



## **ECONOMISTA**

**José Luis Arpi Sánchez**

### **EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES:**

#### **Enfoque Atún Ecuatoriano a Alemania**

Plan de Trabajo de Conclusión de Carrera para la obtención del grado en Economía de la Facultad de Negocios y Economía Especialización Mayor, Pequeña y Mediana Industria y Menor, Economía del Comercio Internacional.

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

**Guayaquil, 2016**

ARPI, José L., Exportación de productos no tradicionales. Cuenca: UPACIFICO, 2016, 107p. Ing. Mónica Lazo Vélez (Plan de Trabajo de Conclusión de Carrera presentado a la Facultad de Negocios Y Economía de La Universidad Del Pacífico).

Resumen: La exportación de productos no tradicionales en el Ecuador, son aquellos productos que usan materia prima sometida a un proceso para transformarlo en un producto derivado, con un alto valor agregado pero manteniendo su esencia. El atún es un producto no tradicional de interés para el mercado internacional, basado en la sostenibilidad y sustentabilidad del producto, tal como de la exportación al mercado europeo que en el 2014 fueron alrededor de 230 millones de dólares. El mercado Alemán es un sitio óptimo para la exportación de estos productos, en alrededor de 100 mil toneladas de atún al año.

Palabras Clave: Exportación, productos no tradicionales, Barreras Arancelarias, Atún, Comercio exterior.

	<b>ENTREGA DE TRABAJO</b>	Fecha: 09/07/2015
	<b>(CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)</b>	Versión: 001
	<b>PA-FR-67</b>	Página: VIII de 1

### DECLARACIÓN

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Economista de la Universidad Del Pacifico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad.

El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscribe

  
 José Luis Arpi Sánchez  
 Facultad de Negocios y Economía  
 Universidad Del Pacifico

<b>Fecha:</b>	Guayaquil, 05 de febrero del 2016
<b>Título de T.C.C.:</b>	La exportación de productos no tradicionales: Enfoque atún ecuatoriano a Alemania
<b>Autor:</b>	José Luis Arpi Sánchez
<b>Tutor:</b>	Ing. Mónica Lazo
<b>Miembros del Tribunal:</b>	Master Margarita Ayala Dra. Martha Vallejo
<b>Fecha de calificación:</b>	05 de febrero del 2016

## Resumen ejecutivo

El estudio de exportación de productos no tradicionales a Alemania, se enfocó en obtener información sobre el Atún para destacar la producción y pesca ecuatoriana con la visión de analizar segmento importante del mercado Europeo.

El estudio de las exportaciones en Ecuador, han tenido una alta concentración comercial en pocos productos importantes como el petróleo, el banano y de productos no tradicionales el camarón congelado, las rosas y el atún. Dentro de los recursos marítimos, el atún en conservas luego del camarón, es el segundo en importancia en la generación de divisas para el país. La participación de las conservas de atún en el volumen total de toneladas exportadas de enlatados de pescado, han venido creciendo constantemente.

La misión de este estudio fue resaltar las exportaciones ecuatorianas para producir un bien con valor agregado, en el que se plasma la innovación, mano de obra de personal altamente capacitado para la actividad. La visión del estudio compartió el deseo de la producción de atún

Otro factor que involucra esta apertura, se relaciona con los tratados y acuerdos comerciales, que nuestro país realiza con el resto del mundo. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que estos deben mantenerse a fin de no poner en riesgo la comercialización de los productos no tradicionales, especialmente el atún, en el mercado europeo y en otros mercados.

Como parte importante dentro de este trabajo hay que considerar también el factor ambiental, pues si bien las exportaciones han dado excelentes resultados, no es menos cierto que la implementación de gestiones ambientales que se deben considerar y cumplir acorde a las normas de calidad, se han ido cumpliendo en función de las exigencias de los mercados.

Debemos hacer notar que en los últimos años, el Comercio Exterior en el Ecuador ha reflejado resultados positivos, con la exportación de productos no tradicionales, como es el caso del atún ecuatoriano, hacia el mercado europeo. Este producto competitivo y con estándares de calidad altos, obtuvieron resultados positivos motivados por:

- La política gubernamental que ha venido apoyando al sector acuícola
- El desarrollo tecnológico para llegar a resultados más eficientes y eficaces
- La utilización de mejores investigaciones y técnicas

## **Executive Abstract**

The study of non-traditional export products to Germany, focusing on the gathering of information about tuna production highlighting the Ecuadorian fishing industry with a view to analyzing important segments of the European market.

The study of exports in Ecuador has had a high market concentration in a few major commodities such as oil, bananas and non-traditional products such as frozen shrimp, roses and tuna. Within maritime resources, first, canned tuna then shrimp is second in importance in generating foreign exchange for the country. The participation of canned tuna in the total tonnage of exported canned fish has been growing steadily.

The purpose of this study is to highlight Ecuadorian exports so as to produce a value added product which translates into innovation and highly trained labor. The vision shares the desire to study the production of tuna

Another factor involved in this openness is related to treaties and trade agreements that our country has made with the rest of the world. However, take note that these should be maintained in order not to jeopardize the marketing of non-traditional products, especially tuna, in the European market and other markets.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a Dios, a mis padres; por el apoyo brindado durante todos estos años y llegar a la culminación de esta investigación.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado a mi familia que siempre me alienta en cada paso que doy y que gracias a esto he podido llegar a cumplir esta meta.

## INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	4
I.A.	Justificación.....	7
I.B.	Objetivos .....	9
I.B.1.	Objetivo General .....	9
I.B.2	Objetivos Específicos .....	9
II.	ANTECEDENTES DEL ECUADOR.....	10
II.A.	INFORMACIÓN GENERAL .....	10
II.A.1	Introducción.....	10
II.A.2	Situación Geografía del Ecuador.....	10
II.A.3	Condiciones climáticas.....	12
II.A.4	Naturaleza ecuatoriana .....	13
II.A.5	Ecosistemas .....	13
II.A.6	Sociedad y cultura ecuatoriana.....	14
II.A.7	Ciudades importantes .....	14
II.B.	Principales productos del Ecuador .....	14
II.B.1.	Flores ecuatorianas .....	15
II.B.2.	Ventajas comparativas y competitivas .....	16
II.B.3.	Mercados .....	17
II.C.	Camarones .....	18
II.C.1.	Importancia en la Economía ecuatoriana.....	18
II.C.2.	Contexto internacional .....	19
II.C.3.	Mercados .....	20
II.C.4.	Estándares internacionales de calidad .....	21
II.C.5.	Ecuador, un sector para invertir.....	22
III.	PRODUCTOS NO TRADICIONALES.....	23
III.A.	Definición y características .....	23
III.B.	Tipos de productos no tradicionales .....	24
III.B.1.	Productos primarios.....	25
III.B.2.	Productos industrializados.....	25
III.C.	Mercado de productos no tradicionales .....	27
III.C.1.	Exportación .....	27
III.C.2.	Situación.....	28
III.D.	Introducción a la economía ecuatoriana .....	33
III.E.	Mercado Ecuatoriano .....	33

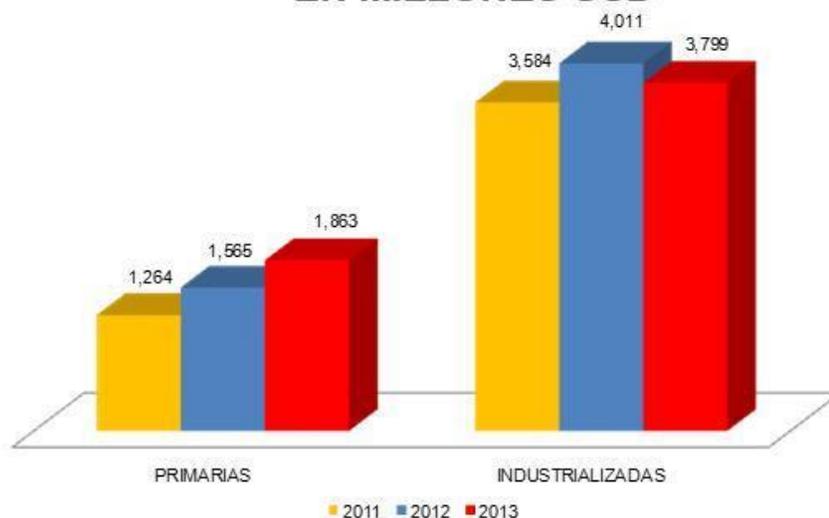
IV. Producto no tradicional en la actualidad...	36
IV.A. Estudio del producto no tradicional y su importancia para el país.....	36
IV.B. Situación actual .....	37
IV.C. Producción Nacional en Agricultura y Pesca .....	40
IV.D. Productos de alcance general.....	41
V. SITUACION DE DEMANDA DEL ECUADOR.....	42
V.A. Introducción.....	42
V.B. Características de la demanda.....	43
V.C. Marketing.....	43
V.C.1. Promoción de Mercado.....	44
IV.D. Mención de Estudios de Caso .....	44
VI. COMERCIO EXTERIOR.....	46
VI.A. Ecuador.....	46
VI.B. Perú.....	47
VI.C. Mercado Europeo Alemania.....	50
VI.D. Perfil de Atún enlatado en Alemania 2013.....	52
VI.D.1. Información de mercado.....	52
VI.D.2. Canales Comerciales .....	53
VII. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.....	54
VII.A. Aranceles .....	54
VII.B. Barreras comerciales que enfrenta la región.....	55
VII.C. Acuerdo SGP Plus .....	56
VII.D. Subvenciones en países en desarrollo.....	57
VII.E. Precio.....	58
VII.E.1. El alto costo de la caída de los precios .....	58
VII.E.2. El alto costo de la inestabilidad de los precios .....	59
VIII. EL ATÚN Y SUS DERIVADOS.....	60
VIII.A. El Producto.....	60
VIII.A.1. Clases de Atún.....	60
VIII.A.2. Utilización del pescado.....	61
VIII.A.5. Código arancelario en Ecuador (NANDINA) y descripción del producto.....	63
VIII.B. El atún ecuatoriano y su oferta exportable .....	64
VIII.C. Exportaciones de Atún .....	65
VIII.C.1. Comparaciones .....	66
VIII.D. Exportaciones de pesca en el Ecuador.....	66
VIII.D.1. Récord en exportaciones pesqueras de Ecuador, gracias al camarón y enlatados de atún .....	67
VIII.E. Acuerdos Comerciales.....	69

VIII.F. Países exportadores de Atún.....	70
VIII.G. El Atún y su importancia en el mercado Europeo.....	70
VIII. CONCLUSIONES.....	73
IX. RECOMENDACIONES .....	74
ANEXOS.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	96

## I. INTRODUCCIÓN

Desde los últimos años del siglo XIX hasta mediados del siglo XX la economía ecuatoriana dependió considerablemente de la exportación de productos tradicionales tales como banano y plátano, café y elaborados, cacao y elaborados, camarón, atún y pescado fresco; productos que se toman en cuenta por ser los de mayor rubro de exportaciones (luego del petróleo) ya que están considerados dentro de los productos primarios (o sin mayor valor agregado).

### EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEL ECUADOR EN MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR



Ministerio de  
Comercio Exterior



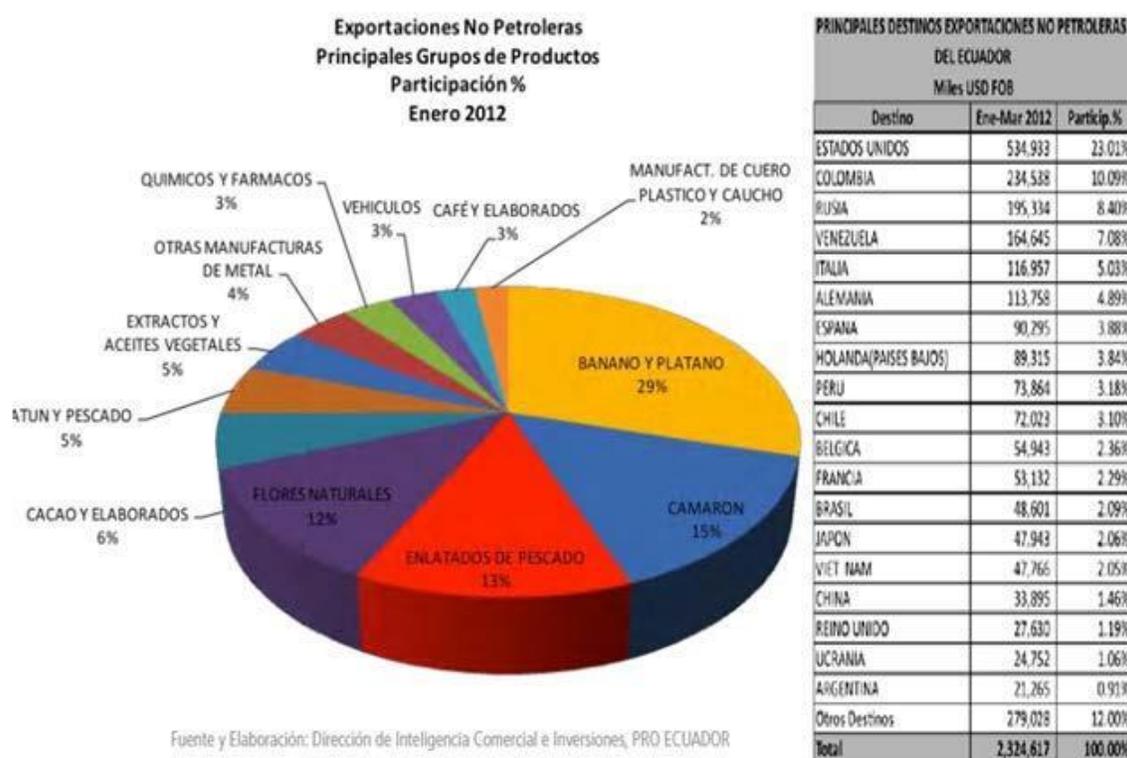
PRO ECUADOR  
PROMOCIÓN COMERCIAL E INVERSIONES

Ilustración 1

Fuente: Banco Central del Ecuador, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Desde finales de la década de los ochenta, el grupo de productos llamados **no tradicionales** (productos comercializados en el mercado internacional) experimentaron un importante dinamismo; situación explicada en gran parte por los esfuerzos de emprendedores de la Sierra, una región tradicionalmente enfocada en el mercado doméstico.



