

41

INFORME EXPORT•AR

DIPAT Herrajes
La búsqueda de la auto-sustentabilidad
en un proceso asociativo

Análisis de tendencia del mercado
internacional de lencería

Análisis de oportunidades comerciales para
el incremento de las exportaciones
argentinas a la República de Ecuador

Forfaiting

INFORME EXPORT•AR

- 7 Caso Exitoso**
DIPAT Herrajes
La búsqueda de la auto-sustentabilidad
en un proceso asociativo
- 13 Producto**
Análisis de tendencia del mercado internacional de lencería
- 42 Mercados**
Análisis de oportunidades comerciales para el incremento
de las exportaciones argentinas a la República de Ecuador
- 82 Comercio Exterior**
Forfaiting

Autoridades

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO

Secretario de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales

Emb. Luis M. Kreckler

Subsecretario de Comercio Internacional

Lic. Ariel Schale

FUNDACIÓN EXPORT.AR

Presidente del Consejo de Administración

Lic. Miguel Acevedo

Director Ejecutivo

Lic. Juan Usandivaras

Director de Operaciones

Lic. Pablo Kunik

Gerente de Servicios al Exportador

CPN Diego Nelli

Coordinador Área de Análisis e Inteligencia Comercial

Santiago Andrés Mantelli

Responsable Área de Análisis e Inteligencia Comercial

Martín Tomás Poggi

Área de Análisis e Inteligencia Comercial

MBA Lic. María Leticia Sandoval

Lic. Sebastián Fratto

Agustín Bozzotti

Diseño

D.G. Omar Baldo

Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos citando como fuente Informe Export•Ar de Fundación Export•Ar. Este informe también se puede obtener en: www.exportar.org.ar

Introducción



El acceso a información estratégica es una de las herramientas que permite maximizar los esfuerzos que realizan las pequeñas y medianas empresas en su proceso de internacionalización, reduciendo los riesgos que implica afrontar nuevos mercados, generalmente distintos al ámbito natural en el que operan estas empresas, tanto en aspectos culturales y políticos, como económicos y comerciales.

Informe Export•Ar es una herramienta que ponemos al servicio de las empresas argentinas, en el marco de las diversas acciones que desarrollamos en nuestro objetivo de promover las exportaciones argentinas.

Informe Export•Ar tiene como fin brindar un reporte a través del cual los empresarios puedan acceder a información relevante para su actividad exportadora. Los temas que se desarrollan en el mismo son, entre otros, normativas y procedimientos relacionados a la operatoria de exportación, oportunidades de negocios, experiencias exitosas y noticias del mercado internacional.

En cada número, encontrarán las siguientes secciones:

Informe Caso Exitoso

Se presentan casos de empresas o grupos de empresas, que hayan desarrollado una exitosa estrategia de exportación, cuya experiencia pueda contribuir al desarrollo de negocios para otras empresas, con o sin experiencia en el comercio exterior.

Informe Productos / Servicios

Se desarrolla un análisis de las principales tendencias del comercio internacional y oportunidades de mercado, para productos y servicios de la oferta exportable argentina. La selección de estos productos se realiza en función de las perspectivas que los mismos presentan en su acceso al mercado internacional, la demanda de información por parte de los empresarios argentinos y las definiciones de estrategia comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

Informe Mercados

Con el fin de incrementar las exportaciones argentinas, Fundación Export•Ar analizará un mercado, con el objeto de identificar sectores para los cuales se presentan, en cada caso, oportunidades para consolidar o generar nuevos negocios de exportación. Estos informes se complementarán posteriormente en un trabajo con los actores que integran esos sectores (empresas, cámaras y demás organismos intermedios) a fin de definir acciones concretas que permiten aprovechar esas oportunidades.

Informe Comercio Exterior

Se desarrollan artículos vinculados a normativas y procedimientos vinculados con la operatoria de exportación, así como también otra información de utilidad relacionada con el comercio exterior argentino.



DIPAT Herrajes

La búsqueda de la auto-sustentabilidad en un proceso asociativo

DIPAT
DISTRITO INDUSTRIAL
PATAGONIA

Distrito Industrial Patagonia es el resultado de doce años de trabajo en la búsqueda de la consolidación de un consorcio de exportación. El Ing. José De Lorenzis, coordinador del DIPAT, nos cuenta el arte de llevar adelante un proceso asociativo y la importancia de articular actividades tanto en el mercado interno como en el externo.

¿Cómo fueron los primeros pasos? ¿Qué obstáculos sortearon? ¿Qué redes conformaron para crecer? ¿Cómo se logra competir con herrajes fabricados en China? De Lorenzis comparte con la Fundación Export.Ar experiencias profesionales que ayudan a conocer mejor los vaivenes de un proceso asociativo.

Fundación Export.Ar: ¿Cuáles son los orígenes de DIPAT?

José De Lorenzis: DIPAT nace en 1998 por una iniciativa de los industriales de San Martín que formaron un grupo llamado AREXSAM Baires a través de la Cámara de Industriales del partido, con la idea original de trabajar asociativamente con empresas de distintos rubros del municipio. Una vez iniciado el camino, se observó que esta multiplicidad de sectores mostraba a la vez el surgimiento de algunos obstáculos para avanzar, entendiéndose que emprender este proceso de manera multisectorial era muy dificultoso dado que las empresas no tenían necesidades comunes más allá de compartir un criterio geográfico y la voluntad de exportar. Luego de esto, ya con el apoyo de la Universidad de San Martín y de la Municipalidad del

mismo partido, comenzaron a segmentarse en grupos según la industria, conformando 3 grupos diferenciados: textil CETAR, Patagonia Herrajes y otro de especialidades medicinales, siendo DIPAT el único que evolucionó satisfactoriamente. Desde los comienzos, siempre se manejó un promedio de 10 empresas integrantes, con el objetivo claro de salir a exportar bajo el modelo de consorcio de exportación, buscando generar ahorros en temas logísticos, en la participación de misiones comerciales, mejora en la presentación de los productos con el fin de potenciar las posibilidades de exportación. Podemos considerar que los primeros 5 años de acciones conjuntas del DIPAT, sirvieron sobre todo para consolidar la confianza entre las empresas participantes y explorar los mercados internacionales obteniendo los primeros resultados concretos de exportación.

Fundación Export.Ar: ¿Qué dificultades encontró el grupo a la hora de hacer el primer intento en la colocación de productos?

José De Lorenzis: En los primeros años hubo mucha rotación de empresas dado que algunas de ellas ingresaban con la expectativa de que por el solo hecho de pertenecer a un consorcio de exportación, esto les iba a permitir vender a mercados externos. No comprendían que, en realidad, estaban entrando a un modelo de asociación que los acercaba a la exportación pero que, en ese momento, solo unos pocos podían materializar con ventas en el corto plazo. En la asociatividad ocurría que había muchas reuniones e iniciativas pero pocos resultados tangibles. Por citar algunos ejemplos, podían hacer una página web, viajar conjuntamente y ahorrar en el viaje, conseguir rápidamente información de los mercados potenciales, pero todo esto sin un resultado palpable en el tiempo. Esto hacía que la rotación de empresas fuera alta, puesto que el objetivo de exportación era el gancho para ingresar al grupo, pero la necesidad de resultados de corto plazo se contraponía con la evolución natural del modelo asociativo.

En virtud de lo mencionado, se comenzó a complementar la iniciativa del Consorcio de Exportación con el modelo de Distritos Industriales que impulsaba el Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires. El nombre viene del modelo industrial italiano, donde PyMEs colaboran no exclusivamente para exportar, sino también para desarrollar otro sinfín de actividades generadas en una misma región.

Así, después de varios años, los miembros se dieron cuenta de que el mayor valor que habían construido en todo este tiempo era la confianza emprendedora en forma conjunta que habían generado entre las empresas, permitiéndoles comenzar a explotar así sus capacidades para desarrollar otro tipo de actividades. Esa es la esencia del caso DIPAT; entender que poner el objetivo de asociatividad solamente para la exportación es algo riesgoso en el mediano plazo ya que por lo general se desgasta la relación entre los miembros, considerando los tiempos requeridos para lograr exportaciones. La asociatividad hay que cultivarla con hechos, con resultados tangibles. Los resultados únicamente de exportación, al no ser inmediatos, convierten al terreno en poco amigable para este tipo de proceso. De esta forma, DIPAT logró empezar a cambiar el modelo y comenzar a tener actividades de mercado local, más inmediatas, permitiendo así mantenerse motivados en el tiempo. Luego, a través de iniciativas como participar en misiones comerciales y ferias

internacionales, las exportaciones comenzaron a llegar, con lo cual se suman los resultados de corto plazo del mercado doméstico y los de mediano plazo en la esfera internacional.

Fundación Export.Ar: ¿Cómo definiría los objetivos del grupo?

José De Lorenzis: El primer objetivo del grupo es el proyecto de consorcio de exportación. Exportar bajo este modelo implica tener conocimientos, tener capacidad exportadora, espíritu exportador y confianza entre los miembros. Por lo general las PyMEs argentinas tienen muy poco conocimiento en materia de exportación y pocas experiencias asociativas que estimulen la confianza entre empresas del mismo sector.

Así, el DIPAT definiendo su principal objetivo de exportación, trabajó en otros objetivos más básicos que llegar a exportar direccionados a generar confianza entre sus miembros, mejorar la capacidad productiva, agregando valor a sus productos con programas de diseño y calidad, y capacitándose continuamente para mejorar día a día su gestión exportadora.

Fundación Export.Ar: ¿Cómo fue el proceso de internacionalización?

José De Lorenzis: El DIPAT está compuesto por 10 empresas, en donde si bien algunos productos coinciden entre ellas, son en su mayoría fabricantes de productos complementarios, situación que facilitó el inicio de las actividades conjuntas. En cuanto al proceso, recién en el año 2005 el grupo comenzó a tener sus primeras exportaciones. Así en este año se logró vender a Chile, Uruguay y Bolivia por U\$S 100.000, ampliándose la cantidad de mercados y montos en los años siguientes hasta llegar a los U\$S 715.000 en 2009 y proyectarse llegar al millón de dólares de exportación en el 2010. Los mercados con potencial de exportación para el DIPAT son los países de Latinoamérica, con operaciones en algunos países del Caribe. Por otra parte, se han encontrado bastantes dificultades en cuanto al ingreso en Brasil y México, en este último caso principalmente por su lejanía. Lo que marca este proceso es que la iniciativa la tuvieron en 1998 pero recién empezaron a exportar en 2005. A partir de ese año, los resultados de ventas externas se hicieron bien tangibles. No obstante, el sostenimiento de la asociatividad se dio por empezar a desarrollar actividades no vinculadas exclusivamente con la exportación.

En 2007 se cambió el modelo general, modificándose hasta el nombre del grupo asociativo, pasando de "Patagonia Herrajes Consorcio de Cooperación", al actual "Distrito Industrial Patagonia - DIPAT Herrajes" basándose en la experiencia italiana, cambiando así también la forma de presentarse. Una de las fortalezas del grupo es que opera también sobre un mismo territorio, conjugando el trabajo entre empresas del mismo sector y de la misma región, asemejándose al modelo italiano. Esa suma de fortalezas influye en cuanto a los recursos e instituciones de apoyo local, donde el DIPAT viene trabajando con la Universidad local, con el Municipio, con las Escuelas Técnicas locales y con organismos provinciales y nacionales para el desarrollo de sus actividades, contribuyendo a su vez al desarrollo regional.

Finalizando el año 2008, el DIPAT desarrolla un plan estratégico 2009-2010 redefiniendo sus objetivos y actividades. Una de las actividades más importantes que desarrolló el grupo en este periodo, fue el armado de Centros de Servicios, definido como lugares físicos tangibles donde se presta servicios al conjunto de empresas. Se compone por lo general de cuatro áreas bien definidas: una de capacitación, un área operativa, un área de exhibiciones y una de servicios profesionales.

Desde 2007 al día de hoy se han consolidado 3 centros de servicios. El primero fue el Centro profesional o administrativo ubicado en la Universidad de San Martín, institución que prestó una oficina para incubar el proyecto desde sus comienzos, siendo la primera oficina y lugar físico donde se reunía el grupo. También en 2007 se inició el Centro de Servicios Operativo en una escuela técnica de San Martín, la N° 2 Alemania, donde se instaló una fresadora y una inyectora de plástico con el objetivo de producir para el grupo de empresas y, a la vez, capacitar a los alumnos aprovechando el espacio conseguido en el establecimiento. Estas primeras máquinas fueron solventadas entre todas las empresas. Luego, en esta misma Escuela Técnica en el 2009 se consolidó un Centro de Matricería con la cooperación del Ministerio de la Producción de la Provincia de Buenos Aires, a través de su programa Distritos Productivos, comprándose con los fondos obtenidos una fresadora, una rectificadora, una electroerosionadora y una máquina de corte por hilo para la fabricación de matrices. Ninguna de estas máquinas se justificaría instalarla solo en una de las empresas participantes, pero si se sustenta al prestar servicios a las 10 empresas integrantes del DIPAT y además brindando capacitación a los chicos de la Escuela Técnica. Con este proyecto se consigue invertir en tecnología de alto costo y alto rendimiento para la industria local y a su vez, disponer de maquinaria de escala industrial en una Escuela Técnica, permitiendo capacitar a los alumnos de los

últimos años que están por salir al mercado laboral, achicando la brecha entre el ámbito escolar y el del trabajo.

Otro centro de servicios es el Centro de Distribución, que está dedicado a la distribución y venta al mercado local, y de donde se consolidan las exportaciones. En el mismo sentido, tenemos otros dos centros proyectados, uno es replicar el centro de la escuela técnica N° 2 en la escuela técnica N° 5 de San Martín que tiene un perfil más orientado a la innovación y diseño, con el fin de desarrollar nuevos diseños de matricería. Este proyecto ya está formulado y presentado al Ministerio de Producción y al programa de asociatividad de la SEPYME para solicitar los fondos que nos faltan para poder instrumentarlo. El proyecto del Centro de Innovación y Diseño implicara un salto cualitativo muy grande para las empresas del grupo ya que con este Centro las empresas podrán agregar valor a su producción y responder de forma eficiente a los requerimientos del mercado local e internacional. Este proyecto intenta además reducir la brecha existente entre la tecnología utilizada por las grandes empresas en los mercados externos, con la capacidad real que tienen las PyMEs locales para acceder a ellas.

Fundación Export.Ar: ¿Cuál es el impacto de los Centros de Servicios en la formación técnica de los estudiantes?

José De Lorenzis: Dado que es muy difícil conseguir técnicos matriceros en el mercado, y sobre todo, que manejen tecnología de última generación, gracias a estos Centros de Servicios estamos formando ayudantes que empiezan a tener algún criterio en el uso de esta tecnología y así los alumnos salen sobrecapacitados respecto del resto ya que por lo menos han podido tener una experiencia de matricería concreta dentro de un proyecto productivo. Por ello decimos que el caso DIPAT no es solo una experiencia de modelo asociativo direccionado hacia la exportación, sino que en él incluye un sentido social más amplio vinculado a la inclusión y responsabilidad social del empresariado participante.

Fundación Export.Ar: ¿Qué enseñanzas les ha dejado el proceso?

José De Lorenzis: En principio, que es importante no plantear exclusivamente objetivo de exportación, sino también tener en cuenta otras actividades asociativas, aprovechando la asociatividad entre las empresas locales, definiendo objetivos de corto y largo plazo. De esta manera, se puede ir logrando va preparar a las empresas

en su capacidad exportadora y en la confianza entre las mismas, para que el modelo y las actividades que se plantean perduren en el tiempo.

Otra de las enseñanzas que nos deja el proceso atravesado por el DIPAT, es que los procesos asociativos se desgastan con el tiempo, con lo cual, uno tiene que lograr la auto-sustentabilidad del modelo, para poder seguir aprovechando los beneficios de la asociatividad. De no lograrlo, el modelo puede fragmentarse debido a las diferentes expectativas de las empresas, que en el largo plazo por lo general buscan indicadores de resultados cuantificables y no solo beneficios indirectos.

Fundación Export.Ar: ¿En qué basaría la obtención del Premio a la Sustentabilidad Exportadora otorgado por La Nación?

José De Lorenzis: El argumento que se presentó para el premio logrado este año, es un poco lo que venía comentando: lograr resultados de exportación a partir del desarrollo de actividades locales orientadas a generar valor y capacidad de producción en las empresas integrantes. De esta manera se busca trabajar de manera asociativa en actividades de base, las cuales permitan a mediano largo plazo dar sustento al proyecto exportador. Los 12 años de trabajo asociativo continuo y los mercados en el exterior abiertos, son resultados que nos permitieron conseguir el reconocimiento a la Excelencia Exportadora como “Mejor Proyecto Sustentable”.

Fundación Export.Ar: ¿Cómo describiría la importancia de la inteligencia comercial en la selección de mercados?

José De Lorenzis: Los empresarios entendieron que la única forma de captar las oportunidades de los mercados era viajar, participar en ferias internas y externas, misiones comerciales y acercar el producto al comprador externo. En ello se ha invertido desde el inicio. Con ese tipo de experiencias fueron entendiendo y haciendo contactos en el exterior, y viendo dónde existen posibilidades y dónde no, y conociendo de a poco los mercados potenciales. Fue un proceso basado en invertir en los mercados, conocer los posibles compradores y distribuidores en el exterior. Todas las ventas vinieron asociadas a la participación en una misión comercial o en alguna feria u otra actividad de promoción comercial externa, concretándose de esta manera las primeras operaciones.

A medida que se fue trabajando con mercados más lejanos, fuimos entendiendo que las posibilidades de exportar se iban complicando debido al aumento de los gastos de exportación y a la aparición de nuevos competidores. Entendimos así que los mejores mercados para trabajar con los herrajes, son los países de Latinoamérica.

Un factor fundamental en la apertura de mercados externos fue consolidarse bajo la figura de “Consortio de Exportación”. Entendemos que el DIPAT fue el primero en



lograr exportar bajo esta figura en la Argentina, lanzada legalmente -según recuerdo- en el año 2005. Bajo esta figura el grupo consolida pedidos de distintas empresas en un embarque no solo reduciendo los gastos de exportación, sino también dándole la oportunidad al comprador en el exterior de comprar pequeños lotes de productos de cada empresa, reduciendo de manera considerable el stock o carga financiera. Esta característica, resulta diferenciadora por ejemplo con el producto de competencia China, los cuales tienen precios más competitivos, pero exigen una alta inversión en lotes de grandes volúmenes de compra.

También encontramos en los mercados donde participamos existencia de herrajes de origen brasilero y europeo, con los que competimos en calidad y precio. Nuestra estrategia y fortaleza es que frente a productos chinos, no competimos en precio pero sí en calidad, reducción de lotes de compra y tiempo de entrega. Con el resto de la competencia internacional competimos en precio, calidad y también en tiempos de entrega.

En la actualidad estamos desarrollando estudios de mercado, contratando algunos sistemas que nos permitan conocer qué competidores están exportando a cada uno de los países donde ya tenemos participación. A la vez, estamos haciendo un estudio de mercado muy profundo del herraje en la Argentina que hoy en día no existe porque hay que considerar que es un subsector muy chico dentro

de la metalmecánica. En este estudio, vemos que el DIPAT concentra cerca del 18% de las exportaciones argentinas.

Tal vez el camino emprendido sea el inverso porque primero salimos al mercado y luego comenzamos a realizar investigaciones de mercado pero esto obedece también a la necesidad de resultados rápidos para afianzar la motivación y el proceso asociativo.

Fundación Export.Ar: ¿Cómo influyó la coyuntura en la consolidación del proceso asociativo?

José De Lorenzís: Si bien es innegable que en los últimos diez años hubo un fuerte estímulo a mirar hacia los mercados internacionales por la devaluación de nuestra moneda, es importante remarcar que las empresas tuvieron la visión de mantener una continuidad en esta iniciativa conjunta. Más allá de las variaciones tanto en la coyuntura local como en la externa, todas mantuvieron la presencia en el mercado local -donde tienen una buena participación - realizando a la vez, un continuo aprendizaje en el mercado externo que se consolidó apoyándose en la gestión, a través del DIPAT. Nosotros siempre decimos que la principal actividad de las empresas es la que desarrollan en el mercado local y la secundaria es la que desarrollan con el DIPAT. Cada una debe mantener la atención en hacer funcionar bien sus empresas, en producir cada vez mejor y ver a la exportación como una



El grupo de empresarios en la feria BATIMAT

actividad complementaria, sin desatender ninguna rama de su negocio, ya que esta es una de las mayores fortalezas que tienen los miembros.

Fundación Export.Ar: ¿Cuál ha sido la asistencia que recibieron de la Fundación Export.Ar a lo largo del proceso?

José De Lorenzis: A través del programa de asociativismo Fundación Export.Ar-Fundación Standard Bank, se logró financiar los gastos del primer coordinador por dos años, permitiendo la incubación del proyecto y hoy en día estamos dentro del programa de consorcios con lo cual, cualquier actividad que se realiza, nos enteramos a través de la Fundación. Esta comunicación fluida permite que participemos activamente en las actividades de promoción comercial como en ferias y misiones comerciales, más allá de la agenda propia que ya tiene el DIPAT. Por otra parte, cuando tuvimos que pasar a la figura legal de Consorcio de Cooperación, la Fundación nos ha apoyado mucho en cuanto a su asesoramiento legal y técnico al respecto.

Fundación Export.Ar: ¿Cuáles serían sus expectativas respecto del mediano y largo plazo?

José De Lorenzis: Sería el autosustento del DIPAT en sí. Esa es la principal expectativa. Hoy las empresas siguen haciendo un aporte pero queremos que el negocio genere recursos para reinvertir en las actividades definidas por el grupo.

Fundación Export.Ar: ¿Y en cuanto a mercado externos?

José De Lorenzis: Sería la internacionalización del DIPAT, a través de distribuidores o integrando sociedades, de manera de ingresar de forma más efectiva a mercados como Brasil y Chile, países donde ya se está pensando en abrir oficinas comercial. Otra expectativa es seguir incorporando socios. Estamos abiertos a esto y no nos encerramos únicamente en la región. Nuestra expectativa es cubrir el 100% de los rubros dentro del sector Herrajes.

ELABORACIÓN: SANTIAGO A. MANTELLI

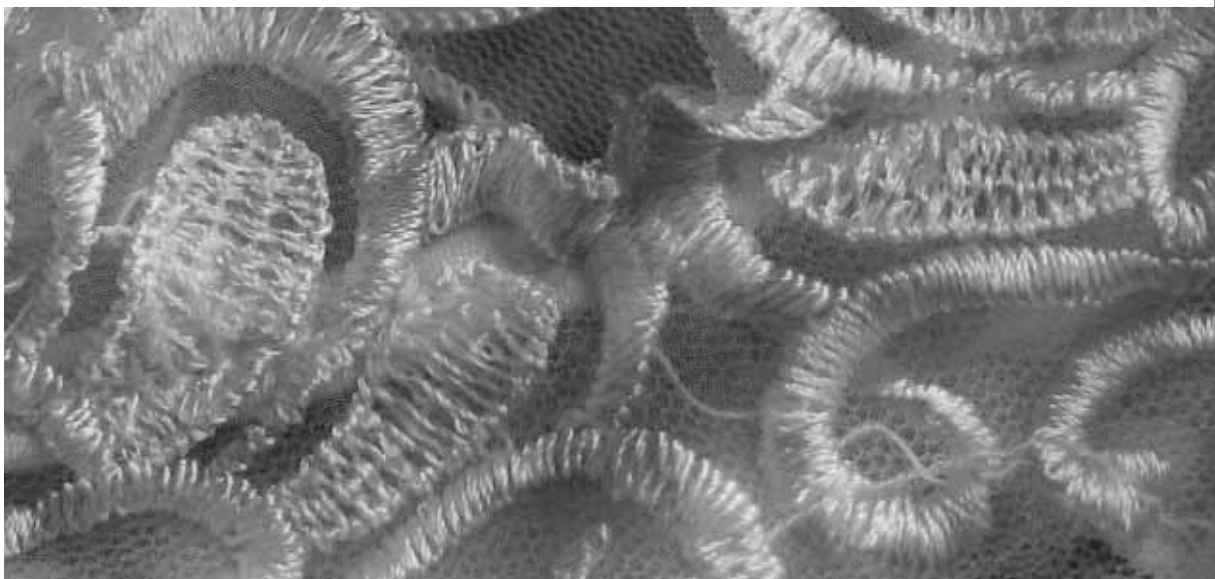


Showroom de productos de las empresas del grupo



Análisis de tendencia del mercado internacional de lencería

En el año 2009 las importaciones mundiales de lencería femenina superaron los 21.300 millones de dólares. Si bien implicó una merma cercana al 25% interanual, ello se dio en un contexto de crecimiento del 8% anual promedio desde 2005. Los Estados Unidos, Alemania y Japón son los principales importadores y, junto con las economías europeas, explican casi la totalidad de las compras mundiales. Por otro lado, el mercado exportador está fuertemente concentrado, dominado por China. Las exportaciones argentinas en 2009 fueron de 6,8 millones de dólares, tras una caída interanual acorde al contexto mundial. Los principales destinos de estas colocaciones son los mercados regionales de Uruguay, Chile y Paraguay. Casi la totalidad de las exportaciones provienen de la Provincia de Buenos Aires.



El análisis estadístico que se presenta a continuación tiene como propósito estudiar el desempeño del mercado internacional de la lencería femenina.

Para confeccionar el estudio de importaciones y exportaciones mundiales se consideraron las siguientes partidas arancelarias pertenecientes al Sistema Armonizado (Nomenclador Común del MERCOSUR):

6108: *Combinaciones, enaguas, bragas (bombachas, calzones), camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas.*

6115: *Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, incluso de compresión progresiva (por ejemplo, medias para várices), de punto.*

6212: *Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto.*

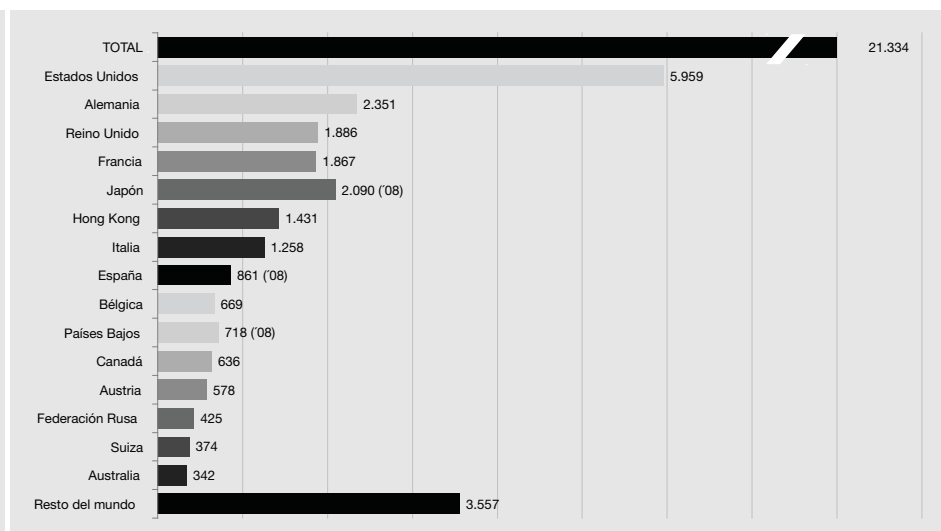
En las próximas páginas se analiza el comportamiento de las importaciones y exportaciones mundiales, los montos comerciados, los principales mercados y proveedores; y, en ese contexto, el desempeño de las exportaciones argentinas del rubro, sus mercados de destino y origen provincial de las mismas. Por razones de simplicidad expositiva, se incluyen algunos gráficos y cuadros que sintetizan las principales ideas vertidas en el texto. Al final del informe se compilan, en un anexo estadístico, cuadros adicionales que amplían la información utilizada.

COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES DE LENCERÍA FEMENINA

En el transcurso del año 2009, las importaciones mundiales de lencería femenina superaron los 21.300 millones de dólares².

El 83% de dicho monto se explica por las adquisiciones internacionales de los siguientes 15 países:

Gráfico N° 1.
Principales importadores mundiales de lencería femenina. Datos de 2009. En millones de dólares.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

En Resto se agrupan los países que no alcanzan los 300 millones de dólares de importaciones de lencería femenina en 2009. No se cuenta con datos actualizados a 2009 para Japón, España y Países Bajos, por lo que se mantuvo su lugar en el ranking de 2008.

¹ En el Anexo, Cuadro A1 se presenta un listado las Posiciones Arancelarias desagregadas.

² Es preciso señalar que este monto no es definitivo y está subestimando el monto real comerciado en dicho año, puesto que aun no se cuenta con los datos de algunos países de participación relevante en el comercio mundial como son Japón, España y Países Bajos, que el año anterior habían ubicado los lugares 5°, 8° y 10° en el ranking mundial. Por esta razón, para estos países, se utilizarán las cifras del año 2008.

³ En este monto no se consideran las compras de España ni de Países Bajos (ver nota 1), pero durante el período 2005-2008, ubicaron como octavo y décimo importador respectivamente cada año.

Los principales mercados de importación son:

- los Estados Unidos, que participan con un 28% de las compras internacionales (5.959 millones de dólares);
- Alemania, que abarca el 11% (2.351 millones de dólares);
- el Reino Unido, con el 9% (1.886 millones);
- Francia que representa otro 9% (1.867 millones).

Tal como se desprende del Gráfico N° 1, ocho de los quince principales importadores son países pertenecientes a la Unión Europea. En conjunto dan cuenta del 40% del total mundial: 8.610³ millones de dólares.

Por otro lado, las naciones agrupadas en “resto del mundo” no superaron los 300 millones de dólares en lencería en el año 2009. Asimismo, este grupo se ha mantenido relativamente estable en los últimos 5 años.

Respecto del año anterior, los 21.300 millones de dólares importados, a nivel mundial, representaron una merma del 27%⁴, ya que en 2008 se habían importado más de 29.000 millones de dólares. Hasta ese año, las importaciones totales venían incrementándose a una tasa del 8% promedio anual, lo que dio lugar a una expansión del 27% en tres años (2005-2008).

En el período 2005-2009, todas las naciones más relevantes en el comercio mundial de lencería femenina experimentaron incrementos que se vieron afectados por el desempeño del último año. De hecho, todas ellas, redujeron sus adquisiciones internacionales en 2009, en relación a 2008. Ello puede apreciarse en el siguiente cuadro, en que se incluyen las importaciones mundiales, por país, para los años 2005 a 2009.

Cuadro N° 1. Importaciones mundiales de lencería femenina por país. Años 2005-2009*. En miles de dólares

Países	2005	2006	2007	2008	2009	Part. % 2009
Estados Unidos	5.958.135	6.477.117	6.571.508	6.552.119	5.958.762	28%
Alemania	2.036.521	2.075.761	2.245.605	2.397.240	2.350.764	11%
Reino Unido	1.823.944	1.931.268	2.141.073	2.196.803	1.886.375	9%
Francia	1.710.493	1.724.142	1.995.859	2.107.315	1.867.327	9%
Japón*	1.780.354	1.833.077	1.889.456	2.090.235	s/d	7%
Hong Kong, China	1.394.153	1.500.149	1.594.112	1.642.824	1.430.614	7%
Italia	829.343	1.011.423	1.267.888	1.355.728	1.258.369	6%
España*	569.934	659.580	819.431	867.268	s/d	3%
Bélgica	548.760	537.831	649.946	728.518	669.226	3%
Países Bajos*	529.866	582.706	685.213	717.508	s/d	2%
Canadá	481.287	575.152	666.906	689.585	635.938	3%
Austria	519.488	533.701	613.186	673.052	578.482	3%
Federación Rusa	89.528	156.811	318.073	465.871	425.497	2%
Suiza	326.276	317.673	366.155	399.554	373.853	2%
Australia	251.239	266.133	304.796	350.813	341.647	2%
Dinamarca	232.145	254.937	318.112	339.927	268.054	1%
Suecia	224.368	261.548	289.124	306.537	286.523	1%
Polonia*	115.634	135.943	167.489	270.548	s/d	1%
Irlanda	156.536	192.137	237.027	242.539	230.675	1%
Grecia*	132.201	161.821	223.791	233.864	s/d	1%
Noruega	144.959	156.054	188.794	224.116	202.425	1%
México	190.707	195.080	194.429	195.559	150.596	1%
Finlandia	129.727	144.447	168.792	180.571	164.202	1%
Venezuela	76.894	68.566	106.256	178.203	79.534	0%
Portugal	109.638	122.832	153.868	166.907	154.143	1%
Emiratos Árabes Unidos	89.616	116.364	142.634	162.405	146.171	1%
República de Corea*	116.478	141.066	164.188	162.007	s/d	1%

⁴ Cabe aclarar que esta tasa será menor una vez que se conozca los datos definitivos de importación de Japón, España y Países Bajos. Se estima que el nuevo monto implicará una merma del orden del 15% interanual.

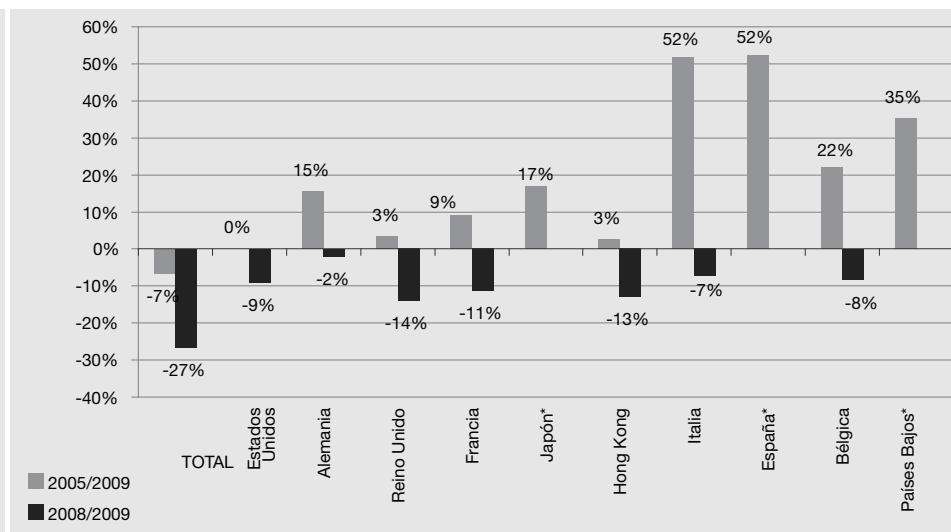
República Checa*	96.022	93.482	118.939	150.777	s/d	1%
Hungría*	102.613	101.928	117.657	132.343	s/d	0%
Lituania	16.189	26.230	38.846	131.426	112.785	1%
Resto del mundo	2.043.341	2.260.818	2.518.511	2.741.356	1.762.021	8%
TOTAL	22.826.390	24.615.776	27.277.663	29.053.519	21.333.982	100%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

* No se cuenta con los datos de importación de 2009 para Japón, España, Países Bajos, Polonia, Grecia, República de Corea, República Checa y Hungría, todos ellos, países que desde 2005 evidenciaron una evolución creciente y pareja que los colocó en 2008 por encima de los USD 100.000 millones de dólares de importación del productos del rubro. Para ellos se menciona la participación en el total de las importaciones mundiales de 2008. Por esta razón, el ordenamiento de países se hizo en función de los montos importados en 2008.

En términos generales, a lo largo de estos años, las participaciones en el mercado de importaciones son estables. A continuación, se exponen las evoluciones más destacadas. El Gráfico N° 2 enseña la tasa de variación de 2005 a 2009 y la tasa interanual 2008-2009 experimentada por cada uno de los diez principales importadores mundiales de lencería femenina. El Gráfico N° 3 muestra los diez países que experimentaron mayor crecimiento en el período 2005-2009.

Gráfico N° 2.
Variaciones 2005/2009
y 2008/2009 de las
importaciones de los
10 principales
importadores del
mundo.

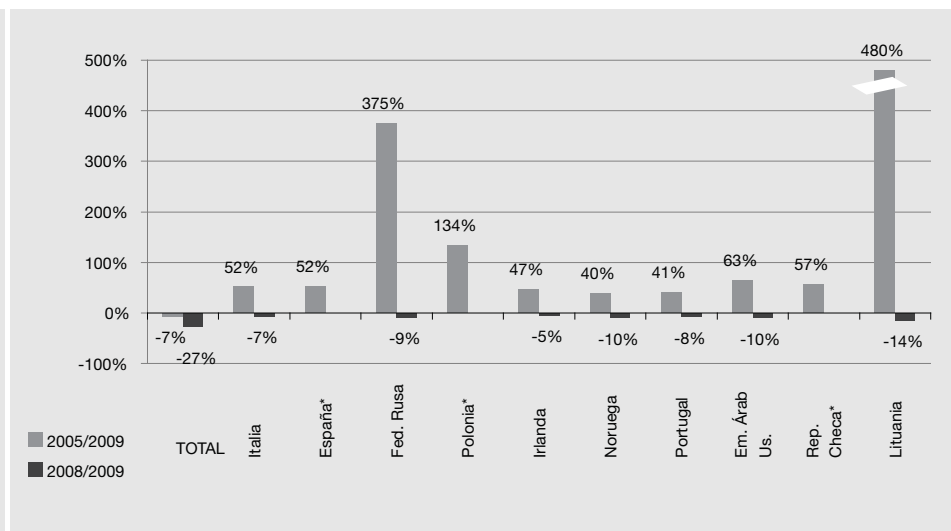


Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Los países están ordenados de acuerdo con su participación relativa en las importaciones totales en 2008.

*Las variaciones para Japón, España y Países Bajos corresponden al período 2005/2008.

Gráfico N° 3. Mayores
variaciones 2005-2009
entre los 30
importadores más
importantes. Superan
los 130 millones de
dólares de compras en
2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Los países están ordenados de acuerdo con su participación relativa en las importaciones totales en 2008.

*Las variaciones para España, Polonia y República Checa corresponden al período 2005/2008.

Tal como se desprende de los gráficos N° 2 y 3, la retracción interanual del total de importaciones mundiales se explica por las menores adquisiciones de casi todos los compradores. Los principales mercados, redujeron sus compras en cuantías que oscilan entre 7% y 14% interanual, a excepción de Alemania, segundo importador global, que redujo sus compras en apenas un 2%.

En términos quinquenales, todos los países experimentaron incrementos, aunque modestos. Se destaca el caso de Italia, que se expandió en un 52% y, en el lado opuesto, los Estados Unidos, para el que no se observó movimiento alguno.

Ampliando el listado de países a los 30 que en 2009 superaron los 100 millones de dólares, se observa que los que han experimentado mayores crecimientos quinquenales son la Federación Rusa y Lituania. Similarmente, los Emiratos Árabes Unidos, si bien aun con bajos montos, incrementó sus adquisiciones de lencería femenina al mundo desde el año 2005.

La Federación Rusa y Lituania, a pesar de haber reducido sus adquisiciones en el último año, lograron tasas de expansión de sus importaciones de 375% y 597% respectivamente en el lustro analizado. Ello arroja una tasa promedio anual del 48% en el caso de Rusia que en 2005 importaba menos de 90 millones dólares y en 2009 lo hizo por casi 500 millones. En este lapso, logró acaparar un 2% de las importaciones mundiales de lencería femenina.

Los Emiratos Árabes Unidos, si bien aun con bajos montos, incrementó sus adquisiciones de lencería femenina al mundo en un 63% en los cinco años, pasando de 89 millones de dólares en 2005 a 146 millones en 2009.

A continuación se analiza brevemente estos casos destacados, ya sea que los son por su peso significativo en las importaciones globales, como Estados Unidos y Alemania, así como también porque han evolucionado notablemente en el período estudiado, como son la Federación Rusa, Lituania y Emiratos Árabes Unidos.

IMPORTADORES MUNDIALES DESTACADOS

Estados Unidos de América: China, Asia y Centroamérica

Las importaciones de Estados Unidos provienen de dos grupos marcados de países, y China. Estos son algunos centroamericanos, por un lado, y algunos asiáticos, por el otro, demostrando la importancia del bajo costo en mano de obra y los costos de transporte y tratados comerciales, como determinantes de los flujos.

China es el primer abastecedor de este mercado y posee una participación creciente: 23% en 2005 y 41% en 2009. Incluso, a pesar de la disminución total de las adquisiciones norteamericanas de lencería femenina al mundo en 2009, las provenientes de China se incrementaron en ese año nuevamente, tras cuatro años de aumentos sucesivos que resultaron en un 77% de expansión entre 2005 y 2009.

En 2005, México, República Dominicana y Honduras secundaban al grande asiático con un 6% del mercado importador cada uno. Luego, les seguían otros asiáticos como Indonesia, Sri Lanka, Corea y Tailandia, con el 5 % cada uno.

Hacia 2009, se observa una pérdida de presencia de los países centroamericanos. Si bien siguen siendo de los principales proveedores, los países asiáticos los van desplazando. Entre los diez primeros, Honduras permanece como segundo origen con 7% del total importado en 2009 y México está sexto con el 6%. Los demás, si bien desde cerca, han quedado debajo del décimo lugar.

Las importaciones provenientes del cono sur enseñan una caída de las provistas por Argentina, que se mantuvieron entre 150 mil y 200 mil dólares en el quinquenio observado, pero en 2009 cayeron abruptamente a 15 mil dólares. Las importaciones desde Bolivia experimentaron valores similares, aun sin reducirse en 2009.

5 Es posible que la merma del 7% señalada como reducción quinquenal del total de las importaciones mundiales, sea menor o incluso positiva, cuando se conozca las cifras de España, Países Bajos y Japón.

Las provenientes de Brasil, fueron decayendo sostenidamente desde 9 millones en 2005 a 3,3 millones en 2009. Chile, a pesar de poseer acuerdos comerciales, también fue reduciendo sus envíos año a año, hasta alcanzar solo 25 mil dólares en 2009.

Las compras a Perú, sin embargo, fueron evidenciando un paulatino crecimiento desde los 8 millones de dólares de 2005, a más de 10 en 2009.

