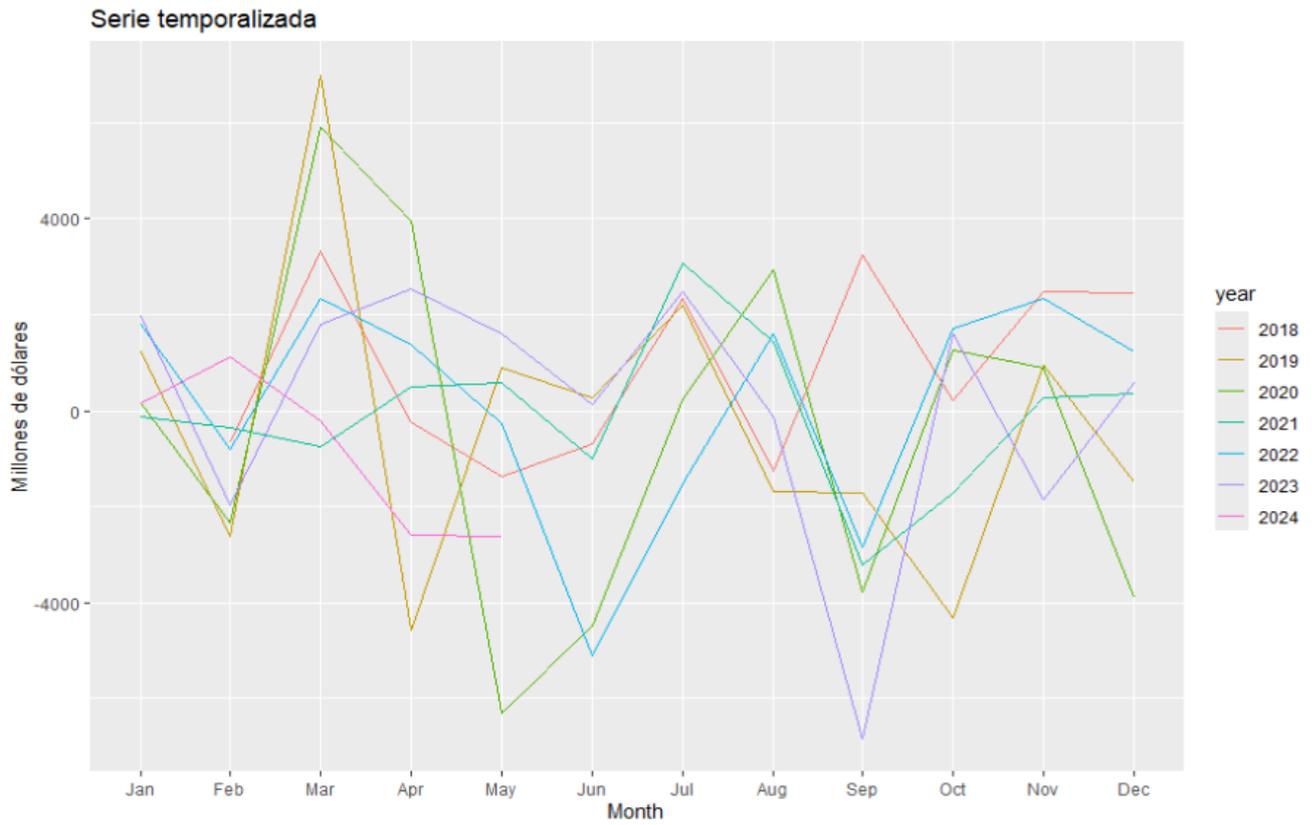


Gráfico 5: Serie temporalizada

8. Se procede a investigar las subseries para poder encontrar los errores.

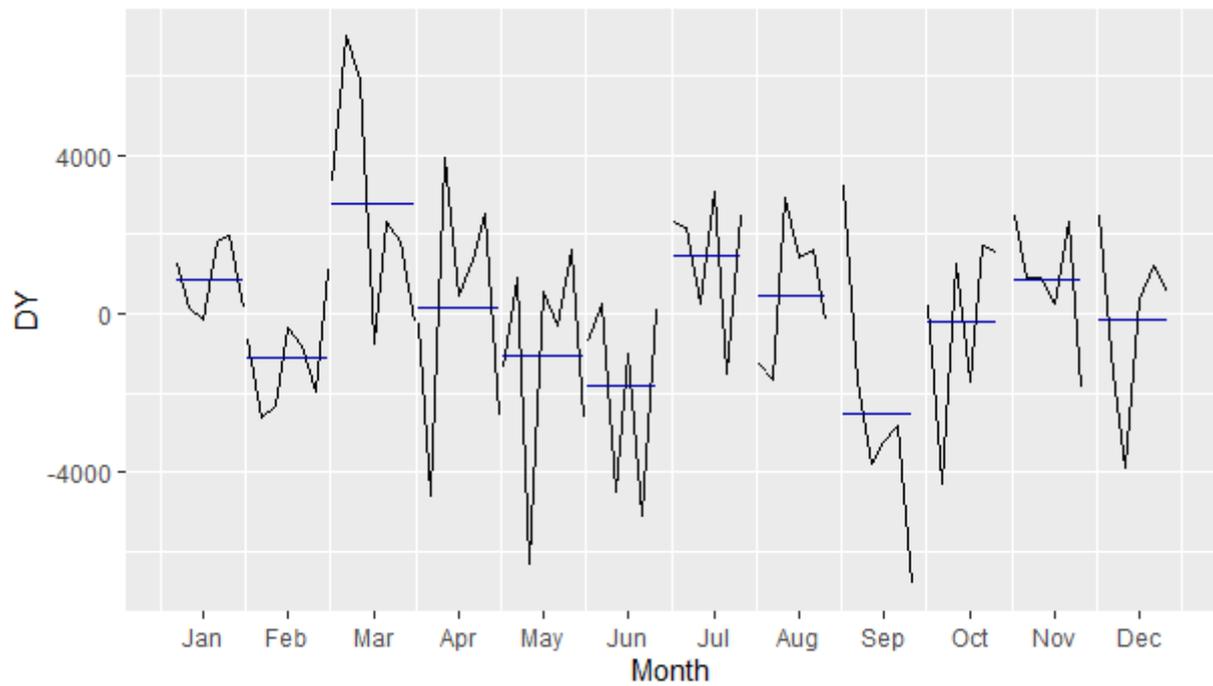


Gráfico 6: Subseries DY

Forecasting

- Se realiza modelo ARIMA de series de tiempo. Se puede ver un alto error cuadrático medio debido a la pandemia, según los residuales se puede determinar que no es significativo el modelo, no obstante, si tiene normalidad.

```
> print(summary(ARIMA))
Series: DY
ARIMA(2,1,1)(2,1,0)[12]

Coefficients:
      ar1      ar2      ma1      sar1      sar2
-0.0331 -0.0312 -0.9562 -0.7240 -0.2435
s.e.    0.3288  0.2733  0.4735  0.1726  0.1678

sigma^2 = 7610074: log likelihood = -590.81
AIC=1193.63  AICC=1195.13  BIC=1206.49

Training set error measures:
              ME      RMSE      MAE      MPE      MAPE      MASE
Training set 148.7039 2409.915 1836.09 114.5919 215.7665 0.7004219
              ACF1
Training set -0.01035534

> checkresiduals(ARIMA)

Ljung-Box test

data: Residuals from ARIMA(2,1,1)(2,1,0)[12]
Q* = 15.216, df = 10, p-value = 0.1244

Model df: 5. Total lags used: 15
```

Según los resultados, en el punto de forecast podemos ver que en junio del 2024 los valores negativos me indican que va a haber una caída a \$2723.

```
> print(summary(FORECAST))

Forecast method: ARIMA(2,1,1)(2,1,0)[12]

Model Information:
Series: DY
ARIMA(2,1,1)(2,1,0)[12]

Coefficients:
      ar1      ar2      ma1      sar1      sar2
-0.0331 -0.0312 -0.9562 -0.7240 -0.2435
s.e.    0.3288  0.2733  0.4735  0.1726  0.1678

sigma^2 = 7610074: log likelihood = -590.81
AIC=1193.63  AICC=1195.13  BIC=1206.49
```

Error measures:

	ME	RMSE	MAE	MPE	MAPE	MASE	ACF1
Training set	148.7039	2409.915	1836.09	114.5919	215.7665	0.7004219	-0.01035534

Forecasts:

	Point Forecast	Lo 80	Hi 80	Lo 95	Hi 95
Jun 2024	-2723.3430	-6260.612	813.9263	-8133.130	2686.4435
Jul 2024	525.0987	-3012.247	4062.4441	-4884.804	5935.0017
Aug 2024	815.7606	-2721.739	4353.2602	-4594.378	6225.8994
Sep 2024	-4295.9056	-7836.691	-755.1200	-9711.070	1119.2587
Oct 2024	576.9847	-2966.919	4120.8884	-4842.948	5996.9177
Nov 2024	416.0057	-3130.874	3962.8854	-5008.479	5840.4902
Dec 2024	576.2408	-2973.622	4126.1037	-4852.806	6005.2875
Jan 2025	1162.6508	-2390.197	4715.4982	-4270.960	6596.2620
Feb 2025	-1091.5395	-4647.368	2464.2895	-6529.711	4346.6317
Mar 2025	1117.8950	-2440.913	4676.7031	-4324.832	6560.6222
Apr 2025	570.5042	-2991.280	4132.2888	-4876.775	6017.7836
May 2025	-290.0085	-3854.767	3274.7502	-5741.836	5161.8194
Jun 2025	-2203.5394	-5941.622	1534.5434	-7920.444	3513.3649
Jul 2025	704.7575	-3036.539	4446.0545	-5017.062	6426.5775
Aug 2025	292.5151	-3452.061	4037.0909	-5434.319	6019.3495
Sep 2025	-5419.2109	-9168.487	-1669.9346	-11153.234	314.8123
Oct 2025	1076.6186	-2677.299	4830.5360	-4664.503	6817.7399
Nov 2025	-465.0532	-4223.560	3293.4537	-6213.193	5283.0871
Dec 2025	477.9793	-3285.115	4241.0732	-5277.176	6233.1348
Jan 2026	608.0199	-3159.657	4375.6965	-5154.144	6370.1841
Feb 2026	-501.5044	-4273.758	3270.7493	-6270.669	5267.6598
Mar 2026	387.3950	-3389.430	4164.2202	-5388.761	6163.5506
Apr 2026	-734.4130	-4515.804	3046.9780	-6517.552	5048.7256
May 2026	-1217.7500	-5003.701	2568.2015	-7007.863	4572.3632
Jun 2026	-2151.0755	-6509.358	2207.2070	-8816.493	4514.3424