### Ilustración 2

Fuente: Instituto de promociones de exportaciones e inversiones, [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec).

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

El crecimiento sostenido de las exportaciones no tradicionales ha superado situaciones adversas experimentadas en Ecuador.

Las exportaciones totales del año 2012 sumaron 23.852 millones de dólares y superaron en el 27% a las del 2008, que fueron de 18.818 millones. La gran mayoría de esas exportaciones se compuso de productos primarios (USD 18.449 millones y 77,3% de las totales) y entre ellos sobresalió el petróleo, que sumó USD 12.711 millones (53,3% de las totales). Las exportaciones industriales

fueron de solamente USD 5.403 millones (22,7%), lo que denota que el país depende todavía fuertemente del sector primario para sus ventas al mundo. Más aún, en la cifra industrial están incorporados los derivados de petróleo, cuya exportación sumó poco más de USD 1.080 millones.

Dentro de las exportaciones totales 2012 se registraron exportaciones no tradicionales por USD 5.653 millones (23,7% de las totales), mayores en 37% a las del 2008. De ellas, USD 1.625 millones (6,8%) correspondieron a productos primarios y USD 4.028 millones (16,9%) a productos industriales. Se anota que en las exportaciones primarias no tradicionales se registraron las flores, cuyas ventas del 2012 sumaron USD 771 millones de dólares, sin las cuales la cifra total de no tradicionales baja a USD 4.882 millones (20,5%) y la cifra de primarias no tradicionales desciende a USD 854 millones.

Las exportaciones no tradicionales primarias 2012 (excepto flores) se componen básicamente de productos mineros (USD 439 millones), madera (USD 162 millones), frutas (USD 76 millones) y tabaco en rama (USD 45 millones). De estos productos, los que han crecido con mayor dinamismo son los mineros, que más que han cuadruplicado la cifra de 2008 y el tabaco en rama, que la ha elevado en el 50%. Los productos mineros tienen un gran potencial ya confirmado y se puede afirmar que en los próximos años pueden llegar a remplazar al petróleo como fuentes de ingresos de divisas.

Las exportaciones industrializadas no tradicionales, que suman en el 2012 más de 4.028 millones de dólares, se componen de enlatados de pescado (28%), vehículos (12,5%), otras manufacturas de metales (9,9%), extractos y aceites vegetales (9%), químicos y fármacos (6%) y manufacturas de cuero y plástico (5,4%).

El 2012 fue un año de oportunidades para la industria de enlatados de pescado. Este rubro, dominado por el atún (74%), generó divisas por USD 1 126 millones. (*elcomercio.com.ec*)

## **I.A. Justificación**

Por lo antes expuesto, se ha visto la importancia de esta investigación que permitirá dar una visión actualizada de la verdadera situación de los productos no tradicionales del Ecuador, frente al mercado globalizado.

Una de las prioridades contempladas en el Programa de Exportaciones Nacional es una menor dependencia de los bienes primarios de exportación, proveyendo asistencia técnica para incrementar el valor de bienes exportables, facilitar el desarrollo de investigaciones por sectores e identificar y organizar toda investigación, y técnica que beneficie a cada uno de los sectores productivos.

Este estudio está encaminado a realizar un análisis dirigido en el impacto económico que tienen los productos de exportación ecuatorianos en los mercados internacionales, específicamente en el mercado Alemán, Unión Europea durante los años (2012 al 2014) haciendo énfasis en el Atún Ecuatoriano y sus derivados.

Se realizara un enfoque con respecto a las características propias del país exportador, su población, clima, cultura, biodiversidad, lo que permite colocar la marca del Ecuador en un nivel muy reconocido. Además, se efectuará un diagnóstico amplio del tipo de productos no tradicionales con los que cuenta el país y el reconocimiento internacional que estos han logrado, por sus altos estándares de calidad.

El análisis de la situación de las exportaciones dentro de Ecuador, de los productos no tradicionales se basa en la información recopilada de diferentes fuentes, especialmente las del Banco Central, Proecuador, Fedexport, Magap, CEIPA (cámara ecuatoriana de industriales y procesadores atuneros), de lo realizado en este estudio y de los datos recopilados se demostrara que en el Ecuador

a raíz del descenso económico que sufrieron las exportaciones en el año 2009, estas se incrementan para el año 2010, creciendo aún más para los siguientes años (2012 al 2014) sobre todo a nivel de la Unión Europea; logrando de esta manera estabilidad en la economía del país, como se muestra en el cuadro siguiente:

### Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea

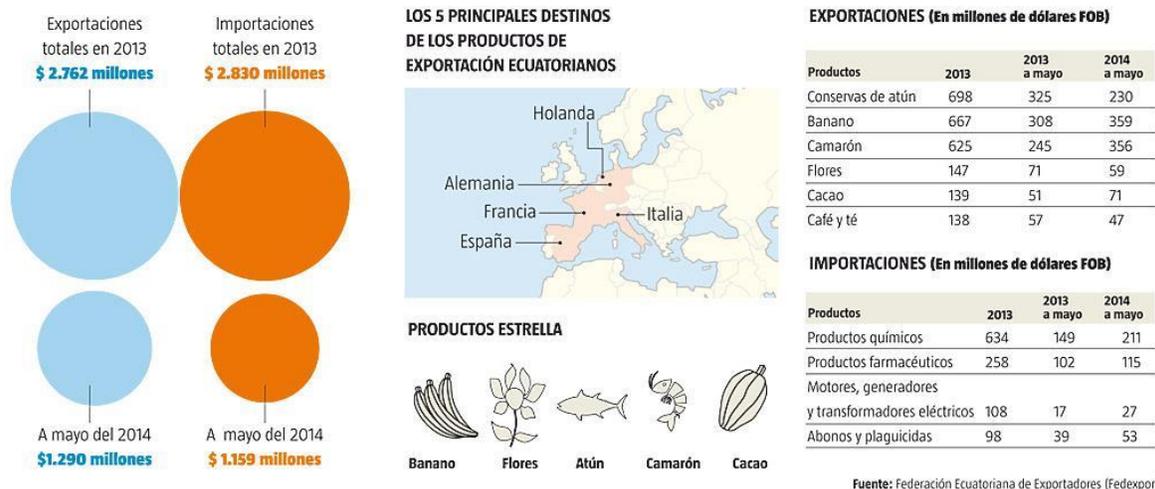


Ilustración 3

Fuente: Boletín No. 36 del Banco Central del Ecuador

## **I.B. Objetivos**

### **I.B.1. Objetivo General**

- Realizar un análisis profundo sobre el futuro de las principales exportaciones de estos productos en el Ecuador y los resultados que se obtendrán en cuanto al incremento de las mismas.
- Analizar resultados de crecimiento de un producto de mucha influencia en un mercado objetivo; en este caso, se ha considerado el mercado Alemán en la Unión Europea en lo referente a la exportación del Atún Ecuatoriano.

### **I.B.2 Objetivos Específicos**

- Promover el desarrollo social y económico del país, a través de la promoción a la inversión; de esta manera lograr un incremento de la productividad y competitividad de estos productos.
- Crear una cultura exportadora permanente mediante convenios gubernamentales de acuerdo a la demanda de estos productos.
- Determinar la viabilidad para atender a la demanda en crecimiento, acorde a los gustos y preferencias de los diferentes y diversos mercados de la Unión Europea.

## **II. ANTECEDENTES DEL ECUADOR**

### **II.A. INFORMACIÓN GENERAL**

#### **II.A.1 Introducción**

El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

El lenguaje oficial es el español, el quichua, el Shuar y otros lenguajes ancestrales que son usados oficialmente por los pueblos indígenas. La moneda oficial es el Dólar Norte Americano desde Enero del año 2000.

#### **II.A.2 Situación Geografía del Ecuador**



*Ilustración 4*

*Fuente: <https://ecuadorenaccion.wordpress.com/ecuador-2/>*

El Ecuador está ubicado en el oeste de Sudamérica, tiene territorios tanto en el hemisferio Norte como en el Sur; limita con Colombia en el norte, comparte una frontera con Perú al sur y al este. El Océano Pacífico es la frontera occidental de Ecuador.

En tamaño el Ecuador tiene 283.520 kilómetros cuadrados, se divide geográficamente en cuatro regiones (Costa, Sierra, Oriente o Amazónica y las Islas Galápagos) y está dividido políticamente en 24 provincias, las cuales se dividen en 221 cantones. (bartleby.com)

En Ecuador existen siete zonas, conformadas cada una por las siguientes provincias:

1: Región Norte (Carchi, Esmeraldas, Imbabura, Sucumbíos); 2: Región Centro Norte (Napo, Pichincha, Orellana); 3: Región Centro (Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza, Tungurahua); 4: Región Pacífico (Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas); 5: Región Litoral (Bolívar, Guayas, Los Ríos, Santa Elena); 6: Región Centro Sur (Azuay, Cañar, Morona Santiago) y; 7: Región Sur (El Oro, Loja Zamora Chinchipe)



Ilustración 5

Fuente: <http://www.lospaises.com.ar/suramerica/ecuador.htm>

### II.A.3 Condiciones climáticas

Debido a diferencias geográficas de altitud, longitud y latitud, y el efecto climático del Océano Pacífico, la Amazonia, y los Andes, las diferentes regiones y subregiones del Ecuador tienen climas y microclimas muy diferentes. La costa del Pacífico tiene una temporada lluviosa entre diciembre y mayo y una seca desde junio hasta noviembre. Las temperaturas oscilan entre 23 y 26 grados centígrados. Las zonas altas, por otro lado, tienen un clima frío y lluvioso desde noviembre a abril y una temporada seca desde mayo hasta octubre. La temperatura durante este periodo oscila entre 13 y 18 grados centígrados. En la Amazonia, el clima es lluvioso y húmedo entre junio y septiembre, con temperaturas entre 23 y 26 grados centígrados, y es seca entre octubre y diciembre. Las Islas Galápagos tienen un clima templado con temperaturas que van entre 22 y 32 grados centígrados. (bartleby.com)

#### **II.A.4 Naturaleza ecuatoriana**

En todo el Ecuador predominan parques nacionales tales como el Cotopaxi, el Sangay, Machalilla, Podocarpus, Yasuni, etc, montañas, picos cubiertos con mantos de nieve, lagos, lagunas, y playas son encontradas dentro de 24 áreas protegidas por el estado, incluyendo docenas de densas zonas boscosas aquí y allá formando parches en tonos terracotas resultantes de los colores presentes en el follaje. Para alcanzar algunas de las reservas ecológicas, y áreas recreativas, es común cruzar paramos y ríos. Las espectaculares características de las diferentes zonas se revelan en una impresionante diversidad de flora y fauna, (bartleby.com).

#### **II.A.5 Ecosistemas**

Los ecosistemas existentes en el país van desde el nivel del mar hasta alturas de alrededor de 6,400 metros. Su área total es de 14,583.227 hectáreas, incluyendo las montañas, la costa y la región amazónica. Hay 46 ecosistemas distintos compuestos por paramos, bosques, valles y el Océano Pacífico, localizados en diferentes zonas climáticas. Uno de los ecosistemas más ricos en biodiversidad es el bosque tropical lluvioso, con sus altos árboles de diferentes y numerosas especies y una abundancia de plantas, flores, mamíferos, reptiles, pájaros, invertebrados, peces y anfibios (bartleby.com).

Debido a la situación climática, la fertilidad del suelo y el ambiente, en el Ecuador se ha desarrollado una infraestructura y una economía basada principalmente en la agricultura; Acuicultura y Acuicultura.

## **II.A.6 Sociedad y cultura ecuatoriana**

Ecuador es una nación multiétnica y multicultural. Tiene una población de más de 15.7 millones de habitantes (2013). De los cuales, 7.5 millones vive en las montañas de los Andes y 8.2 millones viven en la región costa. La Amazonia es hogar de alrededor el 5% de la población total y cerca de 27 mil viven en las Islas Galápagos (vivecuador.com).

Más de 14 grupos indígenas viven en tierra firme ecuatoriana, manteniendo sus tradiciones y estilos de vida. Los siguientes son los principales grupos de la Amazonía: Huaoranis, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo .

## **II.A.7 Ciudades importantes**

Con una bien desarrollada infraestructura turística, las principales ciudades ofrecen alojamiento en las mejores cadenas de hoteles a nivel mundial y cenas en algunos de los mejores y más finos restaurantes de América Latina. Quito es el corazón político del Ecuador, Guayaquil el centro financiero y puerto principal, Cuenca es el alma cultural y Manta una importante ciudad costera y atunera por excelencia (geoecuador.com).

## **II.B. Principales productos del Ecuador**

## II.B.1. Flores ecuatorianas



Las flores ecuatorianas son consideradas las mejores del mundo por su calidad e insuperable belleza. La situación geográfica del país le permite tener microclimas y luz solar que provee características únicas a nuestras flores, como el tamaño del brote, largo del tallo, y la intensidad de los colores.

Varios tipos de flores crecen en nuestro país, incluyendo más de 300 variedades de rosas, rojas y en todos los otros colores. Ecuador es el país con la mayor cantidad de hectáreas plantadas que producen las más variadas flores de colores. que en un corto tiempo ha hecho de Ecuador el primer productor en el mundo con la mayor cantidad de hectáreas plantadas; Limonium, Liatris, Aster, Gypsophyla, y muchas otras flores de verano. Claveles perdurables, con características especiales como colores y tallos verticales en todas sus distintas variedades; crisantemos y pompones con tamaños únicos y colores; más de 100 variedades de flores tropicales renombradas por sus distintivos colores, formas, tamaños, y larga duración después de ser cortadas no se requiere de refrigeración y, por ser tan fuertes, resisten manejo.(corpei.org)

Título: Estadística de

AÑO	\$ FOB	\$ FOB PRIMARIOS	\$ FOB FLORES NATURALES	TONELADAS MÉTRICAS	% DE CRECIMIENTO

				(Enero- Octubre)	
2.010	17.489.928	13.520.561	607.765	89	11%
2.011	22.322.353	17.336.785	675.679	98	11%
2012 (Enero- Octubre)	20.009.024	15.509.351	624.915	102	-8%

Media Anual 4.8%

*Tabla 1*

*Fuente: Información Estadística del Banco Central del Ecuador*

Actualmente hay más de 2,500 hectáreas plantadas con flores, dispuestas para exportar durante todo el año.