Alemania: China y Europa

A diferencia de otros países, Alemania posee un arco de proveedores de lencería femenina más diversificado. No obstante, se destaca la proporción proveniente de China (35% en 2009), a la cual le siguen Turquía (12%), Italia (6%), Hungría, Países Bajos, Indonesia (todos con 4%), Portugal, Francia, India (con 3%), entre otros. La participación de China fue creciendo desde 2005, cuando representaba 20% y los orígenes eran aun más diversificados.

Además de Argentina, otros países de latinoamericanos abastecen en parte a Alemania, tales como Brasil (con envíos decrecientes desde 1,4 millones en 2005), Chile (40 mil dólares en 2009), y Costa Rica (casi un millón de dólares en 2009), son los más significativos.

Federación Rusa: China, Italia y Europa Oriental

Este país abastece su demanda de lencería con importaciones desde China (en 38%), Italia (31%) y, en menor medida, de Turquía (4%), Ucrania (4%) y Polonia (3%). No obstante, recién en 2008 se hizo clara la dominancia de China entre las adquisiciones rusas, pues antes Italia era el principal origen.

Entre los países proveedores de este mercado, se observa la constante presencia de países que formaron parte de la Unión Soviética o bien estuvieron sujetos a su influencia en distintos momentos de la historia, como Latvia, Ucrania, Polonia, Uzbekistán, Kirguistán, además de la ex Yugoslavia, Croacia, y países de la Unión Europea como Alemania, Reino Unido y Francia. A su vez, a lo largo del período analizado, ganaron espacio las importaciones provenientes de India. Ninguno de ellos supera el punto porcentual de participación en el total de importaciones rusas en todo el período observado.

La República Argentina aparece como 85º abastecedor en 2009 con 300 dólares colocados, mientras que importó 67 mil dólares en lencería femenina desde Brasil, 60 mil desde Colombia, y 25 mil desde México.

Lituania: Italia

En el caso de Lituania, sus importaciones crecieron a razón del 62% promedio anual, aunque aun se halla en niveles muy bajos con 113 millones de dólares.

El origen de sus adquisiciones es principalmente Italia (59%), seguido por Polonia (23%), Alemania (5%) y China (3%), de acuerdo a los datos de 2009. También Suecia y Francia se ubican como proveedores importantes.

Proveniente de Sudamérica, Lituania importó 8 mil dólares de Brasil en 2008, monto reducido a menos de mil en 2009; y, 2 mil dólares de Colombia en 2008.

Emiratos Árabes Unidos: China

Los Emiratos Árabes Unidos, si bien aun con bajos montos, incrementó sus adquisiciones de lencería femenina al mundo en un 63% en los cinco años, pasando de 89 millones de dólares en 2005 a 146 millones en 2009.

El 70% de sus importaciones provienen de China; en 2005 su porción de este mercado era diez puntos porcentuales menos, de modo que desde entonces siempre lideró su abastecimiento. Le siguen India (8%), Indonesia (3%), Turquía (2%), Francia (2%) y Tailandia (2%), aunque Italia también se halla entre los primeros diez proveedores (con el 1,4%).

No se registran importaciones desde Argentina, pero sí desde Colombia, Brasil y Chile, que en 2009 aportaron cada uno entre 50 y 60 mil dólares en artículos del rubro, logrando ubicarse entre los cincuenta principales proveedores del mercado emiratounidense.

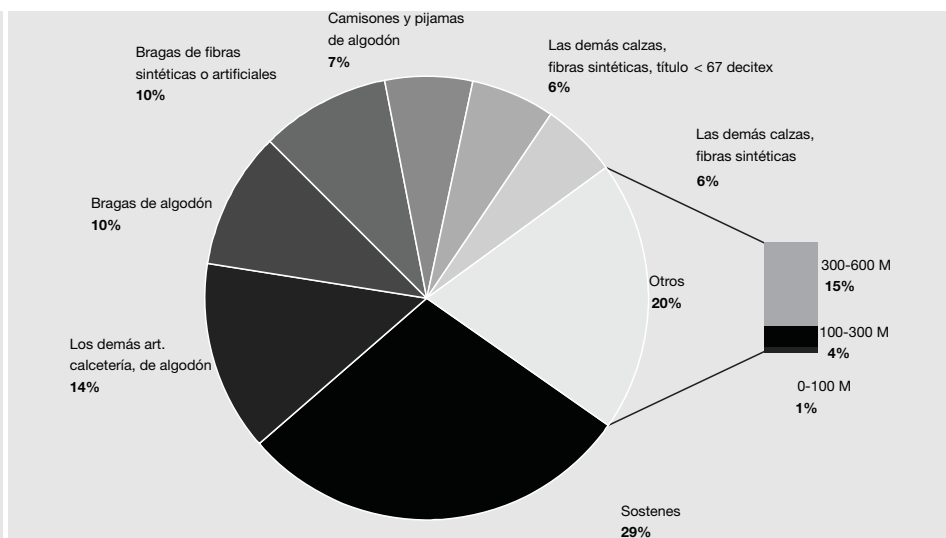
Composición por ítem

Considerando las tres partidas estudiadas (P.A. 6108, P.A. 6115, P.A. 6212), la composición de las importaciones mundiales se da en partes iguales. En 2009, se importó 7.300 millones de dólares de la partida 6108 (34,8%); 6.800 millones de la partida 6115 (32,5%); y 6.900 millones de la 6212 (32,7%). Por ello, es interesante observar con mayor nivel de desagregación, cuáles son los productos más comerciados en el mundo.

La mayor porción de las importaciones mundiales de lencería femenina corresponde a sostenes (P.A. 6212.10) que con 6.049 millones de dólares en 2009, representa el 29% del total. En segundo lugar se ubican Los demás artículos calcetería de algodón (P.A. 6115.95) con 2.860 millones de dólares, representando un 14% del total. Les siguen las Bragas de algodón (P.A. 6108.21), con 2.087 millones de dólares (10%) y las Bragas de fibras sintéticas (P.A. 6108.22) con 1.978 millones (9%).

El cuadro N° 4 que se presenta a continuación permite observar la composición de las importaciones globales de lencería femenina. Este esquema se ha mantenido constante en todos los años observados, de modo que las participaciones relativas del año 2009 son representativas del sector independientemente de cualquier coyuntura.

Gráfico N° 4.
Composición de las importaciones mundiales de lencería femenina por ítem.
Año 2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Como se desprende del gráfico, siete tipos de productos permiten explicar el 80% del comercio mundial de lencería femenina. Todos ellos cuentan con envíos superiores a los 1.000 millones de dólares, son: Sostenes (29%); Los demás art. calcetería, de algodón (14%); Bragas de algodón (10%); Bragas de fibras sintéticas o artificiales (10%); Camisones y pijamas de algodón (7%); Las demás calzas de fibras sintéticas de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo (6%); y, Las demás calzas de fibras sintéticas (6%). De ellas, las primeras tres acumulan más del 50%, con una clara dominación del sector de los Sostenes, tal como se mencionara previamente.

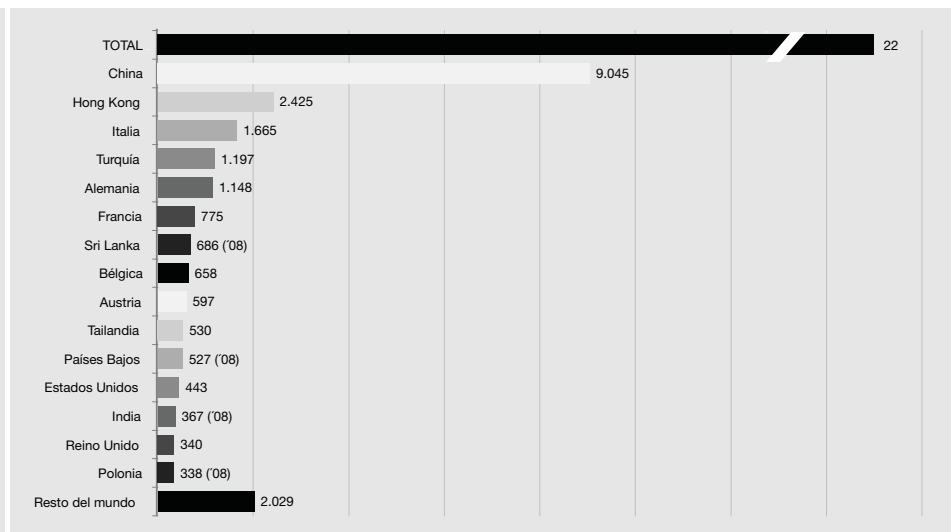
El 20% restante está compuesto por artículos cuyas ventas internacionales, individualmente, superan los 10 millones de dólares pero no alcanzan los 1.000 millones. Tal como indica el gráfico N° 4, un 15% del total está representado por 7 ítems cuyas ventas superan los 300 millones de dólares; un 4% son 5 ítems con colocaciones superiores a los 100 millones, y el restante 1% son los ítems cuyas ventas no alcanzan dicho monto. El detalle de montos y descripción de cada uno de estos artículos de menor peso se encuentra volcado en el anexo estadístico, donde se expone la conformación de las importaciones por ítem ⁶.

⁶ Ver detalle en el cuadro A4 del Anexo.

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DE LENCERÍA FEMENINA

Las exportaciones mundiales de lencería femenina totalizaron, en 2009, más de 22.760 millones de dólares⁷. Alrededor del 80% del total se explicó por las ventas que realizaron los 15 países graficados a continuación:

Gráfico N° 5.
Principales exportadores mundiales de lencería femenina. Datos de 2009. En millones de dólares.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

En Resto se agrupan los países que no alcanzan los 300 millones de dólares de importaciones de lencería femenina en 2009.

No se cuenta con datos actualizados a 2009 para Sri Lanka, Países Bajos, India y Polonia, por lo que se mantuvo se proveen los datos de 2008.

Como se desprende del Gráfico N° 5, las exportaciones mundiales de lencería para mujer están claramente dominadas por las ventas chinas. Sus más de 9.000 millones de dólares constituyen el 40% de las exportaciones que se efectuaron en 2009. Representa la misma incidencia de las importaciones de los diez países que lo siguen en el ranking.

Los proveedores que secundan a China están a gran distancia. Hong Kong (también China), da cuenta de un 11% (2.450 millones de dólares), Italia, de un 7% (1.665 millones de dólares), mientras que Turquía y Alemania explican un 5% cada una (1.197 y 1.148 millones de dólares respectivamente). Le siguen Francia, Austria y Bélgica con el 3% de las exportaciones cada uno.

Al observar el origen de las exportaciones mundiales surge que cinco de los quince más importantes son asiáticos y concentran más de la mitad del monto exportado; otros nueve son países pertenecientes a la Unión Europea y representan poco más de un cuarto de las exportaciones; y, por otro lado, Estados Unidos, posee un 2% del total.

Por otro lado, la presencia latinoamericana entre los proveedores se da de la mano de México (17° exportador con 254,7 millones de dólares en 2009), Colombia (18° con 162 millones en 2009) y El Salvador (28° con 154 millones de dólares exportados en 2009).

Los casi 23.000 millones de dólares exportados en 2009 en concepto de lencería femenina constituyeron una merma interanual del 28%⁸. Pero antes de evidenciarse los efectos de la última crisis mundial, los envíos del sector habían totalizado 31.750 millones de dólares (año 2008), lo cual había significado una expansión del 48% en comparación con las exportaciones totales de 2005.

El siguiente cuadro muestra los datos de exportaciones mundiales, por país, para los años 2005 a 2009.

⁷ Similarmente a lo que se mencionó al analizar las importaciones, esta cifra se encuentra subestimada debido a la ausencia de datos para países relevantes como son Sri Lanka, Países Bajos, India y Polonia.

⁸ Debe recordarse que esta reducción de envíos está sobreestimada por la ausencia de datos a 2009 de exportación de Países Bajos, Sri Lanka y Polonia, entre otros.

Cuadro N° 2. Exportaciones mundiales de lencería femenina por país. Años 2005-2009*. En miles de dólares.

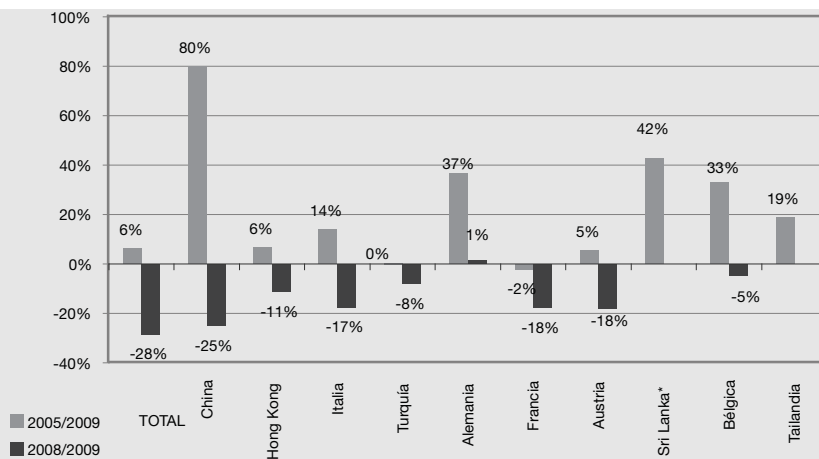
Países	2005	2006	2007	2008	2009	Part. % 2009
China	5.031.958	7.837.107	8.770.438	12.053.869	9.044.901	40%
Hong Kong	2.278.285	2.531.586	2.707.049	2.731.321	2.425.456	11%
Italia	1.460.592	1.582.477	1.889.028	2.017.118	1.665.053	7%
Turquía	1.201.472	1.186.261	1.303.812	1.302.512	1.197.300	5%
Alemania	840.373	928.548	1.020.049	1.134.236	1.147.726	5%
Francia	791.550	818.172	941.305	943.107	775.496	3%
Austria	567.126	536.267	671.781	727.760	597.195	3%
Sri Lanka	481.410	530.625	570.867	685.930	s/d	2%
Bélgica	487.608	544.253	621.220	680.564	647.789	3%
Tailandia	446.013	502.206	525.376	572.090	529.833	2%
Países Bajos	371.675	396.357	440.096	526.727	s/d	2%
Estados Unidos	864.127	777.725	571.333	526.591	442.967	2%
Reino Unido	258.762	299.049	375.437	376.892	339.756	1%
India	268.643	278.586	348.140	366.833	s/d	1%
Polonia	215.417	221.858	261.796	337.958	s/d	1%
Vietnam	165.958	205.930	266.156	335.554	s/d	1%
México	461.443	406.971	340.470	303.720	254.716	1%
Colombia	186.438	225.960	325.341	294.291	162.102	1%
Pakistán	181.579	251.596	257.767	288.602	286.261	1%
Portugal	283.276	269.989	287.267	287.940	250.710	1%
Marruecos	247.587	230.622	282.512	278.888	216.792	1%
Hungría	214.219	194.854	230.156	277.824	s/d	1%
República de Corea	410.663	372.970	271.376	262.558	s/d	1%
España	234.855	227.994	247.327	256.941	s/d	1%
Rumania	273.855	260.182	266.953	255.764	231.205	1%
Túnez	268.602	248.317	271.762	225.148	170.277	1%
República Eslovaca	123.256	131.320	160.469	197.023	s/d	1%
El Salvador	232.071	204.837	180.939	173.248	154.671	1%
Malasia	116.753	146.357	152.974	172.785	120.442	1%
Taiwán	176.715	167.084	163.279	165.725	135.338	1%
Resto del Mundo	2.260.231	2.952.555	3.214.032	2.992.474	1.963.659	9%
TOTAL	21.402.512	25.468.611	27.936.508	31.751.993	22.759.648	100%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

* No se cuenta con los datos de importación de 2009 para Sri Lanka, Países Bajos, India, Polonia, Vietnam y República Eslovaca. Para ellos se menciona la participación en el total de las exportaciones mundiales de 2008. Por esta razón, el ordenamiento de países se hizo en función de los montos exportados en 2008.

Los siguientes dos gráficos ilustran el desempeño de las exportaciones de los principales proveedores del mundo. El gráfico N° 6 enseña la variación punta a punta 2005-2009 y la variación interanual 2008-2009 de los diez exportadores de lencería más grandes del mundo. Por otro lado, en el Gráfico N° 7 se ilustra a los países que experimentaron las mayores tasas de expansión de sus exportaciones en 2005-2009.

Gráfico N° 6.
Variaciones 2005/2009
y 2008/2009 de las
importaciones de los
10 principales
exportadores de
lencería femenina.

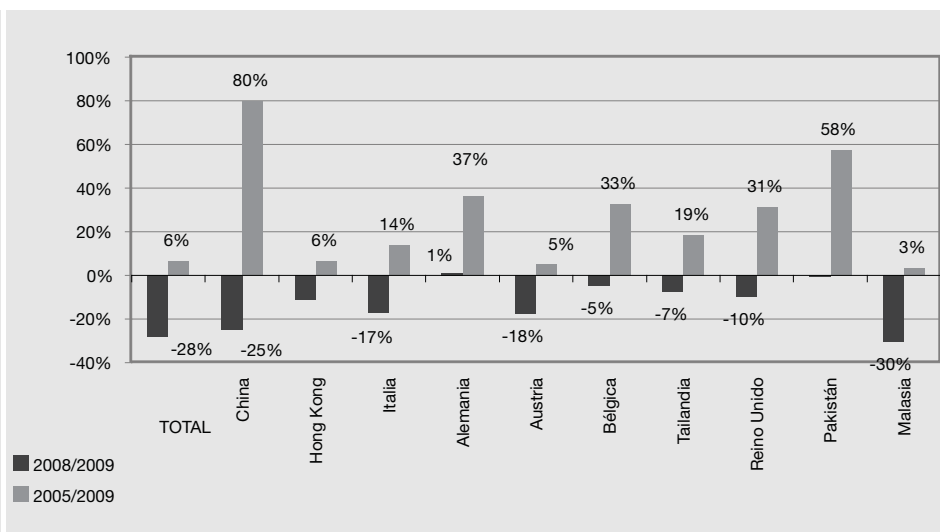


Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Los países están ordenados de acuerdo con su participación relativa en las importaciones totales en 2008.

*La variación corresponde al período 2005/2008.

Gráfico N° 7. Mayores
variaciones 2005-2009
entre los 30
exportadores más
importantes.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Los países están ordenados de acuerdo con su participación relativa en las importaciones totales en 2008.

*Las variaciones corresponden al período 2005/2008.

Tal como se desprende de los gráficos, todos los países han reducido su monto exportado en 2009 en relación al año anterior, a excepción de Alemania, que ha logrado conservar un crecimiento del 1%.

Al observar el comportamiento que venían experimentando desde los años anteriores, se destaca China que se expandió un 80% desde 2005 hasta 2009 y 140% si no se contempla el último año. Ambas son las mayores tasas evidenciadas entre todos los países. Esto le permitió a China pasar de un control del 25% del mercado exportador en el año 2005, a un 40% 2009 (38% en 2008).

Pakistán, decimonoveno exportador, registró la menor caída interanual en 2009 con sólo un punto porcentual. De ese modo logró mantenerse entre los exportadores de mayor expansión desde 2005, con 59% de incremento cuatro años después.

EXPORTADORES MUNDIALES DESTACADOS

China

El principal exportador mundial de lencería, depende en un 18% de las compras que le realiza Japón, en igual dimensión, de las que le realiza los Estados Unidos. Le siguen las economías más fuertes de la Unión Europea (entre 2% y 4% de las colocaciones Chinas en el mundo), y Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam, Australia, Canadá, la Federación Rusa, Arabia Saudita, y luego, el resto de las economías asiáticas que también son importantes proveedoras de lencería al mundo.

Llama la atención el lugar que ocupa el americano Chile, que se ubica como decimonoveno mercado relevante para China, con 102 millones de dólares enviados en 2009. Desde 2005, los envíos chinos se incrementaron constantemente hasta significar un 200% en 5 años.

Pakistán

El incremento de las colocaciones globales de Pakistán entre 2005 y 2009 es tal que en ese último año, los envíos que realizó a los Estados Unidos, representan el total de envíos concretados al mundo cuatro años antes.

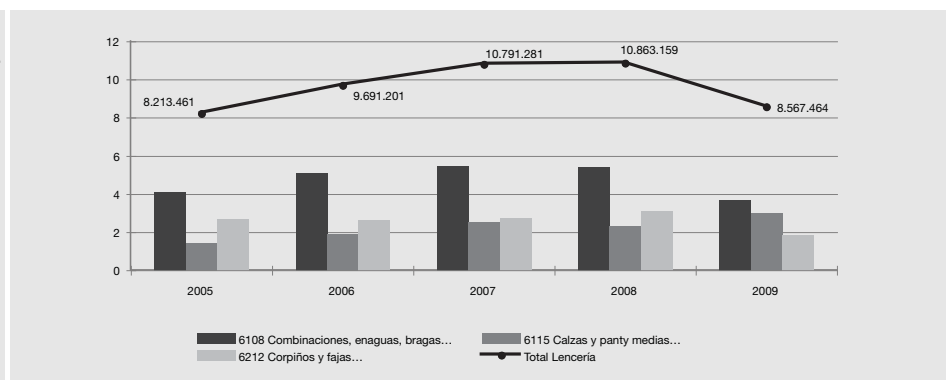
Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones pakistaníes, superando el 60% del total y seguido por Canadá y las principales economías de la Unión Europea. En diez mercados explica el total de exportaciones: Países Bajos, Reino Unido, Bélgica, Alemania, Francia, España, Italia e Irlanda, más los mencionados. En todos ellos fue incrementando sus ventas.

En 2009, México aparece como vigésimo segundo destino con 317 mil dólares exportados en concepto de lencería femenina. Es el primer país latinoamericano entre los mercados de exportación de Pakistán. El mismo año envió 50 mil dólares a Brasil, 41 mil a Chile y 30 mil a Uruguay.

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DE LENCERÍA FEMENINA

La República Argentina exportó 8,6 millones de dólares en concepto de lencería femenina en el año 2009. Esta cifra es un millón de dólares inferior al promedio del lustro, habiendo alcanzado el máximo de 10,9 millones de dólares exportados en el año 2008.

Gráfico N° 8. Evolución entre 2005-2009 de las exportaciones argentinas de lencería femenina, por partida arancelaria. En millones de dólares.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos Argexim (CEI).

Sobre cada barra se expresa el porcentaje de participación relativa de la subpartida en el total del rubro para cada año.

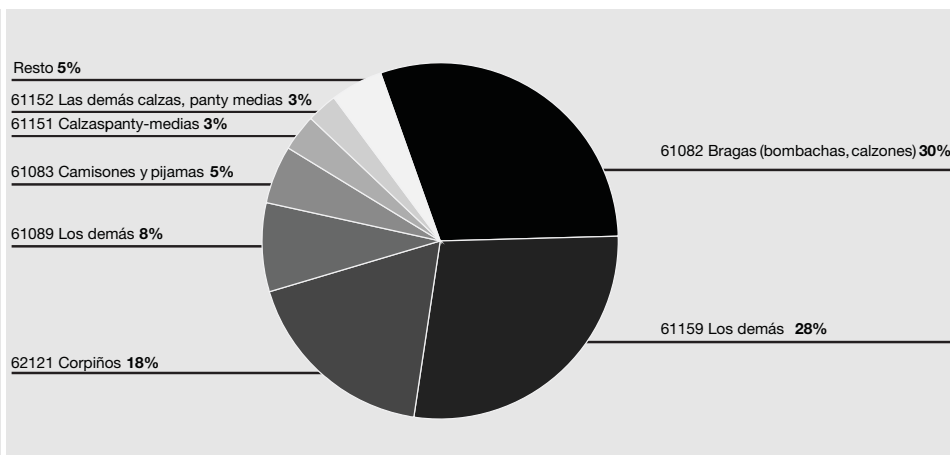
El gráfico N° 8 muestra el desempeño desde el año 2005 de las exportaciones totales y de las partidas arancelarias que las componen. Como se desprende del mismo, la partida 6108 ha dominado el rubro por al menos los últimos cinco años, mientras que las exportaciones de calzas y medias (P.A. 6115) se ubican en el segundo lugar recién en el último año, ya que constituyen la única partida que no redujo sus envíos entre 2008 y 2009⁹.

⁹ El cuadro A7 del Anexo contiene la evolución de cada partida desagregada por posición arancelaria entre 2005 y 2009.

Según los datos de 2009, el 43% (3,7 millones de USD) corresponde a la partida 6108 “Combinaciones, enaguas, bragas...” explicadas por bombachas; el 35% (3 millones) corresponde a envíos de la partida 6115 “Calzas, pantys, medias...”; y el 22% (1,9 millones) corresponde a la partida 6212 “Sostenes, corsés, fajas...” explicado por los envíos de corpiños.

A continuación, el gráfico N° 9 muestra la composición de las exportaciones por posición arancelaria.

Gráfico N° 9.
Composición de las exportaciones de lencería femenina por posición arancelaria. Año 2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos Argexim (CEI).

Tal como se mencionaba previamente, las Bragas (bombachas) son el producto más exportado desde Argentina, seguido por Los demás artículos de calcetería y medias, y por las ventas de Corpiños. Estos tres representan el 76% de la lencería exportada y traccionan su evolución.

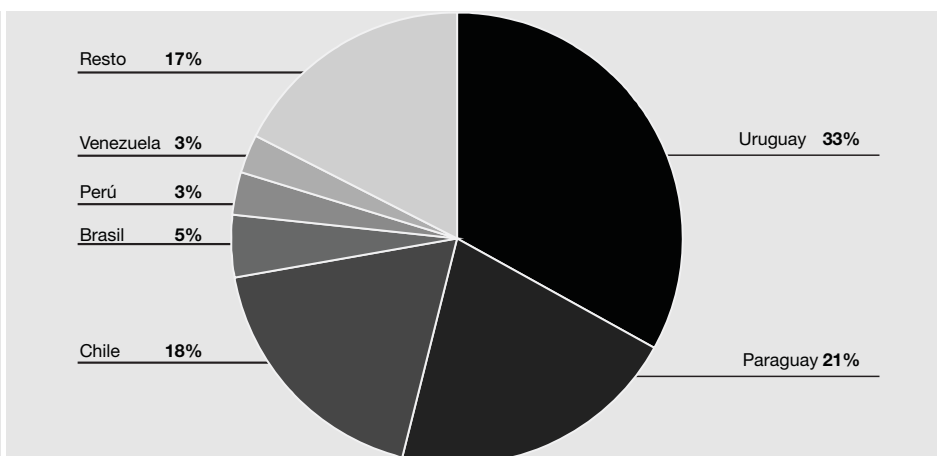
Destinos de exportación

Las exportaciones argentinas de lencería femenina se dirigen al mercado regional, con un predominio de las compras uruguayas, seguidas por las de Paraguay y Chile. Estos tres mercados concentran el 72% de las ventas internacionales del rubro.

A pesar de esta concentración en América del Sur, en el año 2009 se registraron 53 destinos de los cuales 25 superaron los 20.000 dólares comerciados.

En el siguiente gráfico N° 10 se expone la composición de las exportaciones según los destinos de 2009. Los seis países representados dan cuenta del 83% del total y superan, cada uno, los 200.000 dólares enviados ese año.

Gráfico N° 10.
Composición de las exportaciones de lencería femenina por destinos. Año 2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos Argexim (CEI).

Es preciso señalar que Paraguay se ubicó como segundo destino relevante recién en 2009, tras crecer sostenidamente desde el año 2005, cuando, como séptimo mercado, realizaba compras a Argentina por 285.000 dólares.

Por otro lado, Chile, dejó de ser el primer destino reduciendo sus compras constantemente en el último lustro.

Países como España y México, se ubicaban hasta el año 2008 entre los primeros 5 destinos, pero los envíos hacia ellos fueron reduciéndose sucesivamente, hasta que en 2009 se ubicaron en los lugares 11 y 16 respectivamente.

Finalmente, se destacan mercados como Alemania y Japón, que en 2009 se ubicaron como séptimo y octavo destino de exportación tras crecer sostenidamente desde 2005.

Las últimas menciones pueden corroborarse a partir de los datos del cuadro N° 3 que se presenta a continuación.

Cuadro N° 3. Exportaciones argentinas de lencería femenina por destino. Años 2005-2009. En dólares.

Países	2005	2006	2007	2008	2009
Uruguay	1.987.808	2.436.825	2.821.448	3.034.653	2.837.419
Paraguay	285.947	582.402	767.958	870.137	1.814.519
Chile	2.640.502	2.348.290	2.825.866	2.258.589	1.560.111
Brasil	538.732	891.620	1.355.947	1.443.204	387.779
Perú	262.630	254.061	284.766	291.295	270.176
Venezuela	109.563	250.277	225.166	371.859	245.582
Alemania	54.195	245.275	81.161	160.533	186.612
Japón	75.186	102.949	120.308	147.789	175.654
Guatemala	113.865	216.065	157.376	168.056	138.394
Honduras	161.642	334.433	485.781	223.419	131.840
España	486.686	404.547	277.729	155.849	103.707
Bolivia	40.002	71.933	121.827	225.058	100.603
Reino Unido	59.380	80.921	74.883	191.399	79.064
Ecuador	58.930	100.674	99.584	87.630	74.376
Canadá	165.363	86.019	195.268	300.773	56.473
México	377.333	442.467	278.388	173.829	51.294
Resto	795.697	842.443	617.825	763.720	402.488
TOTAL	8.213.461	9.691.201	10.791.281	10.867.792	8.616.091

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de Argexim (CEI)

Conociendo los destinos de exportación de la lencería femenina argentina, y cómo están compuestos estos envíos al exterior, seguidamente se realiza un análisis más detallado sobre los destinos de exportación de cada una de las partidas de interés.

A continuación, el cuadro N° 4 presenta la evolución de las exportaciones entre 2005 y 2009 por destino para las siguientes partidas, que en conjunto explican el 90% de los envíos argentinos:

- 6108.2 Bragas (bombachas, calzones): representa el 30% (2009)
- 6115.9 Las demás artículos de calcetería y medias: 28% (2009)
- 6212.1 Sostenes (corpiños): 18% (2009)
- 6108.9 Las demás Combinaciones, enaguas, bragas, pijamas: 8% (2009)
- 6108.3 Camisones y pijamas: 5% (2009)

De ello surgen las siguientes observaciones:

- Con excepción de los productos contenidos en 6115.9 y 6108.9, el resto de los productos disminuyeron sus envíos al exterior.
- Las posiciones contenidas en 6108.2 Bragas totalizaron, en 2009, 2,6 millones de dólares de los que Uruguay y Chile explicaron el 50%. Además de los países del Cono Sur, se destaca la creciente participación de Venezuela y Alemania. Puntualmente este país europeo es el único hacia el cual no decayeron las exportaciones de la subpartida en el año 2009, sino que por el contrario se expandieron en un 32%.

- Las posiciones contenidas en la subpartida 6115.9 alcanzaron los 2,4 millones de dólares, incrementándose un 176% en el lustro y un 57% con respecto al año anterior, principalmente se debe al incremento de las exportaciones a Paraguay (Creció 300% interanual), Brasil, Venezuela y la República de Corea. Los mercados de Paraguay (62%) y Uruguay (22%) explican casi la totalidad de las ventas.
- Los productos de la subpartida 6212.1 Sostenes totalizaron en 2009 1,5 millones de dólares exportados. Uruguay y Chile explicaron el 52% y 20% de las exportaciones respectivamente. Tanto los envíos a Chile como a Brasil se han reducido paulatinamente desde el 2005.
- La subpartida 6108.9 Las demás Combinaciones, enaguas, bragas, pijamas, alcanzó 676.736 dólares exportados en 2009 creciendo 200% en cinco años y sin experimentar mermas en 2009 frente a 2008. Perú se coloca como segundo mercado detrás de Chile, ambos con importantes crecimientos interanuales y quinquenales.
- Los artículos de la subpartida 6108.3 Camisones y pijamas alcanzaron 455.615 dólares exportados en 2009. Uruguay explica el 55% de las colocaciones y Chile, fuertemente reducido en 2009, el 22%. Japón se coloca en tercer lugar con 30.700 dólares vendidos. Sobresale la constante merma en las exportaciones de esta subpartida hacia España, que en 2005 era el segundo destino relevante.

Cuadro N° 4. Exportaciones argentinas de lencería femenina por subpartida arancelaria. Años 2005-2009. En dólares.

Descripción P.A.	Países	2005	2006	2007	2008	2009
6108.20: Bragas (bombachas, calzones)						
	Uruguay	592.282	717.337	744.689	865.726	817.134
	Chile	1.388.836	1.049.654	1.224.948	829.908	473.466
	Paraguay	67.261	122.295	212.307	209.561	139.849
	Alemania	36.333	161.577	57.319	104.988	138.075
	Brasil	179.920	392.246	651.994	654.210	135.772
	Venezuela	29.636	70.008	75.877	124.362	107.452
	Perú	97.907	92.744	128.329	96.308	94.662
	Japón	33.632	68.333	70.071	87.240	85.716
	Honduras	98.391	233.344	333.251	158.498	83.144
	Guatemala	47.021	89.273	64.032	79.281	70.150
	Francia	160.288	60.990	7.413	112.372	48.272
	Reino Unido	14.759	32.194	31.222	68.008	44.980
	España	156.718	105.470	69.336	46.451	42.556
	Ecuador	24.800	37.818	37.270	31.802	35.844
	Bolivia	11.651	27.404	46.624	85.293	31.905
	Resto	366.206	586.618	405.342	437.105	214.510
	Subtotal	3.305.641	3.847.305	4.160.024	3.991.113	2.563.487
6115.90: Las demás artículos de calcetería y medias.						
	Paraguay	96.367	288.194	324.914	360.584	1.493.719
	Uruguay	422.002	480.201	692.280	521.358	534.845
	Chile	64.406	240.271	399.290	284.504	144.475
	Brasil	17.454	15.591	108.434	88.563	77.844
	Venezuela	11.705	74.751	7.058	47.896	39.687
	Reino Unido	32.396	39.246	30.241	71.215	23.418
	Honduras	561	55.951	79.525	38.844	16.480
	Perú	12.121	7.865	5.980	38.363	14.247
	Corea	0	37	50	0	10.800
	Bolivia	2.026	1.692	6.882	5.099	9.724
	Japón	6.848	4.389	0	0	7.595
	España	32.610	22.317	17.754	19.075	5.004
	Australia	21.346	7.339	6.080	11.114	2.909
	Ecuador	4.881	3.549	5.171	4.162	1.781
	Israel	0	0	684	2.802	1.171
	Resto	147.325	124.059	40.113	42.757	21.787
	Subtotal	872.048	1.365.452	1.724.456	1.536.336	2.405.487

6212.10: Sostenes (corpiños)

Uruguay	520.473	732.246	716.617	863.014	809.394
Chile	894.138	555.560	571.211	544.443	316.383
Brasil	283.540	414.314	509.777	589.764	131.017
Paraguay	71.670	111.853	151.721	153.841	66.826
Perú	100.658	78.320	66.211	63.762	44.972
Venezuela	58.998	53.554	62.554	108.930	35.565
Japón	23.662	12.469	30.646	39.894	35.064
España	114.987	107.892	92.509	26.365	29.000
Bolivia	16.658	14.148	30.352	30.213	25.952
Canadá	73.246	29.965	117.146	184.965	20.761
México	89.117	113.608	43.464	30.687	9.947
El Salvador	0	0	0	1.512	6.376
Guatemala	12.514	9.895	6.282	4.713	5.659
Honduras	38.694	27.383	34.830	10.434	3.621
Italia	0	13.750	25.730	1.245	3.416
Resto	154.379	68.577	49.671	92.249	6.116
Subtotal	2.452.734	2.343.534	2.508.721	2.746.031	1.550.071

6108.90: Las demás Combinaciones, enaguas, bragas, pijamas...

Chile	18.817	101.689	116.510	80.839	241.792
Perú	27.590	43.884	67.558	50.876	79.599
Uruguay	55.337	53.569	67.206	88.726	63.718
Guatemala	16.088	83.602	65.238	69.180	57.688
Venezuela	348	41.749	35.775	66.418	50.393
Alemania	16.790	80.156	22.752	41.535	43.740
Ecuador	11.165	39.157	37.212	34.295	31.861
Honduras	17.535	8.170	9.662	13.056	17.225
Estados Unidos	352	36.105	6.022	8.088	11.365
El Salvador	191	1.900	5.487	5.122	9.674
Nueva Zelanda	0	1.475	3.947	8.503	8.802
Reino Unido	2.415	9.432	13.421	19.803	8.374
Bolivia	5.763	23.860	15.005	67.384	6.349
Ghana	10	0	5.735	3.583	6.054
Nicaragua	400	7.168	2.541	6.068	5.519
Resto	49.094	119.479	105.347	96.554	34.583
Subtotal	221.895	651.395	579.418	660.030	676.736

6108.30: Camisones y pijamas

Uruguay	151.957	179.055	229.453	277.629	250.428
Chile	116.867	135.485	200.607	230.493	95.535
Japón	608	5.057	10.939	9.904	30.696
Paraguay	15.286	25.134	24.248	40.672	15.368
México	44.626	74.667	120.545	78.829	12.921
España	130.878	100.580	41.066	33.494	11.232
Bolivia	2.423	2.340	5.369	16.226	7.123
Brasil	133	2.693	2.625	6.489	6.369
Perú	3.686	4.384	4.585	13.866	5.526
Venezuela	5.307	4.486	3.284	15.415	4.331
Alemania	940	168	0	0	2.118
Estados Unidos	5.686	14.628	12.855	20.786	1.302
Grecia	0	0	0	0	1.137
Rep Dominicana	1.558	151	1.892	177	713
Costa Rica	11.090	408	813	234	597
Resto	52.254	26.565	30.138	20.903	10.218
Subtotal	543.299	575.801	688.419	765.117	455.615

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de Argexim (CEI) e InfoJust.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DE LENCERÍA FEMENINA

Aquí se pretende analizar el desempeño de los mercados más importantes para las exportaciones argentinas de lencería: Uruguay y Paraguay.

Uruguay

Uruguay es, desde 2006, el principal mercado de destino de las exportaciones argentinas de lencería femenina abarcando el 33% de las colocaciones. Importó en 2009 más de 2,7 dólares desde Argentina, un 20% de sus adquisiciones al mundo.

Si bien las importaciones uruguayas de estos productos no disminuyeron en 2009, sí lo hicieron aquellas provenientes de Argentina, en una cuantía del 6%.

El principal proveedor es China, de donde Uruguay se proveyó por un monto un poco superior a los 7 millones de dólares (53%). Las compras realizadas desde este origen han crecido sostenidamente desde 2005, con tasas interanuales de 50% en promedio, y una variación quinquenal de 374%, mientras que las importaciones totales lo hicieron en 121%.

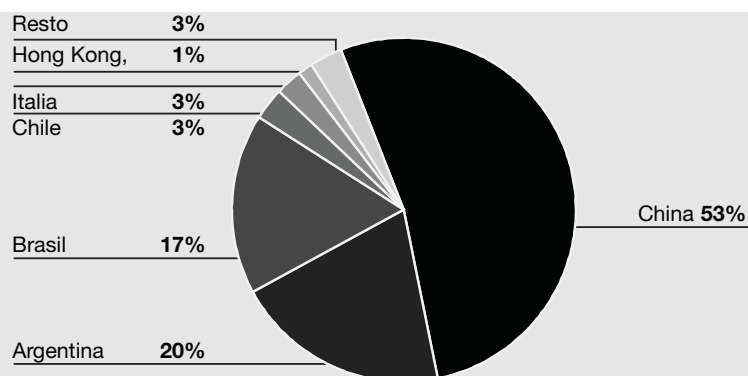
Cuadro N° 5. Uruguay: Importaciones de lencería femenina desagregadas por país proveedor. Años 2005-2009. En dólares.

	2005	2006	2007	2008	2009
China	1.511.779	2.944.447	4.177.048	5.993.884	7.160.333
Argentina	2.254.655	2.474.739	2.799.262	2.928.950	2.744.872
Brasil	2.003.160	2.275.758	2.085.393	2.329.600	2.278.295
Chile	23.060	238.973	249.725	364.115	419.884
Italia	183.353	220.465	251.978	339.011	363.825
Hong Kong	16.860	21.076	68.848	250.263	159.096
Ecuador	0	0	26.588	0	106.934
Estados Unidos	23.702	22.500	39.490	51.878	65.435
Colombia	14.779	19.709	21.657	21.493	57.933
España	5.590	2.368	6.042	27.399	38.922
Taiwán	7.076	1.545	14.954	19.097	35.163
Pakistán	1.415	38.563	55.178	8.873	32.953
Perú	4.401	312	3.542	7.881	16.164
India	1.151	0	1.001	793	10.819
Corea, Rep.	5.686	3.417	6.555	22.089	9.547
Resto	70.184	132.818	82.691	90.465	57.753
Total	6.126.851	8.396.690	9.889.952	12.455.791	13.557.928

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de WITS

Del gráfico N° 11 se desprende que China domina el 53% las importaciones uruguayas, seguido por Argentina con el 20%, Brasil con el 17%, Chile e Italia con 3%.

Gráfico N° 11.
Uruguay: Composición de las importaciones de lencería femenina por origen. Año 2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de WITS.

Paraguay

En el año 2009, Paraguay se ubicó como segundo mercado para la lencería femenina exportada por Argentina. Importó durante ese período 1,9 millones de dólares, y tal como se mencionó previamente, había experimentado un notable incremento desde 2005 (516% quinquenal).

Como se aprecia en el cuadro N° 6, Argentina es el tercer proveedor de este país vecino. Participa con el 11% del total importado en concepto de lencería femenina detrás de China y Brasil que abarcan un 70% y 14% respectivamente. Pero mientras estos proveedores ya se hallaban consolidados en esas posiciones al comienzo del período analizado, Argentina creció sostenidamente ganando dicho lugar, experimentando el mayor incremento quinquenal (516%) por encima del conjunto (80%). De hecho, cuando en 2009 las importaciones paraguayas decaen, de todo origen, las provistas por Argentina se incrementaron en un 112%.