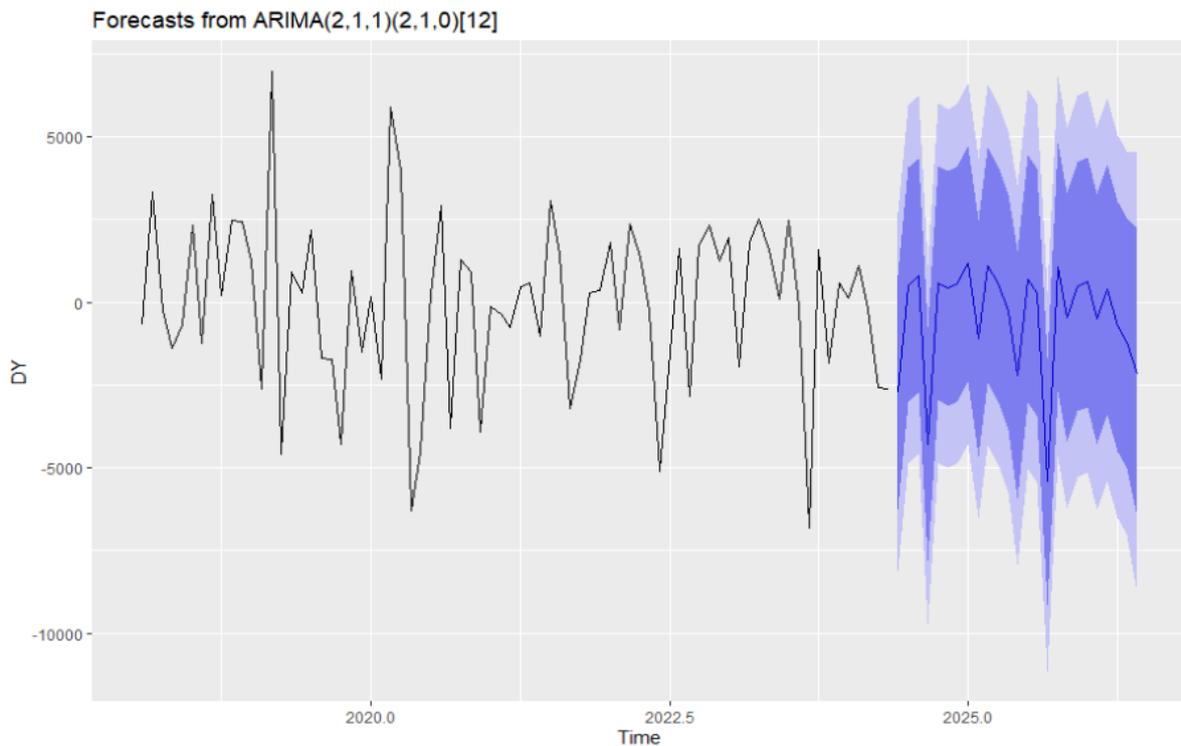


Gráfico 7: Forecasts Arima

En el gráfico 7, se aprecia que no hay tanta mejora en ventas. Se observa que los meses que faltan, la situación no se empeorará, pero tampoco habrá mejorías significativas, se mantendrán estables. En caso, de querer aumentar las exportaciones, se recomienda que se apliquen mejoras en los productos de exportación adaptándolos a los gustos y preferencia del mercado chino, además de aprovechar las diferentes herramientas digitales para poder potenciar el marketing de los productos más solicitados, para así tener un mayor alcance.

Se ha usado el forecast y series de tiempo porque se emplea el modelo ARIMA para analizar las tendencias de las exportaciones y predecir el futuro. Según Smith, J. (2020), este tipo de modelos es útil para encontrar patrones a lo largo del tiempo que permiten hacer predicciones informadas sobre variables como las ventas. Sin embargo, los residuales indican que el modelo mantiene normalidad, pero los resultados muestran que el modelo tiene un alto error cuadrático medio, lo que indica que la previsión no es del todo precisa.

Explicación de los Resultados Obtenidos

Al correr los modelos, se observa que en junio de 2024 se predice una caída en las ventas a \$2723, lo que sugiere una disminución en las exportaciones. Además, el análisis gráfico muestra que, aunque la situación no empeorará significativamente en los meses restantes, tampoco habrá mejoras notables, manteniéndose relativamente estable.

Por lo tanto, basándose en los análisis presentados en los capítulos anteriores, se acepta la hipótesis de que "Las diferencias culturales entre Ecuador y China afectan sus negociaciones comerciales". Las diferencias culturales juegan un papel crucial en las negociaciones, influyendo en las expectativas y estilos de comunicación, lo que afecta el éxito de estas.

En conclusión, los modelos de series de tiempo utilizados en el análisis muestran lo difícil que es predecir las exportaciones debido a factores externos como la pandemia. Para

mejorar el desempeño en el mercado chino, es importante considerar la adaptación de productos y estrategias.

Se recomienda que las compañías ecuatorianas modifiquen sus productos y estrategias comerciales para adaptarse mejor al mercado chino, utilizando herramientas digitales para mejorar el marketing y ampliar el alcance de los productos más demandados. Se sugiere que las compañías de Ecuador y China inviertan en capacitación intercultural, ya que esto mejorará la comprensión mutua y facilitará las negociaciones.

CONCLUSIONES

El capítulo 1 expone cómo las diferencias culturales entre Ecuador y China juegan un papel fundamental en las negociaciones comerciales bilaterales. Las características culturales de ambos países, desde el estilo de comunicación hasta las expectativas en las relaciones comerciales, determinan el éxito o fracaso de las negociaciones. A medida que la relación comercial entre ambos países se fortalece, resulta evidente la necesidad de un entendimiento profundo y un enfoque estratégico para navegar estas diferencias culturales. La adaptación y la sensibilización cultural son esenciales para maximizar los beneficios de estas relaciones comerciales en constante crecimiento.

El Capítulo 2 analiza minuciosamente las conexiones comerciales entre Ecuador y China, destacando su notable expansión en los últimos años. Los acuerdos comerciales y de cooperación, así como la creciente demanda de productos ecuatorianos en China, han contribuido a este aumento. Es evidente que las inversiones chinas en áreas claves del Ecuador han reforzado estos vínculos comerciales. El análisis minucioso de los bienes exportados e importados destaca la dependencia económica entre ambos países y destaca la necesidad de un enfoque estratégico para maximizar los beneficios de la amistad bilateral.