## **II.B.2. Ventajas comparativas y competitivas**

Gracias a su clima, muchas diferentes variedades de plantas pueden crecer en Ecuador. Por esta razón, los inversores ecuatorianos y extranjeros consideran nuestro país como un lugar adecuado para el desarrollo de la floricultura.

Días cálidos, noches frías, agua pura, sol radiante 12 horas al día durante el año entero aseguran el crecimiento de excelentes flores. Las variaciones del clima, sin cambios bruscos, es otro factor que ayuda a crecer estas asombrosas es de flores.

Adicional a las ventajas naturales ofrecidas por el Ecuador, tecnología adecuada e infraestructura aseguran una vida larga a la industria floral ecuatoriana a nivel mundial.

Exportadores ecuatorianos brindan primordial importancia al ambiente y los aspectos sociales del

cultivo de flores. Muchas granjas tienen certificación verde que garantiza un buen ambiente y manejo social del proceso productivo.

### II.B.3. Mercados

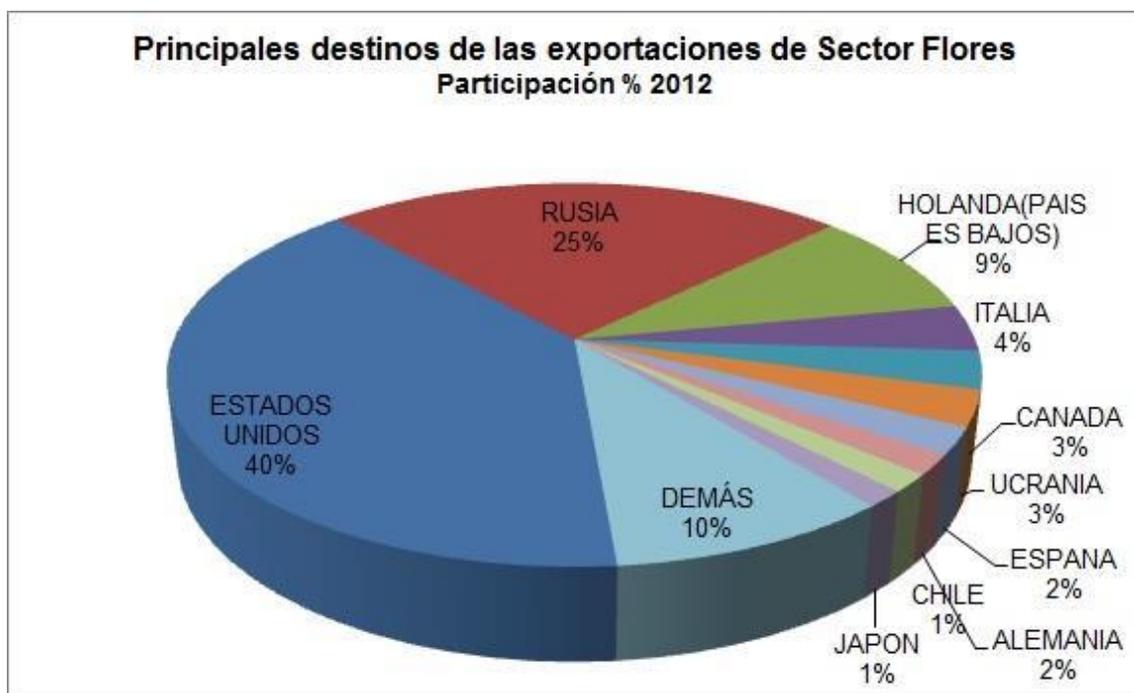


Ilustración 6

*Fuente: Banco Central de Ecuador*

Los mercados principales de flores ecuatorianas son los Estados Unidos, Rusia, los Países Bajos, Alemania, Italia y Canadá. En menores cantidades también exportamos a países como Francia, Suiza, España, Argentina, etc.

Las flores ecuatorianas son exportadas a varios destinos por aire, con una temperatura controlada adecuada para asegurar la máxima calidad. Las rosas se ordenan en Ramos de 25 unidades y son empacadas en cajas con 10 Ramos cada una. Los claveles son empacados en cajas con un promedio de 35 Ramos, cada uno conteniendo entre 20 y 25 tallos. Los crisantemos son empacados en cajas con 25 Ramos con 10 tallos cada una (bce.fin.ec).

## **II.C. Camarones**



### **II.C.1. Importancia en la Economía ecuatoriana**

El cultivo de camarón en el Ecuador incluye varias actividades a lo largo de la costa, que va desde una sofisticada selección y criaderos especiales genéticos en laboratorios hasta como la recolección de larvas en el mar.

En términos sociales, esta actividad es de primordial importancia en la economía del país cerca del 60% del empleo que se genera en las áreas de ingresos bajos del país.

Permitiendo a estas personas obtener infraestructura básica y salarios estables. Por otra parte, más del 80% de trabajadores en las plantas de empackado de camarón corresponden a mujeres, lo que permite un mejor ingreso para sus familias.

En términos económicos, las exportaciones de camarón han representado durante las Últimas dos décadas un importante componente de las exportaciones ecuatorianas, alcanzando el tercer puesto después del petróleo y el banana (corpei.org).

## **II.C.2. Contexto internacional**

El cultivo de camarón tiene lugar en 17 países de América, desde los Estados Unidos hasta Brasil. La producción en América representa menos del 30% de la salida del cultivo de camarón, el restante 70% es producido por Asia.

Litopenaus Vanamei: Camarón blanco de excelencia

En Ecuador, alrededor el 90% de la producción de camarón está basada en sistemas de cultivo, el restante es recolectado de nuestras cálidas aguas del Pacífico.

Gracias a las condiciones climáticas, localización geográfica y de la estructura de la costa, la adaptabilidad de las especies Litopenaeus Vanamei en cautiverio se ha convertido en un éxito, todos estos factores junto con un exigente control de post-cosecha y empackado han dado lugar a un



camarón de excelente sabor, color y textura, el cual ha sido reconocido como el mejor camarón blanco del mundo.

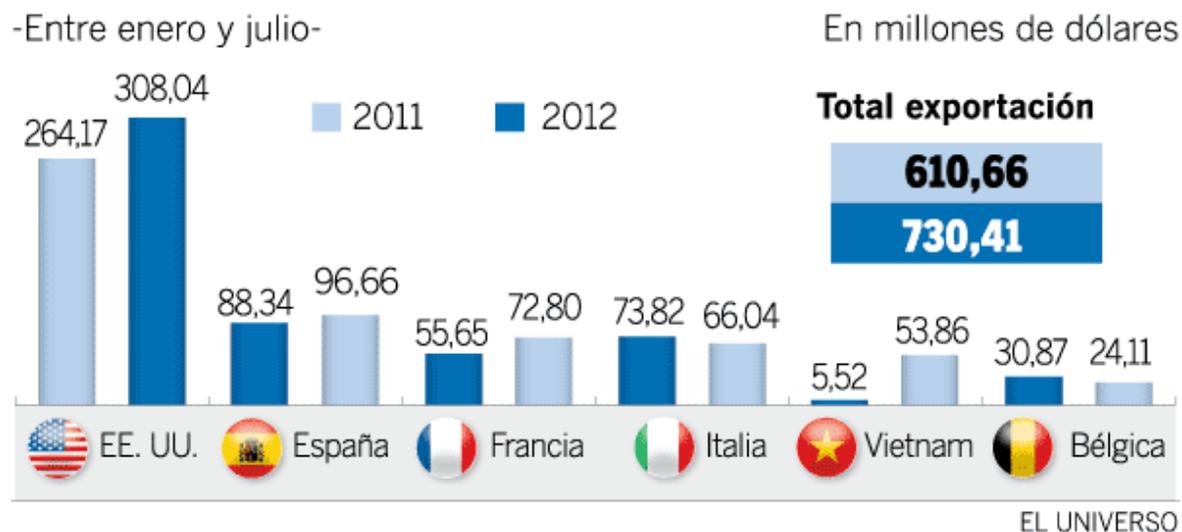
A más de la calidad, las condiciones en Ecuador contribuyen con la continua producción, dado que Ecuador es uno de los pocos países en el mundo en el que el número de cosechas oscila entre 2 a 2.8 anualmente.

La acuicultura en Ecuador ha contribuido con velocidad en la creación de productos con valor añadido, convirtiéndose en un líder en el desarrollo en mercados internacionales con una variedad de presentaciones distintas. En términos tecnológicos Ecuador está suficientemente equipado para la elaboración de productos industrializados.

### II.C.3. Mercados

Octubre 2012

## Envíos de camarón A PRINCIPALES DESTINOS



*Ilustración 7*  
*Fuente: www.eluniverso.com*

Los Estados Unidos es el principal mercado, de cualquier manera el dinamismo de esta industria se ve reflejado en la apertura de nuevos mercados ganados en la última década, tomando el liderazgo en importaciones de camarón en países europeos como Francia, España e Italia, sin dejar desatendido el mercado asiático donde hemos adquirido una rápida porción de mercado.

Ya que un ecosistema balanceado es la base para el desarrollo de cualquier actividad sustentable, los esfuerzos del sector camaronero es implementar mejores prácticas en la cultivación para cuidar ellos.

Por esta razón, la Cámara Nacional de Acuicultura, asociación que organiza la mayoría de productores y exportadores de camarón, ha firmado un acuerdo con la Alianza Global de Acuicultura, que incluye un diagnóstico ambiental, buenas prácticas de cultivo y una valoración anual del grado de implementación, además, sus acuerdos de mantención con la Fundación Natura, la cual aparece como la mayor organización ambiental no gubernamental del Ecuador para controlar la devastación de los manglares.

Otro ejemplo de conciencia ambiental que caracteriza a los emprendedores de esta actividad es la reforestación llevada a cabo en las áreas protegidas como la Reserva Natural de Manglar “Churute”, permitiendo a los manglares ser regenerados y mantenidos debajo de la garantía gubernamental ecuatoriana con el apoyo del sector camaronero.

#### **II.C.4. Estándares internacionales de calidad**

Ecuador mantiene un sistema de reconocimiento de calidad muy alto, ha pasado los requerimientos de la FDA, del Departamento de Veterinaria de la UE, de organizaciones de protección al consumidor de Japón y de organizaciones inspectoras de Canadá.

El 100% de las plantas de procesamiento de camarón están bajo los estándares de calidad nacional e internacional, con el sistema HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points) y con todos los requisitos de los compradores, consecuentemente logrando competitividad del camarón ecuatoriano en mercados internacionales.

El camarón ecuatoriano es libre de antibióticos, ya que los productores siguen normas internacionales de seguridad alimenticia para garantizar un producto seguro y saludable (corpei.org).

### **II.C.5. Ecuador, un sector para invertir**

La industria camaronera ecuatoriana posee una infraestructura con un potencial aún por ser explotado. El sector ha intentado alcanzar todos los mercados internacionales con productos de calidad.

El desarrollo potencial que posee el Ecuador en la agricultura, abre la posibilidad para invitar un grupo selecto de inversores locales y extranjeros a unir esfuerzos y beneficiarse con productores ecuatorianos y en conjunto manufacturar productos industrializados, abrir paso en nuevos mercados con productos con valor añadido, ofrecer asistencia técnica y transferencia de tecnología, con la cooperación y soporte de PROECUADOR.

El camarón no posee grasa saturada, adicionalmente tiene un gran porcentaje de Omega 3, que permite bajar los niveles de colesterol en la sangre (proecuador.gob.ec)

### **III. PRODUCTOS NO TRADICIONALES**

#### **III.A. Definición y características.**

Las definiciones de este concepto difieren muchísimo entre países y también entre expertos, ya que unas se basan en enfoques prácticos, mientras que otras abogan por ciertos criterios lógicos.

Producto no tradicional es aquel que resulta de usar la materia prima sometiéndola a un proceso para transformarlo en un producto derivado con un alto valor agregado pero manteniendo su esencia. El producto usa el término “no tradicional” debido a que no solo incluye lo agrícola, sino también otros rubros como la tecnología (Arpi Sanchez, José “The exportation of non traditional product, Hochschule Worms, 2008”)

Por ejemplo las bananas verdes ecuatorianas; estas bananas verdes se transforman en productos no tradicionales al ser (no dulces) rebanadas en rodajas finas y fritas en aceite, luego enfundadas y empacadas bajo el nombre de Bananas Verdes o Patacones / Chifles, de tal manera que el proceso mantiene su sabor o esencia pero cambia su presentación y forma (eclac.org).

Los principales productos no tradicionales de exportación son: flores frescas, corazones de palma, cebollas, sandías, mangos; y algunas materias no tradicionales procesadas son: jugos enlatados, frutas y vegetales, harina de pescado, pescado enlatado, químicos y medicinas.

Pero en función del entendimiento de sus diferencias, ha sido necesario definir el significado de un producto no tradicional.

Otro gran caso de producto no tradicional es aquel proveniente de las flores; las flores son cultivadas en el suelo siempre controladas por expertos que deciden en que momento cortar las rosas para ser preparadas y empacadas para la venta, ese es el valor añadido de las rosas: el cuidado con el que se les debe tratar para que resistan los cambios del ambiente. Por ejemplo, las flores que vienen de la montaña son las más caras puesto que han sido bien tratadas por los agricultores y adicionalmente a este servicio, las condiciones en la montaña vuelven a las flores más resistentes a cambios en el ambiente, lo que las permite permanecer almacenadas por más tiempo en contenedores para luego ser vendidas al público.

Las exportaciones de productos no tradicionales o nuevos productos deben cumplir con una serie de estándares de calidad y las normas internacionales de protección ambiental (alimentos orgánicos especiales). Estos son nuevos productos en la canasta de exportación de un país. Son productos que satisfacen las demandas de los mercados internacionales; esto significa productos frescos, y de fácil preparación.