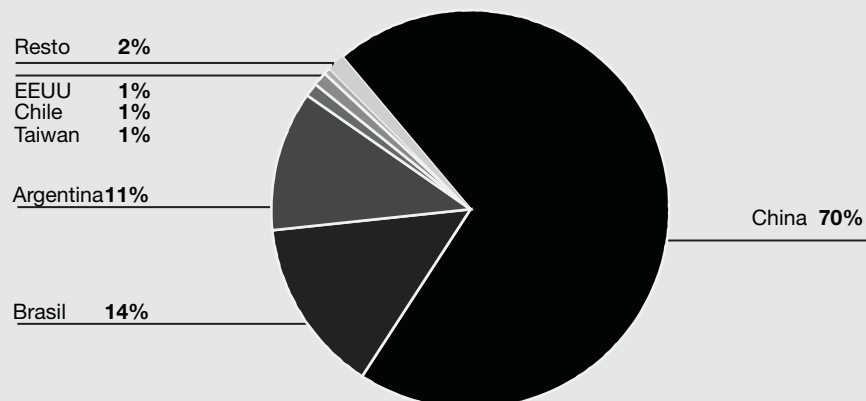
Cuadro N° 6. Paraguay: Importaciones de lencería femenina desagregadas por país proveedor. Años 2005-2009. En dólares.

	2005	2006	2007	2008	2009
China	6.930.485	11.796.244	12.876.745	18.218.926	11.533.428
Brasil	1.116.915	1.330.559	1.740.959	2.639.027	2.345.538
Argentina	306.409	620.469	836.647	891.247	1.888.679
Taiwán	786	56.221	1.219	59.585	177.826
Chile	102.947	28.417	81.701	351.967	153.898
Estados Unidos	589.902	38.674	32.787	73.957	83.296
Panamá	16.825	9.324	112.771	21.500	60.015
Hong Kong	21.266	116	4.981	42.951	51.732
Uruguay	14.384	19.814	36.736	38.285	32.775
Bolivia	0	35.034	61.435	76.113	21.180
Pakistán	0	0	0	0	20.152
Italia	861	952	48	2.088	17.893
Bangladesh	0	0	0	23	17.108
Filipinas	0	0	0	0	11.803
Turquía	103	0	0	4.179	8.408
Resto	25.675	21.393	50.610	32.498	9.478
Total	9.126.558	13.957.217	15.836.639	22.452.346	16.433.209

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de WITS

A continuación puede apreciarse que según la composición de las importaciones paraguayas de lencería femenina, éstas son provistas en un 70% por China, 14% por Brasil, 11% por Argentina, 1% por Taiwán, Chile y Estados Unidos.

Gráfico N° 12.
Paraguay:
Composición de las
importaciones de
lencería femenina por
país origen. Año 2009.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de WITS.

Origen provincial de las exportaciones argentinas de lencería femenina

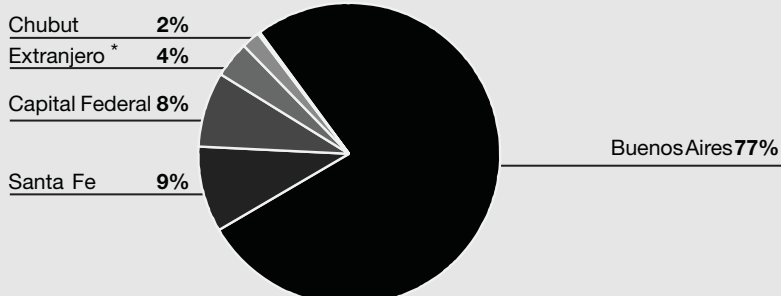
Del análisis del origen de las exportaciones argentinas, surge que el 77% de las mismas provienen de la provincia de Buenos Aires. En segundo lugar, se posicionan las exportaciones resultantes del armado de prendas a partir de piezas traídas del exterior (con el término “Extranjero”) con un 15% del total en 2009. Luego Capital Federal con el 7% y Chubut con un 1%.

Se registraron envíos desde otras provincias como Córdoba, Neuquén y Santa Fe, pero en conjunto no alcanzan un punto porcentual.

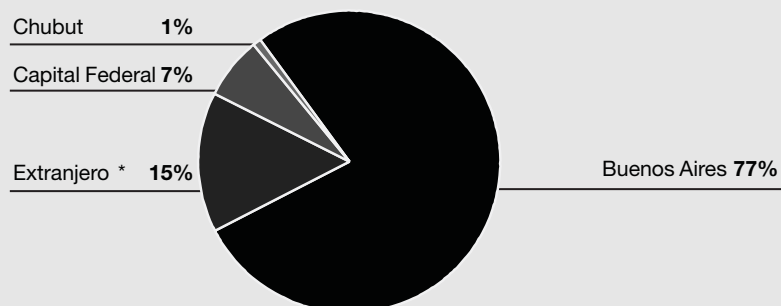
Al observar esta composición para el año 2005, comienzo del período analizado a lo largo del presente trabajo, se desprende que la configuración no ha variado a grandes rasgos. Aunque la presencia de la Provincia de Santa Fe en dicho año era más relevante que en la actualidad, habiendo significado el 9% de los envíos. También se evidencia un crecimiento en la importancia de las exportaciones de tipo “Extranjero”.

Gráfico N° 13.
Participación provincial en las exportaciones de lencería femenina. Año 2005 y 2009.

AÑO 2005



AÑO 2009



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de InfoJust.

*Por Extranjero se contemplan las prendas que no tienen origen de nacional argentino. En este caso de lencería femenina, reúne a aquellas prendas cuyas piezas son traídas del exterior para armado en la Argentina y posterior exportación.

CONSIDERACIONES FINALES

El mercado internacional de lencería femenina se mostró levemente sensible a la crisis económica desatada en 2008, frenándose el crecimiento que venían experimentando desde 2005 todas las naciones importadoras del rubro.

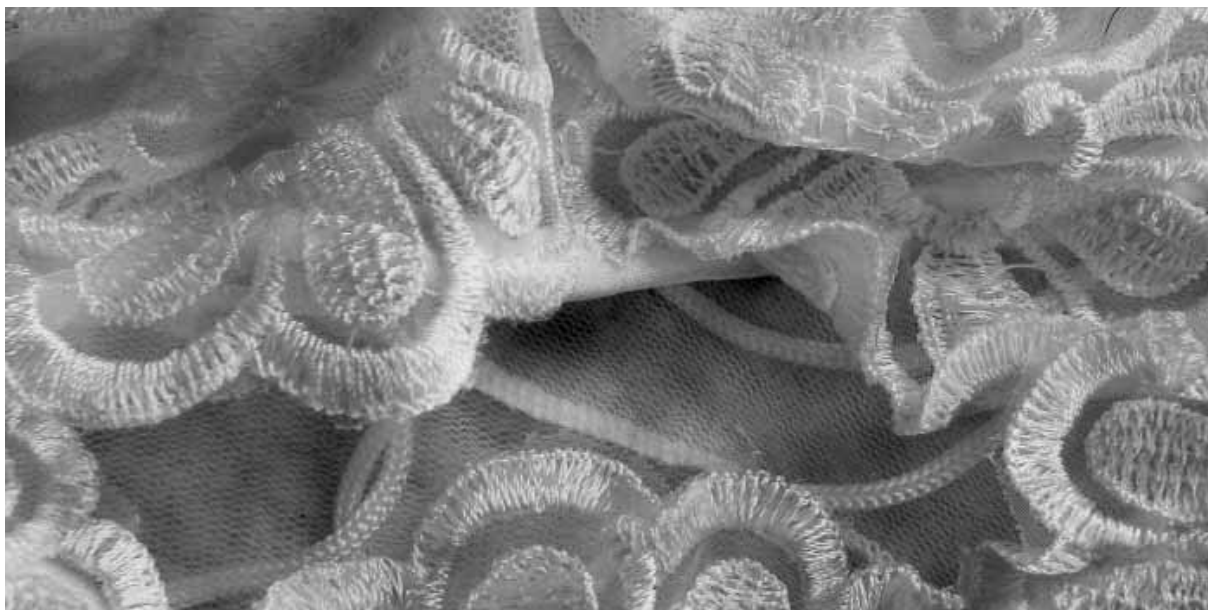
En el quinquenio 2005-2009, si bien las importaciones de todos los mercados crecieron, lo han hecho modestamente, mientras que países como la Federación Rusa, Lituania y los Emiratos Árabes Unidos, evidenciaron tasas destacables.

Dado el carácter regional de las exportaciones argentinas de lencería femenina, la merma en las colocaciones al mundo, fue parcialmente compensado por el creciente rol del mercado paraguayo, que incrementó sus compras a nuestro país de modo notable en los últimos años, incluso en 2009. Ello se dio a pesar de las mayores compras que este país realizó año a año a China. En cambio, otros destinos usuales como Chile y Uruguay, han ido perdiendo terreno, si bien siguen ubicándose entre los primeros tres. En ambos casos, la creciente presencia de China como proveedor mundial del rubro, desplazó a la Argentina en sus mercados. Por otro lado, aunque con guarismos pequeños, se destaca el desempeño exportador argentino hacia Alemania y Japón.

Cabe mencionar que la canasta de lencería femenina exportada por Argentina difiere de la que predomina en los flujos de importación mundiales. Mientras las Bragas (bombachas) son el producto más exportado desde Argentina, seguido por Los demás artículos de calcetería y medias, y por las ventas de Corpiños, estos productos se ordenan de modo inverso en el total de las importaciones mundiales. Ello parece consistente con el hecho de que Argentina no puede competir por costos en volumen con países como China o el resto de los proveedores asiáticos.

Por ello, es posible pensar que un nicho focalizado en la calidad de los productos y el diseño incorporado pueda generar un valor diferencial a la hora de entrar a los grandes mercados del mundo, como parece evidenciar las colocaciones en Alemania y Japón, más allá de las exportaciones a los cercanos del MERCOSUR y Chile, donde compite con otro grande como Brasil.

ELABORACION: LIC. PAULA SZENKMAN



ANEXO ESTADÍSTICO

Cuadro A1. Listado de posiciones arancelarias de lencería femenina

P.A.	Descripción
6108	COMBINACIONES, ENAGUAS, BRAGAS (BOMBACHAS, CALZONES), (INCLUSO LAS QUE NO LLEGAN HASTA LA CINTURA), CAMISONES, PIJAMAS, SALTOS DE CAMA, ALBORNOCES DE BAÑO, BATAS DE CASA Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE PUNTO, PARA MUJERES O NIÑAS
61081	-Combinaciones y enaguas:
61081100	De fibras sintéticas o artificiales
61081900	De las demás materias textiles
61082	-Bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura):
61082100	De algodón
61082200	De fibras sintéticas o artificiales
61082900	De las demás materias textiles
61083	-Camisones y pijamas:
61083100	De algodón
61083200	De fibras sintéticas o artificiales
61083900	De las demás materias textiles
61089	-Los demás:
61089100	De algodón
61089200	De fibras sintéticas o artificiales
61089900	De las demás materias textiles
6115	CALZAS, PANTY-MEDIAS, LEOTARDOS, MEDIAS, CALCETINES Y DEMÁS ARTÍCULOS DE CALCETERÍA, INCLUSO DE COMPRESIÓN PROGRESIVA (POR EJEMPLO, MEDIAS PARA VÁRICES), DE PUNTO.
611510	-Calzas, panty-medias, leotardos y medias de compresión progresiva (por ejemplo, medias para várices)
6115101	Calzas, panty-medias y leotardos
61151011	De fibras sintéticas, de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo
61151012	De fibras sintéticas, de título superior o igual a 67 decitex por hilo sencillo
61151013	De lana o pelo fino
61151014	De algodón
61151019	De las demás materias textiles
6115102	Medias de mujer, de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo
61151021	De fibras sintéticas o artificiales
61151022	De algodón
61151029	De las demás materias textiles
6115109	Las demás
61151091	De lana o pelo fino
61151092	De algodón
61151093	De fibras sintéticas
61151099	De las demás materias textiles
61152	-Las demás calzas, panty-medias y leotardos:
61152100	--De fibras sintéticas de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo
61152200	--De fibras sintéticas de título superior o igual a 67 decitex por hilo sencillo
611529	-De las demás materias textiles
61152910	De lana o pelo fino
61152920	De algodón
61152990	Los demás
611530	-Medias de mujer de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo
61153010	De fibras sintéticas o artificiales
61153020	De algodón
61153090	De las demás materias textiles
61159	-Los demás:
61159400	De lana o pelo fino
61159500	De algodón

61159600	De fibras sintéticas
61159900	De las demás materias textiles
6212	SOSTENES (CORPIÑOS), FAJAS, CORSES, TIRANTES (TIRADORES), LIGAS Y ARTÍCULOS SIMILARES, Y SUS PARTES, INCLUSO DE PUNTO.
62121000	-Sostenes (corpiños)
62122000	-Fajas y Fajas braga (Fajas bombacha)
62123000	-Fajas sostén (Fajas corpiño)
62129000	-Los demás

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar en base a PC Ram.

Importaciones mundiales de lencería femenina

Cuadro A2. Importaciones mundiales de lencería femenina por país. Años 2005-2009*. En miles de dólares.

	Países	2005	2006	2007	2008	2009	Part. % 2009
1	Estados Unidos	5.958.135	6.477.117	6.571.508	6.552.119	5.958.762	28%
2	Alemania	2.036.521	2.075.761	2.245.605	2.397.240	2.350.764	11%
3	Reino Unido	1.823.944	1.931.268	2.141.073	2.196.803	1.886.375	9%
4	Francia	1.710.493	1.724.142	1.995.859	2.107.315	1.867.327	9%
5	Japón*	1.780.354	1.833.077	1.889.456	2.090.235	s/d	7%
6	Hong Kong, China	1.394.153	1.500.149	1.594.112	1.642.824	1.430.614	7%
7	Italia	829.343	1.011.423	1.267.888	1.355.728	1.258.369	6%
8	España*	569.934	659.580	819.431	867.268	s/d	3%
9	Bélgica	548.760	537.831	649.946	728.518	669.226	3%
10	Países Bajos*	529.866	582.706	685.213	717.508	s/d	2%
11	Canadá	481.287	575.152	666.906	689.585	635.938	3%
12	Austria	519.488	533.701	613.186	673.052	578.482	3%
13	Federación Rusa	89.528	156.811	318.073	465.871	425.497	2%
14	Suiza	326.276	317.673	366.155	399.554	373.853	2%
15	Australia	251.239	266.133	304.796	350.813	341.647	2%
16	Dinamarca	232.145	254.937	318.112	339.927	268.054	1%
17	Suecia	224.368	261.548	289.124	306.537	286.523	1%
18	Polonia*	115.634	135.943	167.489	270.548	s/d	1%
19	Irlanda	156.536	192.137	237.027	242.539	230.675	1%
20	Grecia*	132.201	161.821	223.791	233.864	s/d	1%
21	Noruega	144.959	156.054	188.794	224.116	202.425	1%
22	México	190.707	195.080	194.429	195.559	150.596	1%
23	Finlandia	129.727	144.447	168.792	180.571	164.202	1%
24	Venezuela	76.894	68.566	106.256	178.203	79.534	0%
25	Portugal	109.638	122.832	153.868	166.907	154.143	1%
26	Emiratos Árabes Unidos	89.616	116.364	142.634	162.405	146.171	1%
27	República de Corea*	116.478	141.066	164.188	162.007	s/d	1%
28	República Checa*	96.022	93.482	118.939	150.777	s/d	1%
29	Hungría*	102.613	101.928	117.657	132.343	s/d	0%
30	Lituania	16.189	26.230	38.846	131.426	112.785	1%
31	Resto del mundo	2.043.341	2.260.818	2.518.511	2.741.356	1.762.021	8%
	TOTAL	22.826.390	24.615.776	27.277.663	29.053.519	21.333.982	100%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

* No se cuenta con los datos de importación de 2009 para Japón, España, Países Bajos, Polonia, Grecia, República de Corea, República Checa y Hungría, todos ellos, países que desde 2005 evidenciaron una evolución creciente y pareja que los colocó en 2008 por encima de los USD 100.000 millones de dólares de importación del productos del rubro. Para ellos se menciona la participación en el total de las importaciones mundiales de 2008. Por esta razón, el ordenamiento de países se hizo en función de los montos importados en 2008.

Cuadro A3. Evolución 2005-2009 de las importaciones mundiales de lencería femenina por país. Variaciones interanuales; variación del quinquenio 2005-2009; tasa promedio anual entre 2005 y 2009.

	Países	Var. anual 2005/2006	Var. anual 2006/2007	Var. anual 2007/2008	Var anual 2008/2009	Var. período 2005/2009	Var. anual promedio 2005/2009
1	Estados Unidos	9%	1%	0%	-9%	0%	0%
2	Alemania	2%	8%	7%	-2%	15%	4%
3	Reino Unido	6%	11%	3%	-14%	3%	1%
4	Francia	1%	16%	6%	-11%	9%	2%
5	Japón*	3%	3%	11%	s/d	17%	s/d
6	Hong Kong, China	8%	6%	3%	-13%	3%	1%
7	Italia	22%	25%	7%	-7%	52%	11%
8	España*	16%	24%	6%	s/d	52%	s/d
9	Bélgica	-2%	21%	12%	-8%	22%	5%
10	Países Bajos*	10%	18%	5%	s/d	35%	s/d
11	Canadá	20%	16%	3%	-8%	32%	7%
12	Austria	3%	15%	10%	-14%	11%	3%
13	Federación Rusa	75%	103%	46%	-9%	375%	48%
14	Suiza	-3%	15%	9%	-6%	15%	3%
15	Australia	6%	15%	15%	-3%	36%	8%
16	Dinamarca	10%	25%	7%	-21%	15%	4%
17	Suecia	17%	11%	6%	-7%	28%	6%
18	Polonia*	18%	23%	62%	s/d	134%	s/d
19	Irlanda	23%	23%	2%	-5%	47%	10%
20	Grecia*	22%	38%	5%	s/d	77%	s/d
21	Noruega	8%	21%	19%	-10%	40%	9%
22	México	2%	0%	1%	-23%	-21%	-6%
23	Finlandia	11%	17%	7%	-9%	27%	6%
24	Venezuela	-11%	55%	68%	-55%	3%	1%
25	Portugal	12%	25%	8%	-8%	41%	9%
26	Emiratos Árabes Unidos	30%	23%	14%	-10%	63%	13%
27	República de Corea*	21%	16%	-1%	s/d	39%	s/d
28	Republic Checa*	-3%	27%	27%	s/d	57%	s/d
29	Hungría*	-1%	15%	12%	s/d	29%	s/d
30	Lituania	62%	48%	238%	-14%	597%	62%
31	Resto del mundo	11%	11%	9%	-36%	-14%	-4%
	TOTAL	8%	11%	7%	-27%	-7%	-2%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

* No se cuenta con los datos de importación de 2008 para Japón, España, Países Bajos, Polonia, Grecia, República de Corea, República Checa y Hungría. Su lugar en el ranking responde al desempeño de 2008.

Cuadro A4. Importaciones mundiales de lencería femenina por ítem. Año 2009. En miles de dólares.

PA.	Descripción	Monto 2009	Part. %
621210	Sostenes	6.049.274	29%
611595	Los demás art. calcetería, de algodón	2.860.210	14%
610821	Bragas de algodón	2.087.447	10%
610822	Bragas de fibras sintéticas o artificiales	1.977.733	9%
610831	Camisones y pijamas de algodón	1.380.641	7%
611521	Las demás calzas de fibras sintéticas de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo	1.254.802	6%
611596	Las demás calzas de fibras sintéticas	1.154.907	6%
610832	Camisones y pijamas; de fibras sintéticas o artificiales	651.788	3%
610892	Albornoces de baño, artículos similares, para mujeres o niñas; de fibras sintéticas o artificiales	500.975	2%
610891	Albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas; de algodón	465.928	2%
621290	Sostenes (corpiños), fajas, corsés, y artículos similares, y sus partes, incluso de punto los demás	454.832	2%
611530	Medias de mujer de título inferior a 67 decitex por hilo sencillo	330.293	2%
611510	Calzas, panty-medias, leotardos y medias de compresión progresiva	327.724	2%
611529	Las demás calzas, panty-medias y leotardos	321.186	2%
621220	Fajas y fajas braga (fajas bombacha)	224.515	1%
611522	Las demás calzas; de fibras sintéticas de título superior o igual a 67 decitex por hilo sencillo	218.995	1%
611599	Calzas, panty-medias, y demás artículos de calcetería, de las demás materias textiles	207.299	1%
611594	Calzas, panty-medias, de punto; las demás; de lana o pelo fino	144.497	1%
621230	Fajas sostén (fajas corpiño)	128.872	1%
610811	Combinaciones y enaguas; de fibras sintéticas o artificiales	76.794	0%
610829	Bragas (bombachas, calzones) : de las demás materias textiles	62.280	0%
610839	Camisones y pijamas; de las demás materias textiles	44.437	0%
610899	Albornoces de baño, artículos similares, para mujeres o niñas; de las demás materias textiles	36.748	0%
610819	Combinaciones y enaguas; de las demás materias textiles	18.731	0%
Todos	20.980.910	100%	

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Exportaciones mundiales de lencería femenina**Cuadro A5. Exportaciones mundiales de lencería femenina por país. Años 2005-2009*. En miles de dólares.**

	Países	2005	2006	2007	2008	2009	Part. % 2009
1	China	5.031.958	7.837.107	8.770.438	12.053.869	9.044.901	40%
2	Hong Kong	2.278.285	2.531.586	2.707.049	2.731.321	2.425.456	11%
3	Italia	1.460.592	1.582.477	1.889.028	2.017.118	1.665.053	7%
4	Turquía	1.201.472	1.186.261	1.303.812	1.302.512	1.197.300	5%
5	Alemania	840.373	928.548	1.020.049	1.134.236	1.147.726	5%
6	Francia	791.550	818.172	941.305	943.107	775.496	3%
7	Austria	567.126	536.267	671.781	727.760	597.195	3%
8	Sri Lanka	481.410	530.625	570.867	685.930	s/d	2%
9	Bélgica	487.608	544.253	621.220	680.564	647.789	3%
10	Tailandia	446.013	502.206	525.376	572.090	529.833	2%
11	Países Bajos	371.675	396.357	440.096	526.727	s/d	2%
12	Estados Unidos	864.127	777.725	571.333	526.591	442.967	2%
13	Reino Unido	258.762	299.049	375.437	376.892	339.756	1%
14	India	268.643	278.586	348.140	366.833	s/d	1%
15	Polonia	215.417	221.858	261.796	337.958	s/d	1%
16	Vietnam	165.958	205.930	266.156	335.554	s/d	1%
17	México	461.443	406.971	340.470	303.720	254.716	1%
18	Colombia	186.438	225.960	325.341	294.291	162.102	1%
19	Pakistán	181.579	251.596	257.767	288.602	286.261	1%
20	Portugal	283.276	269.989	287.267	287.940	250.710	1%
21	Marruecos	247.587	230.622	282.512	278.888	216.792	1%
22	Hungría	214.219	194.854	230.156	277.824	s/d	1%
23	República de Corea	410.663	372.970	271.376	262.558	s/d	1%
24	España	234.855	227.994	247.327	256.941	s/d	1%
25	Rumanía	273.855	260.182	266.953	255.764	231.205	1%
26	Túnez	268.602	248.317	271.762	225.148	170.277	1%
27	República Eslovaca	123.256	131.320	160.469	197.023	s/d	1%
28	El Salvador	232.071	204.837	180.939	173.248	154.671	1%
29	Malasia	116.753	146.357	152.974	172.785	120.442	1%
30	Taiwán	176.715	167.084	163.279	165.725	135.338	1%
31	Resto del Mundo	2.260.231	2.952.555	3.214.032	2.992.474	1.963.659	9%
	TOTAL	21.402.512	25.468.611	27.936.508	31.751.993	22.759.648	100%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

* No se cuenta con los datos de importación de 2009 para Sri Lanka, Países Bajos, India, Polonia, Vietnam y República Eslovaca. Para ellos se menciona la participación en el total de las exportaciones mundiales de 2008. Por esta razón, el ordenamiento de países se hizo en función de los montos exportados en 2008.

Cuadro A6. Evolución 2005-2009 de las exportaciones mundiales de lencería femenina por país. Variaciones interanuales; variación del quinquenio 2005-2009; tasa promedio anual entre 2005 y 2009.

	Países	Var. anual 2005/2006	Var. anual 2006/2007	Var. anual 2007/2008	Var anual 2008/2009	Var. período 2005/2009	Var. anual promedio 2005/2009
1	China	56%	12%	37%	-25%	80%	16%
2	Hong Kong	11%	7%	1%	-11%	6%	2%
3	Italia	8%	19%	7%	-17%	14%	3%
4	Turquía	-1%	10%	0%	-8%	0%	0%
5	Alemania	10%	10%	11%	1%	37%	8%
6	Francia	3%	15%	0%	-18%	-2%	-1%
7	Austria	-5%	25%	8%	-18%	5%	1%
8	Sri Lanka	10%	8%	20%	s/d	s/d	s/d
9	Bélgica	12%	14%	10%	-5%	33%	7%
10	Tailandia	13%	5%	9%	-7%	19%	4%
11	Países Bajos	7%	11%	20%	s/d	s/d	s/d
12	Estados Unidos	-10%	-27%	-8%	-16%	-49%	-15%
13	Reino Unido	16%	26%	0%	-10%	31%	7%
14	India	4%	25%	5%	s/d	s/d	s/d
15	Polonia	3%	18%	29%	s/d	s/d	s/d
16	Vietnam	24%	29%	26%	s/d	s/d	s/d
17	México	-12%	-16%	-11%	-16%	-45%	-14%
18	Colombia	21%	44%	-10%	-45%	-13%	-3%
19	Pakistán	39%	2%	12%	-1%	58%	12%
20	Portugal	-5%	6%	0%	-13%	-11%	-3%
21	Marruecos	-7%	22%	-1%	-22%	-12%	-3%
22	Hungría	-9%	18%	21%	s/d	s/d	s/d
23	República de Corea	-9%	-27%	-3%	s/d	s/d	s/d
24	España	-3%	8%	4%	s/d	s/d	s/d
25	Rumania	-5%	3%	-4%	-10%	-16%	-4%
26	Túnez	-8%	9%	-17%	-24%	-37%	-11%
27	República Eslovaca	7%	22%	23%	s/d	s/d	s/d
28	El Salvador	-12%	-12%	-4%	-11%	-33%	-10%
29	Malasia	25%	5%	13%	-30%	3%	1%
30	Taiwán	-5%	-2%	1%	-18%	-23%	-6%
31	Resto del Mundo	31%	9%	-7%	-34%	-13%	-3%
	TOTAL	19%	10%	14%	-28%	6%	2%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de World Integrated Trade Solutions (WITS).

Exportaciones argentinas de lencería femenina**Cuadro A7. Exportaciones argentinas de lencería femenina por subpartida arancelaria entre 2005 y 2009. En dólares.**

	2005	2006	2007	2008	2009
Total	8.213.461	9.691.201	10.791.281	10.863.170	8.582.773
Part. % en total	100%	100%	100%	100%	100%
6108 Combinaciones, enaguas, bragas...	4.097.489	5.103.976	5.460.805	5.434.106	3.700.045
Part. % en total	50%	53%	51%	50%	43%
61082 Bragas (bombachas, calzones)	3.305.641	3.847.305	4.160.024	3.991.113	2.563.487
Part. % en P.A.	81%	75%	76%	73%	69%
61089 Los demás	221.895	651.395	579.418	660.030	676.736
Part. % en P.A.	5%	13%	11%	12%	18%
61083 Camisones y pijamas	543.299	575.801	688.419	660.030	455.615
Part. % en P.A.	13%	11%	13%	12%	12%
61081 Combinaciones y enaguas	26.654	29.475	32.944	18.185	28.636
Part. % en P.A.	1%	1%	1%	0%	1%
6115 Calzas y panty medias...	1.441.254	1.939.201	2.556.982	2.327.913	3.022.233
Part. % en total	18%	20%	24%	21%	35%
61159 Los demás	872.048	1.365.452	1.724.456	1.536.336	2.405.487
Part. % en P.A.	61%	70%	67%	66%	80%
61151 Calzas, panty-medias	397.412	335.531	261.271	545.717	282.283
Part. % en P.A.	28%	17%	10%	23%	9%
61152 Las demás calzas, panty medias	171.794	238.218	363.240	286.609	245.916
Part. % en P.A.	12%	12%	14%	12%	8%
61153 Medias de mujer de título inferior a 67 decitex por hilo sencillos/d		s/d	208.015	114.626	88.547
Part. % en P.A.	s/d	s/d	8%	5%	3%
6212 Corpiños y fajas...	2.674.718	2.648.024	2.773.494	3.101.151	1.860.495
Part. % en total	33%	27%	26%	29%	22%
62121 Corpiños	2.452.734	2.343.534	2.508.721	2.746.031	1.550.071
Part. % en P.A.	92%	89%	90%	89%	83%
62122 Fajas y Fajas bombacha	96.805	195.895	180.273	200.680	181.848
Part. % en P.A.	4%	7%	6%	6%	10%
62129 Los demás	121.950	99.688	77.390	137.384	101.585
Part. % en P.A.	5%	4%	3%	4%	5%
62123 Fajas corpiño	3.229	8.907	7.110	17.056	26.991
Part. % en P.A.	0%	0%	0%	1%	1%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de Argexim (CEI).

Cuadro A8. Exportaciones Argentinas de lencería femenina según mercado de destino 2005-2009. En dólares.

	Países	2005	2006	2007	2008	2009	Part. % 2009
1	Uruguay	1.987.808	2.436.825	2.821.448	3.034.653	2.837.419	33%
2	Paraguay	285.947	582.402	767.958	870.137	1.814.519	21%
3	Chile	2.640.502	2.348.290	2.825.866	2.258.589	1.560.111	18%
4	Brasil	538.732	891.620	1.355.947	1.443.204	387.779	5%
5	Perú	262.630	254.061	284.766	291.295	270.176	3%
6	Venezuela	109.563	250.277	225.166	371.859	245.582	3%
7	Alemania	54.195	245.275	81.161	160.533	186.612	2%
8	Japón	75.186	102.949	120.308	147.789	175.654	2%
9	Guatemala	113.865	216.065	157.376	168.056	138.394	2%
10	Honduras	161.642	334.433	485.781	223.419	131.840	2%
11	España	486.686	404.547	277.729	155.849	103.707	1%
12	Bolivia	40.002	71.933	121.827	225.058	100.603	1%
13	Reino Unido	59.380	80.921	74.883	191.399	79.064	1%
14	Ecuador	58.930	100.674	99.584	87.630	74.376	1%
15	Canadá	165.363	86.019	195.268	300.773	56.473	1%
16	México	377.333	442.467	278.388	173.829	51.294	1%
17	Francia	169.975	61.562	7.531	122.327	48.318	1%
18	Estados Unidos	74.875	250.037	127.921	173.107	44.334	1%
19	Australia	38.996	55.379	50.709	46.376	39.632	0%
20	El Salvador	1.129	7.013	12.553	15.593	33.845	0%
21	Nueva Zelanda	517	6.591	14.447	32.434	23.480	0%
22	Israel	11.090	9.091	6.548	22.907	21.454	0%
23	Tonga	0	2.921	11.425	17.618	19.424	0%
24	Nicaragua	2.342	14.876	4.806	11.318	18.716	0%
25	Costa Rica	38.764	21.462	15.295	30.830	17.248	0%
26	Ghana	775	0	19.739	13.912	16.109	0%
27	Samoa Occidental	0	7.717	8.553	10.318	13.694	0%
28	Sudáfrica	997	3.923	50.053	26.789	12.707	0%
29	Colombia	93.897	83.944	75.985	39.642	12.498	0%
30	Corea Rep.	0	10.287	10.424	6.425	12.111	0%
31	Resto del mundo	362.340	307.640	201.836	194.124	68.918	1%
	Mundo	8.213.461	9.691.201	10.791.281	10.867.792	8.616.091	100%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de Argexim (CEI) e InfoJust.

Cuadro A9. Evolución 2005-2009 de las exportaciones Argentinas de lencería femenina según mercado de destino. En dólares.

	Países	Var. anual 2005/2006	Var. anual 2006/2007	Var. anual 2007/2008	Var. anual 2008/2009	Var. período 2005/2009	Var. anual promedio 2005/2009
1	Uruguay	23%	16%	8%	-6%	43%	9%
2	Paraguay	104%	32%	13%	109%	535%	59%
3	Chile	-11%	20%	-20%	-31%	-41%	-12%
4	Brasil	66%	52%	6%	-73%	-28%	-8%
5	Perú	-3%	12%	2%	-7%	3%	1%
6	Venezuela	128%	-10%	65%	-34%	124%	22%
7	Alemania	353%	-67%	98%	16%	244%	36%
8	Japón	37%	17%	23%	19%	134%	24%
9	Guatemala	90%	-27%	7%	-18%	22%	5%
10	Honduras	107%	45%	-54%	-41%	-18%	-5%
11	España	-17%	-31%	-44%	-33%	-79%	-32%
12	Bolivia	80%	69%	85%	-55%	151%	26%
13	Reino Unido	36%	-7%	156%	-59%	33%	7%
14	Ecuador	71%	-1%	-12%	-15%	26%	6%
15	Canadá	-48%	127%	54%	-81%	-66%	-24%
16	México	17%	-37%	-38%	-70%	-86%	-39%
17	Francia	-64%	-88%	1524%	-61%	-72%	-27%
18	Estados Unidos	234%	-49%	35%	-74%	-41%	-12%
19	Australia	42%	-8%	-9%	-15%	2%	0%
20	El Salvador	521%	79%	24%	117%	2898%	134%
21	Nueva Zelanda	1175%	119%	125%	-28%	4442%	160%
22	Israel	-18%	-28%	250%	-6%	93%	18%
23	Tonga	0%	291%	54%	10%	s/d	s/d
24	Nicaragua	535%	-68%	135%	65%	699%	68%
25	Costa Rica	-45%	-29%	102%	-44%	-56%	-18%
26	Ghana	-100%	s/d	-30%	16%	1979%	114%
27	Samoa Occidental	s/d	11%	21%	33%	s/d	s/d
28	Sudáfrica	293%	1176%	-46%	-53%	1175%	89%
29	Colombia	-11%	-9%	-48%	-68%	-87%	-40%
30	Corea Rep.	s/d	1%	-38%	88%	s/d	s/d
31	Resto del mundo	-15%	-34%	-4%	-64%	-81%	-34%
	Mundo	18%	11%	1%	-21%	5%	1%

Fuentes: Elaboración Fundación Export.Ar en base a datos de Argexim (CEI) e InfoJust.

Cuadro A10. Origen provincial de las exportaciones argentinas de lencería femenina. Años 2005 y 2009. En dólares.

Provincia	2005	Part. % en total	Provincia	2009	Part. % en total
Buenos Aires	6.242.754	77%	Buenos Aires	6.598.679	77%
Santa Fe	753.825	9%	Extranjero *	1.289.303	15%
Capital Federal	659.547	8%	Capital Federal	576.911	7%
Extranjero *	319.781	4%	Chubut	52.018	1%
Chubut	150.714	2%	Córdoba	3.252	0%
Córdoba	20.023	0%	Neuquén	1.310	0%
La Rioja	1.256	0%	Santa Fe	940	0%
San Juan	553	0%	Mendoza	218	0%
Indeterminado	65.003	1%	Sin declarar	2.057	0%
			Jujuy	144	0%
Total	8.213.455	100%	Total	8.524.833	100%

Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de InfoJust.

*Por Extranjero se contemplan las prendas que no tienen origen de nacional argentino. En este caso de lencería femenina, reúne a aquellas prendas cuyas piezas son traídas del exterior para armado en la Argentina y posterior exportación.



Análisis de oportunidades comerciales para el incremento de las exportaciones argentinas a la República de Ecuador

En los últimos años, la economía del Ecuador se ha caracterizado por su dinamismo. Entre 2000 y 2009, el PBI nacional se incrementó a una tasa media anual de 4,5%, a la vez que los pronósticos para los próximos años - más allá de las repercusiones de la crisis financiera internacional - son muy positivos. El favorable escenario económico llevó a que exportadores argentinos de diversas industrias hayan buscado incrementar los embarques destinados a este país, aspiración que ha demostrado ser exitosa, teniendo en cuenta las cifras de intercambio de los últimos años. La ventaja de la Argentina en materia de intercambio comercial puede explicarse por la competitividad de nuestro país en materia de productos primarios y la diversidad de la producción industrial en comparación con la ecuatoriana. El presente informe tiene como objetivo analizar con detalle el contexto económico y las oportunidades de comercio, a fin de que los exportadores argentinos puedan aprovechar al máximo las potencialidades de este dinámico mercado.

INTRODUCCION

El Ecuador está situado al noroeste de América del sur y posee una superficie de aproximadamente 280.000 Km², lo cual lo convierte en uno de los países de menor tamaño del subcontinente. Sin embargo esta circunstancia no implica una limitante de recursos naturales, ya que el territorio nacional posee la ventaja de contar con una gran variedad de zonas geográficas. Las características físicas, ecológicas y climáticas están determinadas por su especial ubicación en el globo terráqueo, atravesado por la línea ecuatorial y por la Cordillera de los Andes, la cual junto a los sistemas montañosos transversales que se extienden en el sentido oriente-occidente, dan lugar a la conformación de valles de gran diversidad biológica. Cabe destacar que las regiones bajas y planas se encuentran tanto en el occidente, junto al Océano Pacífico, como en el oriente, en la Amazonía.

Es posible discriminar cuatro regiones a lo largo de todo el país: la Sierra, la Costa, la Amazonía y las Islas. La Sierra presenta una economía basada en la agricultura y ganadería. Posee tres millones de hectáreas destinadas a la producción agropecuaria, de las cuales el 64% son pasturas y el resto son cultivos. Los principales productos sembrados son el maíz, el café, la papa, la cebada y las lentejas. En cuanto a la industria manufacturera de esta región, cabe destacar que la producción se concentra en la provincia de Pichincha, particularmente en Quito y su área de influencia. Las industrias más destacadas son las relacionadas con la alimentación, con la fabricación de productos químicos derivados del petróleo y la metalúrgica. En cuanto a la economía de la Costa, las principales actividades se

encuentran orientadas a satisfacer la demanda externa de productos tropicales, tales como el cacao, el banano y el café, como así también los relacionados con la pesca del atún y de camarones. Por otra parte, existe una industria manufacturera concentrada en la ciudad de Guayaquil, preponderantemente dedicada a alimentos, bebidas y tabaco. En Esmeraldas se encuentra la principal refinería del país, mientras que en Manta los principales establecimientos industriales se relacionan con el procesamiento del atún. En lo que refiere a la región de la Amazonía, si bien ocupa prácticamente la mitad del territorio ecuatoriano, posee una baja densidad poblacional. Esta es una de las principales zonas económicas del Ecuador, ya que en esta región se encuentra la mayor parte del petróleo nacional. Por último se encuentra la región Insular, la cual está compuesta por las islas que integran el archipiélago de Galápagos. Es el destino turístico más conocido del país.

Las condiciones climáticas del Ecuador están influenciadas por varios factores, tales como su localización en la zona ecuatorial, la presencia de la Cordillera de los Andes, la Amazonía y el Océano Pacífico; este último caracterizado por la incidencia de las dos corrientes diferentes, la cálida del Golfo y la fría de Humboldt, las cuales dan lugar a marcadas variaciones espaciales y estacionales en las diferentes regiones naturales del país. Si bien Ecuador está ubicado en el corazón del trópico, es la altitud¹, y no la latitud, lo que determina su temperatura. En el territorio nacional se puede experimentar una amplia variedad de climas, desde las temperaturas costaneras que varían entre los 24 y 40 grados centígrados, al clima primaveral que se registra durante todo el año en la zona de la Sierra.

En cuanto a sus habitantes, el Ecuador se destaca por ser un país multiétnico con una gran riqueza cultural, natural y arqueológica. Posee una población cercana a los 14 millones de habitantes y una tasa de crecimiento promedio del 2% anual², aunque existen zonas despobladas e incomunicadas, producto de fronteras naturales que impiden el acceso a estas regiones, tales como la Amazonía y la región Insular. La población urbana alcanza al 62,7%³ y, en su mayoría, se encuentra ubicada entre la Cordillera de los Andes y la costa del Océano Pacífico. La ciudad más grande del país es Guayaquil con casi 2.045.000 habitantes (15,6% del total), seguida por Quito, con 1.494.000 habitantes, Cuenca con 280 mil, mientras que el resto de la población se encuentra repartido en diversas ciudades que no superan los 250 mil habitantes.

En cuanto a lo institucional, desde el 20 de octubre de 2008 rige en Ecuador una nueva Constitución, la cual confiere al Estado las funciones Legislativa, Ejecutiva, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social. El país es una República basada en una democracia representativa constitucionalmente establecida. Actualmente gobierna el Presidente Rafael Correa, cuyo gobierno tiene una tendencia de corte social-demócrata, y el cual concluirá su mandato el 10 de agosto de 2013. En cuanto a la organización administrativa, el territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias (agrupadas en tres regiones Costa, Sierra, Oriente y la Región Insular). Las provincias se dividen en cantones; los mismos que se dividen en parroquias. Las parroquias pueden ser urbanas (representando a la capital de la provincia) o rurales (el resto del territorio de la provincia).