El Capítulo 3 se centra en la propuesta cultural para ayudar a Ecuador y China en sus negociaciones, destacando la importancia de adaptar las estrategias comerciales a las diferencias culturales específicas. Se identifican barreras como la forma de comunicación, la jerarquía, el estilo de negociación y las normas culturales, y se ofrecen soluciones útiles para superarlos. Este enfoque completo enfatiza cómo una comprensión profunda de la cultura china puede mejorar significativamente las relaciones comerciales, maximizando las oportunidades de éxito y minimizando los malentendidos.

Concluyendo con el capítulo 4, los modelos de series de tiempo revela que hubo factores externos como la pandemia que ha complicado la predicción de las exportaciones. Por ende es necesario adaptar los productos y las estrategias para mejorar el desempeño en el mercado chino.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que tanto las empresas ecuatorianas como las chinas inviertan en capacitación intercultural para mejorar la comprensión mutua y facilitar las negociaciones. La implementación de estrategias que consideren las particularidades culturales de cada parte puede llevar a mejores resultados comerciales. Además, es fundamental establecer relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo, priorizando un enfoque a largo plazo. Por último, la diversificación de las exportaciones y la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales pueden fortalecer la presencia de Ecuador en el mercado chino, contribuyendo a un comercio más equilibrado y sostenible.

Se aconseja que Ecuador mantenga la diversificación de sus productos exportables a China y investigue sectores con gran potencial de demanda en el mercado chino. Es esencial reforzar los mecanismos de colaboración y acuerdos comerciales que permitan el ingreso de bienes ecuatorianos a China y viceversa. Las compañías ecuatorianas deben enfocarse en adaptar sus estrategias a las demandas de calidad y certificación del mercado chino para asegurar un flujo comercial estable y en crecimiento. Por último, se propone fomentar la inversión de China en áreas clave que fomenten el progreso económico y tecnológico en Ecuador.

Con respecto al capítulo 3, Se sugiere que las empresas ecuatorianas implementen programas de capacitación cultural para preparar a sus equipos para negociar con socios chinos. Para llegar a acuerdos exitosos, es necesario adoptar un enfoque diplomático y respetar la jerarquía. Además, se recomienda establecer relaciones a largo plazo basadas en la confianza y practicar técnicas de comunicación indirecta y respetuosa. Para construir lazos comerciales

sólidos, es importante estar preparado para seguir protocolos y normas específicas, como el uso adecuado del lenguaje corporal y la etiqueta en las reuniones.

Concluyendo con el capítulo 4, se propone que las empresas ecuatorianas modifiquen sus productos y estrategias comerciales para adaptarse mejor al mercado chino, utilizando herramientas digitales para mejorar el marketing y ampliar el alcance de los productos más demandados. Se sugiere que las compañías de Ecuador y China inviertan en capacitación intercultural, ya que esto mejorará la comprensión mutua y facilitará las negociaciones.

REFERENCIAS

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad). (2020). Lista oficial de exportadores de banano y otras musáceas registradas y autorizadas. Recuperado de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/10/Lista-oficial-de-exportadores-de-banano-y-otras-musaceas-registradas-y-autorizadas.pdf>
- BBC News Mundo. (2018). Noticias internacionales sobre Ecuador. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46611462>
- BBC News Mundo. (2020). Las noticias más importantes de Ecuador. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55480479>
- Bourdieu, P. (1979). La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Grupo Santillana de Ediciones, S. A. https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf
- Cámara de Comercio de Quito. (s.f.). Recuperado de <https://ccq.ec/>
- Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión. (s.f.). Recuperado de
- Cialdini, R. B. (2007). Influence: The psychology of persuasion. HarperCollins.
- Dialogue Earth. (s.f.). Negocios: Ecuador y China TLC. Recuperado de <https://dialogue.earth/es/negocios/ecuador-china-tlc-tratado-libre-comercio-sudamerica/>
- Douglas, M. (1970). Natural symbols: Explorations in cosmology. Routledge.
- Ecuador Papers. (s.f.). Nombramiento China Tiesiju Civil Engineering Group Co. Ltd. Recuperado de <https://ecuadorpapers.org/ocr/161732%20CHINA%20TIESIJU%20CIVIL%20ENGINEERING%20GROUP%20CO.%20LTD./general/Nombramiento%202009-01-12%2012926253.pdf>