### **III.B. Tipos de productos no tradicionales**

Los productos no tradicionales están divididos en productos primarios y productos industrializados.

### **III.B.1. Productos primarios**

Un producto primario no tradicional es aquel que no tiene un procesado industrial grande y muy poca fuerza laboral al ser producido, y viene casi directamente de la fuente que la produce. Son más fáciles de producir comparados con los productos industrializados, y un ejemplo de este tipo de productos son las flores, seguidas de la producción de madera y productos de origen mineral; viene del suelo, la mayoría sembrados por los mismos agricultores para ser vendidos, no requieren una gran industria para desarrollarse.

Algunas características de los productos primarios son las siguientes:

- Son generalmente hechos en el proceso cambiante de las fuentes naturales.
- La mayoría de las materias provenientes de este sector son consideradas materias primas o crudas para otras industrias. Los negocios mayoritarios en este sector incluyen agricultura, negocios agrícolas, pesca, silvicultura y todas las industrias mineras y de extracción.
- Flores naturales
- Productos mineros
- Madera
- Frutas
- Tabaco en hojas

### **III.B.2. Productos industrializados**

Son básicamente productos que provienen de fuentes diferentes y sufren procesos de cambio durante su producción y a veces otros productos principales son utilizados en las producciones para la creación de estos productos finales ya industrializados.

Un ejemplo de esto es el cuero. Cuando las reses son sacrificadas para obtenerse su carne, la piel es lo que la industria del cuero requiere. Así que los granjeros venden la piel a un cliente y la carne a otro. Para hacer las famosas carteras de cuero y las billeteras, la piel de la res debe ser procesada con calor y otros elementos para finalmente obtener lo que conocemos como cuero. Hay muchos animales usados para producir cuero, pero lo mismo le sucede a su piel: la piel atraviesa un proceso para ser modificada.

Estas son algunas características de los productos industrializados:

- Hechos mediante un proceso de manufacturación y construcción
- Son producidos por un segundo sector de la industria que generalmente toma el producto resultante de una empresa del sector primario y lo procesa hasta el punto que son de utilidad para ser usados por otros negocios, para exportación, o venta a consumidores domésticos.
- Jugos y conservas, de frutas
- Harina de pescado
- Atunes en conserva
- Otros productos elaborados del mar
- Químicos y medicinas
- Otros productos de metales
- Fibras textiles y ropa
- Otros productos textiles
- Manufactura de cuero, plástico y caucho

- Madera contrachapada
- Extractos y aceites vegetales
- Productos elaborados del banano
- Manufacturados de papel y cartón

(ccq.org.ec)

### **III.C. Mercado de productos no tradicionales**

#### **III.C.1. Exportación**

Las principales características de los productos no tradicionales (o nuevos productos agrícolas de exportación) son:

1. Son nuevos productos dentro de la canasta de exportaciones de un país.
2. Representan una nueva demanda en mercados internacionales, por lo que deben ser frescos y fáciles de preparar y consumir.
3. La demanda por productos no tradicionales, de mejor calidad y la exigencia de los estándares de protección ambiental se vuelven cada vez más rigurosos.

#### **SITUACION DE EXPORTACION DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES**

<b>Período</b>	<b>TOTAL NO TRADICIONALES</b>	<b>PRIMARIOS NO TRADICIONALES</b>	<b>INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES</b>		
		<b>Total Primarios</b>			

				<b>Total Industrializados</b>	<b>Enlatados de pescado</b>	<b>Otros elaborados del mar</b>
<b>2009</b>		3.462.395	958.268	2.504.126	632.774	17.331
<b>2010</b>		4.110.994	1.042.941	3.068.053	603.739	18.769
<b>2011</b>		4.848.555	1.264.223	3.584.332	872.651	22.363
<b>2012</b>		5.576.189	1.564.690	4.011.499	1.115.232	31.858
<b>2013</b>		5.585.730	1.832.079	3.753.651	1.348.961	44.894
<b>2014 (2)</b>	Enero-septiembre	4.556.471	1.785.160	2.771.311	975.453	23.967

Tabla 2

FUENTE: Documento Aduanero Único de exportación (DAU).

### III.C.2. Situación

En el transcurso de las últimas tres décadas, varios países de Latino América han desarrollado productos no tradicionales de exportación más básicos, término que usan mucho los investigadores como medios de comunicación.

Estos productos han sido y algunos siguen siendo “exportaciones no tradicionales” en algunos países de la región. Su producción y venta externa está relacionada con la ventaja comparativa que han elevado su competitividad y así han permitido establecer y fortificar sus nichos en los mercados internacionales.

<b>EXPORTACIONES POR CONTINENTE, AREA ECONOMICA Y PAIS</b>		
<b>Miles de dólares FOB</b>		
<b>Países \ Años</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>23.764.762</b>	<b>24.847.847</b>
<b>TOTAL AMERICA</b>	18.635.818	18.501.263
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	10.617.089	11.107.352
<b>TOTAL EUROPA</b>	3.392.328	4.070.586
<b>Alemania</b>	376.784	411.989
<b>España</b>	441.843	778.099
<b>TOTAL ASIA</b>	1.578.139	2.065.174
<b>Malasia</b>	657.298	569.883
<b>TOTAL AFRICA</b>	110.398	100.652
<b>Libia</b>	23.852	26.277
<b>TOTAL OCEANIA</b>	30.805	33.293
<b>Australia</b>	17.273	16.489

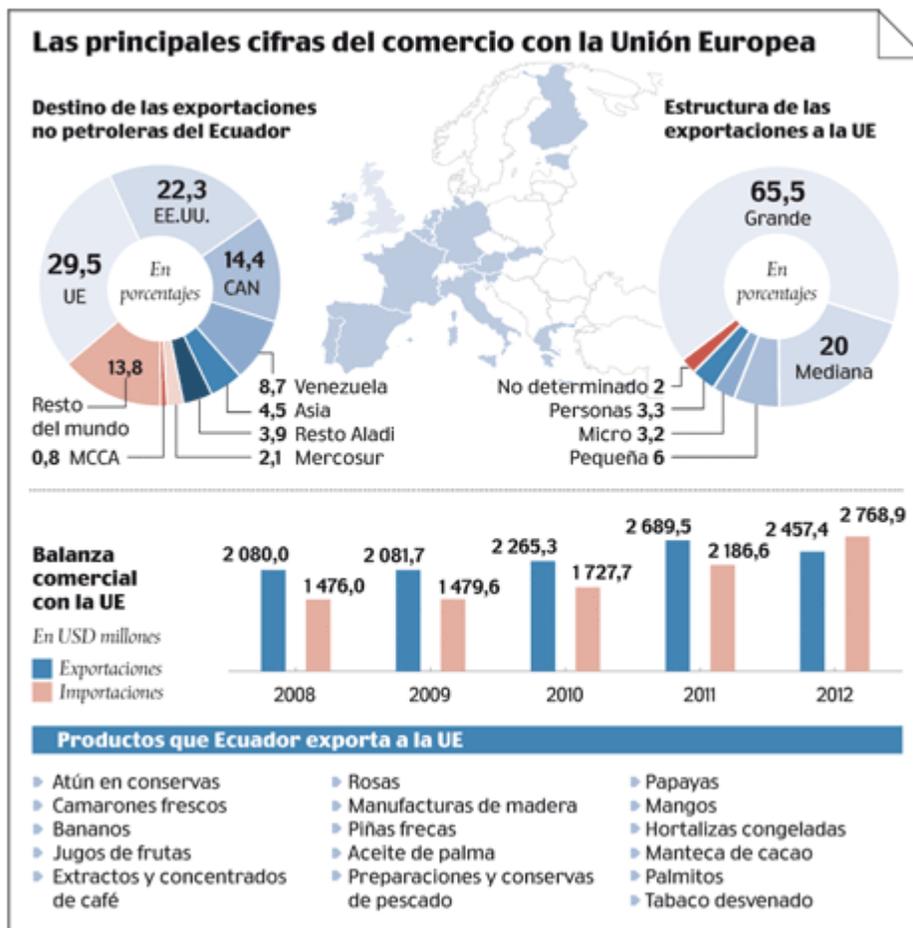
Tabla 3

FUENTE: Banco Central del Ecuador.

Casi todas estas exportaciones son destinadas al mercado de los Estado Unidos, la Unión Europea, Japón, y algunos otros países, el acceso que es limitado principalmente por las barreras arancelarias. Por el otro lado, una característica en común de estos productos es que son ítems

terminados y prácticamente no admiten incrementos del grado de transformación o valor agregado adicional.

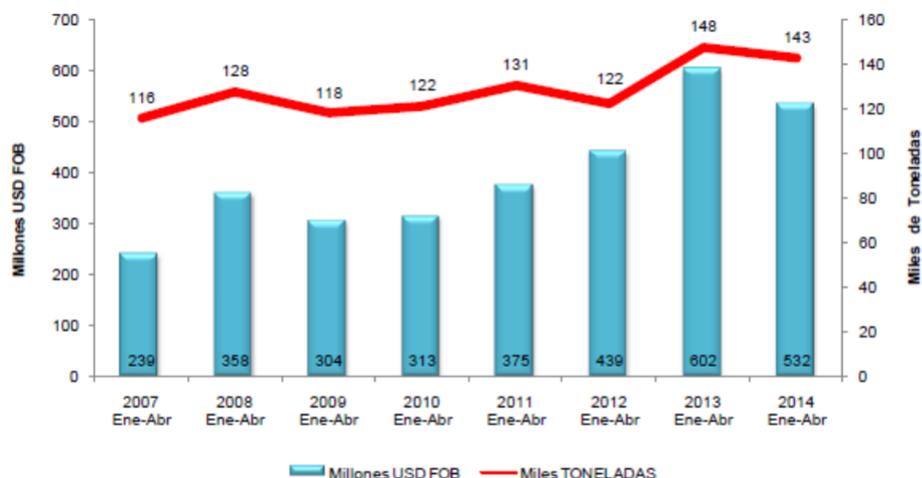
Ocasionalmente, en la exportación de algunos países aparecen nuevos productos de comportamiento muy dinámico, o las ventas externas de algunos productos de exportación crecen hasta grandes proporciones, la estructura de su país se modifica y cambia su importancia en sus economías respectivamente. Estas ventas externas han sido denominadas “exportaciones no tradicionales” y en varias economías de la región, ha sobresalido y aún continúan jugando un papel muy importante como fuentes de trabajo e ingresos.



Fuente: Fedexpor / BCE: EL COMERCIO

Ilustración 8  
Fuente: FEDEXPOR/BCE: EL COMERCIO, 2012.

## EVOLUCIÓN EXPORTACIONES PESCA



Variación % Ene - Abr	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCPA 2007-2014
En USD	49%	-15%	3%	20%	17%	37%	-12%	12%
En TON	10%	-8%	3%	8%	-6%	21%	-3%	3%

Ilustración 9

Fuente: Banco Central del Ecuador, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Dirección de inteligencia comercial e inversiones extranjeras PRO ECUADOR.

## PRINCIPALES PRODUCTOS Y DESTINOS PESCA

Destinos	Unidades	Ene-Abr			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
ESPAÑA	Fob Miles USD	56,251	89,537	59,350	59.17%	-33.71%	14.88%
	Toneladas	11,205	15,741	13,280	40.48%	-15.77%	10.65%
ESTADOS UNIDOS	Fob Miles USD	93,208	87,882	87,428	-5.71%	-0.52%	14.60%
	Toneladas	13,436	14,017	13,416	4.32%	-4.29%	9.49%
HOLANDA (PAÍSES BAJOS)	Fob Miles USD	21,111	58,096	35,627	175.19%	-38.68%	9.65%
	Toneladas	4,149	9,953	6,199	139.88%	-37.71%	6.74%
COLOMBIA	Fob Miles USD	33,912	48,064	50,050	41.73%	4.13%	7.99%
	Toneladas	18,498	19,698	22,668	6.46%	15.08%	13.33%
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA	Fob Miles USD	50,477	38,920	83,649	-22.90%	114.93%	6.47%
	Toneladas	8,798	6,050	14,315	-31.21%	136.59%	4.10%
OTROS PAÍSES	Fob Miles USD	184,477	279,359	215,980	51.43%	-22.69%	46.42%
	Toneladas	66,337	82,290	72,986	24.05%	-11.31%	55.70%
TOTAL	Fob Miles USD	439,435	601,858	532,082	36.96%	-11.60%	100.00%
	Toneladas	122,421	147,750	142,844	20.69%	-3.32%	100.00%

Principales Subpartidas	Unidades	Ene-Abr			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
1604.14.10.00 ATUNES EN CONSERVA	Fob Miles USD	213,089	347,985	305,703	63.32%	-12.15%	57.82%
	Toneladas	42,274	60,412	56,842	42.91%	-5.91%	40.89%
1604.20.00.00 LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	Fob Miles USD	77,480	66,473	42,722	-14.21%	-35.73%	11.04%
	Toneladas	14,471	12,586	9,012	-13.03%	-28.39%	8.52%
2301.20.11.00 HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	Fob Miles USD	25,320	44,715	27,354	76.60%	-38.83%	7.43%
	Toneladas	24,689	27,541	21,578	11.55%	-21.65%	18.64%
1604.13.10.00 SARDINAS, SARDINELAS Y ESPADINES EN SALSA DE TOMATE	Fob Miles USD	18,501	17,173	24,908	-7.18%	45.04%	2.85%
	Toneladas	10,430	9,261	12,930	-11.21%	39.62%	6.27%
0304.79.00.10 FILETES DE DORADO (CORYPHAENA HIPPURUS) CONGELADOS	Fob Miles USD	22,387	13,836	13,896	-38%	0.43%	2.30%
	Toneladas	1,967	1,800	1,594	-18.70%	-0.34%	1.08%
OTROS PRODUCTOS	Fob Miles USD	82,679	111,675	117,479	35.07%	5.20%	18.56%
	Toneladas	28,591	36,351	40,887	27.14%	12.48%	24.60%
TOTAL	Fob Miles USD	439,435	601,858	532,082	36.96%	-11.60%	100.00%
	Toneladas	122,421	147,750	142,844	20.69%	-3.32%	100.00%

\* La subpartida 0304.79.00.10 proviene de la subpartida 0304.29.90.90 en la nomenclatura de la IV Enmienda. El sector Pesca es está conformado por 106 subpartidas según la clasificación de PRO ECUADOR

Ilustración 10

Fuente: Banco Central del Ecuador, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Dirección de inteligencia comercial e inversiones extranjeras PRO ECUADOR.