Ecuador es un país que se encuentra en un importante proceso de cambio en materia económica, fruto de la dolarización de la economía, la cual fue puesta en vigor en enero de 2000. Dicho suceso fue fruto de una situación extrema: después de varios gobiernos de corta duración entre 1997 y 2000, múltiples desastres naturales y la bancarrota del sistema bancario, el gobierno de Jamil Mahuad tomó la decisión de dolarizar para evitar una inminente hiperinflación y así estabilizar la economía nacional. A partir de 2001 se empieza a observar una progresiva recuperación del país, así como la estabilización de sus indicadores macroeconómicos, tendencia que se ha ido consolidando desde entonces. En cuanto al PBI, después del descenso de un 6,30% en 1999, en los siguientes años se registraron crecimientos sucesivos de 2,8% (2000), 5,12% (2001), 3,4% (2002), 2,7% (2003) 8% (2004), 6% (2005), 3,9% (2006) y 2,6% en 2007. En 2008 la economía creció un 6,5% debido al alto precio del petróleo durante los tres primeros trimestres de 2008, a lo que se suma el importante gasto público en inversión. El PBI correspondiente al año 2009 alcanzó los 55.613 millones de dólares, cifra inferior a la del año anterior, pero que duplica a la de 2001.

1 Cabe destacar que en Ecuador se encuentran algunas de las montañas más altas de América del Sur; existen veintidós montañas que sobrepasan los 4.348 metros de altura, incluyendo el volcán Chimborazo, el cual posee 6.310 metros de altura.

2 Se prevé que esta tasa disminuirá al 1,5% en el curso de los próximos 10 años.

3 Se prevé que superará el 70% en el 2015.

El Ecuador ha registrado un superávit en su balanza comercial durante el lustro pasado, debido especialmente a los fuertes incrementos de precios de sus principales productos de exportación. Cabe destacar que la venta de bienes y servicios ha crecido en los últimos años desde un 25 % a un 30% del PBI. El principal producto de exportación es el petróleo, que anualmente representa un valor de 2.000 millones de dólares, a lo que hay que agregar cerca de 1.000 millones en banana y 600 millones entre flores y camarones. El país es, por otra parte, importador de comidas y animales vivos, bienes de capital, productos químicos y manufacturas.

En los últimos años, y como consecuencia de la implementación de la dolarización en Ecuador y la devaluación en la Argentina, el intercambio comercial bilateral ha tenido cambios favorables para nuestras exportaciones. En el año 2008, Ecuador exportó a nuestro país por un total de 138,58 millones de dólares e importó por 456,85 millones de dólares. Este escenario positivo también se verificó durante 2009, ya que Ecuador vendió a la Argentina 137,4 millones de dólares e importó de nuestro país 453,88 millones de dólares. Observando esta tendencia y los datos del primer trimestre del presente año, se prevé que la balanza comercial 2010 será nuevamente muy favorable para nuestro país. Debe destacarse que la relación bilateral entre Ecuador y Argentina ha alcanzado un momento de mucha cercanía y prosperidad que se ha visto plasmado, no solamente en un muy notorio incremento del comercio bilateral, sino también en las frecuentes visitas Presidenciales y de Ministros así como en la firma de numerosos convenios bilaterales. Varios de esos instrumentos apuntan a lograr una mayor fluidez en el comercio y las inversiones.

Este escenario promisorio está llevando a diversos productores nacionales a buscar profundizar los nexos comerciales con el país andino. En este sentido, el presente informe busca facilitar información destacada para que los exportadores argentinos puedan incrementar sus ventas a este destacado mercado.

A continuación, los rasgos más destacados de la relación bilateral.

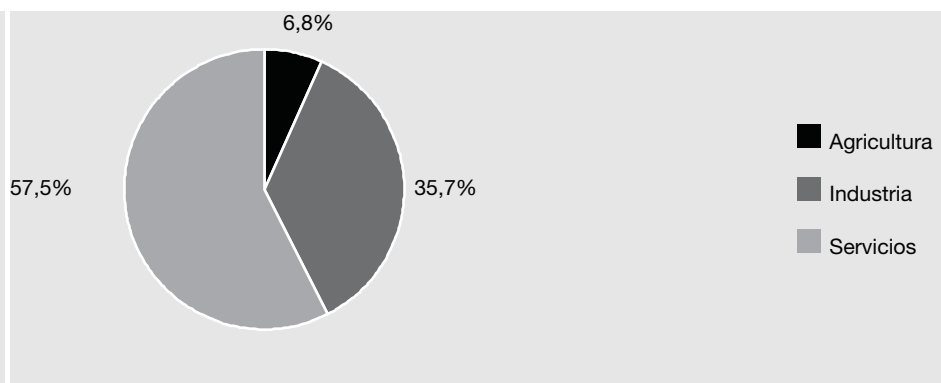
SECTORES ECONÓMICOS

De acuerdo con datos proporcionados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la economía de la República del Ecuador se destaca por ser la octava más grande de América Latina⁴, por ser uno de los mercados más dinámicos de la región y, al registrar una inflación de un dígito, por presentar el mayor grado de estabilidad en todo el subcontinente. Cabe destacar que este positivo escenario se ha ido consolidando a partir del año 2.001, cuando se empieza a observar una progresiva recuperación del país, luego de que en enero de 2.000 se haya decidido dolarizar la economía a fin de evitar una inminente hiperinflación. Asimismo, el PBI ecuatoriano ha mostrado un crecimiento sucesivo desde comienzos de la presente década. Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), durante 2009 el producto ecuatoriano fue de 55.613 millones de dólares, monto que le permitió situarse en el 64º puesto entre las economías más importantes del mundo, con un PBI per cápita de aproximadamente 3.800 dólares.

La distribución sectorial del PBI ecuatoriano muestra una evidente preeminencia del rubro servicios, que participa con el 57,5% del total. Le sigue en importancia el sector industrial, que goza de una incidencia del 35,7%. Por su parte, la actividad agrícola concentra un 6,8% del producto total. En cuanto al porcentaje de población ocupado en cada rubro de la economía, las últimas cifras dan muestra de que el 70,5% de los habitantes se encuentran relacionados con el sector servicios, el 21,2% con la industria mientras que el 8,3% está vinculado con la agricultura. A continuación se presenta una breve descripción de cada sector y de los principales aspectos de la actividad económica.

4 Después de las de Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, y Perú.

Grafico N° 1. Ecuador:
Composición sectorial
del PBI, 2009



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos del Banco Mundial

Sector primario

El sector primario de la economía ecuatoriana posee una baja participación en el PBI, con una incidencia próxima al 6,8%. Si se tiene en cuenta que este sector da empleo al 8,3% de la fuerza laboral del país, se puede concluir que una de las principales características de la agricultura en Ecuador es su productividad.

La superficie total del territorio ecuatoriano es de 283.561 km², de los cuales sólo el 44,62% posee producción agropecuaria. Según los datos del último censo agrario realizado en 2.000, en el país existen 842.900 Unidades de Producción Agrícola (UPA) en 12,3 millones de hectáreas de frontera productiva, lo cual implica un promedio de 14,7 hectáreas por UPA y evidencia el crecimiento de dichas unidades desde 1974, cuando la reforma agraria tuvo lugar. En cuanto a las características de uso de suelo, el 24% corresponde a superficie dedicada a cultivos permanentes, transitorios, barbecho y descanso, el 40% esta destinado a pastos y páramos, mientras que el 36% restante corresponde a bosques y otros usos.

En lo que respecta a los cultivos, cabe destacar que gracias a las favorables características de suelo, clima y ubicación geográfica que goza el país, todas las regiones del Ecuador tienen producción agropecuaria, siendo la Costa y la Sierra las de mayor producción. El último censo determinó que del total producido, solo 180 poseen alguna significación con respecto a su área sembrada; entre los que han cobrado mayor importancia desde 1974 hasta 2000 se encuentran el maracuyá y el palmito, los cuales alcanzaron durante dicho año las 45 mil hectáreas trabajadas. A su vez existen otros cultivos que son sembrados exclusivamente para su exportación, sin embargo presentan un área de dedicación reducida, levemente superior a las 6.000 hectáreas. Tal el caso de la pimienta negra y dulce, chontaduro, macadamia, babaco, espárrago, marañón, pitajaya, cardamomo, borjón, sábila, araza y níspero. Dentro de este grupo han sido los sembrados de flores los que han presentado la producción más dinámica y fueron los que más han crecido desde la década de los noventa, en gran parte gracias a las preferencias arancelarias que otorgan los Estados Unidos para el sector. A nivel nacional, los principales y más rentables cultivos son el banano, el café, el cacao, el maíz, la papa y el arroz.

El **cacao** fue el primer producto que, explotado a gran escala, dio paso a un boom económico para el país durante el siglo XVI. Su evolución se inició a partir de unas cuantas plantaciones a orillas del río Guayas y se ha expandido hasta llegar a ser el segundo cultivo más extenso en superficie del país, calculándose en aproximadamente 360.000 hectáreas. Las plantaciones experimentaron un constante desarrollo entre 1860 y 1900, y atravesaron una fuerte crisis entre 1920 y 1950 debido a plagas y enfermedades. Posteriormente se recuperó al tiempo que otros cultivos, como el del banano, redujeron la superficie cacaotera. Actualmente el cacao ocupa una superficie equivalente al 7% de la producción agrícola nacional. El 85% de su producción es exportada, de la cual el 73% se exporta en grano, el 12% como productos elaborados, y sólo un 5% es consumido internamente por la industria de los chocolates y confites. A su vez es el mayor productor mundial de cacao fino y de aroma, acaparando aproximadamente el 60% de las exportaciones mundiales con embarques por 110.000 a 150.000 toneladas al año.

Ecuador es el mayor exportador de **bananas** de todo el planeta. A merced de su enclave ecuatorial y a llanura de costa llana hasta el Pacífico, el país dispone de un clima ideal que garantiza el cultivo de esta fruta. La exportación comienza

a gravitar fuertemente en la economía nacional desde finales de los años 40, cuando las empresas, entre las que se encontraba el poderoso consorcio norteamericano United Fruit Company, aprovechan las abundantes cosechas y los favorables precios internacionales para posicionar al país como un destacado productor. En el plazo de los primeros tres años de cosecha, el volumen de exportación representó la mitad de los ingresos económicos totales del país. La primera caída se produjo en 1956 cuando el crecimiento inicialmente fulgurante remitió de forma tan rápida como se había iniciado. Desde ese momento, y si bien se ha registrado numerosos altibajos, en la actualidad es impensable excluir la banana de la economía de exportación del país. Es muy importante resaltar la solidez de la actividad bananera en el contexto de la economía del país pues la exportación de la fruta, teniendo en cuenta el comportamiento histórico del comercio exterior antes y después del boom petrolero, mantiene una posición gravitante como un gran generador de divisas para el erario y de fuentes de empleo para el pueblo ecuatoriano, tanto del campo como de la ciudad, siendo muy superior al de otros rubros productivos. En la actualidad, si bien Ecuador es el primer exportador de esta fruta a nivel mundial, es el cuarto productor con 180.000 hectáreas cultivadas en nueve provincias de las cuales Los Ríos, El Oro y Guayas son las de mayor importancia.

El **café** se cultiva en el país desde fines del siglo XVIII, como lo registran exportaciones realizadas al Perú, en las postrimerías de la época colonial. No se conoce con exactitud donde se iniciaron las primeras plantaciones, aunque mediante investigaciones históricas se sabe que en la zona de Jipijapa se cultiva desde el año 1860, en los recintos El Mamey y Las Maravillas. Actualmente existen cerca de 129.747 unidades de producción cafetera que ocupan aproximadamente 435.000 hectáreas en 18 provincias, las cuales generan trabajo para unas 700 mil personas en la producción y para 500 mil en actividades conexas. El país participa con un 2% en el nivel de producción mundial de café y el promedio de producción nacional equivale al consumo anual en países como Dinamarca, Bélgica, Austria, Finlandia o Suiza. La producción y exportación del grano sigue manteniendo un rol importante en la economía ecuatoriana. Ecuador se ubica en el puesto número 11 en el ranking de los principales exportadores de extractos, esencias y concentrados de café, presenta una de las tasas de crecimientos más altas para el periodo 2004-2008, la cual se ubica en 26%, y su participación en las ventas mundiales del 2008 fue de 2,9%.

En las últimas décadas se ha observado un cambio importante en la estructura de producción. Mientras que a comienzos de los años sesenta el país exportaba 100% de café arábigo, actualmente comercializa casi el 50% de café robusta. Las provincias tradicionalmente productoras de arábigos no lograron superar el problema del bajo nivel de tecnificación y de los bajos rendimientos por hectárea. Así fue como el café arábigo perdió importancia en el contexto nacional a favor de la expansión del café robusta en las zonas de clima húmedo y de colonización, obteniendo rendimientos altos con las plantaciones jóvenes y en suelos vírgenes. Aún cuando en este momento las plantaciones de la zona de Santo Domingo y Lago Agrio han descendido en su producción debido a la mayor edad de los mismos, siempre el porcentaje en la producción de robustas es muy significativo. Por último, cabe destacar que el Ecuador es uno de los 14 países que producen tanto la variedad arábigo como la robusta.

El **maíz** es otro de cultivos con gran incidencia en el escenario agrícola nacional. La producción anual de maíz duro es de aproximadamente 595 mil toneladas en condiciones normales. De ese total se destina el 57% al sector avicultura, el 6% como alimentos balanceados para otros animales, el 4% a las industrias de consumo humano, el 25% se exporta a Colombia mientras que el resto sirve para autoconsumo y para semillas. Si bien el rendimiento promedio ponderado es de 2,7 toneladas por hectárea, los grandes productores, aquellos cuyos campos son superiores a las 50 hectáreas y poseen mayor tecnología, tienen un rendimiento de 4,5 TM/ha. El área anual ocupada en este cultivo es de 250 mil hectáreas a la vez que el sector emplea cerca de 140.000 personas, lo cual equivale a aproximadamente el 11% de la población económicamente activa dedicada a la agricultura. La temporada de cosecha más alta se da en el ciclo de invierno que comienza en abril hasta julio.

Con respecto a las exportaciones, su totalidad se destina al mercado colombiano debido al ciclo del cultivo y a las condiciones geográficas y climáticas de las zonas de producción maicera, tanto de Ecuador como de Colombia. Dichas características generan una complementariedad de la cosecha nacional con las necesidades del mercado colombiano, ya que la cosecha ecuatoriana de invierno se recoge con alrededor de dos meses de anticipación con respecto a la de Colombia.

El número de familias dedicadas a la producción de **papa** es de aproximadamente 42.000, número igual al de familias

que cultivan maíz suave. Es importante destacar que no existe consenso sobre la productividad en el país. De las 66.000 hectáreas dedicadas a la papa, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reporta una producción promedio de 480.000 toneladas y un rendimiento por hectárea de 7,7 toneladas. Sin embargo, estudios realizados por el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias revelan un rendimiento promedio de 14 toneladas por hectárea. Con un valor total bruto de 60 millones de dólares anuales, la papa es una importante fuente de ingresos para las comunidades rurales y un componente fundamental de la economía nacional. Chimborazo, Tungurahua y Carchi son las tres principales provincias en importancia tanto por su volumen como por su extensión que se dedican al cultivo de la papa, seguidas por los distritos de Pichincha, Cotopaxi y Cañar.

Con cerca de 400 mil hectáreas anuales dedicadas al cultivo del **arroz**, el Ecuador es el país con mayor superficie sembrada dentro de la Comunidad Andina. En la actualidad dicho cereal se ha constituido en un pilar económico para diversas comunidades agrícolas, concentrándose en un 95% su producción en las provincias de Guayas y Los Ríos. A partir de 1992 la superficie sembrada ha crecido a un ritmo del 7,4% anual, tres veces más que la tasa de crecimiento poblacional, comportamiento que puede atribuirse básicamente a la eliminación del control de precios y a un incremento de las exportaciones a países de la región, entre los que se destacan Colombia y Perú. El 63% de la producción anual se recoge entre los meses de abril y junio, correspondiente a la siembra de invierno, mientras que la producción restante se obtiene de septiembre a diciembre, durante la siembra de verano. En términos generales, puede afirmarse que el cultivo del arroz en el país está dominado por pequeños productores. El rendimiento promedio nacional lo ubica como uno de los países con menor rendimiento a escala mundial, inferior en un 50%, 90% y 120% a los registrados en Colombia, Perú y Estados Unidos respectivamente

La **floricultura** es otra de las más importantes actividades del agro. Desde que se iniciaron los cultivos con miras a la exportación, el crecimiento del sector ha sido permanente gracias a las características agronómicas del país, las cuales permiten el desarrollo de extraordinarios ejemplares. Según datos de la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores, los cultivos se iniciaron en la provincia de Pichincha, que es la que registra la mayor superficie cultivada, seguida por Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Carchi y Loja. Cabe destacar que la producción de flores tiene la virtud de ocupar abundante mano de obra. Con 4.000 hectáreas cultivadas, actualmente la industria proporciona ocupación en forma directa a 36.500 personas, e indirectamente ha estimulado la creación de actividades conexas, como empresas comercializadoras, agencias de carga, empresas transportadoras de carga aérea y terrestre, almacenes de productos agroquímicos, talleres artesanales de mecánicos de equipos agrícolas, electricistas, carpinteros y otras actividades menores, las cuales en su conjunto emplean a unas 500 mil personas. Los principales mercados para las flores ecuatorianas son Estados Unidos, país que absorbe el 70% de la producción, algunos países de Europa y, en menor escala, algunas naciones latinoamericanas.

La cadena de la carne y sus subproductos está sustentada en la explotación de ganado vacuno, avícola, porcino y, en menor grado, ovino; la oferta nacional de carnes rojas para el consumo directo e industrial tiene mayor demanda.

La producción de **carne bovina** presenta su mayor proporción en la Costa, aportando aproximadamente un 65% a la oferta doméstica, mientras que en la Sierra se genera un 15%, del cual gran parte corresponde a ganado lechero de descarte. Entre la Amazonía y la región Insular, se produce el 20% restante. Según los últimos datos disponibles, en 2009 se faenaron 965.240 cabezas, cada una con un peso aproximado de 175,46 kilogramos. Es importante destacar que en el caso de las provincias de Guayas y Pichincha, si bien no son estrictamente productoras de ganado, registran más del 50% del volumen total de faena. Dicha situación se explica porque el mayor porcentaje de la población consumidora se localiza en las capitales de estas dos provincias. Si se analiza la calidad de ganado que se sacrifica, se puede afirmar que las reses que llegan a los mataderos de la Sierra, son en su mayoría vacas de descarte procedentes de explotaciones lecheras (criollas y/o mestizas holstein) y toros que pasan los cuatro años de edad. Las excepciones son los camales de Quito y Sangolquí, donde el 80% del ganado bovino que se sacrifica es joven y proviene del Litoral y la región Amazónica, siendo la mayoría, razas cebuínas, mestizas y criollas. Por último, el ganado que se faena en los camales del Litoral, son de dos y medio a tres años de edad, con pesos que oscilan entre 350 a 370 kilos de pie.

En cuanto a la ganadería especializada en la **producción de leche**, ésta se destaca por ser intensiva y semiintensiva, y se desarrolla a lo largo del Callejón Interandino. El uso y destino de la producción lechera en el país posee un comportamiento regular. Según estimaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería, entre un 25% y un 32% de la

producción bruta se destina a consumo de terneros (autoconsumo) y mermas (2%), mientras que la disponibilidad de leche cruda para consumo humano e industrial representa alrededor del 75% de la producción bruta. La leche fluida disponible se destina en un 25% para elaboración industrial (19% leche pasteurizada y 6% para elaborados lácteos), 75% entre consumo y utilización de leche cruda (39 % en consumo humano directo y 35% para industrias caseras de quesos frescos).

La producción diaria de leche en el Ecuador ha tenido una evolución favorable entre 1974 y 2000. En 26 años, la producción nacional ha crecido en un 158%, producto de la expansión tanto del hato bovino, como del área destinada a pastoreo de ganado vacuno. Sin embargo, durante el período de 1990 a 1999, la disponibilidad de leche nacional para consumo humano, se incrementó en 18,1% para alcanzar el último año una producción de 1.934.031 millones de litros, lo cual representa una tasa promedio anual de crecimiento del 1,8%. Esta situación se debe principalmente a los bajos incrementos del precio de la leche pagado al ganadero en el período de los años 90 al 99, así como a la escasa presencia de programas de fomento ganadero, asistencia técnica y al crédito insuficiente. En ciertos sectores de la Sierra, las áreas destinadas a producción bovina se han dedicado a cultivos de exportación (flores, hortalizas); en la Costa de igual forma significativas áreas de producción bovina, se han dedicado a cultivos de banano, palma africana, palmito y maracuyá, cuyos cultivos rebasan fácilmente la capacidad rentable de una explotación bovina.

La **industria porcina** se encuentra en todo el país; sin embargo, es una actividad poco desarrollada debido a los altos costos de producción y la competencia que existe con la industria avícola. Según el último censo realizado al sector, se registra un stock de 1.527.114 porcinos, clasificados en razas criollo, mestizos y pura sangre. Esta población se compone de 1.193.052 criollos criados en 404.153 Unidades de Producción Agropecuaria (“UPAs”), 297.695 mestizos en 38.585 criaderos y los animales pura sangre con 36.368 criados en 1.344 UPAs. El desarrollo de este sector tiene sus inicios en los años setenta con la formación de grandes empresas, las cuales se instalaron en la región de la Costa para posteriormente migrar a la Sierra. La producción tecnificada satisface el 20% del consumo nacional a través de los principales supermercados del país, a la vez que el 80% restante es cubierto por los sistemas de producción semi-intensivo y extensivo, de cuya producción se alimenta la población de escasos recursos.

La crianza de **ovinos** se limita a los páramos andinos; su producción es marginal y con tendencia a la disminución de los rebaños. La explotación de dicho ganado es de tipo extensivo, se desenvuelve bajo el sistema tradicional, con razas criollas y mestizas. Existen comunidades de indígenas que han utilizado razas especializadas (Corriedale, Rambouillet, Cheviot, Pollt Dorset), como inicio de un programa de mejoramiento genético realizado desde hace 25 años, actualmente administrado por la Asociación Nacional Criadores de Ovejas. Por lo general se aprovecha las áreas de pastos naturales, principalmente en los páramos. En el último Censo se registraron 1.127.468 ovinos censados en 178.995 UPAs, de los cuales 1.052.891 son criollos criados en 171.315 UPAs; 64.286 son mestizos registrados en 8.515 UPAs, y 10.291 animales pura sangre ubicados en 162 UPAs.

La explotación **avícola** industrial está regida por patrones internacionales y ha alcanzado un gran desarrollo a partir de los años ochenta; la mayor parte de la producción se localiza en las provincias de Pichincha, Manabí, Guayas y Tungurahua. Las empresas del sector poseen instalaciones con tecnología de punta y se rigen bajo los parámetros de explotación intensiva, siendo dirigidos por profesionales veterinarios especialistas en la especie. La venta de carne, huevos y embutidos alcanza el 90% del mercado nacional, mientras que el 10% lo produce el pequeño campesino bajo el sistema extensivo, sin ninguna clase de tecnología. Los datos enunciados por el Censo 2002 indican que el país posee casi 10 millones de gallinas, 404.672 patos y 117.758 pavos.

Por lo que se refiere al **sector pesquero**, el desarrollo experimentado en los últimos años se ha consolidado durante 2008 y 2009, lo cual ha llevado a que en la actualidad su aporte al PBI supere los 420 millones de dólares (0,8% del total). El Ecuador se ha convertido en uno de los mayores productores y exportadores de atún de América del Sur, y este éxito ha ayudado a la industria pesquera a adquirir modernas embarcaciones y equipos de procesamiento, los cuales casi en su totalidad se sitúan en la ciudad portuaria de Manta. Otra especie con incidencia en el sector es el camarón. Las cálidas aguas del Golfo de Guayaquil poseen excepcionales cualidades para su cría, de ahí que la zona alberga a diversos establecimientos productores, la mayoría de los cuales venden al exterior productos tanto procesados como sin procesar.

Sector secundario

De acuerdo con las estadísticas de Cuentas Nacionales el crecimiento del sector industrial, durante el periodo que va de 1950 a 1990, se incrementó a tasas muy superiores a las del resto de la economía. Dicho desarrollo industrial se debió a la ampliación de la demanda interna y a los incentivos gubernamentales, tales como la exoneración de impuestos, los subsidios, los créditos preferenciales, las barreras arancelarias y la prohibición de importaciones. Debido a los cambios de paradigmas económicos registrados durante la década de 1990, de 1991 a 2007 el sector secundario nacional viene registrando incrementos cercanos al 2%, tasa escasamente superior a la del crecimiento del PIB registrado en ese mismo lapso de tiempo (1,8%). En la actualidad, la industria representa el 35,7 del PBI nacional.

La industria ecuatoriana, de carácter sobre todo manufacturero, se desarrolló inicialmente al amparo de una política de sustitución de importaciones y de bajos costes. Hacia los años sesenta y con la visión puesta en el descenso de las importaciones, se aplicaron algunas políticas que permitieron aumentar levemente la base industrial del país; de esta forma, la industria local se inició en la producción de bienes con poca base tecnológica y con poco uso de mano de obra calificada, para ir progresivamente mejorando la calidad de los productos e incrementando los niveles tecnológicos, así como la participación de mano de obra calificada. Este proceso se vio reforzado posteriormente por dos hechos concretos: el ingreso de Ecuador en el Pacto Andino en 1969 y la súbita ampliación del mercado a causa de los ingresos provenientes de la exportación de petróleo a partir de 1972.

No obstante la base financiera de origen petrolero, si bien reforzó una política sostenida de desarrollo industrial, no consiguió eliminar la sólida protección y asistencia estatal que, posteriormente, deformaron ese desarrollo. Antes de estos sucesos, las industrias ecuatorianas de los años cincuenta estaban representadas principalmente por las ramas de textiles, alimentos, bebidas, tabaco, refinado de petróleo y producción de cemento; en la actualidad el panorama no se ha modificado substancialmente y los sectores textil y alimentario mantienen su peso específico, junto con el petrolero y el cementero, aunque se han agregado otros de menor importancia como el calzado, el tabaco y los fertilizantes.

En la actualidad, Ecuador es un país que ha concentrado muy pocos esfuerzos en su industria, por lo que esta contiene pocos subsectores. La actividad industrial se concentra fundamentalmente en las dos provincias más pobladas del país, Guayas y Pichincha (sobre todo en sus capitales, Guayaquil y Quito) y en menor medida en Cuenca, ciudades donde se sitúa más del 84% de la producción y más del 77% de los establecimientos. El sector industrial ocupa al 13% de la población económicamente activa. Pese a la inestabilidad política del país la Inversión Extranjera Directa en este sector ha aumentado, ya que en 2008 fue de 973,5 millones de dólares, mientras que en 2007, fue sólo de 194 millones de dólares, lo que ha supuesto un crecimiento de 396,7%.

Según datos del Banco Central del Ecuador, el valor agregado de la industria manufacturera, sin incluir la refinación de petróleo, representa el 13,99% del Producto Bruto Interno, siendo la **industria de alimentos y bebidas** la de mayor aporte (7,83% del PBI). Además tiene especial importancia pues contribuye con el 55,9% de su valor agregado, representa el 24% del total de las empresas, el 37% del empleo manufacturero y el 42% de la inversión en el sector secundario. Durante el periodo 2001-2007, esta industria experimentó una tasa de crecimiento promedio de 7,33%, cifra que es mayor a la tasa de variación promedio de toda la economía⁵ y a la del crecimiento promedio de la industria manufacturera⁶. Los productos alimenticios industrializados de mayor peso dentro de las exportaciones son los enlatados de pescado, con una participación promedio durante el periodo 2002-2008 de 26,8%⁷, a la vez que también se destacan la producción, elaboración y conservación de carne, frutas, legumbres, aceites y grasas. Cabe destacar que el 47,31% de los establecimientos del sector de alimentos y bebidas pueden ser calificados como grandes empresas. Las mismas concentran el 93,9% de la producción de la industria alimenticia a la vez que su producción promedio supera ampliamente a las que registran los establecimientos de menor tamaño. Por último, el análisis desagregado de las industrias que componen el sector de alimentos y bebidas, permite afirmar que las de mayor aporte son aquellas relacionadas con la elaboración y conservación de productos de pescado (41,8%), con la elaboración de aceites y grasas de origen vegetal o animal (10,1%) y la elaboración de insumos para producir otros bienes y servicios (9,1%).

5 La cual fue de 4,79%.

6 Equivalente al 5,21%.

7 En relación a las exportaciones industrializadas no petroleras totales.

Los inicios de la **industria textil** ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias se dedicaron al procesamiento de la lana hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. En la actualidad, la industria textil nacional fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. Si bien las empresas dedicadas a la actividad poseen instalaciones a lo largo de todo el país, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a la actividad son Pichincha y Guayas, las cuales concentran el 78% de la producción y el 70% de los establecimientos. El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos: según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, alrededor de 50.000 personas trabajan en empresas textiles y más de 200.000 se relacionan indirectamente con la actividad. Su importancia económica radica en que representa el 3,1% del PBI total y el 19,2% del PBI manufacturero.

Por regla general, tradicionalmente las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de 1990 las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999. Durante el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999. Dicha tendencia positiva se ha registrado durante toda la década a excepción del año 2002, momento en que se produce una disminución de las exportaciones textiles. Rápidamente el sector recupera su vigor, llegando a exportar cerca de 155 millones de dólares en 2009, lo cual representó uno de las cifras más altas de los últimos diez años. Concientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria y así lograr ser más competitivos en el mercado internacional. A su vez, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

En lo que respecta al **sector automotor**, cabe destacar que antes de 1969 el Ecuador contaba con una sola empresa ensambladora de automóviles, la cual estaba vinculada a General Motors Company, a la vez que no existían muchos proveedores de partes y piezas. A partir del ingreso en el Pacto Andino se comenzó a desarrollar de forma dinámica este sector, impulsado por las políticas de industrialización e integración regional. En el año 1983 se comenzaron a aplicar diversas políticas proteccionistas, esencialmente basadas en la prohibición de importar vehículos montados y en permitir tan sólo la entrada de vehículos totalmente desmontados. Esta estrategia fue clausurada en 1991 y, como consecuencia, a partir de dicho año se buscó fortalecer a la industria nacional para que pudiera competir con productos de otras latitudes, ya sea en plano interno como en el externo. En la actualidad, el sector automotor ecuatoriano está compuesto por numerosas ensambladoras de vehículos, fabricantes de autopartes y productores de carrocerías. A su vez es generador de unas 26.000 plazas de trabajo en forma directa e indirecta y representa el 14% de la industria manufacturera

Minería y energía

Los primeros indicios científicos de la existencia de petróleo en el Ecuador se registran a finales del siglo pasado, siendo perforado el primer pozo petrolero en la región de la Costa en 1911. Sin embargo, el desarrollo del sector se logra a mediados de la década de 1960, cuando las empresas Texaco y Gulf realizan una prospección en 2,02 millones de hectáreas en la Amazonia y encuentran un campo comercial en la zona de Lago Agrio. A partir de ese momento y por más de dos décadas, la incidencia de Texaco en el escenario petrolero ecuatoriano fue casi total: hasta 1990 dicha empresa perforó 399 pozos, construyó 22 estaciones de perforación y extrajo el 88% del total de la producción nacional.

En sus comienzos el sector estuvo poco regulado: hasta principios de la década de 1970 se habían entregado miles de hectáreas a una media docena de empresas petroleras, sin establecer casi ninguna reglamentación, ni se habían firmado contratos con las diversas compañías. Pero este escenario se modificó en 1971, año en el que el Ecuador estuvo gobernado por una dictadura militar, la cual decidió entrar a la OPEP, poner en vigencia la Ley de Hidrocarburos, crear la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) e incrementar las regalías para el estado. Se estableció que los contratos petroleros podían durar un máximo de 20 años y su extensión se fijó en 200.000 hectáreas, con lo cual las compañías devolvieron el 80% de sus concesiones que les fueron otorgadas originalmente por 50 años. A partir de 1982, debido a presiones de los organismos multilaterales y de las propias empresas, la política petrolera fue flexibilizada

a fin de permitir nuevos negocios a las empresas privadas. En 1993 por decisión del Gobierno de Sixto Durán Ballén el Ecuador se retiró de la OPEP, reintegrándose en el periodo 2007-2008.

Desde 1967⁸ El crecimiento de la economía ecuatoriana ha estado influenciado por el peso gravitante del sector petrolero, ya que el carácter volátil del precio y de la producción de crudo ha determinado los altos y bajos en los índices del PIB a lo largo del tiempo. En este lapso, el Ecuador ha percibido los mayores ingresos por concepto de exportaciones de un sólo producto en su historia republicana, con más 80 mil millones de dólares generados por las exportaciones de crudo, a lo cual habría que añadir los ingresos fiscales por la venta de derivados en el mercado interno. Actualmente posee una importancia vital para la economía nacional: en los últimos 10 años ha representado entre un 43 y 66% del total de exportaciones del país y entre un 43 y 59% del presupuesto general del Estado.

Actualmente, el Ecuador es el quinto productor de crudo de América Latina. La tasa de producción anual de petróleo en 2009 fue de 486.000 barriles de petróleo por día, de los cuales el 0,4% corresponden a la región del litoral y el 99,6% a la Amazonía, los cuales generaron unos 6.284 millones de dólares (a un precio promedio de 52,56 dólares por barril). El 86% corresponde a los 34 campos de Petroecuador⁹ y el 14% a las empresas privadas. Los campos petroleros más ricos, que fueron descubiertos en la década de los años 70 por Texaco, son Shushufindi, Aguarico, Sacha y Libertador. Recientemente, la empresa estatal de petróleo anunció que el país tendría crudo hasta 2043 con la incorporación de nuevos campos en la zona del litoral, los cuales estarán en funcionamiento a partir de 2022.

El Ecuador cuenta al momento con una capacidad de procesamiento de petróleo de 157.500 barriles por día. Los productos más importantes son la gasolina y el diesel, combustibles de uso mayoritario en el transporte. El sector de hidrocarburos aporta con el 71% del requerimiento nacional de energía, repartiéndose el porcentaje restante entre fuentes de la biomasa y de hidroelectricidad. Cabe destacar que a inicios de 2007 el gobierno anunció la construcción de una nueva refinería en la provincia de Manabí, cuya capacidad de refinación será de 300.000 barriles diarios¹⁰, la cual modificará el escenario actual del sector.

Con respecto al escenario del gas, la República del Ecuador posee reservas y capacidad productiva de magnitudes menores, pero que no son explotadas en la actualidad. Se ha descubierto el campo de gas Amistad, con una reserva de 9,8 mil millones de metros cúbicos, que está siendo desarrollado desde una plataforma off shore en el golfo de Guayaquil¹¹. Lo anterior abre la posibilidad de mayores descubrimientos en la zona si se realizan actividades de exploración.

Sector terciario

Durante 2009, el sector terciario representó el 57,7% del PBI ecuatoriano y dio empleo al 70,4% de la fuerza laboral del país. En este sector se destacan los servicios de transporte, los financieros, los turísticos y los de telecomunicaciones.

Subsector transporte

El país posee una importante infraestructura vial conformada por 43.197 kilómetros de caminos. Del total del sistema, 8.131 kilómetros (13%) se encuentran pavimentados, 23.055 (59%) son vías afirmadas o con una delgada capa de asfalto, y 11.981 (28%) son de tierra o con una capa de material mejorado. El 51% de la red vial se concentra en la Sierra (22.000 km), el 38% en la Costa (16.400 km) y el 11% restante en el Oriente y la Región Insular de Galápagos. Respecto del transporte urbano, se contabilizan 646.040 vehículos matriculados en todo el país, mientras que en lo relacionado con el transporte público de pasajeros, cabe destacar que se encuentran matriculados 370.440 vehículos con un total de 2.117.413 asientos (el 95,79% son vehículos de menos de 10 asientos). El parque de camiones registrado alcanza a 275.600 vehículos con una capacidad de carga total de 742.847 toneladas. La mayoría de estos vehículos posee escasa capacidad de carga ya que el 80,3% es inferior a 3 toneladas. Entre los grandes camiones, sólo el 2% posee 15 toneladas o más de capacidad de carga. En suma, existe una oferta reducida para el transporte de grandes volúmenes por vía terrestre. Por último, el transporte automotor internacional de pasajeros es prestado por 3 empresas mientras

⁸ Año en que se comienza a comercializar el crudo de Lago Agrio.

⁹ Empresa continuadora de la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana.

¹⁰ A su vez, el proyecto contempla la construcción de una planta de fertilizantes de 20 mil barriles diarios y una planta de lubricantes de 20 mil barriles diarios.

¹¹ Se calcula que en el Golfo de Guayaquil existe una reserva de gas de 300 mil millones de pies cúbicos

que el nacional está prestado por 240 cooperativas. Casi todas las principales cargas movidas por automotor en los tráficos internacionales tienen origen en Colombia, pero también existen, aunque en menor medida, vinculaciones con Venezuela y Perú. Algunos de los principales problemas que afectan al tráfico internacional son las deficiencias aduaneras y los problemas históricos entre los sectores transportistas de los distintos países, así como los conflictos que hubo con Perú. La antigüedad promedio del parque total de vehículos registrados es bastante alta.

La **red ferroviaria** posee una extensión de 965 kilómetros y está ubicada en más del 75% de su recorrido en la Sierra ecuatoriana, es decir, en terreno montañoso, lo cual implica que los costos de operación son mayores debido a la pérdida de eficiencia de los motores a explosión. El trazado posee trocha angosta (1,067 m) y utiliza durmientes de madera y rieles de bajo peso, lo cual limita su capacidad de carga y velocidad. De la totalidad del sistema, y debido al deterioro de la vía férrea y del equipo rodante, la operación actual del ferrocarril se reduce a la utilización precaria de ciertos tramos que, en conjunto, representan menos de la mitad de la longitud total. La operación es mínima y se reduce a unos cuantos viajes ocasionales, de tipo turístico principalmente, de tal manera que no tienen peso dentro del contexto de la transportación terrestre del Ecuador. La demanda efectiva que históricamente fue satisfecha por el transporte ferroviario ha declinado, en las tres últimas décadas, desde el 10% a menos del 2% del total del transporte terrestre de pasajeros a inicios de la década de 1990. A partir de ese año y hasta 1994 se produce un incremento significativo de la demanda de pasajeros transportados por este modo de transporte, hecho que contrasta radicalmente con los resultados obtenidos desde 1995 hasta nuestros días. La demanda de pasajeros alcanza, agregando todos los tramos de las vías principales, a unos 373.000 de pasajeros por año, siendo el principal corredor Quito-Guayaquil. El actual Gobierno nacional busca revertir esta situación, de ahí que en 2007 se inició un proceso de rehabilitación de las vías y del material rodante.

El total de toneladas métricas movidas por el **transporte marítimo** es superior a los 25 millones y está compuesto en un 85% por exportaciones y un 15% por importaciones. Del total embarcado, los puertos comerciales movilizan poco más de 8,2 millones de toneladas mientras que las terminales petroleras son responsables de los 17 millones restantes. Las principales empresas navieras que operan en el país son 16, destacándose entre ellas la empresa estatal FLOPEC. Puede observarse que la flota pesquera es la más numerosa y se concentra en los puertos de Manta y Guayaquil, así como la flota de pasajeros se destaca en los puertos de Ayora (Galápagos) y Guayaquil. La flota mercante ha pasado de contar con 50 buques en el año 1987, a tener 19 en 1997 mientras que en la actualidad se registran 35 unidades, formada por 28 buques de cabotaje y 7 internacionales destinados al movimiento de crudo. Del total movilizado por los puertos comerciales, al de Guayaquil le correspondió el 62%, al de Puerto Bolívar el 18%, al de Esmeraldas el 15%, y al de Manta el 6%. Dentro de los terminales Petroleros, a Balao le correspondió el 91%, al de El Salitral el 5%, y al de La Libertad el 4% restante. Por último, existen muy pocos datos del transporte fluvial, sin embargo éste no es significativo a nivel general, más allá que existen zonas geográficas que solo tienen acceso a este modo. Tal es el caso de la Provincia de Esmeraldas, donde el transporte fluvial es prácticamente el único modo de transporte para personas y cargas, así como en la ruta Borbón, Tola y San Lorenzo (pequeño puerto de enlace entre el sistema fluvial y Esmeraldas), donde también resulta indispensable.

En cuanto al **transporte aéreo**, existen vuelos a todo el continente americano, especialmente a Estados Unidos, y a diversos puntos de Europa. Ecuador posee tres aeropuertos internacionales situados en Quito, Guayaquil y Latacunga. El aeropuerto de la capital, denominado Mariscal Sucre, es el principal aeropuerto nacional y fue inaugurado en 1960. Ubicado a 8 kilómetros del centro urbano, las pistas se encuentran a 2.800 metros sobre el nivel del mar, lo cual lo convierte en uno de los aeropuertos con mayor altitud del mundo. En la actualidad, y por un margen de 35 años, se encuentra gerenciado por la Corporación Quiport S.A, empresa de origen canadiense que proveerá el servicio en las actuales instalaciones hasta 2011 y que, desde ese año hasta 2040, lo hará en el nuevo aeropuerto que se está construyendo en la zona de Tababela. En cuanto a la terminal aérea de Guayaquil, conocida anteriormente como Aeropuerto Internacional Simón Bolívar, fue renombrada como José Joaquín de Olmedo el 27 de julio de 2006. El edificio principal, de 50 mil metros cuadrados destinados para el arribo nacional e internacional de pasajeros, fue remodelado también en 2006 mediante una inversión de 90 millones de dólares. El aeropuerto guayaquileño está gerenciado por la empresa Aeropuertos Argentina 2000 y está catalogado como una de las mejores terminales aéreas del mundo, según una encuesta realizada a escala global por el Consejo Internacional de Aeropuertos. Por su parte, la terminal de Cotopaxi (Latacunga), es utilizada como pista de contingencias del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y como centro transporte de carga desde la zona central de Ecuador. Por último, existen más de 30 estaciones aéreas¹² en todo el país que se utilizan para vuelos de cabotaje.

12 Aeropuertos y aeródromos de diversas categorías.

Subsector financiero

En los últimos 35 años, el sector financiero del Ecuador ha experimentado varias fases de diversas características y resultados. Durante la década de 1970 se produjo una expansión impresionante del sector, especialmente de los activos fijos y personal. Este crecimiento estuvo en gran parte relacionado con la bonanza económica experimentada durante esa década, fruto de las rentas petroleras, y fomentado por el estado a través de líneas de crédito subsidiadas, controles administrativos sobre tasas de interés, asignación del crédito y subsidios directos.