- Ekos Negocios. (s.f.). Agrorganica S.A. Recuperado de <https://ekosnegocios.com/empresa/agrorganica-sa>
- Ekos Negocios. (s.f.). Agzulasa Cía Ltda. Recuperado de <https://ekosnegocios.com/empresa/agzulasa-cia-ltda>
- Ekos Negocios. (s.f.). China Gezhouba Group Company Limited. Recuperado de <https://ekosnegocios.com/empresa/china-gezhouba-group-company-limited-grupo-china-gezhouba-compa>
- EMIS. (s.f.). Agraind S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agraind_SA_es_3980698.html
- EMIS. (s.f.). Agrícola Bananera Ecuatoriana - Agbe S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agricola_Bananera_Ecuatoriana_-_Agbe_SA_es_8201369.html
- EMIS. (s.f.). Agroaereo Fruit Export S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agroaereo_Fruit_Export_SA_es_4911342.html
- EMIS. (s.f.). Agrobany S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agrobany_SA_es_4137205.html
- EMIS. (s.f.). Agroberruz S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agroberruz_SA_es_3961903.html
- EMIS. (s.f.). Agrorganica S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agrorganica_SA_es_3951969.html
- EMIS. (s.f.). Agrosfera Sociedad Anónima. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agrosfera_Sociedad_Anonima_es_4138857.html
- EMIS. (s.f.). Agrosigal S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agrosigal_SA_es_8176329.html

- EMIS. (s.f.). Agrovictoria S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Agrovictoria_SA_es_4904615.html
- EMIS. (s.f.). Alcovercorp S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Alcovercorp_SA_es_6691241.html
- EMIS. (s.f.). Alfafruits S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Alfafruits_SA_es_8198172.html
- EMIS. (s.f.). Anfit S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Anfit_SA_es_4904931.html
- EMIS. (s.f.). Anishi S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Anishi_SA_es_5472358.html
- EMIS. (s.f.). China Hidroelectricidad Ingenieria Consultorio Grupo CO (HYDROCHINA CORPORATION). Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/China_Hidroelectricidad_Ingenieria_Consultorio_Grupo_CO__HYDROCHINA_CORPORATION__es_3971504.html#:~:text=La%20empresa%20China%20Hidroelectricidad%20Ingenieria,de%20otros%20tipos%20incluso%20renovable.
- EMIS. (s.f.). Cptdc China Petroleum Technology & Development Corporation Ecuador S.A. Recuperado de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Cptdc_China_Petroleum_Technology__Development_Corporation_Ecuador_SA_es_3567663.html
- Fincas del Oro. (s.f.). Recuperado de <https://fincasdeeloro.com.ec/>
- Fisher, R., & Ury, W. (1981). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in*. Penguin Books.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.

- Hall, E. T. (1976). La dimensión oculta (21.a ed.). Siglo XXI.
<https://catedrasabugo.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/06/hall-edward-t-la-dimension-oculta-cap-las-distancias-en-el-hombre-pag-139.pdf>
<https://casadelacultura.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). Recuperado de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/index.html>
- Legiscomex. (s.f.). Normativa agrícola. Recuperado de
<https://www.legiscomex.com/Documentos/NORMATIVA-AGRICOLA->
- Lewis, R. D. (2006). When cultures collide: Leading across cultures (2nd ed.). Nicholas Brealey Publishing.
- Lewis, R. D. (2018). When cultures collide: Leading across cultures. Nicholas Brealey Publishing. Recuperado de <https://www.mediaculture.fr/wp-content/uploads/2018/10/W>
- Marx, K. (1867). Das Kapital: Critique of political economy. Verlag von Otto Meissner. (Edición moderna)
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (s.f.). Recuperado de
<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador. (2023). Tratado de Libre Comercio Ecuador-China. Recuperado de
https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/Copia-de-FTA-COPY-ECUADOR-SPANISH_.pdf
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador. (s.f.). Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China entrará en vigencia el 01 de mayo.