### **III.D. Introducción a la economía ecuatoriana**

Las exportaciones de productos no tradicionales por parte de Ecuador a mercados de diversas partes del mundo se han incrementado. El Ecuador es el exportador más grande de banano del mundo (\$2.300 millones en 2014) y también un gran exportador de camarón (\$964.8 millones en 2014). Las exportaciones de productos no tradicionales es también significativa: flores frescas representan un ingreso de \$808 millones; el atún y los productos de mar \$1.348 millones; y jugos de frutas y concentrados \$147 millones en 2013. Esta es una amplia variedad de productos agrícolas, la cual está fuertemente direccionada al mercado doméstico y otras porciones para exportación, un porcentaje que está en constante crecimiento. El turismo juega un papel importante en el crecimiento de la economía ecuatoriana, y es considerada como la fuente más grande de intercambio extranjero (después del petróleo, el banano, y el camarón) (fedexpor.com).

### **III.E. Mercado Ecuatoriano**

Ecuador fue golpeado por una crisis financiera que tuvo repercusiones políticas y sociales muy serias, forzando así al país a tomar medidas, tal vez, más viables, un intento para reducir la inflación y contener la devaluación, esa fue la dolarización.

La dolarización cambio la economía del país, convirtiéndola en dependiente de ganancias de las divisas de las exportaciones de bienes y servicios, así como de las posibilidades de la inversión extranjera.

Hay unas pocas alternativas viables para incrementar la actual exportación de productos no tradicionales, promover el crecimiento de nuevas cosechas y reemplazar importaciones de productos agrícolas para cumplir con la demanda doméstica y generar excesos exportables.

Para productos no tradicionales ha sido tomado en cuenta un enfoque a la demanda internacional. Hemos identificado el principal mercado internacional con prospectos para posicionamiento de productos ecuatorianos, al igual que posibles links comerciales e institucional en un entorno de promoción. Se ha establecido guías de consulta y técnicas de producción en un potencial mercado en desarrollo, han sido identificadas oportunidades para productos selectos (sica.gov.ec)

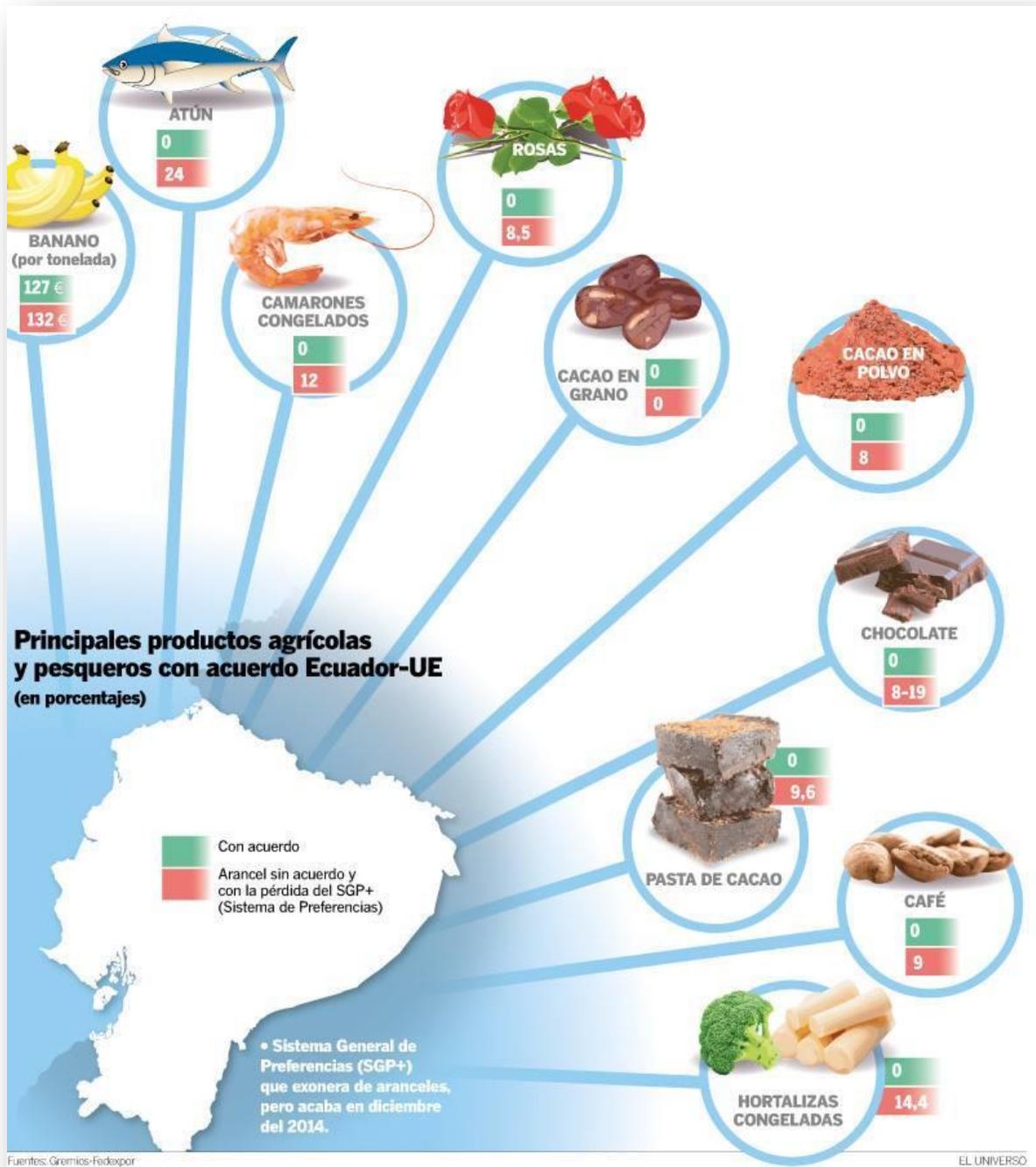


Ilustración 11  
Fuente: El Universo

## IV. Actualidad

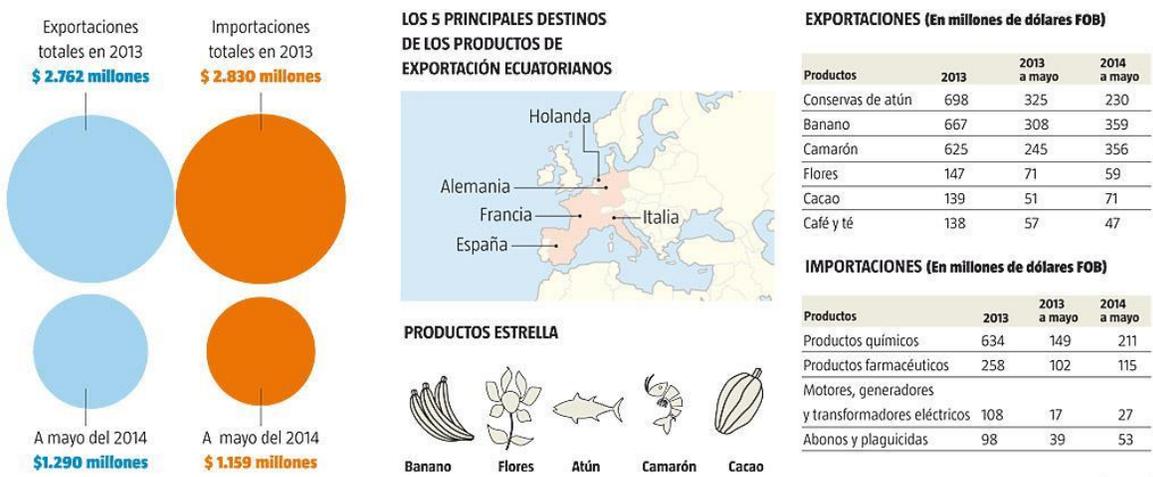
### IV.A. Estudio del producto no tradicional y su importancia para el país

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador (BCE), durante el año 2013 los productos no tradicionales de exportación ecuatorianos han alcanzado 5.585 millones (primarios no tradicionales e industrializados). (FOB U.S. valores).

El Atún y sus derivados son considerados el segundo en importancia de ingreso de divisas para el país, junto con el camarón congelado representan el 21% de las exportaciones hacia Europa; por lo que se trata de uno de los productos de mucha importancia económica para Ecuador.

La producción pesquera con su movimiento comercial, industrial, dentro de Ecuador se ha visto más desarrollada de manera controlada; pues esto ha sido muy importante para lograr un mejoramiento en la calidad de los productos de exportación, más aún que en la era en que nos encontramos el mercado competitivo es mucho más exigente, sobre todo el de la Unión Europea, lo cual se debe tomar mucho en cuenta pues estos productos representan una dependencia del 50%.

#### Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea



*Fuente: Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), 2014*

#### **IV.B. Situación actual**

El Ecuador ha sido reconocido desde hace algunos años atrás, como un país productor de cacao, balsa, té, tagua, banano, entre los más importantes, lo que lo ha llevado a ocupar una destacada participación en el ámbito internacional, habiendo recibido menciones que hablan de la calidad, sabor, aroma y color de sus productos agrícolas así como también de las condiciones climáticas, geográficas y edáficas donde se realizan los cultivos y que no las tienen otros países, constituyéndose en ventajas comparativas y competitivas que sabiéndolas aprovechar le significaría al Ecuador una gran fortaleza en relación a otros países.

A pesar de no tener una zonificación planificada de cultivos y de no disponer de políticas agrícolas determinantes por parte del estado, y contando tan solo con el esfuerzo y tesón de los pujantes agricultores ecuatorianos en unos casos y en otros con la participación de compañías multinacionales que con gran conocimiento si han descubierto la vocación y aptitud agrícola del mismo, han tomado acción en algunos casos y demostrado que si podemos diversificar los cultivos y con esto emprender en una gran revolución verde creando puestos de trabajo, generando divisas y ofreciendo a muchos ecuatorianos la oportunidad de mejorar sus condiciones de vida.

Desde el momento en que el Ecuador entró en una nueva etapa democrática por los años 80 y con la sucesión de algunos gobiernos, se intensificó un auge por la siembra de cultivos no tradicionales, destacándose algunas explotaciones agrícolas como flores tanto

En la sierra como en la costa, mango, macadamia, jengibre, maracuyá, cebolla perla, brócoli, malangana o papa china, gandul o fréjol de palo, cultivos de espárragos, melón, sandía, papaya Hawaiyana, piña, sábila, noni, limón tahiti, tabaco de capa para Habanos, pitahaya, tomate de árbol, taxo, palmito, pimienta negra, eucalipto tropical, teca, melina, pachaco, y algunos otros cultivos en menor escala (Fedexpor).

## Participación porcentual de los principales productos (2013)

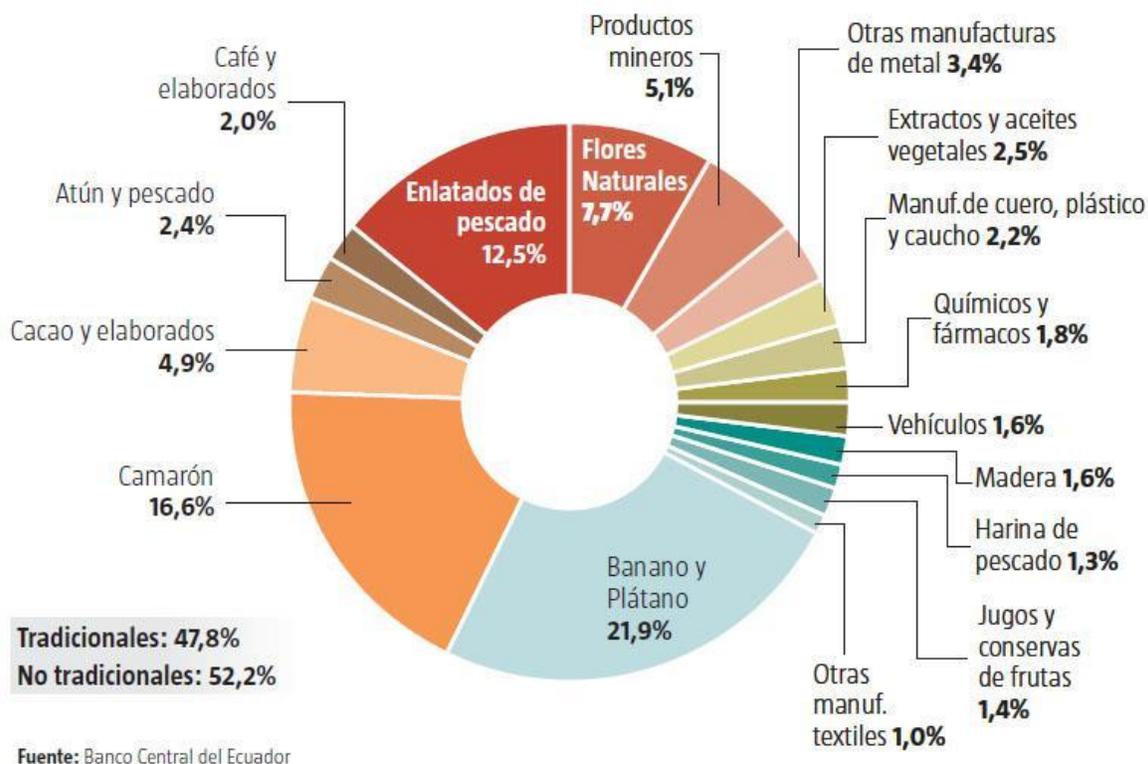


Ilustración 13

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2013

Las exportaciones totales del año 2012 sumaron 23.852 millones de dólares y superaron en el 27% a las del 2008, que fueron de 18.818 millones. La gran mayoría de esas exportaciones se compuso

de productos primarios (USD 18.449 millones y 77,3% de las totales) y entre ellos sobresalió el petróleo, que sumó USD 12.711 millones (53,3% de las totales). Las exportaciones industriales fueron de solamente USD 5.403 millones (22,7%), lo que denota que el país depende todavía fuertemente del sector primario para sus ventas al mundo. Más aún, en la cifra industrial están incorporados los derivados de petróleo, cuya exportación sumó poco más de USD 1.080 millones. Dentro de las exportaciones totales 2012 se registraron exportaciones no tradicionales por USD 5.653 millones (23,7% de las totales), mayores en 37% a las del 2008. De ellas, USD 1.625 millones (6,8%) correspondieron a productos primarios y USD 4.028 millones (16,9%) a productos industriales. Se anota que en las exportaciones primarias no tradicionales se registraron las flores, cuyas ventas del 2012 sumaron USD 771 millones de dólares, sin las cuales (porque ya se exportan por más de 25 años y no cabe llamarlas no tradicionales) la cifra total de no tradicionales baja a USD 4.882 millones (20,5%) y la cifra de primarias no tradicionales desciende a USD 854 millones.