Durante la década de 1980, el sistema bancario tuvo que enfrentar una severa crisis y un costoso proceso de ajuste económico, el cual se agravó a partir de la llamada “crisis de la deuda”. La economía se desenvolvió en un marco de alta inflación, recesión e inestabilidad en la política monetaria, mientras que el sistema regulatorio de la banca no fue objeto de reformas de fondo que permitiesen un mayor desarrollo. La productividad por hombre ocupado se redujo y se mantuvieron altos índices de capital inmovilizado, en gran parte por causa de inversiones onerosas. La inflación generó una disminución del plazo de las operaciones, lo cual repercutió en los costos operativos por el aumento del volumen de transacciones y el valor de los insumos. Por otro lado, la inestabilidad monetaria dificultó el manejo de la liquidez y la solvencia de la cartera. Las inversiones en tecnología sofisticada y la provisión de servicios complementarios impusieron un recargo en los costos operativos medios de la banca que se reflejaron en el alto margen financiero. Los bancos se convirtieron en centros de costo y las firmas debieron buscar negocios complementarios o crear instituciones no reguladas para aumentar sus ingresos. Sin embargo, el tamaño físico de la banca creció apreciablemente por una tendencia hacia el sucursalismo, la diferenciación del producto y la provisión de servicios complementarios, además de enfrentar la competencia de otros intermediarios financieros.

Los cambios en la política internacional sucedidos a fines de 1980 llevaron también a un cambio en los paradigmas dominantes, repercutiendo a su vez en las estrategias económicas del país. En este sentido, en 1994 se realizaron diversas reformas al sistema financiero ecuatoriano a fin de liberar el sector, el cual fue altamente exitoso ya que permitió el ingreso de grandes cantidades de capital y que la tasa de créditos nominal creciera alrededor de un 80% (60% real). Para 1998 se hacen evidentes los efectos acumulados de la situación económica del país y su alto endeudamiento. En efecto, el fenómeno climatológico del Niño hizo que la producción agrícola se estancara, mientras que la recesión de la economía hizo que se acumularan obligaciones vencidas en el sistema financiero, aumentando el endeudamiento de los empresarios con créditos internacionales.

El incremento acelerado de la cartera vencida, producto de la depresión de los negocios por tres años seguidos, unida a una situación de crisis fiscal, provocó que el público comenzara a sacar dinero de los bancos con el objeto de comprar dólares estadounidenses. Esto ocasionó que la banca privada se fuera quedando sin liquidez y, a su vez, solicitara créditos de liquidez al Banco Central. En noviembre de 1998, *Filanbanco*, el principal banco del país, presentó problemas de liquidez y de solvencia, llevando al gobierno del entonces presidente Mahuad, a intervenir el banco y así evitar una quiebra sistémica, costándole 540 millones de dólares al Estado Ecuatoriano¹³. Al hacerse evidente la fragilidad del sistema financiero, el público se volvió temeroso y se motivó a retirar sus ahorros y cambiarlos a dólares. A su vez esto, repercutió en el tipo de cambio, generando una depreciación del sucre (moneda local ecuatoriana en ese momento) y una fuga de capitales al exterior, lo que agravó la liquidez del sistema financiero. Esto último unido al incremento de la cartera vencida, dejó al sistema financiero en una situación precaria, el cual hizo eclosión a finales de 1999 y llevó a los decisores políticos a anunciar la dolarización en enero de 2000.

A partir de dicho año, el sistema comenzó a estabilizarse y a desarrollarse velozmente. En la actualidad¹⁴ las captaciones totales del sistema financiero (depósitos y valores en circulación) alcanzan los 16.064 millones de dólares, monto equivalente al 34,3% del PIB y mayor a los obtenidos durante el 2006 y 2007. A su vez la cartera bruta (créditos otorgados) tuvo un importante crecimiento durante 2008, cuyo monto llegó en noviembre de dicho año a 13.398 millones de dólares (28,6% del PIB). Los bancos privados concedieron el 71,5% de los créditos y fueron seguidos por la banca pública, la cual representó el 11% del total. Por su parte, el monto de los activos externos que tienen las instituciones financieras fuera del país fue de 4.678,64 millones de dólares en noviembre de 2008, siendo un volumen mayor al de

13 A lo cual se debe añadir 40 millones de dólares en créditos entregados a los bancos de Préstamos, Tungurahua y Finagro, que para ese momento presentaban problemas de solvencia.

14 Los últimos datos disponibles son del primer semestre de 2009.

los últimos cinco años. Si bien la tasa de crecimiento anual de estas inversiones en el exterior ha ido disminuyendo, no deja de ser alarmante ya que este monto representa alrededor del 24% de los activos totales del sistema financiero privado.

Cabe destacar que la bancarización del sistema financiero nacional ha aumentado desde el 38,92% en diciembre de 2005 a 57,56% en octubre de 2009, y el incremento del índice tuvo su origen en el crecimiento más que proporcional del número de depositantes (cuentas corrientes, ahorro y depósitos a plazo), respecto del crecimiento poblacional. Por su parte la densidad financiera (incluido matriz, sucursales, agencias, ventanillas de extensión y cajeros automáticos) registró un importante incremento entre diciembre de 2007 y Octubre de 2009, ya que pasó de 10,92 a 11,35 puntos de atención por cada 50.000 habitantes.

Subsector turismo

La importancia de los servicios turísticos a nivel mundial se ha incrementado notablemente en los últimos años, convirtiéndose en el motor económico para diversas naciones. Si bien durante 2009 se registró una caída en el número de turistas a nivel mundial respecto de 2008¹⁵, se prevé que el sector presentará un mejor desempeño durante este año, fruto de una mejora en la economía internacional y de los viajes relacionados con el mundial de fútbol que se realizó en Sudáfrica.

Este mismo escenario se registra en el sector turístico ecuatoriano. Luego de crecer durante cinco años, y como resultado de la crisis financiera internacional y de la pandemia de gripe A H1N1, el ingreso de extranjeros durante 2009 disminuyó un 3,5% con relación a 2008. Según datos del Ministerio de Turismo, el año 2009 concluyó con 970.086 llegadas de visitantes frente al millón de turistas que arribaron durante 2008.

Es de creer que 2010 será un buen año para el turismo en Ecuador ya que se espera superar el millón y medio de turistas y lograr ingresos de divisas por unos 860 millones de dólares. El ingreso de extranjeros a este país andino pasó de 235.654 en los tres primeros meses de 2009 a 268.425 en el trimestre inicial de 2010, lo cual implica un incremento interanual de 13,91%. De acuerdo a los informes del Ministerio de Turismo, la llegada de visitantes fue mayor en enero¹⁶, seguido de febrero¹⁷ y marzo¹⁸. Entre los principales mercados emisores registrados en el primer trimestre se encuentran los Estados Unidos con el 21,16% del total, Colombia con el 20,49 % y Perú con el 16,03%. Entretanto el continente europeo también fue un importante mercado, ya que países como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia contribuyeron con el 4,66%, el 2,39%, el 1,84% y el 1,62% del total respectivamente.

La importancia del turismo para la economía ecuatoriana es considerable ya que el sector representa casi el 5% del PBI, sin embargo es de creer que se está lejos de aprovechar todo su potencial. El sector turístico nacional ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y las prestaciones turísticas, tanto privadas como públicas. En este sentido, el estado nacional se encuentra desarrollando diversas políticas para lograr un desarrollo sustentable del sector, cuyo eje se basa en la inversión en infraestructura y en una fuerte campaña publicitaria. En este sentido, hace más de dos años se constituyó el "Fondo Mixto de Promoción Turística", financiado mayoritariamente por el sector privado¹⁹, a la vez que se acordó un "Plan Integral de Marketing Turístico", en el que se encuentran las medidas a tomar para apuntalar el sector y fue acordado con todos los sectores que componen el ámbito turístico. El objetivo es incrementar en 500.000 el número de turistas y en 100 millones de dólares el ingreso de divisas por turismo, que actualmente es de 763 millones de dólares.

A su vez las autoridades nacionales están buscando fomentar el turismo interno, a fin de que parte de los 400 millones de dólares que los ciudadanos ecuatorianos gastan fuera del país pueda lograr el desarrollo de diversas economías regionales. Se estima que en la actualidad el movimiento de personas en el país se encuentra en el orden de los seis millones.

15 En 2008 se movilizaron 920 millones de turistas mientras que en 2009 hicieron lo propio 880 millones.

16 En dicho mes arribaron 96.092 visitantes.

17 Con 89.912 turistas, lo cual implica un crecimiento interanual de 21,16%.

18 Con 82.421 arribos.

19 Se destinan cinco dólares por cada pasaje aéreo para viajar fuera del país, y un dólar por cada mil dólares de los activos fijos de los establecimientos acreditados.

Subsector telecomunicaciones

El sector de las telecomunicaciones ha sido uno de los más dinámicos de la economía ecuatoriana de la última década. Con un crecimiento explosivo entre 1995 y 1998, asimió la crisis de 1999 mejor que la mayoría de sectores y luego, a partir de la dolarización de la economía, ha mantenido en promedio tasas de crecimiento significativas. En el largo plazo se nota una tendencia a converger hacia un crecimiento similar al del PBI total, sin embargo el panorama general del sector de las telecomunicaciones es muy alentador, y podría serlo más si se continúa la modernización iniciada hace dieciséis años.

La apertura del sector se inició en 1994, casi dos años más tarde que la promulgación de la Ley de Modernización que guió la reforma estructural del país en la década de los noventa. Uno de los principales objetivos propuestos en este proceso fue la privatización de las empresas estatales de telefonía y la modernización del sector, propiciando el desarrollo de otros segmentos del mercado como los servicios de telefonía móvil y de Internet. El sector está bajo la regulación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el cual asegura el cumplimiento de las políticas definidas por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.

La fusión a finales de 2008 de *Andinatel* y *Pacifictel*, empresas que prestaban el servicio de telefonía fija y operaban en Quito y Guayaquil respectivamente, dio origen a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). Entre las prestaciones que brinda esta empresa estatal se encuentran los servicios de telefonía fija local, regional e internacional, acceso a Internet y, a través de su filial Alegre PCS, los de telefonía celular. Actualmente la CNT tiene una cobertura del 90% del mercado de telefonía fija de Ecuador, lo cual implica que existe una parcial competencia en el sector, y está posicionada como una de las empresas públicas más importantes del país. Cabe destacar que existen 1,4 millones de líneas, es decir, 12,5 aparatos por cada 100 habitantes. Éste es un dato bajo incluso comparado con los estándares regionales.

Según datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (*Senatel*), la actual penetración de la telefonía celular móvil en la población ecuatoriana es del 87%, y prevé que en los próximos años el porcentaje alcance al 100%. Las estadísticas de la *Senatel* indican que de las tres empresas que proveen el servicio, la empresa *Porta* registra la mayor participación del mercado con alrededor de 8,7 millones de abonados, mientras que *Movistar* se posiciona en segundo lugar con 3,3 millones. Por último, la empresa estatal Alegre cuenta con aproximadamente 350 mil usuarios

El uso de Internet ha aumentado considerablemente en los últimos años, ya que con la diversificación de compañías que proporcionan acceso, los costes se han reducido. El número de usuarios está creciendo constantemente, en parte debido a la proliferación de los cybercafés. Pero a pesar de que el acceso a Internet en Ecuador se está ampliando, todavía permanece restringido. El ratio de penetración estimada en 2009 era de 4,1 usuarios de Internet por 100 personas (comparado con un ratio de 8,1 en la región de América Latina) con 39,6 computadoras por 1.000 personas (comparado con un ratio regional de 98,4).

INTERCAMBIO COMERCIAL

En el primer trimestre de 2010 la balanza comercial ecuatoriana registró un superávit de 114,4 millones de dólares, lo cual implica una recuperación del 115% frente a igual período del año pasado, cuando el país registró un déficit de 759,5 millones. Según datos recientes del Banco Central, entre enero y marzo de este año el valor total de las exportaciones nacionales se incrementó un 52,8%: de 2.663 millones a 4.071 millones de dólares.

Las autoridades del Banco atribuyeron el superávit al incremento de una de las principales fuentes de ingresos para la economía nacional: las ventas de petróleo y sus derivados. El alza de los precios y las mayores ventas llevaron a un crecimiento del ingreso total de las exportaciones petroleras, que subieron de 1.011,8 millones de dólares entre enero y marzo de 2009, a 2.241,6 millones en el mismo período de 2010. Esto representa un incremento del 121,5%. Otro factor importante fue el aumento de ventas de productos primarios gracias al mejor escenario económico internacional

respecto de principios de 2009.

En lo que respecta a la balanza comercial no petrolera, el Banco Central del Ecuador reportó un aumento del 12,3% en el déficit, el cual se incrementó de 1.311 millones de dólares a 1.472 millones. Esto se explica por el incremento del 15,5% en el valor total de las importaciones, principalmente de combustibles y lubricantes, de materias primas, y de bienes de consumo. Aún así, en total, las ventas no petroleras sumaron 1.829 millones de dólares, un nivel superior en un 10,7% respecto al registrado en el mismo período de 2009, el cual totalizó 1.651 millones de dólares. En este rubro se reporta, según datos del BCE, un aumento tanto en los volúmenes 1,2% y del precio en 9,4%. Con respecto a las importaciones de los tres primeros meses del año, las compras totales alcanzaron los 3.939 millones de dólares mientras que en igual período del año pasado fueron hechas por 3.416 millones.

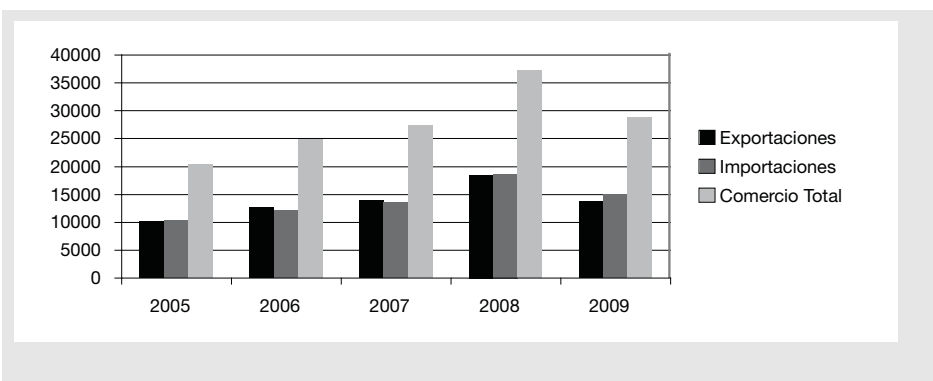
Tal como se indica en el cuadro N°1, el comercio exterior ecuatoriano se ha incrementado significativamente año a año y alcanzó una cifra récord de 37.203 millones de dólares en 2008. Este monto representó un crecimiento del 36% respecto del año previo y del 82% con relación a 2005. La tendencia alcista se interrumpió durante 2009, año en que el comercio total disminuyó en un 22% respecto del período anterior, sin embargo los valores de dicho año son un 42% superiores a los de 2005 y se posicionaron como los segundos más importantes de todo el período. Tanto las exportaciones como las importaciones han aumentado significativamente respecto de 2005, aunque con leves tasas interanuales de crecimiento. Las cifras de 2009 muestran ventas por 13.762 millones de dólares (26% inferiores a las del año anterior y 36% superiores a las de 2005) y compras por 15.093 millones (19% de disminución interanual y 47% superiores a las de 2005).

Cuadro N° 1 (valores corrientes, en millones de dólares)

Año	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	10.100	12.728	13.852	18.511	13.762
Importaciones	10.287	12.114	13.565	18.692	15.093
Saldo	-187	614	287	-181	-1.331
Comercio total	20.387	24.842	27.417	37.203	28.855

Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos del Centro de Economía Internacional.

Gráfico N° 2. Evolución de la balanza comercial del Ecuador (en millones de dólares)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos del Centro de Economía Internacional.

Exportaciones hacia todo destino

A inicios de la década de 1970, el desarrollo del Ecuador ingresa a una nueva etapa, siendo la actividad petrolera su signo más relevante. Entre 1972 y 1980, el petróleo se convirtió en el motor del crecimiento, principal fuente de los ingresos públicos y primer producto de exportación. Con la incorporación de los hidrocarburos a las exportaciones, el país tuvo la oportunidad de acelerar su desarrollo. En este contexto se profundizó el esquema industrializador, en base a elevados niveles de protección, generando una serie de distorsiones en la asignación de recursos, e impidiendo la

mejora de la competitividad nacional, y por consiguiente, el crecimiento sostenido de las exportaciones no petroleras. Cuando los recursos petroleros fueron insuficientes para mantener el crecimiento de la demanda agregada nacional, se recurrió al endeudamiento externo agresivo, el cual acompañado del agotamiento del modelo de sustitución de importaciones, fueron los detonantes de la crisis de principios de la década de los años 80.

En el contexto macroeconómico descrito, la evolución del comercio exterior a partir de 1970 presenta cuatro fases claramente diferenciables. La primera, asociada al inicio de las exportaciones petroleras, estuvo marcada por una mejora sustancial en los términos del intercambio, lo cual implicó un aumento en la tasa de crecimiento del producto y en la demanda por importaciones. En la segunda mitad de dicha década, la expansión de la demanda agregada fue sustentada no solo por los ingresos petroleros, sino por el incremento de la deuda pública externa. La siguiente etapa, que se inicia a principios de los ochenta, se caracteriza por un lento crecimiento económico, caída en los términos del intercambio, contracción de las exportaciones (en dólares constantes), y ausencia de créditos externos, llevando a que el país sólo pudiese financiarse a partir de atrasos en el pago del servicio de la deuda pública externa. El cierre del desequilibrio externo se obtuvo a través de una disminución proporcionalmente mayor de las importaciones, es decir, aumentando los superávits comerciales.

La tercera etapa se inicia a fines de 1992 y se caracterizó por un aumento de las exportaciones, en presencia de términos del intercambio deprimidos, lo cual implicó que el incremento en el valor de las ventas externas fuera consecuencia de aumentos en el volumen exportado, particularmente de las exportaciones no petroleras. El valor exportado en dólares constantes durante la década de 1990, fue muy similar a aquel exportado en el segundo quinquenio de los setentas y mediados de los ochentas. La diferencia radica en que para esos años las exportaciones petroleras fueron significativamente mayores debido a precios de petróleo más altos²⁰. En cambio en 1994²¹, el desempeño favorable de las exportaciones tradicionales y no tradicionales determinó el comportamiento de las exportaciones totales. Este fenómeno es muy importante porque muestra que la economía ecuatoriana ha disminuido su dependencia de las exportaciones petroleras. Así, a pesar de precios del crudo deprimidos y un deterioro de los términos del intercambio en relación a los observados en las décadas anteriores, la economía se mantuvo estable y el sector externo no presentó las crisis características de antaño. Las ventas de rosas al exterior se convirtieron en importante rubro de divisas para la Sierra, siendo la primera vez desde la desaparición de los obrajes en el siglo XVIII que esta región aportaba con un rubro significativo de exportación. Las exportaciones de camarones fueron aumentando anualmente hasta sobrepasar los 800 millones de dólares. El comercio del Pacto Andino creció y Ecuador exportó cantidades importantes de vehículos fabricados en las plantas ensambladoras.

La cuarta etapa comienza con la dolarización de la economía en el año 2000. Tras la puesta en marcha de dicha medida, la economía ecuatoriana vivió un periodo de inestabilidad, debido al ajuste que hubo de llevarse a cabo, pero pronto empezó a recuperarse, gracias a la elevación de los precios del petróleo, al excepcional ciclo de crecimiento económico por el que atravesó la economía mundial desde 2003, a la entrada de remesas de los numerosos ecuatorianos que habían abandonado el país desde mediados de los años noventa, y al aumento de las exportaciones derivadas de un tipo de conversión que, en el fondo, suponía una fuerte devaluación²².

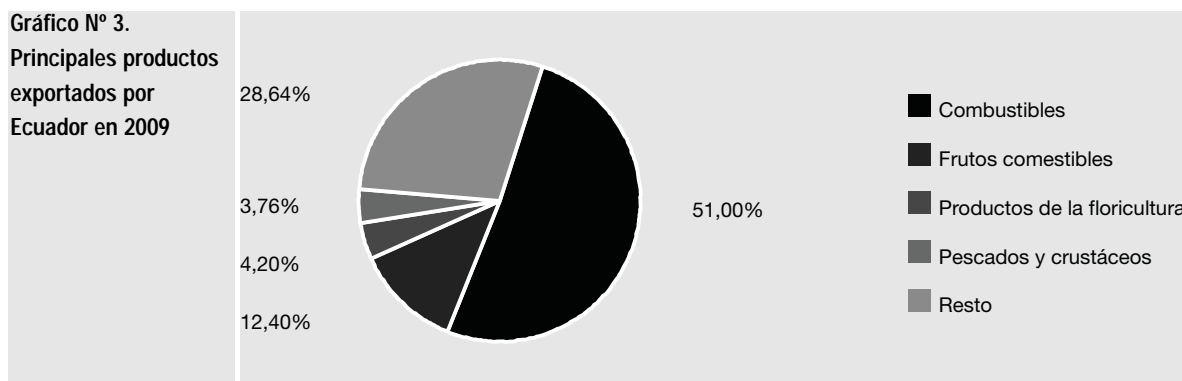
La caída del precio del petróleo, que en 2008 supuso el 63% de las exportaciones del país, ha deteriorado notablemente el saldo de la balanza comercial. Así, mientras que en 2008 el crudo ecuatoriano se vendió a un promedio de 83 dólares por barril, la media en 2009 fue de 52,56 dólares por barril. A su vez, el resto de las exportaciones tampoco tuvo un escenario favorable durante ese mismo año. Una de las principales razones fue la desaceleración de la economía de sus socios comerciales, en especial la norteamericana, que en 2007 había absorbido el 42% de las exportaciones nacionales. Otra causa importante fue la importante depreciación respecto al dólar de sus socios andinos, lo cual llevó a una caída en las ventas hacia esos países, a la vez que al ganar competitividad, lograron entrar en mercados que hasta ese momento se abastecían de productos ecuatorianos.

20 A modo de ejemplo, en 1985 el precio del barril de petróleo fue de 25 dólares.

21 El precio del barril durante ese año fue de 13 dólares.

22 En enero de 2000, el presidente Jamil Mahuad decidió fijar el tipo de cambio en 25.000 sucres por dólar.

El escenario pronosticado para 2010 es favorable, ya que supone un incremento en los precios internacionales del petróleo y una mejora económica de los principales socios comerciales de esta nación andina. De hecho, las ventas registradas en el primer trimestre de este año son un 52,8% superiores a las registradas durante el mismo período de 2009, lo cual es una muestra que avala las conjeturas de los principales actores económicos.



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos provistos por el Banco Central del Ecuador.

El gráfico N°4 muestra la disposición de las exportaciones ecuatorianas según sus principales destinos. En tal sentido, se observa una cierta concentración de las ventas, ya que casi el 70% de ellas se concentran en tres destinos: los Estados Unidos (44%), la Unión Europea (14,2%) y la Comunidad Andina de Naciones (10,9%).

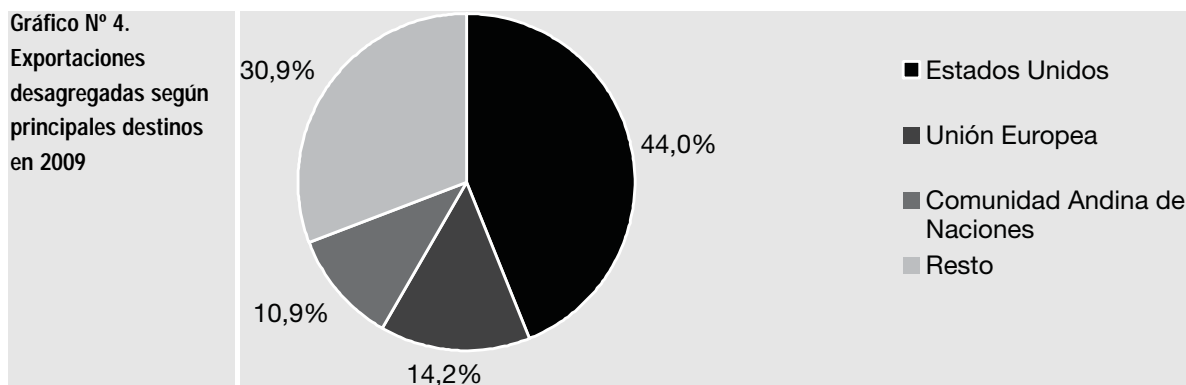
Los **Estados Unidos** son el principal destino de los productos ecuatorianos. Sus importaciones se ubican en el orden de los 6 mil millones de dólares y es uno de los mercados con mayor estabilidad de demanda. Los principales productos ecuatorianos exportados a esta nación son el petróleo crudo y sus derivados, que representa poco más de la demanda total; el banano con el 9,19%; el camarón (6,89%); las rosas (6,57%); y el atún (4,59%). Estos cinco productos concentran casi el 80% de las ventas ecuatorianas del Ecuador hacia los Estados Unidos, quedando el 20% restante repartido en más de 1000 productos. Tal es la dependencia del comercio exterior ecuatoriano respecto de las compras norteamericanas, que el descenso de la demanda estadounidense registrada durante 2009 (en especial por las menores ventas de combustibles y aceites minerales), fue la mayor contribución al descenso del 25,66% de las ventas al exterior respecto de 2008.

En cuanto a la **Unión Europea**, cabe destacar que Ecuador es uno de los países andinos que están beneficiados por diversas ventajas arancelarias en sus ventas al Viejo Continente. Los productos del sector agrícola se encuentran entre los principales productos exportados a la UE, representando en la actualidad el 94% del total exportado. En este grupo predominan las ventas de banano, fruta que representa el 32% de los embarques totales, de camarón (la UE explica la mitad de las ventas ecuatorianas hacia todo destino), de flores (los países europeos en conjunto son el segundo mercado en importancia, luego de Estados Unidos), café y cacao. Al desglosar las exportaciones ecuatorianas por países de la Unión Europea, el 81% lo concentraron cinco países: Italia con un 25% del mercado, seguido de España con un 20%, Alemania con 14% y los Países Bajos y Bélgica, con 12% y 10% respectivamente. Francia, Reino Unido, Polonia y Dinamarca completan los mercados fuertes para los productos ecuatorianos.

El comercio intracomunitario, es decir, aquel intercambio con países pertenecientes a la **Comunidad Andina de Naciones**, es de gran importancia para el Ecuador. Si bien el país que más exporta a la CAN es Perú, cuyas ventas superan los 2.200 millones de dólares y representan el 35,14% del total, Ecuador, por su parte, constituye el segundo país con mayores embarques a los países del bloque, ya que en 2009 los productores ecuatorianos realizaron exportaciones por 2.140 millones, representando el 34,17% en dicho año²³. En cuanto a las compras, el país que más importa de ésta región económica es Colombia, adquiriendo el 36,68%, seguido por el Ecuador, nación que adquiere anualmente cerca del 30% del total comercializado por el bloque²⁴.

²³ A este país le siguen Colombia, con el 24,07%, y Bolivia, con el 6,61%.

²⁴ El resto se justifica a partir de las compras de Perú (26,66%) y de Bolivia (9,27%).



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos provistos por la Delegación de la Unión Europea para Ecuador.

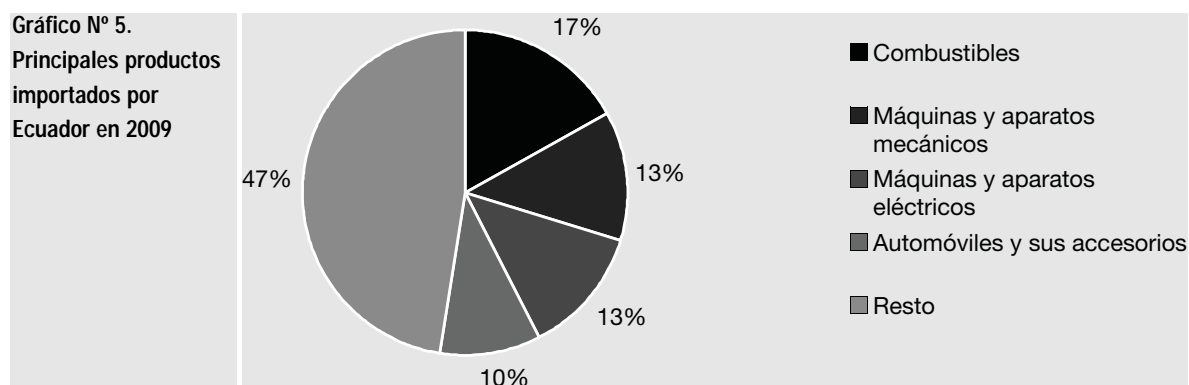
Importaciones desde todo origen

Durante 2009 las compras en el exterior ascendieron a 15.093 millones de dólares, cifra que implicó una disminución del 19% respecto de las de 2008. Sin embargo se espera que durante este año las importaciones se incrementen, sobre todo si se tiene en cuenta la recuperación económica de los principales mercados de exportación para Ecuador y del previsible aumento del crudo a lo largo del año, lo cual permitirá al país poder acceder a mayor cantidad de bienes. En este sentido, se destaca que el crecimiento de la demanda durante el primer trimestre de 2010 fue de 15,29%, lo cual implicó un incremento de 523 millones de dólares, pasando de 3.416 millones en los primeros tres meses de 2009 a 3.939 millones durante el mismo período del presente año.

El sector industrial es el mayor comprador de productos extranjeros, por lo que su desempeño es determinante para el comportamiento de las importaciones. A su vez el país posee una fuerte demanda de productos derivados del petróleo, motivo por el cual diversos analistas prevén una importante suba en los gastos del sector, como resultado del previsible aumento del crudo a lo largo del año. Otro factor a destacar es el dinamismo exhibido en la demanda de materias primas y de bienes de consumo desde noviembre de 2009, tendencia que no muestra signos de desaceleración. Por último, es posible afirmar que el nivel de compra de los ciudadanos ecuatorianos se ha fortalecido durante los últimos ocho meses, fruto de una financiación crediticia menos costosa y de las favorables perspectivas económicas.

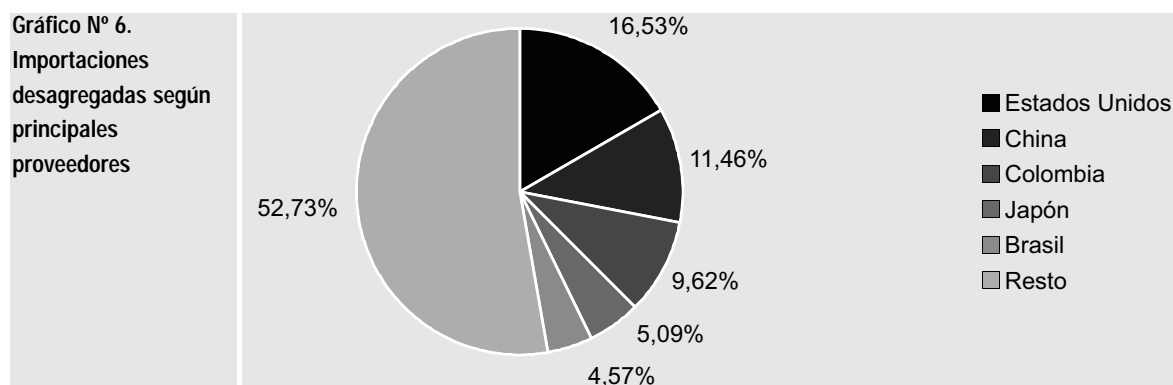
Cabe destacar que en medio de la crisis financiera internacional, en enero de 2009, Ecuador impuso diversas restricciones a las importaciones mundiales de unos 650 productos, incluidas las compras a sus socios andinos. Las medidas incluyeron un aumento de aranceles (de entre 30% y 35%) y una reducción de cuotas (de hasta 65%) para la compra de productos como azúcar, licores, cosméticos, teléfonos celulares, calzado, ropa y piezas de vehículos. Dichas limitaciones, las cuales fueron fuertemente criticadas tanto por los países miembros de la Comunidad Andina como por los extracomunitarios, se están eliminando progresivamente desde marzo de 2010. Según datos del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, la desgravación se hará en tres fases, habiendo sido la primera del 30% en marzo y la segunda del 30% en mayo, mientras que el restante se eliminará el 23 de julio de 2010.

Según la Superintendencia de Bancos y Seguros de la República del Ecuador, las mercancías representan el 85% de las importaciones mientras que los servicios explican el 17% restante. Entre los productos más solicitados por este país se encuentran materiales industriales, combustibles, lubricantes y bienes de consumo. Al igual que las exportaciones, las importaciones han mantenido una tendencia positiva, sólo interrumpida durante 2009. Tal como se muestra en el gráfico N° 5, las compras externas con mayor participación fueron de productos del capítulo 27 (combustibles minerales), del capítulo 84 (máquinas y aparatos mecánicos), del capítulo 85 (máquinas y aparatos eléctricos) y del capítulo 87 (automóviles).



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos provistos por WITS/Comtrade

Por país de origen, los Estados Unidos continúan siendo el principal proveedor de Ecuador, con el 16,53% del total de importaciones (2.496 millones de dólares en 2009), seguido por China, con el 11,46% (1.723 millones), Colombia, con el 9,62% (1.453 millones), Japón, con el 5,09% (767 millones), y Brasil, con el 4,57% (690 millones). Las compras se encuentran un poco menos concentradas que las exportaciones, ya que estos cinco países concentran el 47,22% de la demanda nacional desde todo origen. A su vez, existe un grupo secundario de proveedores, que concentran poco más del 17% de la demanda ecuatoriana: México (660 millones de dólares), Perú (546 millones), Corea del Sur (504 millones), Argentina (482 millones) y Chile (446 millones). A continuación, el gráfico N° 6 ilustra la disposición de las importaciones de la República del Ecuador según los principales oferentes.



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos provistos por WITS/Comtrade

COMERCIO BILATERAL ARGENTINA-ECUADOR

El comercio global de Ecuador se encuentra fuertemente orientado hacia los Estados Unidos y Europa, con particular dependencia de la potencia norteamericana, país de destino del 44% de sus exportaciones y origen del 16,53% de sus importaciones. Por su parte, la Argentina se perfila como uno de sus socios comerciales más importantes en el hemisferio: en 2009 las importaciones de origen argentino representaron el 3,22% del total de compras ecuatorianas, en tanto las exportaciones de este país hacia la Argentina apenas alcanzaron el 0,49% del total. Sin embargo, existe una tendencia creciente en el intercambio. La variación promedio anual de las exportaciones argentinas hacia este mercado fue de 15,03%, mientras que las importaciones argentinas desde la República del Ecuador presentaron una variación de 24,43%.

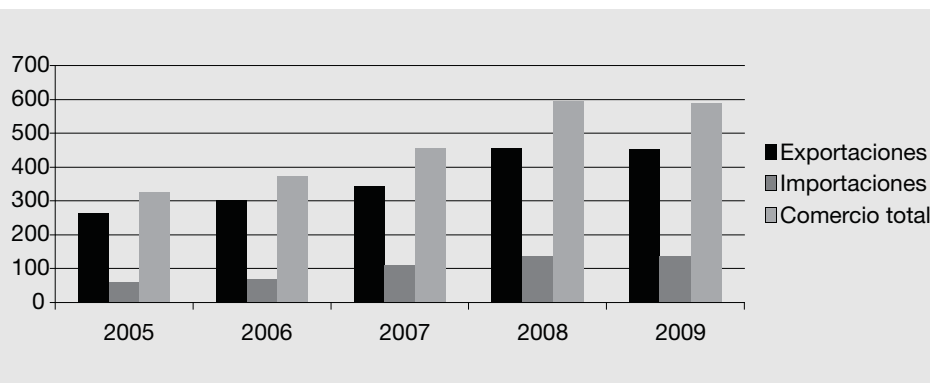
Según datos de la Subsecretaría de Comercio Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, la relación comercial durante el quinquenio 2005-2009 se ha caracterizado por un saldo favorable para nuestro país. Tal como se muestra en el cuadro N° 4 y en los gráficos N° 7 y 8, el total comercializado entre ambos Estados durante este período fue, en promedio anual, de 468,14 millones de dólares. Durante el año 2005 el comercio bilateral totalizó 324,81 millones mientras que en 2009 se registraron ventas por 591,28 millones, lo cual representó un incremento de 82,04%. En el período 2008-2009 se registró una disminución de 0,65% en las exportaciones argentinas hacia el Ecuador: pasaron de 456,85 millones de dólares a 453,88 millones. En cuanto a la demanda argentina desde el mercado ecuatoriano, se produjo una reducción de 0,85%, ya que durante 2008 las importaciones totalizaron 138,58 millones de dólares, mientras que en 2009 fueron de 137,4 millones.

Cuadro N° 4. Intercambio comercial Argentina-Ecuador (en millones de dólares)

Año	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	264,59	302,42	345,27	456,85	453,88
Importaciones	60,22	71,50	110,01	138,58	137,40
Saldo	204,37	230,92	235,26	318,27	316,48
Comercio total	324,81	373,92	455,28	595,43	591,28

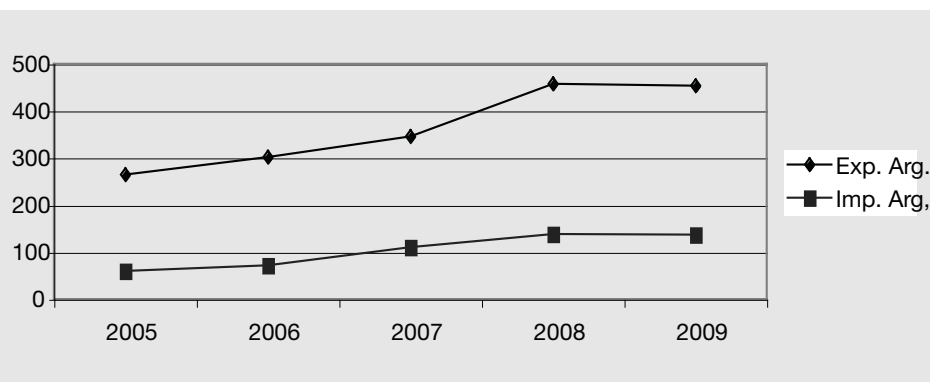
Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

Gráfico N° 7. Evolución del comercio bilateral Argentina-Ecuador (en millones de dólares)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

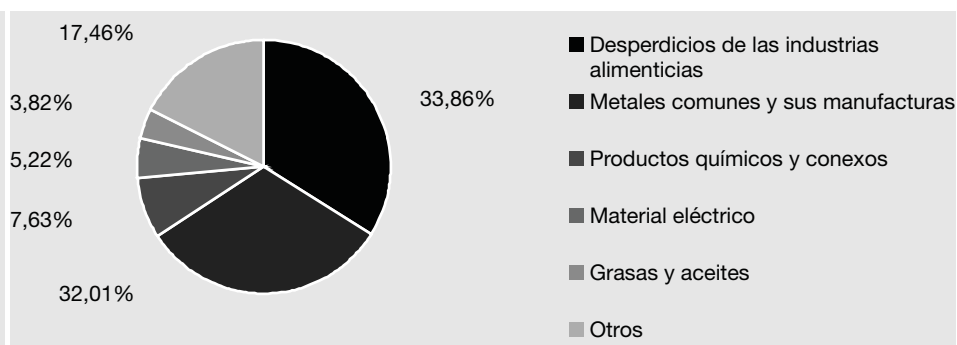
Gráfico N° 8. Evolución del comercio bilateral Argentina-Ecuador (en millones de dólares)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

En cuanto a la composición de las exportaciones nacionales hacia el mercado ecuatoriano, se destacaron cinco productos, cuya sumatoria representó el 83,85% del total embarcado en 2009. Como se observa en el gráfico N° 9, las ventas de residuos y desperdicios de las industrias alimenticias ocuparon el primer lugar en importancia, con el 33,86% del total exportado; las exportaciones de metales comunes y sus manufacturas ocuparon el segundo lugar, con una incidencia del 32,01%; los productos químicos y conexos se colocaron en tercer lugar, con una participación del 7,63%; mientras que, por último, se destacaron las exportaciones de material eléctrico (5,22%) y de grasas y aceites (3,82%), productos que ocuparon el cuarto y quinto lugar respectivamente.

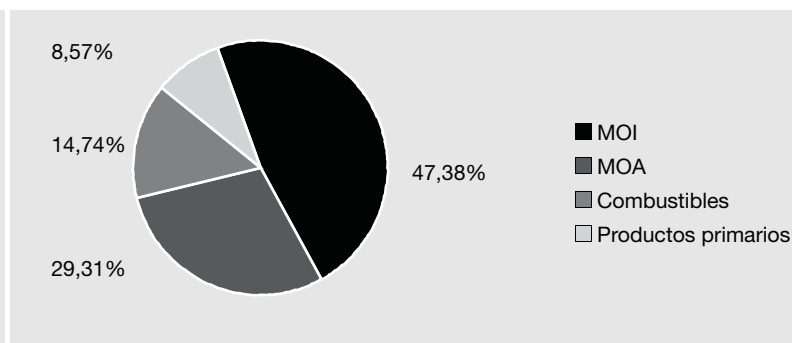
Gráfico N° 9.
Composición de las exportaciones argentinas a Ecuador, 2009



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just

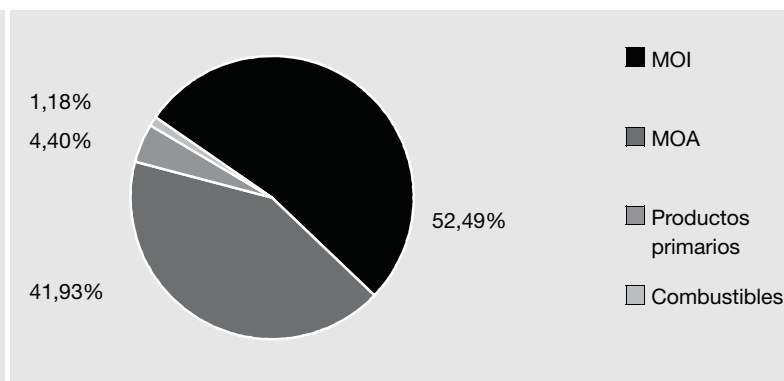
La composición de las exportaciones por grandes rubros no mostró cambios significativos durante el período 2005-2009. En el primer año se corroboró un predominio de las ventas de manufacturas de origen industrial (MOI), ya que éstas representaron el 47,38%²⁵ de las ventas totales. Por su parte, las manufacturas de origen agropecuario (MOA), los combustibles y los productos primarios (PP) tuvieron una incidencia del 29,31%²⁶, del 14,74%²⁷ y del 8,57%²⁸ respectivamente. En 2009 se registraron cambios en la estructura del intercambio, ya que la incidencia de los sectores se modificó en beneficio de las manufacturas de origen agropecuario a la vez que las ventas de combustibles disminuyeron sensiblemente. Las ventas de MOI siguieron liderando las exportaciones con una participación del 52,49%²⁹; las exportaciones de MOA, que representaron el 41,93%³⁰ del total, fueron las más crecieron durante los cinco años analizados; mientras que las ventas de PP y combustibles disminuyeron su incidencia, las cuales fueron de 4,40%³¹ y 1,18%³² respectivamente.