<https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-entre-ecuador-y-china-entrara-en-vigencia-el-01-de-mayo/#:~:text=El%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,los%20requisitos%20y%20plazos%20establecidos.>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). Tratado de libre comercio entre Ecuador y China.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana de Ecuador. (s.f.). Cultura: China. Recuperado de <https://www.cancilleria.gob.ec/china/cultura/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/>

Observatory of Economic Complexity. (s.f.). Perfil bilateral del país: Ecuador y China. Recuperado de <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/ecu/partner/chn>

Observatory of Economic Complexity. (s.f.). Perfil bilateral del país: Ecuador y China. Recuperado de <https://oec.world/en/profile>

Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (s.f.). Recuperado de <https://www.puce.edu.ec/>

PRO Ecuador. (s.f.). Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/>

Ricardo, D. (1817). On the principles of political economy and taxation. John Murray.

S. Department of State. (s.f.). Ecuador International Travel Information. Recuperado de <https://travel.state.gov/content/travel/en/international-travel/International-Travel-Country-Information-Pages/Ecuador.html>

Samuelson, P. A. (2004). Economics (18ª ed.). McGraw-Hill.

Seair. (s.f.). Arteaga Feraud Antonio Ignacio. Recuperado de <https://www.seair.co.in/arteaga-feraud-antonio-ignacio-exporters-in-ecuador>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (s.f.). Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/>

Smith, A. (1776). The wealth of nations. Methuen & Co., Ltd. (Edición moderna)

Smith, J. (2020). Introduction to forecasting models. Academic Press.

Universidad Andina Simón Bolívar. (s.f.). Recuperado de <https://www.uasb.edu.ec/>

Veritrade. (s.f.). Importaciones y exportaciones: Asociación Agropecuaria Unidos por la Esperanza (ASCUPESPE). Recuperado de <https://www.veritradecorp.com/es/ecuador/importaciones-y-exportaciones-asociacion-agropecuaria-unidos-por-la-esperanza-ascupespe/ruc-0992910658001>

Veritrade. (s.f.). Importaciones y exportaciones: China Hidroelectricidad Ingenieria Consultorio Grupo CO (HYDROCHINA CORPORATION). Recuperado de <https://www.veritradecorp.com/es/ecuador/importaciones-y-exportaciones-china-hidroelectricidad-ingenieria-consultorio-grupo-co-hydrochina-corporation/ruc-1792272351001>

Xinhuanet. (2020). Noticias sobre China. Recuperado de https://spanish.xinhuanet.com/2020-01/22/c_138724633.htm



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Holguín Guevara, Naomi Giulianna** con C.C: **0951257039** y **Yang, Yiting**, C.C: **0950392613**, autoras del trabajo de titulación: **El impacto de las diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Negocios Internacionales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 23 días del mes de agosto del año 2024

LOS AUTORES

f. 

Holguín Guevara, Naomi Giulianna

C.C: 0951257039

f. 

Yang, Yiting

C.C: 0950392613



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	El impacto de las diferencias culturales y barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano		
AUTOR(ES)	Holguín Guevara, Naomi Giulianna Yang, Yiting		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresas		
CARRERA:	Negocios Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Negocios Internacionales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	23 de agosto del 2024	No. DE PÁGINAS:	91
ÁREAS TEMÁTICAS:	Estadísticas, Comercio, Importaciones, Comercio exterior		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Barreras culturales, forecasting, series de tiempo, exportaciones, Ecuador y China		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Esta tesis investiga el impacto de las diferencias culturales y las barreras comerciales entre Ecuador y China en las exportaciones de banano. Su objetivo principal es resaltar la importancia de comprender la cultura de la contraparte en las negociaciones para lograr resultados exitosos. Se realizó un estudio correlacional cuantitativo para observar cómo han evolucionado las importaciones y exportaciones ecuatorianas a lo largo de los años. Se desarrolló un modelo de series de tiempo y pronóstico, que revela los desafíos de predecir las exportaciones futuras debido a factores externos como la pandemia. Además, enfatiza la necesidad de adaptar productos y estrategias para mejorar el desempeño en el mercado chino. El estudio concluye que las diferencias culturales entre Ecuador y China tienen una influencia significativa en sus negociaciones comerciales, afectando tanto las expectativas como los estilos de comunicación, lo que a su vez incide en el éxito de estas negociaciones.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593997532718 +593992345671	E-mail: naomi.holguin@cu.ucsg.edu.ec yiting.yang@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Freire Quintero Cesar Enrique		
	Teléfono: +593-990090702		
	E-mail: cesar.freire@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			