Las exportaciones no tradicionales primarias 2012 (excepto flores) se componen básicamente de productos mineros (USD 439 millones), madera (USD 162 millones), frutas (USD 76 millones) y tabaco en rama (USD 45 millones). De estos productos, los que han crecido con mayor dinamismo son los mineros, que más que han cuadruplicado la cifra de 2008 y el tabaco en rama, que la ha elevado en el 50%. Los productos mineros tienen un gran potencial ya confirmado y se puede afirmar que en los próximos años pueden llegar a remplazar al petróleo como fuentes de ingresos de divisas.

Las exportaciones industrializadas no tradicionales, que suman en el 2012 más de 4.028 millones de dólares, se componen de enlatados de pescado (28%), vehículos (12,5%), otras manufacturas de metales (9,9%), extractos y aceites vegetales (9%), químicos y fármacos (6%) y manufacturas de cuero y plástico (5,4%).

El 2012 fue un año de oportunidades para la industria de enlatados de pescado. Este rubro, dominado por el atún (74%), generó divisas por USD 1 126 millones. El crecimiento fue de un 29% respecto del 2011, según estadísticas del Banco Central. Además del atún, están incluidas otras especies de peces como los listados, caballas y bonitos en aceite, agua o en salsa de tomate. Con dichos ingresos, esta subpartida arancelaria casi alcanzó a lo generado por el camarón, segundo mayor rubro de exportación no petrolera del Ecuador, algo que no sucedía desde el 2009, cuando las exportaciones acuícolas empezaron a superar a la de enlatados. Los USD 2.400 millones generados por ambos sectores marcaron un récord histórico para el país. César Rohón, socio de la Cámara Nacional de Pesquería (CNP), atribuye ese resultado a la paulatina preparación de las fábricas procesadoras para ganar mercado. Ecuador, tradicionalmente, procesaba un total de 300 000 toneladas anuales de pescado; pero el año pasado ya superó las 400 000, básicamente atún, indicó Rohón. "La meta país, dentro de poco, es procesar un total de 500 000 toneladas, para llegar a niveles tan grandes como Tailandia, que al año procesa 600 000 toneladas. Ecuador está cerca, allá vamos", agregó. Dicha evolución permitió a los enlatados de pescado encabezar el 'ranking' de los 10 subproductos no petroleros de mayor crecimiento durante el 2012, según un análisis de Fedexpor (Fedexpor.com), (eeas.europa.eu)

#### **IV.C. Producción Nacional en Agricultura y Pesca**

Está dirigida primordialmente hacia la generación de los siguientes tipos de productos:

- Productos alimenticios e implementación de agroindustrias, ornamental, y consumo doméstico.
- Exportación agrícola. Esto incluye la importancia económica que han tenido y aún tienen para los así llamados productos tradicionales ecuatorianos, como el banano, el plátano, el

café, el cacao, la palma africana, el camarón, el pescado en general. Sin embargo, en décadas recientes, se ha expandido el suministro de productos no tradicionales como es el caso de las frutas, vegetales, especias, flores, etc. Claramente muchos de los productos destinados principalmente para exportación, también cubren las necesidades del mercado doméstico.

En el concepto de diversificación, la agricultura orientada hacia la exportación ha sido siempre un motivo de preocupación para el país, que aún no ha alcanzado el nivel de significancia esperado, pero hay programas de investigación importantes así como mercado agrícolas necesarios.

#### **IV.D. Productos de alcance general**

En el aspecto más amplio pueden ajustarse:

- Exportación agrícola fresca
- Industria agrícola de origen vegetal (por ejemplo: corazones de palma, frutas y vegetales enlatados, congelados, infusiones, etc.)
- Agroindustrial animal (por ejemplo: miel, seda, alpaca, etc.)
- Productos de exportación de origen animal (por ejemplo: trucha, caracol, ranas, camarones, peces tropicales, perlas, mariposas, etc.)
- Productos hechos a mano (por ejemplo: tejidos, bandejas, estatuas de madera, tagua, etc.)

## **V. SITUACION DE DEMANDA DEL ECUADOR**

### **V.A. Introducción**

En el intercambio comercial y los flujos de inversión a nivel mundial, la Unión Europea ha tenido un papel preponderante, pues este bloque representa cerca del 37% de las exportaciones e importaciones mundiales, recibe casi 30% de los flujos mundiales de inversión extranjera directa y se le atribuye el 45% de los flujos de inversión en el Resto del Mundo. Para el caso del Ecuador, la importancia del intercambio con la Unión Europea se ha incrementado en los últimos años llegando a representar 12% del total de exportaciones e importaciones del país; resaltan particularmente las ventas no petroleras, puesto que cerca del 31% de éstas se dirigen hacia ese bloque comercial. Así mismo, la inversión extranjera directa proveniente del bloque europeo en los últimos cinco años ha representado cerca del 29% del total recibido por el país en ese período.

En la actualidad, las exportaciones ecuatorianas al mercado comunitario europeo se concentran en pocos productos, la mayoría de ellos corresponden al ámbito las frutas, legumbres, plantas, pescado, camarón, atún, café y té, entre los principales; considerados como bienes “tradicionales” de exportación, desde la perspectiva del Ecuador. Sin embargo, existe un gran potencial de exportación de otros productos no tradicionales, que ya se han abierto campo en el mercado europeo y sobre los cuales existen perspectivas positivas que pueden atraer mayor inversión para ampliar el acceso al mercado europeo.

## **V.B. Características de la demanda**

Los consumidores muestran preferencia por las comidas frescas, poco grasosas y dulces, congruentes con lo saludable, nutricional y ecológicamente limpia; sí es como se ha incrementado el interés en proveer comida cuyos sabores y texturas sean específicas o nuevas; comidas exóticas, como resultado; una mejor disponibilidad de los productos que existe fuera de temporada en los mercados; la pérdida relativa de competitividad en los países productores tradicionales le ha dado entrada al espacio en la demanda internacional.

La oferta tiene las siguientes características:

Fusión en los productos de corrientes de exportación (los cuales han comenzado a desarrollarse y es un potencial de exportación). Productos que han despertado interés en empezar a exportarlos (aquellos cuya demanda interna es reducida).

Los agricultores tienen la capacidad y la disposición de llevar a cabo inversiones y adoptar tecnologías avanzadas para obtener productos de exportación de gran valor unitario; existe la posibilidad de tomar ventaja de las circunstancias desfavorables y de la pérdida de competitividad en los mercados internacionales de los países industrializados.

## **V.C. Marketing**

Establecer vínculos específicos y directos con corredores y compradores. Enviar pruebas sería relevante, para establecer contactos, para especificar precios, definir transporte, emprendimiento de negocio.

Como una regla general se recomienda el cumplimiento fiel de volúmenes, fechas, precios y calidad.

### **V.C.1. Promoción de Mercado**

Puede ser de tipo local o externo. Tenemos que tomar en cuenta que no toda producción de bienes para exportación va a ser enviada por vía marítima. Una parte debe ser comercializada localmente. En esta instancia se tiene que evaluar a plenitud la factibilidad del mercado, tratando de visualizar mejor, el destino que se les dará a los productos obtenidos.

Video: Marketing Aleman <https://www.youtube.com/watch?v=Bs7CW4yKGg4>

### **IV.D. Mención de Estudios de Caso**

Basado en experiencias de campo, aquí están algunos productos que tienen un buen potencial agroexportable. El siguiente estudio de caso ha sido analizado en el INIAP, con la colaboración de CFN:

- Amaranto/Quinoa
- Canela
- Esparrago verde y blanco
- Fréjol tipo gandul
- Macadamia
- Palmito
- Pitahaya
- Pimienta negra

- Tomate de árbol
- Trucha
- Atún

## **VI. COMERCIO EXTERIOR**

### **VI.A. Ecuador**

En el 2012 se procesaron más de 400 mil toneladas cifra sumamente importante para desarrollar exportaciones. “El sector industrial de procesamiento para atunes exportó casi 1 mil 200 millones de dólares en el 2012; ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos 10 años.

La mayoría de las exportaciones de este rubro está representado por el atún enlatado seguido de otras presentaciones como enteros y trozos”

Ecuador es uno de los países que más exporta atún, hacia la Unión Europea representando el 24% de las importaciones de ese continente para nuestro producto. El atún entero y en trozos, representa el segundo grupo de mayor importancia en las exportaciones ecuatorianas, lo acompañan el camarón congelado, el pescado y sus derivados. En conjunto suman el 21% de las exportaciones hacia Europa, esto es 420 millones de dólares por año. Sus principales destinos son Alemania, España, Francia e Italia (fedexport.com)

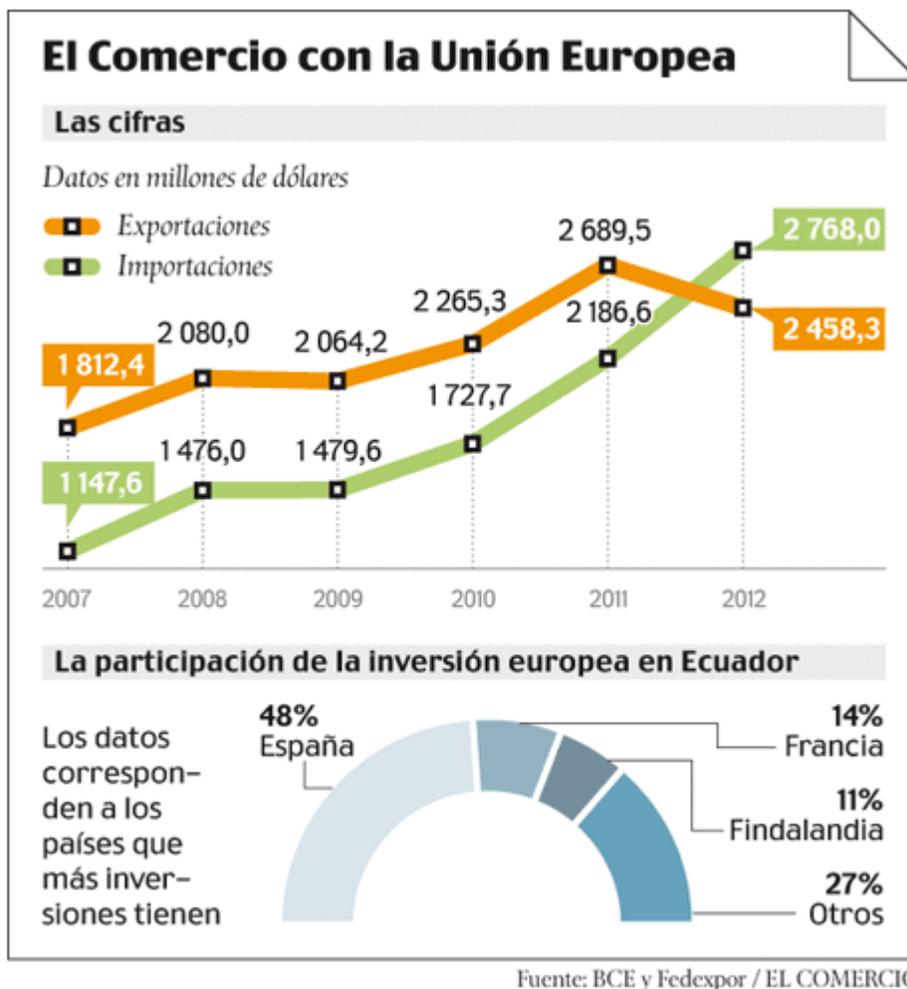


Ilustración 14  
Fuente: BCE y Fedexport/EL COMERCIO, 2012

## VI.B. Perú

Oficina Comercial del Ecuador en Lima Demanda de atún en conserva 2007-2013 (enero-septiembre) Alejandro Dávalos.

De acuerdo a la información más actualizada sobre producción (PRODUCE), en el período 2005-2011 se aprecia una participación a la baja de la producción nacional en Perú dentro del Consumo Aparente (ver Cuadro)

### Perú. producción, exportaciones y consumo aparente

**Partida arancelaria 1604.14.10.00**

	PRODUCCION	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CONSUMO	APARENTE
Años	TM	TM PESO NETO	TM	TM	MILLONES
	(a)	(b)	(c)	(a)+(b)-(c)	DE LATAS
2009	1,807	3,907	194	5,520	32.5
2010	7,896	7,700	1,522	14,074	82.8
2011	7,342	11,681	543	18,480	108.706

Tabla 4

Fuente: Adex y Produce

Elaboración: OCE-Lima

Durante el período de análisis, la tasa de crecimiento promedio anual de la producción es de 1.95%, la cual no satisface la creciente demanda interna, por lo que las importaciones se incrementaron a una tasa promedio anual de 39.7%. Esta situación permite una mayor oportunidad para los exportados ecuatorianos del producto y continuar posicionándose en el mercado peruano.