Gráfico N° 10.
Composición de las exportaciones argentinas a Ecuador según grandes rubros (2005)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

Gráfico N° 11.
Composición de las exportaciones argentinas a Ecuador según grandes rubros (2009)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

²⁵ Ventas por 125,36 millones de dólares.

²⁶ Ventas por 77,55 millones de dólares.

²⁷ Ventas por 39 millones de dólares.

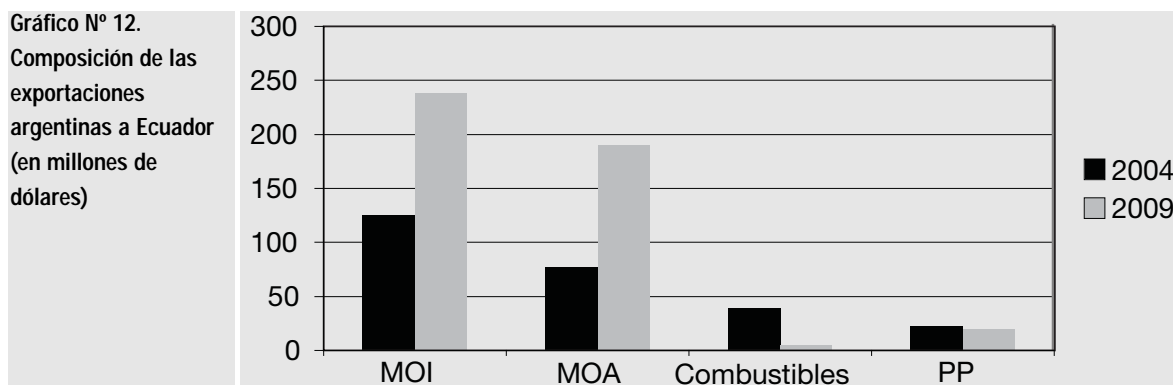
²⁸ Ventas por 22,66 millones de dólares.

²⁹ Ventas por 238,26 millones de dólares.

³⁰ Ventas por 190,3 millones de dólares.

³¹ Ventas por 19,98 millones de dólares.

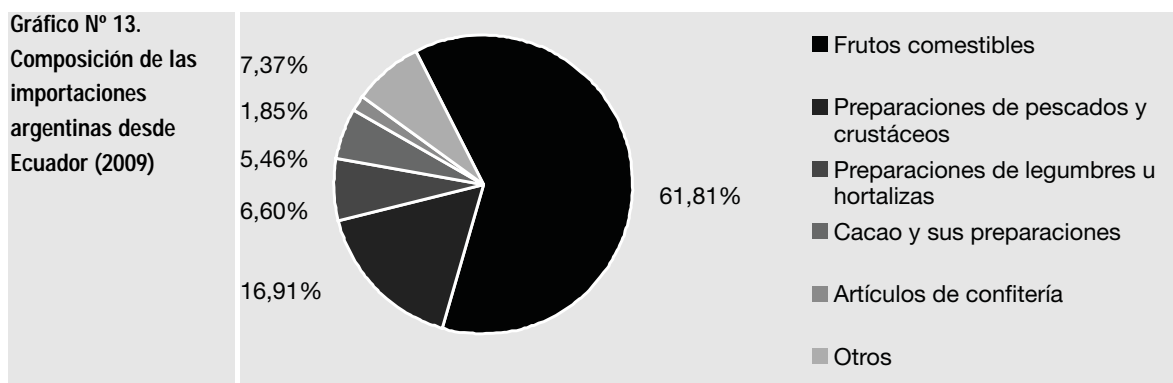
³² Ventas por 5,33 millones de dólares.



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

En cuanto a las importaciones desde Ecuador, el análisis de su composición muestra que el 92,63% de la demanda se concentró, en 2009, en cinco productos:

- Frutos comestibles, cortezas de citrus y melones (84,94 millones de dólares, 61,81% del total)
- Preparaciones de pescados y crustáceos (23,24 millones, 16,91% del total)
- Preparaciones de legumbres u hortalizas (9,08 millones, 6,6% del total)
- Cacao y sus preparaciones (7,51 millones, 5,46% del total)
- Azúcares y artículos de confitería (2,55 millones, 1,85% del total)



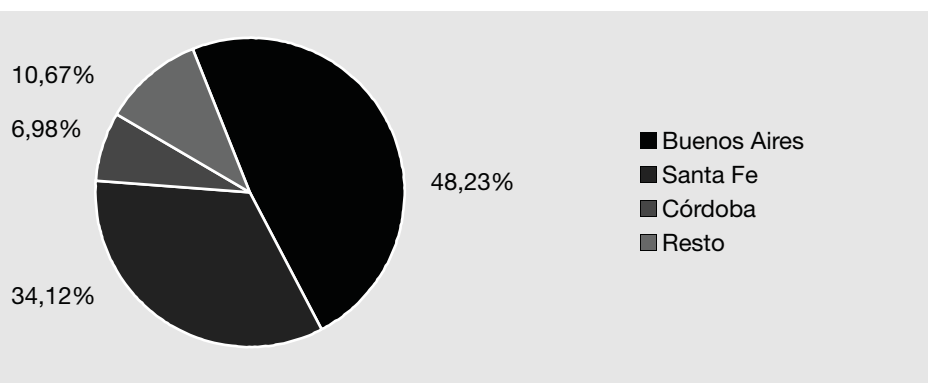
Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de DIGCE/DIMEX

EXPORTACIONES ARGENTINAS A ECUADOR, SEGÚN SU ORIGEN PROVINCIAL

Tal como surge de la lectura del gráfico N° 14, el origen de las exportaciones argentinas al mercado ecuatoriano en 2009 se concentró en sólo tres provincias. Ante todo se ha destacado la participación de la provincia de Buenos Aires, cuya incidencia ascendió al 48,23% del total. En segundo lugar se posicionó la provincia de Santa Fe, que en ese mismo año fue el origen del 34,12% de los envíos. Por su parte, la provincia de Córdoba fue el origen del 6,98% de las exportaciones totales durante dicho año, lo cual la convirtió en el tercer distrito con mayores ventas. En suma, esas tres provincias fueron en conjunto el origen del 89,33% de las ventas nacionales a ese país.

Las demás provincias se repartieron el 10,67% de las ventas restantes. En este segundo grupo se destacaron La Rioja (2,05%), la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1,93%) y Chubut (1,83%). El resto tuvo una participación marginal, con el 4,86%.

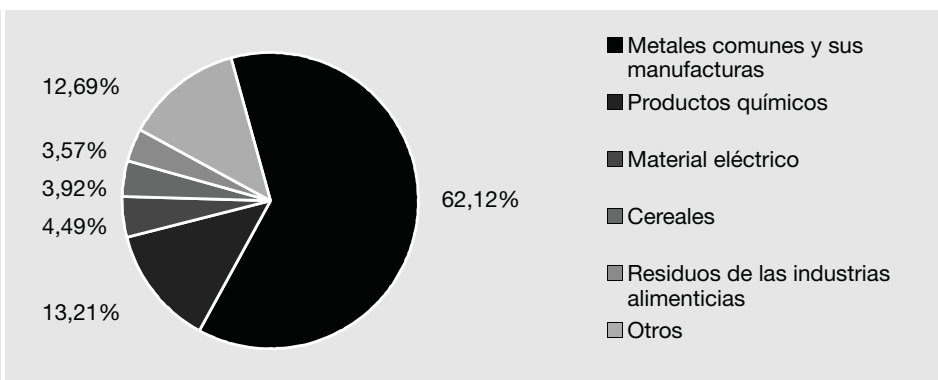
Gráfico N° 14. Origen provincial de las exportaciones argentinas destinadas a Ecuador (2009)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just

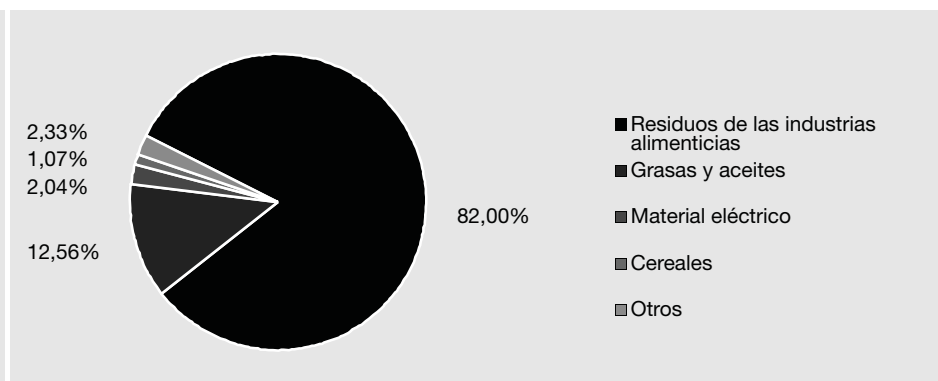
Si se tienen en cuenta los productos exportados, es posible advertir una similitud en la composición de las ventas de Santa Fe y Córdoba a la vez que se verifican características particulares en la composición de los embarques de la provincia de Buenos Aires. En cuanto a los dos primeros distritos, es posible advertir un marcado predominio de las ventas de residuos alimenticios, de grasas y aceites y de cereales, aunque la incidencia de cada rubro en la composición de las ventas provinciales varía en cada caso. Cabe destacar que las exportaciones de residuos alimenticios se posicionaron como el principal rubro comercializado en ambas provincias, sin embargo la provincia de Santa Fe registró una mayor dependencia de dichas ventas, cuya incidencia ascendió al 82%. En el caso de Buenos Aires, esta provincia se destacó por presentar un interesante grado de diversificación de los embarques, ya que los tres productos más vendidos explicaron menos del 80% del total. A continuación se presentan los gráficos 15, 16 y 17 con la composición de las exportaciones de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

Gráfico N° 15. Provincia de Buenos Aires: Composición de las exportaciones destinadas a Ecuador. (2009)

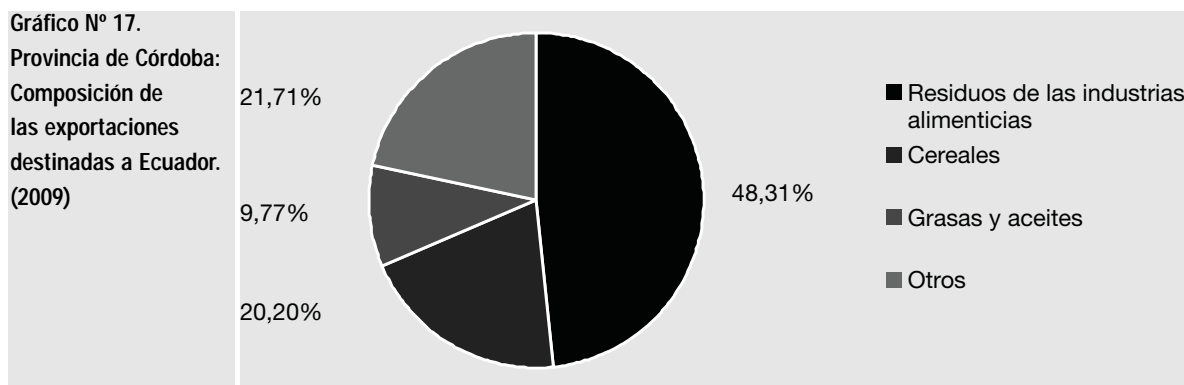


Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just

Gráfico N° 16. Provincia de Santa Fe: Composición de las exportaciones destinadas a Ecuador. (2009)



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just

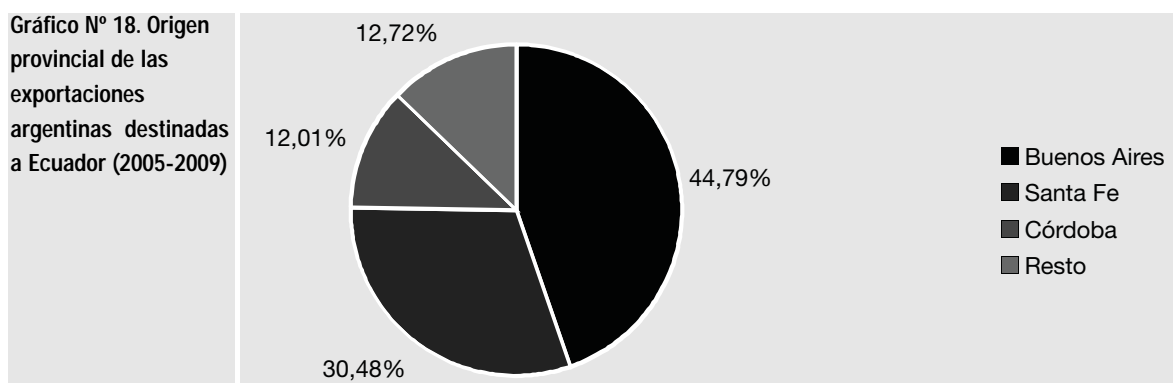
Los datos registrados en 2009 no variaron mucho respecto de las cifras del período 2005-2008. Entre los casos exitosos podemos mencionar a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Este distrito pasó de ser el sexto mayor exportador a Ecuador en 2005, a ser el cuarto con más ventas en 2009, lo que representó un aumento del 222% de los embarques durante el período analizado. Otro caso es el de Santa Fe, provincia cuyas ventas crecieron un 194%. Por su parte, Buenos Aires se consolidó durante 2009 como la provincia con mayores exportaciones a la República del Ecuador, con un incremento quinquenal del 44%. Por último cabe destacar que, salvo Mendoza, todas las demás provincias incrementaron sus ventas, aunque lo hicieron en proporción dispar.

Cuadro N° 5. Exportaciones argentinas hacia Ecuador, según provincia de origen (en dólares)

Provincia	2005	2006	2007	2008	2009
Buenos Aires	151.950.984	134.590.018	136.332.982	175.452.784	218.874.208
Santa Fe	52.455.246	89.612.561	106.127.758	153.832.176	154.308.190
Córdoba	31.158.603	44.052.777	42.542.439	69.099.558	31.675.369
Chubut	5.955.775	10.070.262	15.936.813	13.361.057	8.306.071
Mendoza	6.062.443	5.257.038	5.936.128	6.541.009	4.538.151
Capital Federal	2.735.202	3.089.261	4.120.738	6.844.067	8.796.263
San Luis	2.109.284	2.178.467	2.804.375	4.840.149	3.493.511
Resto	12.162.889	13.570.479	31.472.602	26.881.574	23.897.967
Total	264.590.426	302.420.863	345.273.835	456.852.374	453.889.730

Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just.

El total exportado por la Argentina durante el período 2005-2009 fue de 1.824 millones de dólares. El 87,28% (1.592 millones) tuvo origen en tres provincias: Buenos Aires (817 millones), Santa Fe (556 millones) y Córdoba (219 millones). El gráfico N° 19 destaca la incidencia de cada distrito en el porcentaje total.



Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just

OPORTUNIDADES COMERCIALES

El análisis precedente permite afirmar que el comercio bilateral entre la Argentina y el Ecuador ha experimentado un dinamismo considerable en el transcurso de los últimos cinco años, registrando un crecimiento del 72%. En el año 2009 el valor total comerciado superó los 591 millones de dólares, mientras que en los primeros dos meses de 2010 ya se han intercambiado bienes por un valor de 90,94 millones, con un saldo favorable para nuestro país de 48 millones. En cuanto a las exportaciones, distan de haber alcanzado su máximo desempeño ya que en 2009 las ventas nacionales a Ecuador representaron sólo el 0,82% del total exportado al mundo. Esto sitúa a la nación andina como el 32° destino de nuestras exportaciones.

Identificación y análisis de los sectores con potencial de exportación sustentable

Es posible identificar dos categorías principales, según su potencial de penetración. En primer lugar, existen en Ecuador áreas de importación respecto de las cuales nuestro país posee un fuerte vínculo comercial. En segundo término, se encuentran otras áreas respecto de las cuales el vínculo comercial con la Argentina es marcadamente menor.

Áreas de importación ecuatoriana de fuerte vínculo comercial con la Argentina

Tal como se señaló anteriormente, en 2009 el 83,85% de las exportaciones argentinas al Ecuador se concentraron en cinco rubros: residuos y desperdicios de las industrias alimenticias (33,86%), metales comunes y sus manufacturas (32,01%), productos químicos y conexos (7,63%), material eléctrico (5,22%), y grasas y aceites (5,13%).

Cuadro N° 6. Importaciones ecuatorianas y exportaciones argentinas (año 2009, en dólares)

Grandes rubros	Importaciones ecuatorianas desde todo origen		Exportaciones argentinas hacia		
todo destino	Exportaciones argentinas hacia Ecuador		Participación porcentual		
en las exportaciones argentinas	Participación porcentual				
en las importaciones ecuatorianas					
Residuos alimenticios y preparados para animales	262.769.123	8.606.377.051	153.710.476	1,78%	58,49%
Metales comunes y sus manufacturas	1.287.271.502	2.511.332.422	145.307.042	5,78%	11,28%
Productos químicos y conexos	1.938.323.973	3.830.272.895	34.665.952	0,90%	1,78%
Material eléctrico	3.325.465.317	1.977.098.743	23.710.798	1,19%	0,71%
Grasas y aceites	131.367.598	4.473.998.911	23.292.317	0,52%	17,73%

Fuente: Elaboración de la Fundación Export.Ar sobre datos de Info-Just y de Intracen/Comtrade

Residuos alimenticios

En 2009, un tercio del total de las exportaciones a Ecuador correspondió a la venta de residuos y desperdicios de la industria alimenticia, al mismo tiempo que se posicionó como el rubro con más embarques a dicho destino. Si se analizan las compras ecuatorianas de este tipo de productos a la Argentina durante dicho año, se observa que el 99,38% de ellas fueron de harinas y pellets de soja (152,77 millones de dólares).

Los otros productos exportados tuvieron una incidencia marginal. Dentro de este grupo se encuentran *los alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor* (806 mil dólares y una incidencia sobre el total del 0,52%), *las demás preparaciones para la alimentación de animales* (115 mil dólares y una incidencia del 0,07%) y, por último, *residuos de la industria del almidón y residuos similares* (17 mil dólares y 0,01% de incidencia).

Metales comunes y sus manufacturas

Si bien la nación andina importa desde nuestro país más de 300 productos de este rubro, las ventas están altamente concentradas. La casi totalidad de los embarques de manufacturas de metales comunes se encuentran relacionadas con la industria de la extracción de gas y petróleo: el 37,66% se componen de tubos de perforación sin revestir (de diámetro inferior o igual a 229 mm.)³³, el 28,14% corresponden a los demás tubos de los tipos utilizados para la extracción de petróleo o gas³⁴, mientras que el 22,22% se explica por ventas de los demás tubos de los tipos utilizados en oleoductos o gasoductos³⁵.

Argentina representó el 11,28% del total importado por el Ecuador en 2009, posicionando a nuestro país como uno de los principales abastecedores del mercado local. En cuanto a los actores globales que compiten por este mercado se destaca la República Popular China; su impresionante crecimiento económico en los últimos años permitió que, en la actualidad, sea el mayor fabricante, consumidor y exportador mundial de este tipo de productos. Las exportaciones chinas crecieron desde 700.000 toneladas en 2002 a más de 8,7 millones de toneladas en 2009³⁶, teniendo a los países productores de petróleo, entre ellos a Ecuador, como sus principales destinos. Mediante dicha cifra la nación asiática se adelantó, por primera vez, a Alemania, Japón e Italia en este mercado y se constituyó en el principal actor del mercado mundial. El aumento de los precios del petróleo en 2007 y 2008 favoreció la concreción de importantes inversiones en el sector de hidrocarburos, de ahí que la República del Ecuador, haya importado estos productos a nuestro país en 2009 por un valor superior a los 145 millones de dólares.

Productos químicos y conexos

Durante los últimos años las exportaciones nacionales de productos químicos al Ecuador se destacaron por su gran dinamismo. A su vez, las ventas de este tipo de bienes hacia dicho destino se caracterizaron por estar concentradas en el **sector farmacéutico**. Durante 2009 se exportaron productos de ese sector por un valor de 17,35 millones de dólares, cifra que implica que dicho negocio fue responsable del 50,03% de las importaciones ecuatorianas de productos químicos desde nuestro país. El análisis desagregado por partida arancelaria muestra que las exportaciones argentinas se encuentran concentradas en los *medicamentos para usos terapéuticos acondicionados para la venta al por menor* (partida 3004), ya que representaron el 93,83% de los embarques³⁷. Fueron seguidos en importancia por las *preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas, acondicionadas para la venta al por menor* (partida 3006)³⁸, cuya participación fue del 3,67%, y de *los sueros y preparaciones a base de sangre humana y animal* (partida 3002)³⁹, cuya participación fue del 1,52%. Los restantes productos no tuvieron un desempeño significativo, ya que cada subpartida justificó un valor inferior al 0,7%.

Con exportaciones por 6,8 millones de dólares, las **preparaciones de perfumería** se posicionaron como el segundo sector del rubro químico más vendido al Ecuador durante 2009. Los productos más demandados fueron los *desodorantes corporales y antitranspirantes* (con ventas por 3,4 millones de dólares, representaron el 49,58% del total), las *preparaciones capilares* (1,32 millones, 19,45%), las *mezclas de sustancias odoríferas utilizadas en las industrias alimenticias* (1,7 millones, 17,17%), y las *preparaciones de belleza* (810 mil dólares, 11,9%).

Por su parte, y con exportaciones por 4,08 millones de dólares, los embarques de **productos diversos de las industrias químicas** explicaron el 11,75% de las ventas totales de productos químicos al Ecuador durante el año analizado. Los **colorantes**, los **productos químicos inorgánicos**, y los **jabones** y **productos de limpieza**, incidieron en el total exportado en un 6,01%, 4,76% y 3,44% respectivamente. El resto de las importaciones ecuatorianas de productos químicos argentinos incidió mucho menos en el total, lo que ilustra la gran diversificación de las exportaciones nacionales hacia este país. En este grupo se destacaron los **productos fotográficos** (908 mil dólares y una incidencia del 2,62%) y los **productos químicos orgánicos** (473 mil y una incidencia del 1,36%).

33 Subpartida arancelaria 7304.29.31

34 Subpartida arancelaria 7304.29.39

35 Subpartida arancelaria 7304.19.00

36 Mediante dicha cifra la nación asiática se adelantó, por primera vez, a Alemania, Japón e Italia como país exportador de tubos y se constituyó en el principal actor del mercado mundial.

37 Ventas por 16,28 millones de dólares.

38 Ventas por 637 mil dólares.

39 Ventas por 265 mil dólares.

Material eléctrico

Las compras ecuatorianas de máquinas, aparatos y material eléctrico a exportadores argentinos se caracterizaron por la gran variedad de productos demandados. Esto es sumamente importante, ya que implica la independencia del sector respecto de la venta de un determinado producto, hecho que sería potencialmente perjudicial para la industria. Sin embargo, y más allá que se registran embarques de 577 productos diferentes hacia este país en 2009, las cinco principales partidas exportadas por Argentina en ese año representaron el 48,57% de las compras totales del rubro, que en dicho año ascendieron a 23,71 millones de dólares. A continuación, una breve reseña de cada una de ellas.

- **Partida 8504. Transformadores eléctricos**

En 2009, la Argentina exportó este tipo de productos hacia todo destino por un valor total de 55,7 millones de dólares.

Ecuador fue el tercer demandante, luego de Chile y Brasil, con compras por 5,07 millones de dólares (9,09% de incidencia).

Las compras de estos productos representaron el 21,36% de la demanda ecuatoriana de máquinas y aparatos argentinos.

- **Partida 8422. Máquinas para empaquetar mercancías.**

En 2009, la Argentina exportó este tipo de productos hacia todo destino por un valor total de 54 millones de dólares.

La República del Ecuador fue el séptimo demandante, con compras por casi 2 millones de dólares (3,6% de incidencia)

Las compras de estos productos representaron el 8,19% de la demanda ecuatoriana de máquinas y aparatos argentinos.

- **Partida 8479. Máquinas y aparatos mecánicos con función propia.**

En 2009, la Argentina exportó este tipo de productos hacia todo destino por un valor total de 56,76 millones de dólares.

Ecuador fue el decimosegundo demandante, con compras por 1,7 millones de dólares (2,95% de incidencia)

Las compras de este producto representaron el 7,07% de la demanda ecuatoriana de máquinas y aparatos argentinos.

- **Partida 8502. Grupos electrógenos.**

En 2009, la Argentina exportó este tipo de productos hacia todo destino por un valor total de 9,51 millones de dólares.

Ecuador se posicionó como el tercer mayor demandante de nuestro país, con compras por 1,47 millones de dólares (15,41% de incidencia)

Las compras de este producto representaron el 6,18% de la demanda ecuatoriana de máquinas y aparatos argentinos.

- **Partida 8481. Artículos de grifería.**

En 2009, la Argentina exportó este tipo de productos hacia todo destino por un valor total de 116,06 millones de dólares.

Ecuador se posicionó como el decimoquinto mayor demandante, con compras por 1,37 millones de dólares (1,17% de incidencia)

Las compras de este producto representaron el 5,76% de la demanda ecuatoriana de máquinas y aparatos argentinos.

Por último, cabe agregar que los restantes productos presentaron una gran dispersión: solo seis productos tuvieron una incidencia superior al 1%.

Grasas y aceites

Las ventas nacionales de grasas y aceites hacia todo destino durante 2009 se posicionaron como uno de los rubros de exportación más importantes, con cifras que superaron los 4.400 millones de dólares, a la vez que ubicaron al sector oleaginoso como uno de los principales motores de la economía nacional. En las últimas décadas su crecimiento se basó, principalmente, en los cultivos de soja y girasol, y ha sido sostenido por el aumento de las áreas sembradas, del rendimiento de las oleaginosas y de la capacidad de procesamiento instalada. Según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA), la venta de semillas oleaginosas, aceites y harinas proteicas sumaron el 57% de las exportaciones del sector agroalimentario y superaron a otras tradicionales producciones del agro, como los cereales y las carnes. Esto es así debido a la eficiencia del sector y a que la industria aceitera argentina es estructuralmente exportadora, destinando al mercado mundial más del 92% de su producción.

Tal como se comentó previamente, las grasas y aceites fueron el quinto rubro con mayor demanda por parte de la República del Ecuador. Según datos de la Subsecretaría de Comercio Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores, el 96,52% de las ventas hacia dicho mercado se han compuesto, durante 2009, por embarques de aceite de soja en bruto a granel. La combinación entre alta producción y relativamente bajo consumo doméstico convierte a la Argentina en el mayor exportador mundial de aceite de soja⁴⁰, cuya producción se destina, en parte, a abastecer el mercado ecuatoriano. Cabe destacar que la soja mostró un crecimiento continuo a lo largo de los últimos treinta años, constituyéndose en el principal cultivo del país en la actualidad. El factor que consolidó su predominio fue el empleo, a partir de 1996, de la semilla genéticamente modificada, que en la actualidad ocupa más del 90% de la superficie sembrada. En cuanto a la producción de de aceite de soja, en 2009 fue de 5,8 millones de toneladas, un 4 % menor que el año anterior.

Áreas de importación ecuatoriana de importancia, en las que el vínculo comercial fue marcadamente menor

En el apartado anterior se identificaron los rubros que justificaron el 83,85% de la oferta exportable de nuestro país en 2009 a la República del Ecuador. Esos cinco rubros presentaron ciertas variaciones de demanda en el período que 2005-2009. La variación promedio anual registrada durante esos cinco años fue de 19,75%, lo cual permite afirmar que la tendencia fue positiva. Sin embargo, y como resultado de la crisis financiera internacional, se registró una tendencia a la baja en los últimos meses de 2008 y los primeros de 2009, que hizo que los exportadores nacionales tuvieran que enfrentar dos grandes desafíos: consolidar la oferta exportadora y acrecentar y diversificar las ventas argentinas en el mediano plazo. La segunda opción cuenta con un gran potencial. Es posible hallar en el mercado ecuatoriano importantes nichos, en los que los productores nacionales pueden competir de una manera eficiente.

A continuación se ofrece una lista de productos que presentan interesantes oportunidades comerciales para los exportadores argentinos. Fue elaborada en función del análisis estadístico que surge del cruce de cifras de exportación e importación entre la Argentina y el Ecuador durante los últimos cinco años.

Los productos se eligieron teniendo en cuenta:

- *que la tasa de variación del producto importado sea mayor al 10% en el período 2004-2009,*
- *que dentro del grupo de los mayores diez exportadores se encuentre algún país sin ventajas arancelarias, y*
- *que las importaciones ecuatorianas del producto desde todo origen sean mayores a los 15 millones de dólares anuales.*

40 Con ventas por 1,8 millón de toneladas de aceite de soja en 2009, Argentina es el mayor exportador global de este producto.

A su vez, hay dos casos específicos en que se han seleccionado ciertos productos que no poseen alguna de las características anteriores:

- *cuando se trata de bienes respecto de los cuales la Argentina se encuentra entre los primeros cinco proveedores del Ecuador; o*
- *cuando se trata de productos que nuestro país ha exportado anteriormente a dicho país y que, debido a las ventajas comparativas nacionales, contarían con grandes posibilidades de expansión.*

En ambos casos se identificarán con un asterisco (*).

Los parámetros fueron elegidos a partir de las particularidades del mercado ecuatoriano. Si bien la lista que surge del análisis de los datos permite reconocer ciertos productos con potencialidad comercial, no es exclusiva ni excluyente. Las empresas interesadas en colocar sus productos en ese mercado pueden agregar o cambiar los parámetros a partir de las circunstancias de la compañía, lo cual modificará las posibilidades de los diferentes productos. Es por esta razón que ciertos bienes estudiados pueden no ofrecer las ventajas comparativas necesarias para una inserción competitiva en el mercado local. De allí la necesidad de analizar la siguiente lista con la prudencia correspondiente.

A continuación, se presentan los productos con mayor potencial:

Subpartida arancelaria: 080610

Producto: Uvas frescas

Escenario:

- *Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 60,83 millones de dólares.*
- *Los principales mercados exportadores fueron Chile, los Estados Unidos, Perú y México*
- *No se registraron ventas nacionales durante el período analizado.*
- *En 2009 nuestros embarques hacia todo destino alcanzaron un valor de 58,61 millones de dólares, de los cuales la mayor parte se dirigió a países europeos y asiáticos.*
- *Las importaciones ecuatorianas de uvas frescas tuvieron una tasa de variación anual del 10,14%.*

Subpartida arancelaria: 080810

Producto: manzanas frescas.

Escenario:

- *Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 162,94 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron Chile, los Estados Unidos, China, Francia y Perú.*
- *No se registraron ventas nacionales en el período analizado.*
- *Cabe destacar que la manzana es la fruta de clima mediterráneo que Ecuador más importa.*
- *En 2009 los embarques nacionales de este producto hacia todo destino alcanzaron un valor de 144,18 millones de dólares. A su vez, las importaciones ecuatorianas para ese año fueron de 27,09 millones, cifra un 32% superior a la registrada en 2004.*

Subpartida arancelaria: 180690 (*)

Producto: Chocolate y preparaciones alimenticias con cacao.

Escenario:

- *En el período analizado, Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 54,56 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron Argentina, Colombia, Chile, Estados Unidos y Perú.*
- *Durante esos cinco años nuestro país fue aumentando progresivamente sus exportaciones a Ecuador. Sin embargo se registra una caída en los embarques en 2009, año que finalizó con ventas por 1,85 millones de dólares (lo cual implica una disminución del 18% respecto de 2004).*
- *Cabe destacar que a diferencia de otros productos, esta subpartida se encuentra altamente diversificada en lo que se refiere a mercados y compite de manera eficaz en plazas muy competitivas. De hecho, Ecuador*

es uno de los productores de cacao más eficientes del mundo, sin embargo los productos nacionales presentan una importante demanda por parte del mercado local.

- En 2009 los embarques nacionales de este producto hacia todo destino alcanzaron un valor de 124,4 millones de dólares. En ese mismo año Ecuador compró este tipo de artículos desde todo origen por un valor de 7,73 millones (con una tasa de variación promedio de 23,27%).

Subpartida arancelaria: 220421 (*)

Producto: vino de uvas frescas (excluidos los vinos espumosos); mostos de uva en recipientes con capacidad inferior o igual a dos litros.

Escenario:

- Ecuador realizó importaciones de este producto, en el periodo 2004-2009, por un valor total de 51,12 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron Chile, Argentina, España, Alemania y Estados Unidos.
- En los últimos años nuestro país se posicionó como un productor de vinos gran calidad. Los vinos argentinos lograron conquistar mercados en los que no tenían presencia alguna e incrementar las exportaciones a otros en los que su llegada era menor. En el caso del Ecuador, en 2004 se registraron ventas por 941 mil dólares mientras que en 2009, la demanda fue un 88% superior a la obtenida seis años antes. Durante el período analizado se vendieron vinos a la nación andina por un valor total de 10,43 millones de dólares, de los cuales casi un tercio se explica a partir de los embarques de 2007.
- En 2009 los embarques nacionales hacia todo destino totalizaron 559,95 millones de dólares. De esta cifra, sólo 1,77 millones de dólares fueron justificados por Ecuador, monto que representó el 23,82% de las compras ecuatorianas totales (7,41 millones). Esto ubicó a la Argentina en el segundo puesto en la lista de principales proveedores.
- Por último, cabe destacar que las importaciones ecuatorianas de vino tuvieron una tasa de variación anual del 9,3%.

Subpartida arancelaria: 292910

Producto: diisocianato de difenilmetano.

Escenario:

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 95,35 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, México, Argentina, Corea del Sur y Colombia.
- Ecuador posee una alta estabilidad en la demanda internacional de estos productos y una tasa de variación anual del 23,24%.
- Los importadores ecuatorianos compraron productos a exportadores argentinos por 3,05 millones de dólares durante el período analizado (3,19% de lo importado desde todo origen).
- En 2009 los embarques nacionales de diisocianato de difenilmetano hacia todo destino alcanzaron un valor total de 33,2 millones de dólares. Si bien los embarques fueron dirigidos a 18 países, se concentraron fuertemente en Brasil (78,52%). En ese mismo año, Ecuador no registra compras desde nuestro país.

Subpartida arancelaria: 380830

Producto: herbicidas presentados en envases de uso directo en aplicaciones domésticas.

Escenario:

- Durante el período analizado Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 248,72 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron Colombia, China, los Estados Unidos, el Reino Unido e Israel.
- Las exportaciones nacionales se caracterizaron por su poca estabilidad durante el periodo bajo análisis. En 2004 y 2005 se registraron ventas promedio por 338 mil dólares; en 2006 las ventas cayeron un 84% para luego incrementarse paulatinamente, lo cual permitió que en 2009 se registraran las mayores ventas de los seis años, las cuales totalizaron 366 mil dólares.
- Entre 2004 y 2008 la Argentina exportó herbicidas para aplicaciones domésticas hacia Ecuador por un valor

de 1,41 millones de dólares (0,56% del total importado por esta nación).

- Por último, cabe destacar que las importaciones ecuatorianas de la presente subpartida tuvieron una tasa de variación anual del 18,9%.

Subpartida arancelaria: 390110

Producto: polietileno (densidad \geq 0.94) lineal, en formas primarias.

Escenario:

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 418, 47 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Corea del Sur, Brasil, Chile y España.
- Las importaciones ecuatorianas de polietileno desde todo origen han crecido fuertemente en los últimos años. A modo de ejemplo, cabe destacar que las compras en 2009 (77,59 millones de dólares) fueron un 70% superiores a las registradas durante 2004 (45,66 millones). Por el contrario, las compras a productores nacionales han disminuido. En la actualidad, los embarques son un 56% inferiores a los registrados hace seis años atrás.
- En 2009 los embarques nacionales de este producto alcanzaron un valor de 75,72 millones de dólares. Ese mismo año Ecuador compró desde todo origen por un valor de 77,59 millones.
- La tasa de variación de demanda de estos productos fue del 22,98%.

Subpartida arancelaria: 390120

Producto: polietilenos en formas primarias, vulcanizado, de densidad menor a 1,3.

Escenario:

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 354,09 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Corea del Sur, Brasil, Tailandia e India.
- En el período analizado, las exportaciones nacionales hacia Ecuador presentaron un comportamiento poco estable: las mayores ventas se registraron en 2004; se redujeron a la mitad en 2005; durante 2006, 2007 y 2008 fueron casi inexistentes; mientras que, por último, durante el 2009 se pudieron realizar exportaciones por 685.170. Esta dinámica llevó a que las exportaciones nacionales en la actualidad sean superiores en un 610% a las de 2006 y menores en un 29% respecto de las de 2004.
- En 2009 los embarques nacionales alcanzaron un valor de 125,84 millones de dólares. El 89% se destinó a Brasil y Chile. Ese mismo año, Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 59,58 millones (sólo el 1,15% provino desde la Argentina).
- Por último, cabe destacar que las importaciones ecuatorianas de esta subpartida tuvieron una tasa de variación anual del 20,89%.

Subpartida arancelaria: 390210

Producto: polipropileno con carga, en formas primarias

Escenario:

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 330,48 millones de dólares.
- Los principales mercados exportadores fueron Colombia, Brasil, Chile, Estados Unidos y Corea del Sur.
- Las ventas nacionales al Ecuador fueron inestables. Mientras que en 2004 se exportaron productos a este país por un valor de 6,36 millones de dólares, en 2005 se registró una contracción del 91%. A su vez dicha tendencia negativa persistió durante los años posteriores, lo cual llevo a que en 2009 no se hayan registrado embarques de la presente subpartida al Ecuador.
- En 2009 los embarques nacionales de estos productos hacia todo destino alcanzaron un valor de 46,84 millones de dólares. En ese mismo año Ecuador compró desde todo origen por un valor de 47,7 millones.
- La tasa de variación de demanda de estos productos fue del 20,52%.

Subpartida arancelaria: 392330 (*)**Producto: bombonas, botellas, frascos y artículos similares de plástico.****Escenario:**

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 107,45 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron Perú, Colombia, Chile, España y los Estados Unidos.
- Las compras ecuatorianas disminuyeron, en el período analizado, un 55% y tuvieron una tasa de variación negativa de 6,61%. Por su parte, las importaciones desde la Argentina se mantuvieron estables, con un promedio anual inferior a los 20.000 dólares.
- En 2009 los embarques nacionales de estos productos alcanzaron un valor de 59,59 millones de dólares (el 71% fue destinado a Brasil). En ese mismo año Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 11,92 millones de dólares (el 0,09% provino de nuestro país).

Subpartida arancelaria: 392690**Producto: arandelas de plástico.****Escenario:**

- Ecuador importó productos de esta subpartida, durante el período analizado, por un valor total de 126,16 millones de dólares.
- Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Colombia, China, España e Italia.
- Las compras ecuatorianas desde todo origen aumentaron un 44% desde 2004 y tuvieron una tasa de variación del 18,45%.
- Cabe destacar que las importaciones desde la Argentina se han caracterizado por su baja estabilidad. En 2004 y en 2005 se realizaron compras a productores nacionales por casi 300 mil dólares, mientras que durante 2006 y 2007 se registraron compras por un valor promedio de 360 mil. Por su parte durante 2008 se registran los mayores valores de todo el período, cuando se logran ventas por 594 mil dólares. Por último, durante 2009 el comercio de arandelas de plástico sufre una caída del 52%, finalizando el año con ventas por 285 mil dólares.
- Los embarques nacionales de estos productos hacia todo destino en 2009 alcanzaron un valor de 28,03 millones de dólares. En ese mismo año Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 23 millones. Sólo el 1,23% fue comprado a nuestro país.
- De 2004 a 2008 se registraron marcados incrementos en las variaciones interanuales de las compras de la República del Ecuador al mundo. Sin embargo, en 2009 las importaciones sufrieron una caída del 23% respecto del año anterior, tendencia que ha continuado durante los primeros dos meses de 2010.

Subpartida arancelaria: 401120**Producto: neumáticos de caucho, nuevos, utilizados en autobuses y camiones****Escenario:**

- Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 330,36 millones de dólares.
- Los principales mercados exportadores fueron: China, Colombia, Corea del Sur, Brasil y la India
- Durante los seis años analizados, sólo en 2006, 2007 y 2008 se registraron exportaciones argentinas de estos productos al mercado ecuatoriano. Las ventas de los tres años totalizaron los 106 mil dólares, lo cual implicó una incidencia del 0,03% en las importaciones de la nación andina desde todo origen.
- En 2009 los embarques nacionales de la presente subpartida alcanzaron un valor de 46,7 millones de dólares y, si bien se dirigieron a 20 países, el 90% tuvo a Brasil como destino. Ese año Ecuador importó desde todo origen mercadería por un valor de 64,85 millones, cifra que representó un aumento del 97% respecto de las cifras registradas en 2004. El 0,03% fue comprado en la Argentina.
- La tasa de variación de las importaciones ecuatorianas para esta subpartida arancelaria fue del 23,51%.