El aumento de la preferencia por productos importados ha permitido una diversificación de mercado, ya que han aparecido nuevas marcas, variedades y estrategias de comercialización. Un estudio realizado por la consultora Maximixe, en Lima y el Callao señala que las conservas de atún son las preferidas en el nivel socioeconómico alto y medio. Le siguen la caballa, el bonito, la anchoveta y la trucha. En los sectores de menores ingresos, las conservas más solicitadas son las de jurel, caballa y principalmente de anchoveta. Durante los últimos siete años se ha experimentado una demanda dinámica de las importaciones del producto “Conservas de Atún”, registrando tasas de crecimiento promedio anual (TCPA) del período 2007-2012, de 69.7% en valor y 33.9%, en volumen. El valor de las importaciones durante el año 2012 creció en 16.5% con respecto al año anterior, en volumen registró una caída de 11.6%. En ese año, las importaciones desde el Ecuador alcanzaron USD 45.7 millones (+20%) y en volumen 8.2 TM (-10.5%).

El principal proveedor de preparaciones y conservas de atún en el mercado peruano ha sido el Ecuador. Entre el período 2000-2007, su participación fue de 99%. A partir del año 2008, se presenta una penetración agresiva de otros competidores, pero los precios unitarios de importación de conservas de atún desde Ecuador superan aquellos de los países competidores en el mercado peruano para el período 2007-2013 (Ene-Sep)

“Perú aún no puede competir con Ecuador en pesca de atún” (gestión.pe)

Gremio pesquero plantea diálogo para hacer surgir la industria atunera. En tanto, la producción de conservas y sus ventas se redujeron en 58% y 43.5% en Julio.

“Más allá de haber convocado a una nueva licitación para la pesca de la cuota de atún, el Ministerio de Producción debería generar las condiciones para que la industria atunera peruana sea más competitiva a la del Ecuador, planteó Elena Conterno, presidenta de la Sociedad Nacional de Pesquería (SNP).

Advirtió que, según los empresarios dedicados a la captura y procesamiento de este recurso, es muy difícil para ellos competir con sus pares ecuatorianos, por los altos costos que enfrentan.

El mayor costo para la actividad es el consumo de combustible para las embarcaciones, el cual en el Ecuador cuesta la quinta parte de lo que cuesta en el Perú, aseveró.

### Conservas

De otro lado, Conterno señaló, además de falta de anchoveta para las industrias de harina y aceite de pescado, también preocupa la falta de ese y otros recursos para la industria conservera.

Según produce, en julio último el desembarque de pescado para la fabricación de enlatados bajo en 68% mientras que el procesamiento de esos productos en el mismo mes cayó en 58.5%, en tanto

su venta interna y su exportación retrocedieron en 43.5 % y 47.1% versus igual mes del 2013.”(gestión.pe)

### Cifras y Datos

El precio del diésel marino en Perú es de \$2.08 el galón frente a \$1.3 en Ecuador.

## **VI.C. Mercado Europeo Alemania**

Alemania no tiene actividades de enlatado doméstico, siendo 100% dependiente de las importaciones de atún enlatado. Es un mercado maduro con consumo relativamente estable por años. Luego del arenque, el atún es el segundo pescado enlatado en términos de volumen de consumo, por lo general, el consumo anual son 60 mil toneladas. En 2009-2010 cayó a 54 mil toneladas, en 2011 regresó a 60 mil toneladas.

El principal uso del atún -fuera de casa-es la ensalada (ensalada Niçoise), seguido de platos Italianos como los tallarines, pizza y espaguetis. El uso del atún en emparedados y en salsa ha aumentado considerablemente. En casa, el atún enlatado mayormente es consumido en pan o como un snack.

*El contenido bajo en calorías del atún envasado en agua encaja en el estilo de vida país saludable*

### **Previsión:**

Mantener la demanda para atún capturado sosteniblemente se espera que incremente considerablemente en los próximos años. Actualmente, la etiqueta 'caña y línea' es la eco-etiqueta más importante en el mercado alemán.

Las importaciones alemanas de atún enlatado alcanzaron €214 millones y 74 mil toneladas en el 2011

El mayor proveedor fue Ecuador con el 25% de participación de mercado en las importaciones. Seis empresas ecuatorianas exportaron atún enlatado a Alemania en el 2012. Ej.: Nirsaprovee a Metro y Lidl (Supermercados)

Otros principales proveedores a Alemania son (en rango de importancia): Filipinas, Países Bajos, Papúa Nueva Guinea, Indonesia, Vietnam y Tailandia.

La mayoría de las importaciones intraUE provienen del vecino alemán, los Países Bajos (con el 15% de participación del total de las importaciones alemanas). Las importaciones desde otros países de la UE son pequeñas. Juntos, Italia (4,5%, principalmente las especialidades de Saupiquet; productos convencionales de Saupiquet vienen de países con recursos, ej.: Tailandia y/o Senegal), el Reino Unido (4,1%, debido a John West) y España (1,7%) representa algo del 10% de las importaciones alemanas.

- Las exportaciones alemanas de atún enlatado son pequeñas (€39 millones / 13 mil toneladas en 2011 o 20% de las importaciones totales). Austria, Bélgica y los Países Bajos son los principales destinos de re-exportación.

## **VI.D. Perfil de Atún enlatado en Alemania 2013**

### **VI.D.1. Información de mercado**

Alemania es un mercado maduro de 60 mil toneladas anuales y 100% dependiente de importaciones. Una pequeña participación del mercado consiste en productos con valor añadido.

Ecuador es el principal país proveedor de atún en Alemania, es un mercado maduro relativamente estable por años. Detrás del arenque, el atún es el segundo pescado enlatado en términos de volumen de consumo, por lo general el consumo anual son de 60 mil toneladas. En 2009-2010 cayó a 54 mil pero en el 2011 regresó a 60 mil toneladas.

Las importaciones alemanas de atún enlatado alcanzaron €214 millones y 74 mil toneladas en el 2011

- El mayor proveedor fue Ecuador con el 25% de participación de mercado en las importaciones. Seis empresas ecuatorianas exportaron atún enlatado a Alemania en el 2012. Ej.: Nirsa provee a Metro y Lidl.
- Otros principales proveedores a Alemania son (en rango de importancia): Filipinas, Países Bajos, Papúa Nueva Guinea, Indonesia, Vietnam y Tailandia.
- La mayoría de las importaciones intra UE provienen del vecino alemán, los Países Bajos (con el 15% de participación del total de las importaciones alemanas). Las importaciones desde otros países de la UE son pequeñas. Juntos, Italia (4,5%, principalmente las especialidades de Saupiquet; productos convencionales de Saupiquet vienen de países con

recursos, ej.: Tailandia y/o Senegal), el Reino Unido (4,1%, debido a John West) y España (1,7%) representa algo del 10% de las importaciones alemanas.

- Las exportaciones alemanas de atún enlatado son pequeñas (€39 millones / 13 mil toneladas en 2011 o 20% de las importaciones totales). Austria, Bélgica y los Países Bajos son los principales destinos de re-exportación.

## **VI.D.2 Canales Comerciales**

- La mayor parte del atún importado a Alemania es comercializado por importadores. La mayoría de los importadores venden tanto a minoristas de alimentos como a canales de servicio de alimentos.
- Ellos se encargan de los trámites de importación, obtienen la propiedad y compartirán información del producto y los requerimientos de mercado y tendencias.
- Alemania cuenta con muchos importadores de atún enlatado.

## VII. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

### VII.A. Aranceles

**El Arancel de Aduanas es uno de los instrumentos básicos en la regulación del comercio internacional**, no solo por su carácter recaudatorio (que lo tiene), sino, como herramienta de aplicación de la política comercial de una zona económica como la Unión Europea.

Si a una nomenclatura que describe un producto, le añadimos los derechos de importación que pagarían esas mercancías cuando vengan y sean originarias de un país no comunitario, se dice que tenemos un **ARANCEL DE ADUANAS**.

En este bloque se parte de una mercancía a la cual ya le hemos asignado un código arancelario y ahora necesitamos conocer cuánto pagaría en la Aduana por los diferentes impuestos.

El elemento objetivo en el comercio exterior son los productos, la importación o exportación determina el devengo y el correspondiente pago o cobro.

Los productos objetos de comercio exterior pueden estar sujetos al pago de determinados tributos. Tanto a la importación como a la exportación.

En el caso de las exportaciones, estos impuestos tienen carácter excepcional y no permanente. En la actualidad en la UE no hay derechos de exportación.

La exportación esta primada con las denominadas Restituciones a la exportación y en el IVA con la posibilidad de deducirse las cuotas soportadas de las mercancías que se exportan.

## **VII.B. Barreras comerciales que enfrenta la región**

El entorno del comercio internacional ha cambiado drásticamente en los últimos cincuenta años. Al amparo del GATT y posteriormente de la OMC, tanto los países industrializados como las economías en desarrollo han reducido sus aranceles significativamente y han eliminado gran parte de sus barreras no arancelarias. Además, esta liberalización multilateral ha estado acompañada de la suscripción de un número abundante de acuerdos regionales que han contribuido a profundizar aún más la liberalización del comercio mundial y regional. Estas tendencias han beneficiado de manera importante a América Latina, la cual ha logrado incrementar sus exportaciones tanto en mercados internacionales como regionales.

Los mercados desarrollados mantienen aún elevados niveles de protección sobre sectores productores de bienes de importancia para la región, en particular sobre productos agrícolas y manufacturas de tecnología “media” como tejidos y prendas de vestir. A pesar de que los aranceles promedio son relativamente bajos, las políticas comerciales de los países industrializados – especialmente EEUU y la UE, principales socios comerciales industrializados de la región– siguen caracterizadas por crestas (aranceles mayores a 15%), escalonamientos arancelarios (aranceles que crecen en función del grado de procesamiento del producto importado) y varias formas de barreras no arancelarias.

“Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias: Es un programa de preferencias comerciales de los Estados Unidos que tiene por objeto fomentar la diversificación de las economías. Este programa otorgaba un tratamiento arancelario preferencial a más de 5.000 productos importados provenientes de casi 140 naciones en desarrollo, que entran exentos de impuestos y derechos

aduaneros. Fue adoptado por la Comunidad Europea el 1 de julio de 1971, y el Congreso de los Estados Unidos le otorgó autoridad legislativa en el Título V de la Ley de Comercio de 1974 por un período de 10 años, que se fue extendiendo sucesivas veces. Toda importación de productos conforme al SGP, proveniente de un país beneficiario, entra a los Estados Unidos libre de tarifas aduaneras” ([http://www.ustr.gov/sites/default/files/uploads/gsp/asset\\_upload\\_file925\\_14706.pdf](http://www.ustr.gov/sites/default/files/uploads/gsp/asset_upload_file925_14706.pdf))

## **VII.C. Acuerdo SGP Plus**

El SGP Plus es el Sistema de Preferencias Generalizadas. Es un reglamento para que países que cumplen con las reglas, pueden pagar menos aranceles en la exportación a la Unión Europea para una larga lista de productos.

El comisario de Desarrollo de la Unión Europea (UE), confirmó que una vez que se logró en Bruselas (Bélgica), al acuerdo comercial multipartes entre Ecuador y la UE, los representantes del organismo buscan una solución a la terminación del Sistema General de Preferencia (SGP Plus) que tiene los productos ecuatorianos de exportación. El plazo de las preferencias culmina el 31 de diciembre del 2014.

El comisario recalcó que el acuerdo es beneficioso para ambas partes ya que el Ecuador se verá beneficiado con productos de calidad, al igual que Europa con los bienes que se exportarán.

Peter Schwarger, encargado de negocios de la UE para el Ecuador, sostuvo que esta solución al SGP-Plus se dará una vez que se conozca el tiempo de transición para la ratificación del acuerdo comercial por parte de los parlamentos de los 28 países que conforman la UE y de la Asamblea Nacional del Ecuador.

El representante dijo que la negociación fue un "ganar-ganar" para las partes y reconoció que el acuerdo es asimétrico ya que los productos ecuatorianos, una vez que se ratifique el acuerdo, ingresarán con cero aranceles. Mientras que los productos europeos tendrán un margen de ingreso al Ecuador de al menos 10 años.

Europa es el primer mercado para los productos no petroleros de Ecuador. Los productos denominados estrella que ingresan a la UE desde Ecuador son flores, atún, camarón, cacao y banano, entre otros.

#### **VII.D. Subvenciones en países en desarrollo**

Aunque los aranceles en general hayan sido disminuidos, otras políticas que pueden limitar las exportaciones de países en desarrollo no han sido substancialmente modificadas. Por ejemplo, aunque el valor de este soporte ha disminuido en términos nominales y reales, las subvenciones a las exportaciones y la ayuda interna en algunos países desarrollados ha continuado siendo elevada y ha mantenido los precios bajos en el mercado mundial, lo que ha supuesto un decrecimiento para los ingresos y la cuota del mercado de los productos en los países en desarrollo que no ofrecen subvenciones y que han agotado las reservas de dinero de muchos países que dependen fuertemente de la exportaciones de productos básicos. La ayuda total a los agricultores en los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD) fue de 200. 000 millones de dólares estadounidenses al año. La ayuda ha sido especialmente elevada en el caso de productos como el arroz, el azúcar, la leche, el trigo y la carne. Aunque las subvenciones oficiales a las exportaciones son pequeñas y están en reducción, la subvención efectiva a las exportaciones creada por la ayuda interna incrementa". La medida en la que la ayuda interna repercute en los precios del

mercado mundial de los productos agrícolas dependerá obviamente en la forma en la que adopta esta ayuda y la mantiene.

## **VII.E. Precio**

Muchos países en desarrollo obtienen una parte considerable del ingreso de las exportaciones gracias al reducido número de productos agrícolas, y en algunos casos de un producto en particular. Esta concentración causa que los países sean muy vulnerables a la evolución negativa del mercado o a las condiciones atmosféricas. Una sequía o una caída de los precios en los mercados internacionales puede agotar sus reservas de dinero rápidamente, reduciendo su capacidad de pagar importaciones esenciales y hundiéndolos en deudas.

### **VII.E.1. El alto costo de la caída de los precios**

La mayoría de los productos agrícolas han experimentado una tendencia descendente en los precios reales, y el pronóstico a largo plazo no es animador. De acuerdo con estimaciones del Banco Mundial para el 2015, aunque se ha anticipado que los precios reales de la mayoría de productos agrícolas sean situados sobre los niveles actuales, podrían continuar estando por debajo de los máximos de mediados de la década de los 1990s.