Subpartida arancelaria: 690890**Producto:** placas y baldosas de cerámica, esmaltadas y barnizadas para pavimentos y revestimientos.**Escenario:**

- *Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 183,93 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron Colombia, España, China, Perú y Brasil.*
- *Las ventas nacionales a Ecuador, en este período, sumaron 1,06 millones de dólares. El año con mayores exportaciones fue 2008, cuando la demanda de este país permitió negocios por 342 mil dólares.*
- *En 2009 los embarques nacionales de estos productos hacia todo destino alcanzaron un valor de 24,93 millones de dólares. Ecuador, a su vez, importó mercadería desde todo origen por un valor total de 19,54 millones. Esto representó una disminución del 4% respecto de las compras de 2004.*
- *La tasa de variación de las importaciones ecuatorianas fue de 22,51%.*

Subpartida arancelaria: 840999**Producto:** bielas para motores, no comprendidos**Escenario:**

- *La República del Ecuador realizó importaciones de este producto, en el periodo 2004-2009, por un valor total de 156,81 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Japón, Filipinas y Brasil.*
- *La Argentina es uno de los mayores exportadores de esta subpartida en América Latina y un jugador de peso en el escenario internacional. Esta situación, sumada a la competitividad de los productos nacionales, permitieron que las ventas nacionales al Ecuador se hayan incrementado paulatinamente.*
- *Actualmente, las ventas de los productos de la presente subpartida son un 201% superiores a las registradas en 2004. Sin embargo, cabe destacar que las exportaciones presentan valores menores: las mayores ventas registradas fueron las realizadas en 2008, cuando los embarques totalizaron casi 200 mil dólares.*
- *En 2009 los embarques nacionales alcanzaron un valor de 55,5 millones de dólares y se comercializaron en más de 50 países. Ese año Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 41,23 millones de dólares.*
- *Esta subpartida posee una alta estabilidad y una tasa de variación de 25,34%.*

Subpartida arancelaria: 841391**Producto:** partes de bombas para líquidos.**Escenario:**

- *Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 121,56 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Singapur, Alemania, Brasil y China.*
- *Las ventas nacionales de este producto estuvieron altamente diversificadas: más de sesenta naciones adquirieron productos argentinos en forma anual.*
- *La Argentina ha incrementado sus exportaciones al Ecuador en un 300%: pasó de vender productos por 137.147 dólares en 2004, a 549 mil en 2009.*
- *En 2009 los embarques nacionales hacia todo destino alcanzaron un valor total de 32,71 millones de dólares. Ese año, Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 30,87 millones (un 118% más que en 2004).*
- *Esta subpartida tuvo una tasa de variación del 15,17%.*

Subpartida arancelaria: 847330**Producto:** partes y accesorios de máquinas para procesamiento de datos**Escenario:**

- *Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 352,62 millones de dólares.*
- *Los principales mercados exportadores fueron Estados Unidos, China, Israel, Hong Kong (RAE de China) y*

México.

- *La Argentina exportó productos de esta subpartida arancelaria a más de treinta países. Sin embargo, cabe destacar que casi el 80% se destinó a los Estados Unidos.*
- *En 2009 los embarques nacionales alcanzaron un valor de 5,86 millones de dólares. Ese año Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 51,09 millones, un 4% más que lo importado en 2004.*
- *La tasa de variación de demanda de estos productos fue del 4,15% y tuvo una baja estabilidad.*

Subpartida arancelaria: 850440

Producto: cargadores de acumuladores.

Escenario:

- *Durante el período analizado Ecuador importó productos de esta subpartida por un valor total de 130,97 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, China, Países Bajos, India y Brasil.*
- *Las exportaciones nacionales de los productos de la presente subpartida arancelaria se caracterizaron por estar altamente diversificadas. En este contexto, nuestra región tuvo una gran incidencia: 2/3 partes del total exportado tuvo como destino a naciones del continente americano.*
- *Las ventas hacia Ecuador registran una tendencia negativa desde 2004. A modo de ejemplo, cabe destacar que las exportaciones durante 2009 fueron un 82% inferiores a las registradas durante 2004.*
- *Los embarques nacionales hacia todo destino durante 2009 alcanzaron un valor de 6,44 millones de dólares. Durante ese año, Ecuador importó mercadería desde todo origen por un valor de 29,86 millones (el 0,1% fue comprado a productores nacionales).*
- *Durante el período analizado se registró una tasa de variación de 24,92% en las compras ecuatorianas.*

Subpartida arancelaria: 870899

Producto: partes y accesorios de vehículos automóviles no comprendidos en otra parte.

Escenario:

- *Ecuador realizó importaciones de este producto, durante el período 2004-2009, por un valor total de 196,73 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Japón, Colombia, Brasil e Italia.*
- *Gran parte de las exportaciones nacionales de la presente subpartida se encuentran dirigidas hacia Brasil (50,27%). Esto es así debido a convenios suscriptos entre los dos países. El resto es exportado, casi en su totalidad, a países latinoamericanos y europeos.*
- *Se registraron embarques hacia Ecuador en todos los años analizados. El año en que se verificaron las mayores ventas fue 2008, cuando se realizaron exportaciones por 172.860 dólares. En 2009 se realizó el segundo embarque más importante del período: 125.528 dólares. Esta cifra, que si bien fue 27% inferior al de 2008, fue 100% superior a la de 2004.*
- *En 2009 Argentina vendió estos productos a 60 países por un valor de 96,25 millones de dólares. En ese año la nación andina importó mercadería desde todo origen por un valor total de 37,9 millones de dólares.*
- *Esta subpartida tuvo una tasa de variación anual de 12,27%.*

Subpartida arancelaria: 901890

Producto: instrumentos y aparatos para transfusión de sangre o infusión intravenosa.

Escenario:

- *La República del Ecuador importó productos de esta subpartida, durante los seis años analizados, por un valor total de 134,82 millones de dólares.*
- *Los principales exportadores fueron los Estados Unidos, Japón, Alemania, los Países Bajos e Italia.*
- *Ecuador tuvo una alta estabilidad en la demanda de este tipo de bienes. Su tasa de variación fue del 34,73%. Los registros de 2009 son un 270% superiores a los datos de importación de 2004.*

- *En el período analizado, las exportaciones nacionales hacia el Ecuador presentaron un comportamiento poco estable: las ventas se incrementaron hasta 2007, año en que se registró la mayor cantidad de ventas (698.426 dólares). Luego disminuyeron, a pesar de que las importaciones ecuatorianas desde todo origen siguieron aumentando a un fuerte ritmo. Esta dinámica llevó a que en la actualidad las exportaciones nacionales sean 53% superiores a las de 2004 y menores en un 33% respecto de las de 2008.*
- *La Argentina fue el origen de sólo el 1,57% de la demanda ecuatoriana total de la presente subpartida.*

ACCESO AL MERCADO ECUATORIANO

1. ACUERDOS VIGENTES ¹

Bajo el marco de una política de integración abierta, Ecuador ha establecido numerosos acuerdos comerciales gracias a los cuales goza de libre comercio y trato preferencial con muchos países.

La integración económica más importante de la cual forma parte es la Comunidad Andina (CAN), que funciona en el ámbito de la ALADI. En virtud de este Acuerdo, Ecuador posee un libre intercambio comercial con Bolivia, Colombia y Perú, países miembros de la CAN.

Ecuador también conforma la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) que permite la concertación de Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica (AAP CE) entre los países y áreas de integración económica de América Latina. De esto modo, ha rubricado el AAP CE N° 59 con el MERCOSUR -documento donde define una zona de libre comercio mediante la eliminación gradual de los gravámenes aduaneros y de las barreras no arancelarias- y AAP CE N° 32 con Chile, entre otros.

El cronograma de liberación comercial vigente entre Ecuador y Argentina, en el marco del AAP CE N° 59, se aplicará hasta el 31/12/2011 para los productos seleccionados. A partir del 01/01/2012 se adjudicará la preferencia correspondiente al 31/12/2011.

Cabe destacar que según lo establecido en el art. 42 del AAP.CE N° 59 a partir de la fecha de entrada en vigor de este acuerdo, las partes signatarias deciden dejar sin efecto los beneficios arancelarios negociados y los aspectos normativos vinculados a ellas, que constan en el AAP.CE N°48. Sin embargo, se mantienen en vigencia las disposiciones de dichos convenios que no resultan incompatibles con el AAP.CE N°48 o las que se refieren a materias no incluidas en el mismo.

Por su parte, el campo de aplicación de la Preferencia Arancelaria Regional N°4 alcanza a todos los productos originarios del territorio de los países miembros de la ALADI, con excepción de aquellos que se incluyeron en sus listas de excepciones; circunstancia que no afecta el carácter de universal del mecanismo mediante el cual los estados miembros -en este caso Ecuador- se otorgan una preferencia arancelaria sobre sus importaciones recíprocas -desde Argentina- que consistente en una reducción porcentual, en magnitudes diferentes según las distintas categorías de naciones, de los gravámenes aplicables a las importaciones provenientes de terceros países.

Con Argentina, el inicio de las relaciones bilaterales data del año 1901, cuando se realiza una Convención Consular durante el mes de diciembre. A este acto le subsiguen eventos de índole comercial; entre los más importantes es posible aludir a los convenios mencionados bajo el amparo de ALADI y un Acuerdo de Cooperación en el Área de Promoción Comercial y Transferencia de Tecnología en Materia de Comercio Internacional, entre otros que data de 2007.

Ecuador forma parte de los siguientes organismos y entidades:

- *Organización de las Naciones Unidas (ONU)*
- *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*
- *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)*
- *Banco Mundial (BM)*
- *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*
- *Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP)*
- *Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)*

¹ Fuentes: *A country study: Ecuador - Library of Congress of United States - <http://memory.loc.gov/>. ALADI - <http://www.aladi.org>. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina - <http://www.mrecic.gov.ar>.*

- *Organización de los Estados Americanos (OEA)*

2. RESTRICCIONES ARANCELARIAS ²

Ecuador, como integrante de la Comunidad Andina, ha adoptado como base de su arancel de aduanas la Nomenclatura de la Comunidad Andina (NANDINA) que está fundada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Comprende las partidas, subpartidas correspondientes, notas de sección, de capítulo y de subpartidas, notas complementarias, así como las reglas generales para su interpretación. El código numérico de la NANDINA está compuesto de ocho (8) dígitos:

De conformidad con la Decisión 717 de la Comisión de la Comunidad Andina (CAN), no estará obligado a adoptar el Arancel Externo Común (AEC) de la CAN, acordado mediante la Decisión N° 535, hasta el 31 de diciembre de 2011; fecha a partir de la cual el AEC funcionará del siguiente modo:

- 0% y 5%: aplicado a materias primas, bienes intermedios y de capital.
- 10% y 15%: para bienes intermedios.
- 20%: utilizado para la mayor parte de los bienes de consumo.
- Algunas excepciones para los gravámenes antepuestos son los aranceles de importación de los automóviles, que continúan siendo de un 40% cuando el origen de los mismos es de un país que no conforma la CAN.

Cabe destacar que en virtud de lo establecido por los artículos 83 y 85 del Acuerdo de Cartagena; por los artículos 4°, 5° y 6° de la Decisión 370, el artículo 2° de la Decisión 535 y el artículo 5° de la Decisión 580 los Estados Partes de la CAN podrán establecer diferimientos temporales al AEC, reduciendo hasta 0% el gravamen arancelario para determinadas mercancías. No obstante, el arancel general promedio que grava los productos importados en territorio ecuatoriano es del 11,9% y se aplica sobre el valor CIF de las mercaderías.

Además de los aranceles, la importación está sujeta a una contribución al **Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA)**, un gravamen adicional con una alícuota equivalente al 0,5% del valor CIF de la introducción de bienes realizada. Se hallan exentos de su pago todos los ítems del Arancel Aduanero referentes a productos que se utilizan en la elaboración de fármacos de consumo humano y veterinario.

A la hora de introducir un producto en territorio ecuatoriano, deberán abonarse además de los derechos e impuestos a la importación otras cargas en conceptos de **tasas por servicios aduaneros**³ que son:

- Tasa de almacenaje: se paga únicamente cuando la Aduana presta directamente este servicio en los almacenes bajo su responsabilidad.
- Tasa de control: consistente en el 0,50% del valor CIF, con un tope máximo de U\$S 39,43; aplicable en el caso de importación bajo los regímenes aduaneros especiales de admisión temporal con reexportación en el mismo estado, depósito aduanero comercial, almacén libre (In Bond o Duty Free) y zona franca.
- Tasa por modernización de aduanas: equivale al 0,05% del valor CIF de las mercancías que se importen a consumo.

Para obtener información adicional al respecto diríjase a:

• **Aduana del Ecuador**

Dirección: Pasaje Amazonas y Río Arajuno

Ciudad: Quito

País: Ecuador

Tel.: (+593 2) 2444-010/2444-015

Fax: (+593 2) 2444-049/2448-581

E-mail: helpdesk@aduana.gov.ec

Web: <http://www.aduana.gov.ec>

² Fuentes: ALADI Guías de importación - <http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/vpais/ecuador>. Comunidad Andina (CAN) - <http://www.comunidadandina.org>. SICE - <http://www.sice.oas.org>

2.1. Derechos reguladores variables ³

Actualmente Ecuador aplica el “Sistema Andino de Franjas de Precios” establecido por la Decisión 371 de 26 de noviembre de 1994 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, que armoniza la legislación de los países de la región referida a este tipo de medidas.

El sistema establece un mecanismo de estabilización adicional al impuesto ad-valorem vigente a través de “derechos variables adicionales al Arancel Externo Común” que se tributan a las importaciones de algunos productos agropecuarios procedentes de países no miembros del Acuerdo de Cartagena cuando los precios internacionales de referencia de los mismos sean inferiores a determinados niveles considerados piso.

En caso de que los precios internacionales orientativos sean superiores a determinados niveles predeterminados, se aplicarán rebajas al Arancel Externo Común (AEC). Los importes de referencia tienen una vigencia quincenal y son publicados en la página web de la Comunidad Andina de Naciones en la siguiente dirección: <http://www.comunidadandina.org>.

Para la liquidación de los derechos variables adicionales y de las rebajas arancelarias aplicables a los productos del Sistema Andino de Franjas de Precios se deberá consultar los precios piso y techo de las franjas y las respectivas Tablas Aduaneras, los que estarán vigentes durante el período abril de 2010 a marzo de 2011, de conformidad con la Resolución N° 1294 de la Secretaría General de la Comunidad Andina.

2.2. Derechos antidumping y compensatorios ⁴

Ecuador lleva a cabo las investigaciones sobre importaciones de productos originarios de países del Acuerdo de Cartagena (Pacto Andino) que son objeto de “dumping” o de subsidios, es decir cuando causan o amenazan causar perjuicio importante a un sector significativo de la industria nacional, o redujeran sensiblemente la capacidad de producción estable en territorio ecuatoriano. Estas investigaciones son sometidas a la Junta del Acuerdo.

El país andino, así como otros estados, considera que existe "dumping" cuando el monto de exportación de un bien en su país de origen, excluyendo costos de flete y seguro, es menor que el precio normal existente en el mercado interno. Cuando se despache a plaza una mercadería a sumas inferiores al valor mínimo de exportación FOB fijado, el importador deberá abonar un derecho antidumping equivalente a la diferencia existente entre dicho valor mínimo y los precios FOB de exportaciones declaradas.

Por otra parte, sin perjuicio de las disposiciones del Acuerdo sobre Subsidios y Medidas Compensatorias de la OMC, se considera que una importación fue subsidiada cuando la producción, transporte o exportación del bien adquirido o de sus materias primas e insumos, recibió directa o indirectamente cualquier auxilio, beneficio, estímulo o incentivo por parte del Gobierno, de entidades públicas o de empresas de economía mixta en el país de origen de la mercadería.

Los derechos compensatorios consisten básicamente en una tasa impuesta cuando el producto importado tiene un precio inferior a la base fijada por la autoridad pertinente. Los mismos son calculados teniendo en cuenta que se considera valor suficiente para eliminar el perjuicio causado en la economía nacional, especialmente en el ramo industrial al que pertenece el bien.

³ Fuente: Estudio Jurídico Corral & Rosales - Quito, Ecuador - “Ecuador, información básica sobre importación de bienes” - http://www.corralrosales.com/html/articulos_importacion.html#tributos

⁴ Fuente: ALADI - <http://www.aladi.org>.

2.3. Impuestos internos ⁵

Por su parte, también existe un Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) que se aplica al consumo de bienes y servicios nacionales o importados. Este tributo es calculado sobre el importe de venta al público sugerido por el fabricante o importador menos el IVA y el ICE; o sobre los precios referenciales que mediante Resolución establezca anualmente el Director General del Servicio de Rentas Internas mediante Resolución Nacional. Hay tres tipos de imposición del tributo:

- Específica: se grava con un valor fijo a cada unidad del bien.
- Ad valorem: se aplica una tarifa porcentual sobre la base imponible.
- Mixta: combina los dos tipos de imposición anteriores.

Se hallan exentos al pago del mismo los vehículos híbridos. Mientras que a febrero de 2010 están sujetos al pago de éste los siguientes productos:

Cuadro N° 1: Grupo 1

Producto	Impuesto ICE
Cigarrillos	150%
Cerveza	30%
Gaseosas, refrescos o bebidas carbonadas	10%
Bebidas espirituosas destiladas que no sean cerveza	40%
Perfumes y aguas de colonia	20%
Video juegos	35%
Armas de fuego, armas utilizadas en deportes, municiones	300%
Focos de luz incandescente	100%

Fuente: U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - <http://www.export.gov>.

Cuadro N° 2: Grupo 2

Tipo I	Impuesto ICE
Pick- ups y camionetas con un precio de hasta U\$S 30.000	5%
Vehículos con un precio de hasta U\$S 20.000	5%
Vehículos valuados entre los U\$S 20.000 y los U\$S 30.000	10%
Vehículos valuados entre los U\$S 30.000 y los U\$S 40.000	15%
Vehículos valuados entre los U\$S 40.000 y los U\$S 50.000	20%
Vehículos valuados entre los U\$S 50.000 y los U\$S 60.000	25%
Vehículos valuados entre los U\$S 60.000 y los U\$S 70.000	30%
Vehículos de más de U\$S 70.000	35%
Tipo II	Impuesto ICE
Aviones jets o de hélice, helicópteros (excepto los destinados a pasajeros comerciales, cargo o servicios aéreos), motocicletas, cuatriciclos (vehículos todo terreno, ATV's), yates y botes lujosos.	30%

Fuente: U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - <http://www.export.gov>.

Cuadro N° 3: Grupo 3

Producto	Impuesto ICE
Clave TV (TV prepaga)	15%
Servicios de casino, salas de juego (por ej.: bingos) y otras actividades lúdicas	35%

Fuente: U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - <http://www.export.gov>.

⁴ Fuente: ALADI - <http://www.aladi.org>.

⁵ Fuente: ALADI - <http://www.aladi.org>. U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - Country Commercial Guide - <http://www.export.gov>.

Cuadro N° 4: Grupo 4

Producto	Impuesto ICE
Membresías de clubes sociales con acciones valuadas por encima de los 1.500 dólares por año.	35%

Fuente: U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - <http://www.export.gov>.

La **Cuota de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI)** es un tributo que se recauda como contribución a los recursos de dicho organismo u\$s 5 (cinco dólares estadounidenses) por cada importación que posea un valor menor a veinte mil dólares o 0,25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de importaciones de sumas iguales o mayores a veinte mil dólares.

La cuota es redimible ya que, aunque tiene el carácter de contribución obligatoria, es devuelta al importador por medio de cupones por el valor de cada una de ellas, los que una vez acumulados hasta llegar al equivalente de U\$S 500, son canjeados por certificados de aportación CORPEI, emitidos por la Corporación, en dólares y redimidos a partir de los diez años.

Ecuador grava las importaciones con el **Impuesto al Valor Agregado (IVA)** con una tasa del 12% aplicada sobre la adición del valor CIF con los derechos de importación, el FONDINFA, el ICE, las medidas de salvaguardia y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes. Es preciso señalar que no existen exenciones al pago de este impuesto. No obstante, las importaciones de algunos ítems que están libres del pago siendo gravadas con tarifa cero.

Las mercancías cuya importación está sujeta a tasa cero son: productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, cunícola, bioacuáticos, forestales, de la pesca, y carnes, en estado natural; pan; azúcar; fideos; aceites comestibles; medicamentos; semillas certificadas; fertilizantes; fungicidas; insecticidas; productos veterinarios; tractores y cierta maquinaria agrícola, libros, entre otros. Asimismo, son tributados con el mismo gravamen los artículos que ingresen al país bajo los regímenes aduaneros de admisión temporal y tránsito.

3. RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS ⁶

Ecuador establece diversas limitaciones para el ingreso de mercaderías a su territorio, entre las que es posible mencionar las prohibiciones y la obligatoriedad de contar con licencias a la hora de importar determinados bienes. A continuación el detalle de las medidas no arancelarias antepuestas al ingreso.

3.1. Importaciones prohibidas y restringidas

La importación de los siguientes productos ha sido específicamente prohibida:

- Vehículos automóviles, tractores y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios usados, según Resolución N°184 de 08/01/03 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.

Asimismo, otros productos están sujetos a la expedición de una autorización previa. Entre ellos:

- Automotores: Los productos clasificados en los siguientes ítems requieren de permiso emitida por el Ministerio de Obras Públicas: 8701.20.00, 8702.10.90, 8702.90.99, 8704.10.00, 8704.22.00, 8704.23.00, 8704.32.00, 8704.90.00, 8705.40.00, 8706.00.10, 8706.00.90.10, 8706.00.90.91, 8706.00.90.99, 8716.40.00. Resolución N° 364 de 2/10/06 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.
- Los combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos excepto gas licuado de petróleo y gas natural licuado precisan de un consentimiento expedido de importación emitida por el Ministerio de Energía y Minas a solicitud de las comercializadoras autorizadas. La Dirección Nacional de Hidrocarburos determinará los volúmenes de los productos a importar en base a la inversión y participación en el mercado nacional de las empresas interesadas. Decreto N° 2024 de 26/10/01.
- Las armas de fuego, municiones, explosivos y accesorios y las materias primas para su elaboración necesitarán de un permiso previo emitido por el Ministerio de Defensa Nacional previo informe del

⁶ Fuentes: ALADI - <http://www.aladi.org>. SICE - <http://www.sice.oas.org>. U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - Country Commercial Guide - <http://www.export.gov>. Guías de Negocios: Ecuador 2009 - <http://www.argentinatradenet.gov.ar>. Banco Mundial - Doing Business 2010 - Country Profile for Ecuador - <http://www.worldbank.org>.

Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas según el Decreto N° 169 de 21/03/97 y la Resolución N° 364 de 2/10/06 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.

- Las sustancias radiactivas y equipos generadores de radiaciones ionizantes deberán contar con una aquiescencia previa emitida por la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica. Esto ha sido establecido mediante la Resolución N° 364 de 2/10/06 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.
- La potencia y energía provenientes de importaciones o centrales eléctricas binacionales de generación deberán contar con una aprobación del Centro Nacional de Control de Energía (CENACE). Las empresas deberán estar legalmente constituidas en el país y obtener la licencia del CONELEC que las faculta para comercializar en el Mercado Eléctrico Mayorista la energía y potencia provenientes de importaciones. Los acuerdos de comercialización deberán ser registrados en el CENACE, según lo dictamina el Decreto N° 1624 de 2/07/01.

3.2. Cuotas de importación

Los contingentes arancelarios son un sistema de protección comercial mediante el cual un arancel más bajo es impuesto sobre la importación de cantidades específicas de una mercancía; cuando éstas exceden el máximo al que se les concede un arancel preferencial de ingreso se les impone un arancel mayor. El tamaño de la cuota es normalmente definido por el gobierno sobre una base periódica, por ejemplo, anualmente.

Hoy en día, Ecuador posee cuotas arancelarias para el ingreso principalmente de vehículos terminados, chasis y carrocerías para transporte público que participan en el programa de renovación del Parque Automotor. Los cupos son anuales hasta el 31 de diciembre de 2010 según lo indicado en el Anexo I del Decreto N° 636 de 17/IX/07 y la Resolución COMEXI N° 407 de 15/XI/07. Únicamente las empresas ensambladoras registradas en el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) pueden para importar material de ensamblaje para vehículos.

3.3. Documentación usualmente exigida ⁷

La documentación usualmente exigida para importar mercaderías en territorio ecuatoriano incluye los siguientes comprobantes:

- Registro de importadores
- Declaración andina de valor en aduana
- Declaración aduanera única
- Documento único de importación
- Factura comercial o, cuando ésta no pueda ser presentada, la factura pro-forma
- Nota de pedido (si corresponde)
- Certificado de origen
- Documento de transporte
- Lista de carga
- Inspección de preembarque de la mercadería
- Certificado de inspección
- Manifiesto de carga
- Póliza de seguro
- Certificado sanitario o de estándares técnicos

Registro de importadores

Según lo establecido en el Libro II (Política Cambiaria), Título Segundo (Comercio Exterior), Capítulo I (Importaciones) de la Codificación de Regulaciones del Banco Central, las personas naturales o jurídicas que dispongan del Registro Único de Contribuyentes (RUC), habilitado en el Servicio de Rentas Internas del Ecuador, pueden registrarse como

⁷ "Country Profile for Ecuador" - Doing Business 2010 - Banco Mundial - <http://www.worldbank.org>. ALADI - <http://www.aladi.org>. "Información estratégica para exportar a Ecuador" - Proceso de importación en Ecuador - ProChile - <http://rc.prochile.cl/>. "Procedimientos para importar" - Aduana del Ecuador - <http://www.aduana.gov.ec/contenido/proclmportar.html>. "Guía para exportar a Ecuador" - Proexport Colombia - <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>

importadores en el Banco Central, previo cumplimiento de los requisitos que constan en el Reglamento de Comercio Exterior emitido por el Gerente General del Banco Central. Es una condición indispensable para los importadores frecuentes su inscripción en el registro ante el mencionado organismo.

Declaración andina de valor en aduana o DAV

Es el documento soporte de la declaración de importación, en el cual se determina el Valor en Aduana de las mercancías importadas.

Se lleva a cabo cuando el valor importado de los ítems es igual o superior a U\$S 5.000 FOB.

Declaración aduanera única

Es el instrumento fiscal donde el contribuyente declara la información que permite, legalmente, el acceso de los bienes. En él se establece, entre otros, la base imponible de los impuestos al comercio exterior, la información que permite la identificación de las mercancías, las fechas, las facturas, los operarios, los destinatarios, los remitentes, el Agente Aduanal, las cantidades, los valores, los registros de entrada, los medios de transporte, etc.

Como resultado de la importación, el Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercaderías; adjuntando los siguientes documentos exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas (LOA):

- Original o copia negociable del documento de transporte.
- Factura comercial.
- Declaración andina de valor (DAV).
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá de certificados de origen y documentos de control previo, entre otros.

Documento único de importación (DUI)

Los importadores deben registrarse con el Banco Central del Ecuador a través de las instituciones bancarias aprobadas para obtener una licencia de importación. Las mismas se, conocen como DUI -Documento Único de Importación-, y se obtienen antes de que las mercancías entrantes se envíen desde el puerto de origen.

La documentación siguiente es solicitada para obtener este instrumento:

- La factura comercial.
- El número de la operación de adquisición asignado por el Banco Central, y el número del registro del impuesto sobre la renta.

El permiso es válido por un tiempo ilimitado pero puede ser utilizado solamente para un envío. Para el embarque serán requeridas seis copias.

Factura comercial

Una vez que los bienes están disponibles, el exportador emite una factura comercial al importador evidenciando mediante ésta que la transacción entre ambas partes se ha efectuado. Contiene la información básica de la operación, incluyendo los siguientes datos:

- La información sobre el exportador y el importador (el nombre y dirección)
- Número de factura
- Fecha de emisión
- Descripción de la mercadería (marca, nombre, calidad, etc.)
- Unidad de medida
- Cantidad de bienes
- Valor unitario
- Suma total de la operación y la moneda de pago

- Medios de Transporte
- País de origen
- Puerto de embarque y de destino

Factura proforma

La factura proforma es un documento enviado por el exportador al importador para que éste pueda conocer exactamente y con antelación la facturación de la mercadería. Entre los datos que posee se destacan:

- cantidad y descripción de la mercadería
- precio unitario y precio total de la entrega
- la INCOTERM utilizada
- forma e instrumento de pago
- forma de envío y fecha de entrega
- nombre, dirección y teléfono del exportador
- número de factura proforma
- datos del importador
- fecha y lugar de emisión
- firma del exportador

Usualmente, el importador utiliza este instrumento para efectuar los trámites de solicitud de licencias y permisos de importación, o para abrir la carta de crédito. Es preciso enfatizar que no es válido como factura comercial y que a diferencia de ésta, la factura proforma no implica deuda alguna.

Nota de pedido

Es un documento de carácter obligatorio si se trata de una contratación internacional y debe ser entregado su original y tres copias a la Aduana, la Verificadora y al Banco. Es preciso que contenga los siguientes datos: la fecha, el nombre y dirección del importador y exportador, país de origen, lugar de embarque y destino, el tipo de transporte (marítimo, terrestre o aéreo), INCOTERMS, moneda en la que se realizó la operación en letras, la forma de pago (giro, directo, etc.) y la fecha de inicio de la negociación.

Certificado de origen

Auxilia a las autoridades del país de destino a liberar la carga con mayor facilidad, además de asegurar la correcta aplicación de tasas aduaneras según corresponda. En caso de no presentar dicho instrumento el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria. El organismo competente para su emisión en la República Argentina es la Secretaría de Comercio cuyos datos de contacto se exhiben seguidamente:

• Ministerio de Industria y Turismo Secretaría de Industria y Comercio. Subsecretaría de Política y Gestión Comercial

Dirección: J. A. Roca 651 - Piso 6° - Oficina 31
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Telefax: (011) 4349-3000
E-mail: origenmer@mecon.gov.ar
Página web: <http://www.comercio.gov.ar>

Documento de transporte

El *documento de transporte* puede ser un conocimiento de embarque *-bill of lading-* o una guía aérea *-air waybill-* o la carta de porte, según el medio de transporte utilizado.

El *conocimiento de embarque* se emplea en los traslados marítimos. Es un certificado de posesión de la mercancía y un contrato de transporte entre el cargador y el transportador, al mismo tiempo. También es una prueba de la cantidad de mercadería consignada y un título de crédito; por consiguiente es transmisible por endoso o cesión en los países en

donde su negociación es permitida.

La *guía aérea* es utilizada cuando se recurre al transporte aéreo y sirve como:

- evidencia documental de la finalización de un contrato de transporte;
- prueba de recibo de los bienes para su envío;
- una factura por el flete;
- un aval de seguro;
- una guía para que al personal aeronáutico se le facilite el manejo, despacho y envío de la consignación.

La *carta de porte* es el documento equivalente al conocimiento de embarque en el transporte caminero y ferroviario.

Lista de carga

Es la descripción que acompaña a la factura comercial y al documento de transporte. Detalla información referida a cada ítem y la distribución de los bienes contenidos en un embarque, numeración desde la primera hasta la última caja, paquete o contenedor, volumen, peso, número de piezas y piezas por paquetes.

Esta lista permite verificar el número de unidades recibidas e identificar fácilmente un bulto en especial de ser necesaria su inspección. Además de lo mencionado, debe contener la siguiente información:

- Datos del importador, exportador y la compañía de transporte.
- Fecha de la emisión.
- Número de la factura del flete.
- Tipo de packaging utilizado (cartón, cajas, barriles, bolsas, etc.)
- Número de paquetes.
- Contenido de cada carga con la descripción de la misma y su contenido.
- Marcas y números.
- Peso neto, bruto y las medidas presentadas en cada paquete.

Inspección preembarque de mercaderías

De conformidad con lo establecido en la Resolución N° 07 - 2004 - R2 de 07/04/04 de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, las importaciones cuyo valor FOB sea superior a 4.000 dólares están sujetas obligatoriamente a inspección previa a su embarque en el exterior, por empresas verificadoras contratadas por el Ministerio de Finanzas y Crédito Público.

Por su parte, están exentas de inspección y verificación en origen o procedencia las importaciones indicadas específicamente en la norma mencionada. Las tarifas cobradas por el servicio de verificación oscilan entre el 0,30% y el 0,70% del valor FOB o 180 dólares (la cantidad que resulte mayor) según el tipo de mercadería de que se trate.

Las verificadoras son: SGS, Bureau Veritas, Cotecna o ITS. Se acostumbra abonar el 50% al presentar la solicitud y el resto cuando la verificadora entrega el Certificado de Inspección (CI).

Certificado de inspección

Es obligatoria su entrega a la aduana para el libramiento de la mercadería en destino, luego de haber presentado previamente la solicitud de verificación de importación a la verificadora, y sólo si la mercancía tiene un valor FOB mayor a U\$S 4.000. Según la Ley, si un bien ingresa al Ecuador sin el CI, no se podrá nacionalizar.

Manifiesto de carga

Indica el medio de transporte, el lugar determinado y fecha establecida, la fecha de embarque, que es necesaria para saber si el Documento Único de Importación fue aprobado por el Banco Corresponsal previamente; pues, caso contrario, la mercadería deberá ser reembarcada.

Si el manifiesto de carga llega con la mercadería, el agente aduanero, declarará que la misma está manifestada. Si no

consta con la mercancía, se considera este acto como un delito o ilícito aduanero.

Póliza de seguro

El seguro es solicitado por la aduana cuando proceda según el reglamento, generalmente si se tratan de contrataciones internacionales. Aunque el agente de aduana no exija dicha documentación, si se ha obtenido uno, hay que incluir la póliza siempre en la documentación a entregar. De acuerdo a la ley ecuatoriana, se debe adquirir este servicio en una aseguradora radicada en el país.

Certificado de libre venta

Documento original emitido por un organismo de salud oficial del país del fabricante, en donde se detallan los nombres de los productos que se van a registrar y en el cual se certifica que los mismos son de libre venta y circulación en el país de origen. Es recomendable anexar un certificado emitido por una Cámara de Comercio correspondiente en el que se detallan los nombres y marcas comerciales de los bienes.

Certificado sanitario (según corresponda)

Es el instrumento oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material vegetal inspeccionado se considera exento de plagas (fitosanitario), que la mercancía analizada está exenta de elementos patógenos (sanitario), o que las mercancías de origen animal consignadas se hallan en buen estado sanitario (zoosanitario).

En los procesos operativos se consideran también las autorizaciones previas. La importación de algunos productos puede estar condicionada al cumplimiento de requisitos especialmente establecidos para ellos; ya sea por Resoluciones del COMEXI, o por otros cuerpos normativos.

Por ejemplo, en el Ecuador, los alimentos procesados y aditivos alimentarios, los cosméticos, los productos higiénicos o perfumes, los productos naturales procesados y los plaguicidas de uso doméstico industrial o agrícola, deben obtener, previamente a su comercialización y/o importación, el Registro Sanitario.

Este registro se regula por lo establecido en el Reglamento de Registro y Control Sanitario, expedido el 18 de Junio de 2001 (Registro Oficial N° 349), que contiene cambios y modificaciones sustanciales al anterior reglamento vigente. Los productos que exigen la obtención del mismo se hallan expuestos en la página web de ALADI: <http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b6>.

En lo que se refiere a medicamentos en general, medicinas genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos y homeopáticos, el registro se rige por lo dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano (R.O. No. 59 de 17.4.2000) y su Reglamento (R.O. No. 84 de 24.5.2000).

El Ministerio de Salud Pública, a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” de Guayaquil y sus oficinas regionales de Quito y Cuenca (la de Quito adscrita a la zona Norte y Cuenca a la zona Austro), es el organismo encargado de otorgar, mantener, suspender y cancelar el registro sanitario, y de disponer su reinscripción.

El certificado de registro sanitario será de responsabilidad y uso exclusivo de la persona natural o jurídica autorizada legalmente para la fabricación, importación, exportación y comercialización del producto en el país.

Con la entrada en vigor del nuevo reglamento, se ha suprimido la presentación de muestras para alimentos y bebidas importados, siendo necesario solamente el análisis técnico expedido por las autoridades competentes en el país de origen y el cumplimiento de todas las pautas exigidas en el “Formulario Único de Solicitud de Registro Sanitario”.

Estos requisitos son:

- a) Certificado de constitución del fabricante extranjero, de existencia y representación Legal de la entidad solicitante, es decir de la empresa representante en el Ecuador.
- b) Cédula de Identidad del representante, cuando sea éste el que solicite el Registro.

Certificado del fabricante extranjero

El documento debe confeccionarse nombrando al representante legal del producto en Ecuador y autorizándole a gestionar los registros sanitarios de los bienes (es necesario detallar los productos que van a ser registrados con el nombre y la marca comercial). Este certificado debe ser consularizado. Lo emite el exportador y debe contener los textos mínimos exigidos por la Autoridad de Salud ecuatoriana.

Para la certificación del fabricante extranjero sobre la titularidad del Registro Sanitario Ecuatoriano el productor debe emitir una certificación sobre la misma, especificando si ésta será a su nombre o a nombre del representante en el país. Este documento debe ser notariado en la localidad del fabricante.

La conveniencia de que el Registro Sanitario se expida a nombre del productor o del representante en el extranjero debe ser analizada adecuadamente por el fabricante. A efectos prácticos, resultaría conveniente que el Registro esté a nombre del representante en vista de evitar pedir permanentemente su autorización para cualquier trámite local. Pero también, hay que tener en cuenta que, en caso de un eventual conflicto entre ambas partes, esta situación podría acarrear problemas a la hora de tratar de cambiar de titular del Registro Sanitario.

Algunas de las autoridades competentes para la emisión de estos documentos en Argentina son:

• **Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)**

Dirección: Av. Paseo Colón N°367
(C1063ACD) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel.: (011) 4121 - 5000 ó 0800 - 999 - 2386
E-mail: cdei@senasa.gov.ar
Web: <http://www.senasa.gov.ar>

• **Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT)**

Dirección: Av. de Mayo N° 869
(C1084AAD) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel.: (011) 4340 - 0800 ó 5252 - 8200 ó 0800 - 333 - 1234
Web: <http://www.anmat.gov.ar>

• **Consulado General del Ecuador en Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

Dirección: Av. Presidente Quintana 585-Piso 10
(1129) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfono: (011) 4804-6408
Fax: (011) 4804-6408
E-mail: consuldorbaiec@embecuador.com.ar

3.4. Otros requisitos ⁸

Requisitos particulares

Son aquellas condiciones que una persona natural o jurídica, interesada en efectuar importaciones de determinados productos en Ecuador, deberá cumplir para realizar tales operaciones. Las mismas son:

- Registro de importadores en el CONSEP (Consejo Nacional de Estupefacientes y Sustancias Psicotrópicas), para la importación de sustancias químicas sujetas a la fiscalización del CONSEP;
- Registro de importadores en el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), para fertilizantes (minerales, químicos y orgánicos) y enmiendas;
- Registro de importadores en el Ministerio de Defensa para armas, municiones, explosivos y accesorios;
- Registro de importadores en el Ministerio de Salud para medicamentos en general, dispositivos médicos, cosméticos, productos higiénicos y perfumes, así como obtener el registro sanitario de los otros artículos;

⁸ "Guía de Negocios de Ecuador" - Año 2009 - Embajada de Argentina en Quito, Ecuador - Argentina Trade Net - <http://www.argentinatradenet.gov.ar>. "Guía para exportar a Ecuador" - Proexport Colombia - <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>

- Registro de importadores unificado en los Ministerio de Agricultura y en el de Salud para plaguicidas o productos de uso veterinario.

Los datos de contacto son:

- **Consejo Nacional de Estupefacientes y Sustancias Psicotrópicas**

Dirección: Av. 12 de Octubre N23-99 y Wilson
 Ciudad/Cantón: Quito, Pichincha
 País: Ecuador
 Teléfono: (593-2) 2 221 835 / 2 227 221 / 2 227 222 / 2 506 225 / 2506 171
 Fax: (593 -2) 2 564 717
 E-mail: secretariaejecutiva@consep.gov.ec
 Web: <http://www.consep.gov.ec>

- **Ministerio de Agricultura y Ganadería**

Dirección: Amazonas y Eloy Alfaro
 Ciudad/Cantón: Quito, Pichincha
 País: Ecuador
 Teléfono: (593 2) 3 960 100/200
 E-mail: webmaster@mag.gov.ec
 Web: <http://www.magap.gov.ec/magapweb>

- **Ministerio de Salud Pública de Ecuador**

Dirección: República del Salvador 950 entre Suecia y Naciones Unidas
 Ciudad/Cantón: Quito, Pichincha
 País: Ecuador
 Teléfono: (593 2) 3 814 400
 Fax: (593 2) 3 814 400
 Web: <http://www.msp.gov.ec>

Normas técnicas y de calidad

La formulación de las políticas relativas a la normalización, metrología, certificación y verificación corresponde al Consejo Nacional del Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación; organismo encargado de coordinar las actividades de las siguientes entidades:

- El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), responsable de las actividades de normalización.
- El Organismo Ecuatoriano de Acreditación, ente del Ministerio de Industrias y Productividad (MICIP) que realiza las actividades de acreditación.
- El Organismo Oficial de Metrología, cuyas funciones las desempeña actualmente el INEN.

De acuerdo al Decreto N° 3497 de 12/12/02, la importación de productos sujetos al cumplimiento obligatorio de normas y/o reglamentos técnicos deberá contar con el formulario INEN-1 o con certificados de conformidad con norma emitidos al amparo de Acuerdos de Reconocimiento Mutuo suscritos por el país. Este documento será habilitante para la obtención de la autorización expedida por los bancos corresponsales del Banco Central del Ecuador en el DUI.

Para la obtención del Formulario INEN-1, acorde a la Resolución N° 002/08 del Consejo Nacional de la Calidad, el importador o consignatario deberá presentar ante el INEN, los certificados de conformidad con una de las siguientes alternativas:

- a) Con Reglamento Técnico Ecuatoriano, RTE INEN ó Norma Ecuatoriana de carácter obligatorio, NTE INEN; y
- b) Con Normas Internacionales de producto, Regulaciones Técnicas obligatorias, del país de origen de productos que demuestren, ante el INEN, la equivalencia con los Reglamentos Técnicas Ecuatorianos, RTE INEN.

Los documentos de conformidad con Norma Técnica Ecuatoriana, a que hace referencia el literal serán emitidos por el INEN. En tanto, los expedidos según la con Norma Técnica Internacional y aquellos que se realicen según normas de reconocido prestigio, serán otorgados por los organismos avalados debidamente acreditados en los países de origen de la mercadería, mediante declaración del fabricante tratándose de empresas registradas con certificados de Sistema de Calidad ISO 9001.

La nómina de productos cuya importación está sujeta al cumplimiento de Normas Técnicas aprobadas por el INEN fue publicada mediante la Resolución N° 001 de 01/12/08 del Consejo Nacional de la Calidad, modificada por la Resolución N° 003 de 5/12/08 que se encuentran disponibles para ser consultadas online en la página web de ALADI <http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/6b5016e1412ffb1a032574b2005bbc03?OpenDocument>, así como el listado de los demás bienes sujetos al cumplimiento de Normas Técnicas.

Etiquetas, envases y embalajes

Reglamentaciones específicas aplicables a bienes nacionales o importados establecen los requisitos a que deberán ajustarse los rótulos y envases de ítems alimenticios, bebidas alcohólicas y otros artículos, que a saber son:

- Rotulado de productos: El Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 015 es el que estipula las normas para el rotulado de productos. Ha sido oficializado por el Acuerdo N° 06 379 de 18/IX/06 del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
- Textiles, prendas de vestir, calzado y accesorios afines: Los requisitos para estos productos se hallan oficializados en el Acuerdo N° 06 382 de 18/IX/06 del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
- Empaques elaborados con cartón, madera, plástico, icopor, fibra vegetal y sintética utilizados por los productos agrícolas como las frutas, las hortalizas, los tubérculos, leguminosas: El Reglamento técnico que señala los requisitos mínimos que deben cumplir los empaques para los productos agrícolas para consumo humano que se importen, se produzcan y se comercialicen en el territorio nacional están explayados en la Resolución N° 00224 de 05/IX/07 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El sector de la distribución tiene un tamaño reducido y tiende a la concentración. En el mercado ecuatoriano, la cadena de la distribución comercial tiene dos niveles de intermediarios entre el fabricante y el consumidor final. El primer nivel corresponde a las figuras del importador-distribuidor y al mayorista.

El importador-distribuidor actúa en nombre del exportador y/o por cuenta propia, asumiendo todos los riesgos comerciales. Las empresas que compran con facturación superior a los 100 millones de dólares cuentan con una oferta de bienes muy extensa: licores, alimentos, coches, electrodomésticos, ferretería, perfumería y cosméticos, entre otros.

Otras demandantes más pequeñas suelen especializarse en un sector o varios complementarios; bienes de consumo y alimentos, construcción y ferretería, medicinas y cosméticos. Todas las importadoras comercializan sus productos entre distribuidores regionales y el sector minorista. Debido a la capacidad financiera, disponibilidad de recursos, y la solvencia de dichas empresas, éstas constituyen el grupo más poderoso en este primer nivel de intermediarios. Aplican políticas comerciales agresivas porque el mercado ecuatoriano se mueve por precios. Sus esfuerzos se concentran en conseguir costos muy competitivos en sus abastecimientos.

La segunda figura, en este primer nivel de intermediación, es la del mayorista. Se abastece del fabricante local y del importador. Está especializado en alimentación y bienes de consumo. Los mayoristas son un grupo más numeroso que los importadores pero no tienen tanta fuerza. Es un subsector más desagregado, pocas empresas tienen un tamaño considerable y, consecuentemente, poseen poco poder de negociación frente a fabricantes y minoristas.

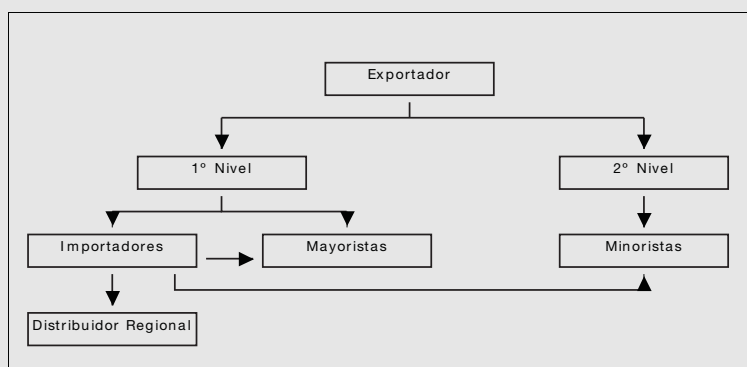
El segundo nivel de intermediarios corresponde al sector minorista. Es un sector muy atomizado, casi el 95% del mismo tiene un único punto de venta. Existen varias fórmulas comerciales en la venta al detalle:

- Las tiendas, fórmula comercial con una alta densidad, con 210 tiendas por cada 100.000 habitantes aproximadamente;
- Las cadenas de superficies de tamaño intermedio con un 85% de cuota de la población urbana de clase media-alta;
- Las grandes superficies, que apenas están introducidas en el mercado ecuatoriano;
- El sector informal, que con gran peso en la economía ecuatoriana, es la fórmula comercial más generalizada para la clase media-baja, alrededor de un 60% de la población ecuatoriana.

Existen otras modalidades comerciales como la figura del agente representante que actúa por cuenta y en nombre del representado. Suele trabajar en el sector de la maquinaria: maderera, de la construcción, agrícola y alimenticia. Aunque no se tienen datos oficiales, este ámbito está muy concentrado. Trabajan con pocas líneas y apenas manejan stocks. Un problema común a todos ellos es la falta de servicio posventa que repercute negativamente en las marcas comerciales representadas.

Otro canal que ha experimentado un ligero repunte en los últimos años son las franquicias. En Ecuador existen alrededor de 30 franquicias extranjeras. El 90% del negocio pertenece a empresas estadounidenses. Este formato está penetrando lentamente en el país. Las más numerosas se encuentran en el sector de la comida rápida, pero también existen en otros áreas, como las tintorerías Martinizing, arreglo de zapatos Heel Quick, correo privado Post net, o ropa como Benetton.

Gráfico N°1: Canales de distribución ecuatorianos.



Fuente: Elaboración Fundación Export.Ar sobre datos de Proexport Colombia

En Ecuador, las fórmulas comerciales tradicionales como las tiendas de barrio y mercaditos, coexisten con novedosos formatos como los centros comerciales y las grandes superficies. A pesar de ello, el país presenta un cierto atraso respecto a otros en la región.

La concentración existente en la comercialización en el sector de la alimentación, el farmacéutico y el ferretero irán desapareciendo a favor de una situación de mayor competencia en el mercado, aunque los agentes económicos con mayores recursos son los que tienen más posibilidades de tener una participación razonable.

Las tiendas de alimentos constituyen el sector más expuesto a estas nuevas tendencias y van a tener un comportamiento similar al que se ha producido en otros lugares: desaparecerán muchas de ellas y las que logren sobrevivir se irán especializando. El ámbito informal se mantendrá en los niveles actuales, siempre y cuando la situación económica no cambie.

Entre otras características relevantes de la distribución comercial ecuatoriana es posible destacar, en cuanto a la logística, que existe una alta rotación de productos. Los distribuidores y mayoristas diseñan rutas para abastecer a los clientes. Normalmente disponen de su propia flota y en situaciones puntuales subcontratan, como sucede en Navidad.

Respecto de la política comercial que aplican los canales es preciso mencionar que suelen buscar la exclusividad para la distribución de los productos importados. El ítem adquirido tiene como principal ventaja competitiva frente al nacional,

una buena imagen en el mercado, da confianza y el consumidor que aprecia su calidad en sí y otra serie de atributos como el envase y la presentación, el etiquetado, composición y fecha de caducidad.

Por su parte, si los distribuidores tienen puntos de venta finales, estos realizan actividades de promoción, como descuentos en la compra, degustaciones y cupones, en el caso de sobreoferta de stocks. Los mayoristas y las pequeñas distribuidoras son sólo meras intermediarias de las actividades de marketing, financiadas por los fabricantes. El minorista realiza campañas de promoción si tiene suficientes existencias de mercadería.

Las distribuidoras compran grandes volúmenes de mercancía -especialmente en el caso de importaciones- y obtienen descuentos de hasta un 5% como promedio. Los distribuidores suelen aplicar unas utilidades comerciales del orden del 10%. Puede parecer una ganancia baja pero se compensa con los enormes montos de compra -con descuentos por volumen-. En el caso de los bienes mportados, el beneficio supera el 30% como promedio y también depende de la exclusividad ejercida o no de la mercancía. Cuando existe la codistribución se establecen los precios de forma tácita. El sector detallista aplica unos márgenes que van desde el 20% hasta el 50%.

En el rubro, es importante la financiación, pues el pago a proveedores se suele extender en un período de 30 días, ampliándose el plazo en el caso de las importaciones, hasta los 90 ó 120 días. El tipo de interés aplicado a los distribuidores clientes es el interbancario. A los demandantes se les suele establecer líneas crediticias en función de su solvencia, la relación comercial que mantienen y a tasas de interés que pueden ser preferenciales o menos ventajosas. Los consumidores finales no tienen muchas facilidades crediticias; se aceptan las tarjetas de crédito reconocidas en el país, y en puntos de venta prestigiosos se exige la tarjeta de fidelización durante la compra para “disfrutar” de un porcentaje de descuento.

En cuanto a los canales de distribución en el sector agroalimentario, las centrales de compra más importantes son las del grupo Supermercados La Favorita y el grupo Czarninsky. Existen otras importadoras como Ortiz & Jácome de Comercio, Almacenes Juan Eljuri, Dibeal, Proesa, o Dispacif que comercializan determinadas líneas de productos: licores, conservas y artículos de confitería. Estas empresas tienen un alto poder de negociación y el sector minorista es su principal clientela.

A nivel general, en lo que al área de bienes de consumo se refiere, los distribuidores cuentan con una estructura de logística desarrollada, tanto en la Sierra como en la Costa.

5. DATOS DE INTERÉS GENERAL ⁹

Visa. Cualquier extranjero que desee residir en el Ecuador, sea temporal o permanentemente, debe obtener la visa correspondiente. Las de inmigrantes son concedidas por la Dirección General de Extranjería del Ministerio de Gobierno, mientras que las visas de no inmigrantes son concedidas por la Dirección General de Asuntos Migratorios del Ministerio de Relaciones Exteriores. Se clasifican de acuerdo a las siguientes categorías:

Visas de inmigrante otorgadas a...

- Jubilados extranjeros que reciben pensión de su país natal.
- Inversores en bienes raíces y valores que traen al Ecuador un capital equivalente a por lo menos 350 salarios generales mínimos vitales mensuales.
- Inversores en industria que deseen exportar productos agrícolas, minerales o ganado, siempre que traigan al país un capital equivalente a por lo menos 600 salarios mínimos vitales mensuales.
- Compañías con agentes locales extranjeros con poder legal para representar a la compañía en el Ecuador, siempre que el 80% del personal local de la compañía sea ecuatoriano.
- Técnicos contratados.
- Profesionales con títulos universitarios reconocidos por una universidad nacional. Si la profesión del aspirante no existe en el Ecuador, el título deberá ser certificado localmente.
- Individuos bajo relación económica de dependencia del esposo o miembro de la familia hasta segundo grado de consanguinidad.

⁹ Fuentes: “Guía de Negocios de Ecuador” - Año 2009 - Embajada de Argentina en Quito, Ecuador - Argentina Trade Net - <http://www.argentinatradenet.gov.ar>. “Guía para exportar a Ecuador” - Proexport Colombia - <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>. U.S. Commercial Service - Doing Business in Ecuador 2010 - Country Commercial Guide - <http://www.export.gov>.

Visas no inmigrantes otorgadas a:

- Diplomáticos y exilados políticos.
- Estudiantes.
- Técnicos extranjeros temporales. Esta visa debe ser renovada cada año y es otorgada por el Cónsul o el Ministro de Relaciones Exteriores.
- Misioneros, cuyas visas son otorgadas por el Cónsul o el Ministro de Relaciones Exteriores, y deben ser renovadas cada año.
- Participantes en intercambios interculturales, cuyas visas son otorgadas por el Cónsul o el Ministro de Relaciones Exteriores, y deben ser renovadas cada año.

Además de la visa, una persona no residente que desee trabajar en el Ecuador para un individuo o una compañía (residente o no) debe obtener previamente un permiso de trabajo del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos que le autorice a trabajar en su sector económico específico.

Para obtener información adicional sobre trámites consulares, diríjase a:

- **Consulado de la República del Ecuador**

Dirección: Av. Presidente Quintana N° 585 - Piso 10
(1129) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfono: (011) 4804-6408
Fax: (011) 4804-6408
E-mail: consuldorbaiec@embecuador.com.ar

Accesos aéreos. Desde Argentina es posible viajar hacia Ecuador en vuelos directos de varias aerolíneas a diferentes ciudades del país de destino del siguiente modo:

- Hacia Quito: TACA, LAN y Copa Airlines con varias frecuencias semanales de vuelos directos. Aerolíneas Argentinas cubre la ruta con escalas asociando sus servicios con AVIANCA, LAN y TACA.
- Hacia Guayaquil: LAN, Aerolíneas Argentinas, American Airlines, Copa Airlines y Avianca con varias frecuencias semanales llegan al destino con escalas.
- Hacia Cuenca: No hay vuelos directos. LAN y TACA arriban a la ciudad ecuatoriana con la realización de al menos dos escalas.

Cabe señalar que según sea el día seleccionado para el viaje, las frecuencias de las líneas aéreas varían así como también la posibilidad de escalas a realizar.

Moneda y control de cambio. Ecuador utiliza como moneda oficial los billetes del dólar estadounidense, pero posee sus propias monedas fraccionarias de la divisa norteamericana, los centavos de dólar de Ecuador. El Sucre fue implementado hasta el año 2000.

Actualmente, no existe un control de cambio o de remisión de capitales. Sin embargo, este estado adiciona una comisión del 2% sobre las remesas de capital hacia el exterior del país. Las compañías ecuatorianas que importen bienes de capital o materias primas para la fabricación de sus productos pueden solicitar un drawback al Servicio de Rentas Internas ecuatoriano.

Días feriados y festivos.**Cuadro N°5: Días feriados y festivos ecuatorianos**

Conmemoración	Fecha
Día de la Independencia	10 de agosto de 2010
Día de la Independencia de Guayaquil	9 de octubre de 2010
Día de los Muertos	2 de noviembre de 2010
Día de la Independencia de Cuenca	3 de noviembre de 2010
Navidad	25 de diciembre de 2010
Año Nuevo	31 de diciembre de 2010
Primero del Año	1° de enero de 2011
Día del Amazonas y Galápagos	12 de febrero de 2011
Día de la Unidad Nacional y el Civismo	27 de febrero de 2011
Viernes Santo	22 de abril de 2011
Día del trabajador	1° de mayo de 2011
Batalla de Pichincha	24 de mayo de 2011

Fuente: Embajada de la República Argentina en la República de Ecuador y World Travel Guide - http://www.worldtravelguide.net/country/79/public_holidays/South-America/Ecuador.html

6. ENLACES ÚTILES

- Cámara de Comercio de Quito - <http://www.lacamaradequito.com>
- Cámara de Comercio de Guayaquil - <http://www.lacamara.org>
- Cámara de Comercio de Cuenca - <http://www.cccuenca.com.ec>
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración - <http://www.mmrree.gov.ec>

CONCLUSIONES

La República del Ecuador se distingue por ser un país multiétnico con una gran riqueza cultural, biológica y arqueológica, y por presentar marcados contrastes, tanto naturales como sociales. En cuanto a su población, cabe destacar que el 25% es indígena mientras que el 55% es mestiza, a la vez que la casi totalidad se reparte entre la Sierra y la Costa mientras que pocos viven en la selva oriental. La diversidad del país se refleja no sólo en su cultura, sino también en su geografía. Si bien el territorio es pequeño, esta nación presenta uno de los más altos niveles de biodiversidad del mundo.

El petróleo ha sido la principal fuente de ingreso de divisas para el país desde el primer cuarto del siglo XX. Sin embargo la industria energética nacional está lejos de haber alcanzado su máximo desarrollo, ya que se calcula que en el Golfo de Guayaquil hay una reserva de gas de 300 mil millones de pies cúbicos, cuya extracción a futuro convertirá al Ecuador en uno de los principales productores de dicho recurso en la región. Otros productos de importancia para la economía del país han sido el banano, el café, el cacao, el camarón, la madera y el atún, y, en los últimos años, las flores. Por su parte, el turismo está en el cuarto lugar en cuanto a la generación de divisas.

Además del petróleo, existen también productos no tradicionales de exportación, como ciertas especies de frutas y verduras que poco a poco están ganando terreno en el mercado internacional.

La actual legislación ecuatoriana trata de fomentar el desarrollo de las industrias a través de la Ley de Fomento Industrial, principalmente para aquellas empresas que ofrezcan beneficios para el país. Además de grandes sectores como el maderero y el textil; y la pequeña industria y artesanías.

Actualmente, y si bien el peso del ámbito industrial en la economía nacional se ha cuadruplicado desde los años setenta, el país sigue dependiendo de las exportaciones de hidrocarburos. En 2009 las exportaciones petroleras presentaron una participación del 50%, siendo el petróleo crudo el 90% de ese total y productos derivados del mismo el 10% restante. Es importante destacar que pese a la gran participación que poseen las exportaciones petroleras en los totales, éstas cayeron un 40,3% en valor y un 7,6% en volumen exportado durante el año pasado. Para los próximos años se espera

que las exportaciones petroleras sean las más dinámicas y las de mayor participación en el total. Concretamente, para 2010 la extracción total de petróleo crudo se incrementaría un 1,3%, coincidiendo con un incremento del PBI petrolero de 7,6% para el mismo año. Cabe señalar que este crecimiento en el sector impulsaría también el crecimiento de las importaciones de bienes y servicios, la cual tendría un crecimiento de 4% en 2010 y de 6,2% en el periodo 2010-2013.

Es de relevancia para el caso de Ecuador diferenciar entre la balanza comercial petrolera y la no petrolera debido a la relación inversa entre ambas. Esto es así ya que cuando se presenta un superávit en la balanza comercial petrolera, se observa un déficit en la no petrolera. A modo de ejemplo, es importante señalar que en 2009 la petrolera se situó en 4.631 millones de dólares mientras que la no petrolera fue de -4.963 millones; dando un saldo total de -332 millones de dólares.

En cuanto a la relación comercial entre nuestro país y el Ecuador, durante el período 2005-2009 se ha caracterizado por un constante saldo favorable para nuestro país. El total comercializado entre ambos Estados fue, en promedio anual, de 468,14 millones de dólares. En el año 2005 el comercio bilateral totalizó 324,81 millones de dólares, mientras que en 2009 se registró un total de 591,28 millones, lo cual significó un incremento de 82,04%. Por su parte, la variación promedio anual de las exportaciones argentinas hacia el país andino durante dicho período fue de 15,03%, a la vez que la variación de las importaciones nacionales desde la nación andina fue de 24,43%.

Si se comparan los años 2008 y 2009, se advierte una disminución de nuestras exportaciones de un 0,65% hacia este mercado; pasando de 456,85 millones de dólares a 453,88 millones. En cuanto a la demanda argentina desde este origen se aprecia una reducción de 0,85%, ya que durante 2008 las importaciones totalizaron 138,58 millones de dólares, mientras que en 2009 fueron de 137,4 millones. Cabe destacar que durante 2009, el 83,85% de las exportaciones argentinas al Ecuador se concentraron en cinco rubros: residuos y desperdicios de las industrias alimenticias (33,86%), metales comunes y sus manufacturas (32,01%), productos químicos y conexos (7,63%), material eléctrico (5,22%), y grasas y aceites (5,13%). A su vez existen productos cuyo potencial no ha sido aún explotado, entre los cuales se encuentran alimentos, químicos orgánicos e inorgánicos, máquinas y aparatos, productos del sector automotriz, del sector textil y plásticos.

De estas consideraciones finales se desprende que la República del Ecuador representa para los exportadores argentinos una gran oportunidad, que puede ser aprovechada mediante el desarrollo de una investigación del mercado y una estrategia de inserción adecuadas. A fin de avanzar en tal sentido, los productores cuentan con los servicios de inteligencia comercial, asistencia técnica y promoción comercial que ofrece la Fundación Export.Ar y con el apoyo de la Embajada Argentina en Quito. Ambos organismos ofrecen a los exportadores de nuestro país información relevante y un abanico de herramientas que pueden contribuir a promover su actividad en pos de la exportación hacia esta promisoriosa plaza sudamericana.

ELABORACION: Lic. Sebastián Fratto

ELABORACION DE ACCESO AL MERCADO: MBA Lic. Maria Leticia Sandoval



Desde el punto de vista del exportador, el forfaiting o descuento sin recurso consiste en la venta de documentos financieros, con vencimientos a medio plazo, correspondientes al pago de bienes y servicios exportados sin recurso contra el exportador. Posibilita que los exportadores sean más competitivos.

Por los potenciales riesgos que involucran a las exportaciones, su financiación es un asunto delicado. Junto a los riesgos de incumplimiento del pago por parte de los importadores, las empresas pueden toparse con riesgos políticos (guerras, revoluciones o anexiones), el riesgo cambiario (por eventuales devaluaciones), el riesgo país (por restricciones a la remisión de divisas o probables cambios de la legislación aplicable) y los riesgos de la naturaleza (inundaciones o terremotos).

Puede resultar más arduo aún si lo que se busca exportar son bienes de capital ya que dichas transacciones representan grandes montos y raramente son pagadas al contado, sino que suelen cancelarse en cuotas o pagos periódicos a lo largo de espaciados períodos de tiempo. En estos casos el factor de financiamiento es clave para el comprador (importador) y puede llegar a ser determinante para la concreción del negocio.

Para quienes desconocen y desean interiorizarse en esta técnica, a continuación sigue una introducción al Forfaiting describiendo sus principales particularidades.

CONCEPTO Y GENERALIDADES

El Forfaiting es una modalidad de financiación de exportaciones que consiste en el descuento sin recurso, por parte de una entidad financiera, de los derechos de cobro de una serie de efectos mercantiles que el exportador recibe para instrumentar el pago diferido de operaciones comerciales de compra/venta. Los instrumentos susceptibles de ser financiados suelen ser las letras y los pagarés, ambos con el aval de bancos de primera línea. Los períodos de los créditos varían pudiendo ser de algunos meses hasta cinco o más años.

Este instrumento indica la venta de obligaciones con vencimiento futuro, originadas por exportaciones de mercaderías y servicios. Suele ser utilizado cuando los créditos a la exportación o las garantías de crédito no están disponibles o cuando un vendedor no amplía créditos a largo plazo en los mercados, tales como Europa del Este y Latinoamérica, entre otros. Usualmente, el forfaiting es empleado en operaciones de exportación de gran volumen para lograr liquidez sin ampliar capital de trabajo y lograr acortar el ciclo operativo del exportador. Esto permite, adicionalmente, reducir los riesgos de la operación.

Esta técnica es una cesión de derechos del exportador a una compañía compradora (entidad financiera o banco). El vendedor endosa la obligación incluyendo las palabras "sin recurso", con lo cual queda protegido contra cualquier

reclamo por falta de pago. No existe posibilidad de demanda contra el exportador que vendió el crédito, excepto contra el deudor principal, que será el importador en el caso de que el forfaiting tenga su origen en una operación de compraventa internacional. Los exportadores pasan todos los riesgos y responsabilidades de la cobranza al comprador a cambio de un pago en efectivo.

El descuento cambiario sin recurso tiene una doble función: a) de financiamiento, al adelantarse los fondos al vendedor/exportador, recuperando de ese modo la totalidad del importe de la operación de exportación (deducidos intereses y gastos) y b) garantía o seguridad, pues el comprador/forfaiter cuenta con el aval cambiario otorgado a favor del importador/emisor de los instrumentos. No es una típica contratación bancaria, estandarizada, sino en todo caso una operatoria financiera, esencialmente "a medida" del cliente (e indirectamente del importador).

Usualmente, como ya ha sido mencionado, los documentos utilizados en este sistema son las letras de cambio, pagarés, etc., aunque cualquier forma documentada de deuda puede ser objeto de este tipo de operación. Otras formas menos comunes son los pagos diferidos provenientes de cartas de créditos. Cualquier operación de forfaiting debe incluir un aval o una garantía bancaria irrevocable que sea aceptable para el comprador de la obligación. Este aspecto es de gran importancia debido al carácter de "no recursable" de la operación.

La palabra forfaiting deriva del término francés "forfait" que significa renunciar a un derecho. Dado que el exportador como acreedor de la operación, al emplearse el forfaiting se libera del riesgo de impago en forma definitiva recibiendo fondos de manera anticipada; a cambio de esto, recibe por su crédito un precio inferior al nominal formalizado con el comprador. Respecto a las metodologías de descuento, hay dos modalidades comunes:

- ***Straight discount:*** el valor presente del descuento se calcula deduciendo los intereses de descuento del valor nominal del crédito.
- ***Discount to yield:*** el descuento se aplica sobre la cantidad efectivamente adelantada.

Asimismo, cabe destacar que existen varios detalles previos que el financista/forfaiter desea averiguar antes de celebrar su compromiso de financiamiento vía forfaiting. Antes del comienzo del ciclo comercial de exportación el especialista habrá de conocer el nombre y el país de origen del importador (comprador), así como el nombre y proveniencia del avalista o garante de los documentos; qué plazo de financiamiento necesitará el comprador; el importe de la operación y el importe que se pretende descontar; la moneda de pago; cuánto efectivo necesitará el vendedor/exportador si la operación se hiciera al contado; si se le revelará al comprador cuál es el precio neto de contado; si el comprador está dispuesto a pagar una tasa de interés determinada o límite; cuándo se concluirá el acuerdo de forfaiting y cuándo tendrá lugar la entrega de los bienes/servicios y si en su caso habrá más de una entrega.

El objeto de esto es poder determinar el precio de liquidación de los instrumentos comprados y evaluar la flexibilidad que deberán observar tanto el vendedor como el financista para que el comprador/importador pueda acceder a la operación y no desista de la misma por su excesivo costo. Se pretende que el acuerdo satisfaga a las tres partes interesadas.

Sabiendo el exportador cuánto le costará "forfatear" los documentos del importador/comprador, entonces podrá celebrar el compromiso de forfaiting en firme con el financista, en donde se fijarán las condiciones bajo las cuales aquel comprará los instrumentos al exportador (suscriptos por el importador y con aval de entidad bancaria de su país).

En otros casos, cuando recién se tiene en vista la operación de exportación, entonces sólo se concreta una opción de forfaiting a favor del exportador/vendedor, la cual se mantendrá por espacio de 1 a 3 meses, al cabo de los cuales la misma caducará en caso de no utilizarse por el beneficiario. Ambas propuestas son concomitantes con los trámites de exportación, porque en función de la posibilidad concreta de poder negociar "sin recurso" los pagarés suscriptos por el importador, entonces el exportador asumirá el compromiso de financiar directamente la operación de exportación.

CARACTERISTICAS DE LA OPERACION

Esta técnica, de muy rápida ejecución, se caracteriza por ser:

- ***Abstrable:*** cualquiera que sea la documentación utilizada, tiene que permitir la separación entre los derechos adquiridos con la compra del instrumento y la operación comercial que ha originado su emisión.

Esto quiere decir que ni el deudor ni el banco garante pueden utilizar los incumplimientos, disputas comerciales u otras incidencias como excusa para recusar el pago de la deuda.

- **Negociable:** los créditos objeto de una operación deben ser libremente transferibles.
- **Comercial:** en una operación de forfaiting el crédito surge como consecuencia de un contrato de compraventa de bienes y por tanto se califica como crédito comercial.
- **Sin recurso:** Una vez finalizada la operación, el vendedor puede desinteresarse totalmente de los acontecimientos que afectan al crédito cedido, mientras que el comprador no tiene ninguna posibilidad de devolver el crédito al vendedor en caso que el deudor no pague, salvo en el caso de fraude.

Partes intervinientes

1. **Librador (exportador o vendedor):** es el empresario que gira los efectos como resultado de su actividad de venta de mercancías o servicios.
2. **Cedente:** es la persona física o jurídica que endosa sin recurso el efecto al tomador del mismo, que generalmente suele coincidir con el librador.
3. **Tomador (tenedor o forfaiter):** es la entidad financiera que compra el efecto, a través de su descuento sin recurso, adquiriendo los derechos de cobro incorporados al mismo.
4. **Librado (importador o comprador):** es la empresa compradora de las mercancías o servicios, y por tanto el obligado al pago del efecto a su vencimiento. No es parte del contrato de forfaiting, pero se ve afectado por el mismo. Es el aceptante de la letra o el emisor del pagaré.

Aplicaciones típicas y sus plazos

- *Commodities (aceite, carbón, maíz, etc.). Financiamiento: 90 días a 18 meses.*
- *Servicios (ingeniería, diseño, mantenimiento, etc.). Financiamiento: 180 días a 3 años.*
- *Tecnología (software, comunicaciones, etc.). Financiamiento: 180 días a 5 años.*
- *Bienes de capital (herramientas, tractores, etc.). Financiamiento: 2 a 7 años.*
- *Plantas industriales Energéticas (generadores de fuerza, producción de asfalto, etc.). Financiamiento: 3 a 10 años.*
- *Proyectos de construcción (hospitales, aeropuertos, fábricas, etc.). Financiamiento: 3 a 10 años.*

Costos y garantías

Los costos dependerán del nivel de las tasas de interés pertinentes a la moneda del contrato subyacente al momento del compromiso del Forfaiter y de la evaluación por parte del Forfaiter de los riesgos del crédito relacionados con el país importador y con el banco avalista (o garante). Los costos suelen estar conformados por los siguientes elementos:

- **Comisión por el mantenimiento del compromiso de forfaiting o de la opción a favor del exportador.** Esa comisión se calcula sobre el importe a financiar y suele ser pagadera mensualmente en forma anticipada y calculada desde el día del compromiso hasta el de la efectiva compra (endoso) de los efectos.
- **Tasa de interés de descuento.** Cubre el riesgo de tasa de interés del Forfaiter. Los Forfaiters suelen calcular este gasto sobre la tasa LIBOR aplicable a la vida promedio de la transacción. Esta tasa activa se formará con todas las variables de riesgo que participan de la operación de exportación: riesgo de incumplimiento/default, riesgo político, riesgo cambiario, etc. Por el contrario si se trata de una exportación a un país desarrollado o del "circuito" comercial, la tasa de interés bajará y podrá establecerse en base a las del mercado respectivo.
- **Costos adicionales.** También están incluidos en los cálculos de los Forfaiters e incluyen un gasto por días de gracia y, cuando sea necesario, un cargo por compromiso. Los días de gracia son un interés por la cantidad de días adicionales cargados por el Forfaiter, los cuales reflejan la cantidad de días de demora normalmente experimentada con los pagos efectuados por el país deudor.

Con relación a las garantías, en la gran mayoría de las operaciones descontadas en el mercado de forfaiting esta presente alguna forma de afianzamiento bancario. Eso permite por un lado reducir el riesgo de crédito y agilizar el proceso de análisis de riesgo del forfaiter y por otro, aumentar el grado de liquidez del activo en el mercado secundario. No obstante, existe un creciente número de empresas y corporaciones muy conocidas en los mercados internacionales que no necesitan ningún tipo de garantía adicional.

Para que un afianzamiento resulte idóneo para el forfaiting es necesario que sea incondicional, irrevocable, divisible y transferible. La forma de afianzamiento más utilizada en el mercado de forfaiting es el aval. Una alternativa a éste es la garantía bancaria, que se emite en un documento separado de los pagarés o letras.

El aval es el instrumento jurídico bancario que conforma la seguridad de pago de una factura o pagaré; es preferido por los Forfaiters frente a los demás instrumentos de garantía. Para que un aval sea aceptado por el Forfaiter, el banco avalista debe ser de reconocimiento internacional.

En otros casos, cuando por alguna razón no se puede avalar cambiariamente, se suscribe una garantía separada del instrumento en la forma de aval o fianza principal, con renuncia a los beneficios de orden, división y excusión, pudiendo transmitirse conjuntamente con el instrumento. Esa garantía separada requerirá la forma de instrumento público, con las firmas certificadas y en su caso la mención expresa de las facultades de representación de los firmantes.

Ventajas e inconvenientes del forfaiting

Con este procedimiento el exportador obtiene las siguientes ventajas:

- *El exportador mejora su liquidez al cobrar al contado, no alterando su capacidad de endeudamiento, a la vez que no agota sus clasificaciones bancarias.*
- *Su tramitación es relativamente sencilla.*
- *Alternativa para aquellos documentos no admitidos por el factoring.*
- *Elimina tanto los riesgos políticos y administrativos futuros, como el comercial y de tipos de cambio de las divisas involucradas, permitiendo conocer "a priori" el coste de la operación a un tipo de interés fijo.*
- *Ahorra costes de administración y gestión de cobros.*
- *Permite financiar el 100% del importe de la operación.*
- *No se precisa de pago inicial.*
- *La mayoría de las monedas son aceptables.*
- *Virtualmente, no hay restricciones en cuanto al tipo de producto, commodity o servicio a ser financiado y no hay limitaciones en cuanto a contextos extranjeros.*
- *Permite ofrecer a los clientes un plazo de pago más dilatado que, comercialmente, es una gran ventaja.*

La desventaja para el exportador radica en que deberá pagar un mayor costo, considerablemente mayor que en una operación de descuento, ya que este tipo de operación también cubre riesgos comerciales y políticos. Asimismo, media la comisión, un cargo por servicios administrativos y la tasa de interés. Sus principales inconvenientes se pueden resumir en:

- *Altos tipos de interés.*
- *Altos controles de cambio de algunos países.*
- *Poca predisposición de los importadores a facilitar una garantía o aval.*

Diferencias entre Forfaiting y Factoring

Remitiéndonos al informe publicado en el Informe Export.Ar 40 de Factoring de Exportación, pasaremos a detallar las principales diferencias entre estas dos modalidades de financiación de exportaciones.

El factoraje es una herramienta de financiación donde no se transfieren los demás riesgos vinculados a una operación de exportación como es el riesgo político, el cambiario y el jurídico. Tampoco se asume la totalidad del importe sino que sólo se financiará hasta un porcentaje no superior al 80% del total, mientras que en la figura en estudio se transmite la totalidad del riesgo al forfaiter.

Aparte de ello, la contratación del factoraje responde a un acuerdo marco de cesión integral de facturas comerciales, mientras que el forfaiting es más bien una operatoria financiera individual, a la medida del cliente. También, con relación a los bienes objeto de cada operatoria, se tiene que en el forfaiting se afectan principalmente bienes de capital mientras que en el factoraje se trata predominantemente de bienes de consumo.

Asimismo, el plazo varía en una y otra operatoria, en el forfaiting, los pagos son distribuidos en entregas semestrales o

anuales por períodos que van de 3 a 7 o más años y en el factoraje llevan un término medio de 180 días.

Finalmente, desde el punto de vista de la complicación de los trámites, es claro que el endoso de los documentos resulta más simple y efectivo que la notificación fehaciente al deudor cedido, quien por otro lado, como es firmante de un título comercial causado (la factura), podrá oponer defensas fundadas en la relación de compraventa o de suministro de servicios.

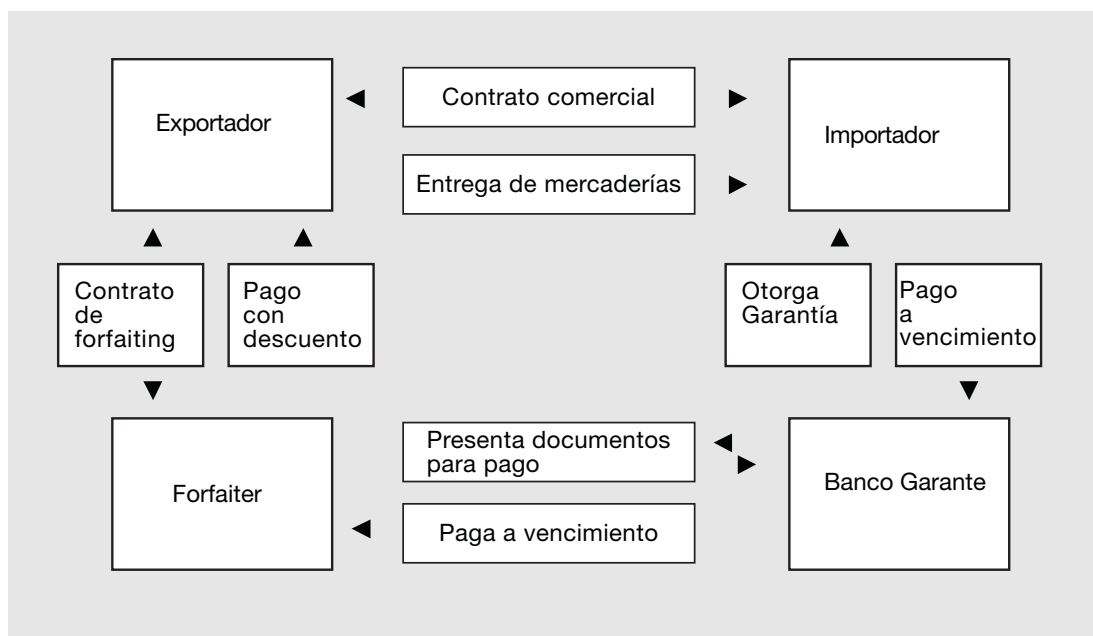
	Forfaiting	Factoring
Servicios	Financiación	Financiación y otros
Bienes financiables	Normalmente bienes de capital	Normalmente existencias, bienes intermedios y productos de consumo
Plazos	Puede llegar hasta 7 años	Rara vez excede de 180 días
Ámbito	Normalmente operaciones de comercio exterior	Operaciones internas y de comercio exterior
Número de operaciones	Se estudia caso por caso	El límite se fija analizando al cliente importador
Recurso	Sin recurso	Con y sin recurso
Documentos	Básicamente letras y pagarés	No requiere documentos concretos
Relación con el exportador	Esporádica o nula	Habitual
Forma de disponer de la financiación	Por todo el importe o por parte del mismo, fijado previamente	Flexible: una vez cedido el crédito puede disponerse de financiación en el momento que desee y por el importe elegido

Funcionamiento

A modo de cierre, a continuación se ilustra como el forfaiting es llevado a cabo en la práctica. La siguiente es una operación típica de forfaiting en la que el comprador y el vendedor de los bienes se encuentran en diferentes países.

- a. Durante el curso de las negociaciones entre un exportador y un importador para el suministro de mercancías, el importador pide las condiciones de crédito.
- b. El exportador se acerca a un Forfaiter y verifica si este último está dispuesto a proporcionar este crédito y cuanto va a ser su costo. En esta etapa el Forfaiter necesita saber:
 - El país del importador
 - La empresa importadora
 - El tipo de productos
 - El valor de las mercaderías
 - La fecha de embarque prevista
 - Los términos de pago solicitados por el importador
 - Si las obligaciones del importador serán garantizadas por un banco, y en caso afirmativo, ¿Cuál?
- c. El forfaiter proporciona al exportador una indicación de los costos involucrados. En este momento ninguna de las partes se compromete de manera alguna.
- d. Cuando los detalles del contrato comercial han sido acordados, pero por lo general antes de que se haya firmado, el exportador solicita al Forfaiter un compromiso de compra de las obligaciones de deuda (letras de cambio, pagarés, etc.), creado en virtud de la operación de exportación.

- e. El forfaiter expresa un compromiso que es aceptado por el exportador y que es vinculante para ambas partes. Este compromiso incluirá los siguientes puntos:
- Los detalles de la transacción comercial subyacente
 - La naturaleza de los instrumentos de deuda a ser adquirida por el Forfaiter
 - El descuento (interés) que se aplicará, junto con cualquier otro cargo
 - Los documentos que el Forfaiter necesita para estar satisfecho de que la deuda adquirida es válida y exigible
 - La última fecha en que el exportador puede entregar estos documentos al Forfaiter
- f. El exportador cierra el contrato comercial con el importador y entrega la mercadería.
- g. En caso de ser necesario el importador obtiene una garantía de su banco y establece los documentos que el exportador necesita para completar el forfaiting. Este intercambio de documentos es generalmente manejado por un banco, a menudo utilizando una Carta de Crédito, a fin de minimizar el riesgo para el exportador.
- h. El exportador entrega los documentos al Forfaiter, quién los revisa y paga por ellos como se había acordado previamente.
- i. Dado que este pago es sin recurso, el exportador puede desligarse de la transacción. Es el Forfaiter quien recoge los futuros pagos adeudados por el importador y quién corre todos los riesgos de no recibir el pago.



ELABORACION: AGUSTIN BRUNO BOZZOTTI

Bibliografía y fuentes consultadas

International Forfaiting Association (IFA)

Fundación Justicia y Mercado

Revista Enfoques: Contabilidad y auditoría. Editorial La Ley. N° 1. Enero de 2008

Programa Primera Exportación - Fundación Gas Natural

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)



FUNDACION
EXPORT AR

Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Inteligencia comercial.

Participación en Ferias y Eventos Internacionales.

Agendas y Rondas de Negocios.

Grupos Exportadores.

Capacitación y Asistencia Técnica a Empresas.

Publicaciones.

www.exportar.org.ar