En el caso de algunos países en desarrollo, el colapso de los precios de productos básicos fue traumático, y dio lugar a un incremento del desempleo rural y a un fuerte descenso del ingreso por exportaciones. La reducción de estos ingresos por exportación ha puesto en peligro su capacidad de pagar las importaciones de comida, principalmente en los países en donde la facturación de importación de comida representa una considerable parte del Producto Interno Bruto (PIB).

Si los precios de diez productos agrícolas básicos importantes (en términos de valor de exportaciones) exportadas por los países en desarrollo se hubiesen alzado el mismo nivel que la inflación de 1980, estos exportadores hubiesen recibido en 2002 aproximadamente 112.000 millones de dólares estadounidenses más de los que recibieron en realidad. Esta cantidad es más que dos veces superior a la cantidad total de la ayuda distribuida en cualquier parte del mundo.

### **VII.E.2. El alto costo de la inestabilidad de los precios**

Aunque el grado de inestabilidad ha disminuido en los últimos 20 años, los precios de muchos productos agrícolas básicos continúan siendo muy inestables. El acenso o caída de los precios puede ser el resultado de una sequía o una excelente cosecha. Se extienden o se profundizan debido a la oferta o la demanda de los productos básicos, especialmente de cultivos perennes, los cuales responden lentamente a los cambios de los precios.

Cuando la existencia es baja y los precios altos, los agricultores pueden incrementar la superficie sembrada, pero ellos no pueden reducir el tiempo necesario para que los cultivos maduren y sea posible cosecharlos. En el caso de los cultivos permanentes, como el café o el cacao, puede suponer años de retraso. Cuando los agricultores son capaces finalmente de incrementar la producción, los precios bajan, ya que la provisión sobrepasa rápidamente a la demanda en los países importadores, desde que la demanda no crece de manera significativa en respuesta a la caída de los precios. El resultado es una serie de cortos paréntesis continuos de prosperidad y prolongados periodos de recesión.

## **VIII. EL ATÚN Y SUS DERIVADOS**

### **VIII.A. El Producto**

Características y usos del producto El atún es uno de los principales productos comercializables del mar; aunque representa sólo el 5% de la pesca en el mundo, por su importante consumo humano constituye más del 10% del valor de intercambio internacional. Las zonas de pesca son variadas: 50% de las capturas en el Océano Pacífico, 20% en el Océano Índico y 15% en el Océano Atlántico. La denominación de atún abarca un gran número de especies que son:

#### **VIII.A.1. Clases de Atún**

- Atún barrilete (*Katsuwonus pelamis*) –listao
- Atún aleta amarilla (*Thunnus albacares*)
- Atún patudo (*Thunnus obesus*) –“ojo grande”
- Atún blanco (*Thunnus alalunga*) –“germán”
- -Albacora (Atún blanco)
- atún rojo (*Thunnus thynnus*).
- -Atún Rojo (Limarrón)
- -Listado (Atún claro)
- -Bonita (Sierra)
- -Melva
- -Bacoreta
- -Caballa

- -Estornino



Ilustración 15

Fuente: [http://pescacintina.blogspot.com/2013\\_08\\_01\\_archive.html](http://pescacintina.blogspot.com/2013_08_01_archive.html)

### VIII.A.2. Utilización del pescado

El atún es utilizado para la producción de conservas enlatadas, lomos de atún pre cocido, pescado fresco y/o congelado. Los peces pelágicos pequeños (la mayor parte de la producción) es destinado a la elaboración de harina de pescado. La pesca blanca (pescado variado) es utilizada para ser empacada en fresco, y para la elaboración de filetes y porciones congeladas y, complementariamente, para la elaboración de harina y aceite de pescado. Tanto la pesca blanca como la producción de pesca artesanal, parte de su captura es utilizada para el consumo interno y complementariamente para el consumo externo (exportaciones).

### VIII.A.3. Mercados de pescado

El atún fresco refrigerado es exportado hacia países miembros de OLDEPESCA. El mercado de Estados Unidos mantiene una predilección hacia varios productos pesqueros ecuatorianos. Siete son los productos que lideran las exportaciones hacia éste país: atún enlatado, filete de pescado, pescado fresco, lomo de atún, sardina en conserva, pescado congelado y harina de pescado. Con

países miembros de la Comunidad Europea las exportaciones de atún enlatado van hacia a Alemania y lonjas de atún a España e Italia. Con países de centro América y el Caribe las exportaciones de conservas de pescado son enviadas a Panamá; pescado, preparaciones y conservas de pescado a El Salvador; atunes frescos a Jamaica; preparaciones y conservas de pescado a Puerto Rico; pescado fresco a Costa Rica.

#### **VIII.A.4. . Capturas**

Según cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), **en el año 2005** se pescaron casi 4 millones de toneladas métricas de atún en el mundo.

La flota ecuatoriana es una de las más grandes en el Pacífico Oriental, con su capacidad de captura de más de 150 mil toneladas al año, como promedio. En el año 2010 la flota capturó 215 mil toneladas. En el 2011 las capturas fueron 199 mil toneladas, según fuentes del Banco Central. Ecuador fue el único país en aumentar su volumen de descarga, frente a México, Panamá, Venezuela, Colombia o Nicaragua.

La capacidad instalada de procesamiento de atún en sus diferentes presentaciones, tales como lomos pre-cocidos, conservas de atún y pouch, se estima en aproximadamente 28 mil toneladas por mes -336 mil toneladas al año-.

Mano de obra. Según la Cámara Ecuatoriana de Industriales y Procesadores Atuneros (CEIPA), el impacto en la generación de mano de obra que el sector industrial procesador pesquero es de alta importancia en la economía ecuatoriana.

Actualmente se ocupa en la mano de obra directa a 16.860 personas e indirectamente a 80 mil personas aproximadamente.

La ocupación de la mano de obra en la producción de atún, en un 90%, está bajo la responsabilidad de personal femenino, porque tienen la sutileza natural en sus manos para un proceso más delicado como es la selección del lomo y su enlatado.

### VIII.A.5. Código arancelario en Ecuador (NANDINA) y descripción del producto

El código NANDINA es 1604.14.10 que corresponde a atún en conserva:

CÓDIGO NANDINA DE ATÚN EN CONSERVA EN ECUADOR	
Capítulo 16	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SECEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS
Partida Sistema Armonizado 1604:	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado
Subpartida Sistema Armonizado 16041410:	Atunes, listados y bonitos ( <i>Sarda spp.</i> )

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

*Ilustración 16*

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

### Código arancelario en Alemania y descripción del producto

El código arancelario de atún en conservas aplicado en Alemania se indica en la siguiente tabla según la clasificación en el Arancel Común de la Unión Europea y que rige para todos sus países miembros.

## **VIII.B. El atún ecuatoriano y su oferta exportable**

La industria atunera en los últimos cuatro años, se ha consolidado en el mercado internacional y se ha convertido en uno de los mayores proveedores mundiales.

Ahora sus marcas y productos compiten con los gigantes del negocio atunero. Ese auge y recuperación de mercados se debe a la calidad, el cuidado con el ambiente, innovación y utilización de la mejor tecnología, estos se convierten en los mejores aliados para el procesamiento y comercialización del atún.

Además ha permitido diversificar mercados y conquistar el paladar de los consumidores ya sean europeos o latinoamericanos.

Así lo registran las estadísticas del Centro de Comercio Internacional (CCI) donde la exportación de atún en el 2013 se ubicó en 8.123,7 millones de dólares de los cuales 2.650,5 millones lo realizaron Tailandia y 1.034 millones la industria ecuatoriana. Estos datos corresponden a la partida 160414 que agrupa a atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o trozos.

En el 2013, se registró un crecimiento del 17,6% de las ventas mundiales ya que en el 2012 se ubicó en 6.910 millones de dólares. Pero ese aumento de la demanda mundial también benefició a la industria ecuatoriana que aumentó sus ventas en un 24,1% ya que en el 2012, Ecuador comercializó en atún (al grupo de productos 160414) más de 833 millones de dólares.

En el 2009, el sector atunero ecuatoriano atravesó una caída en sus ventas a causa de la crisis mundial.

Luego de cuatro años, la situación cambia y el sector pesquero toma fuerza con sus diferentes productos como el atún en conserva, pesca blanca, sardina, harina de pescado y otras presentaciones. El atún es el producto estrella del sector y concentra cerca del 85% de toda la actividad pesquera, mientras que la pesca fresca se destina un 8% a la exportación y el restante 7% al consumo local.

Según los empresarios, la flota ecuatoriana pesca un promedio de 200 mil toneladas al año, pero la industria instalada en tierra tiene capacidad para procesar 450 mil toneladas. Eso significa que hay una escasez de productos de acuerdo a la capacidad de procesamiento.

Por eso, la industria necesita mejorar sus capturas de atún. Según las estadísticas de la Comisión Interamericana del Atún Tropical (Ciat), los atunes que más se capturan en el Océano Pacífico Oriental son aleta amarilla, barrilete y patudo. Entre enero y junio del 2014, la captura de atún se ubicó en 247.597 toneladas, un 0,5% menos que en el mismo periodo del 2013. Los principales países que más capturan son: Ecuador, México, Panamá y Colombia.

### **VIII.C. Exportaciones de Atún**

El mercado más grande para el atún en conserva es la Unión Europea, se destacan los mercados de España y Alemania.

El otro gran mercado es Estados Unidos, donde las conservas de atún no gozan de preferencia arancelaria, a excepción de los pouch y lomos, lo cual limita el volumen de exportación hacia ese mercado, indicó Carlos Calero, gerente de Conservas Isabel.

Según el Banco Central, por país el primer destino del atún fue Venezuela con el 15 % y segundo fue España 11,43 %.

### **VIII.C.1. Comparaciones**

El año pasado se exportó 1.126 millones de dólares en pescado enlatado, un 29 % más que el 2011.

El 74 por ciento de esas exportaciones fueron de atún (191 mil toneladas).

Las exportaciones de camarón generaron divisas por USD 1.276 millones durante el 2012.

El camarón es el segundo mayor rubro de exportación no petrolera del Ecuador.

El banano generó 2.091 millones de dólares que representan el 8,7 % del total de las exportaciones.

Las ventas de banano, primer producto tradicional no petrolero de exportación, el año pasado se redujeron a \$ 154,7 millones con respecto al 2011.

Las flores generaron 90.488 toneladas y 546.737 millones de dólares.

En café se exportaron 28.092 toneladas y 75.184 millones de dólares.

### **VIII.D. Exportaciones de pesca en el Ecuador**

El 2012 dejó al sector pesquero con más de USD 2. 500 millones en exportaciones, lo cual corresponde al 14% más de lo obtenido en el 2011; año en el que se cerró con una facturación de 2. 200 millones de dólares según un informe del Viceministerio de Acuacultura y Pesca.

La mayoría del producto fue destinado a Estados Unidos y Europa, pero también creció la demanda de América Latina. Venezuela ha pasado a ser el principal importador de Ecuador, con un 20% de las compras, y entre las empresas abastecedoras principales están Saefman, Nirsa, Salica, Galapesca e Isabel, es necesario fortalecer nichos tradicionales, pero de manera paralela ir conquistando nuevos mercados y diversificando la producción.

La comercialización de los recursos pesqueros se da pese a que el mar no ha sido muy generoso con el sector. Esto en referencia a que las altas temperaturas en el mar provocaron este año una reducción del 28% en la captura del atún.

El sector se podría ver afectado, sobre todo, con la desaparición de la pesca de arrastre, prohibida oficialmente desde el 15 de diciembre, lo cual podrían dar pérdidas y generar desempleo. Que los planes de contingencia deben ser socializados, ya que, de las 112 embarcaciones pesqueras apenas el 84% se han acogido a éstos. Hemos operado desde 1954 y generado, por lo menos, \$40 millones al año.

#### **VIII.D.1. Récord en exportaciones pesqueras de Ecuador, gracias al camarón y enlatados de atún**

Las exportaciones de camarón generaron divisas por USD 1.276,9 millones durante 2012. Muy cerca se ubicaron los envíos de productos enlatados de pescado, que lograron ingresar al país unos USD 1.126 millones, según indicó el Banco Central del Ecuador (BCE).

En total, los casi USD 2.400 millones generados por ambos sectores establecieron un récord histórico para el país.

Además, las exportaciones de productos enlatados de pescado registraron un incremento del 29% con respecto al año anterior. De este sector, las conservas de atún generaron el mayor volumen, con un 74% del total de las ventas al exterior. El resto lo completaron los envíos de listado, caballa y bonito en aceite, agua o en salsa de tomate.

Según el Banco Central, el principal comprador de atún fue Venezuela, con el 15,16% del total de lo exportado; seguido de España, con el 11,43%. Estados Unidos quedó relegado a un tercer lugar, pese a que este país había liderado las compras en 2011, informó El Comercio.

Con estos resultados, los enlatados de pescado lograron encabezar el ranking de los 10 subproductos no petroleros con mayor crecimiento durante 2012, según se detalla en un estudio de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor).

Ecuador lidera históricamente las capturas de atún en el océano Pacífico Oriental (OPO). Durante 2012, la flota ecuatoriana capturó 215.127 toneladas de atún, lo que significa un incremento de 7% con respecto al año anterior, de acuerdo con las estadísticas de la Comisión Interamericana del Atún Tropical (CIAT).

De este modo, se convirtió en el único país en aumentar su volumen de descarga, frente a México, Panamá, Venezuela, Colombia o Nicaragua.

Por su parte, el coordinador de Pesca y Acuicultura del Instituto de Promoción de Exportaciones e Importaciones (ProEcuador), Bolívar Núñez, prevé que “el mercado será estable para el atún en los próximos años”.

En su opinión, esta situación obedece a que “los principales consumidores, como la UE y EE.UU, se rigen cada vez más por leyes de sustentabilidad y Ecuador está cumpliendo drásticamente con ellas”.

Según un ranking elaborado por ProEcuador, el país es el segundo exportador mundial de atún en conserva y de lomos de atún. Además, con las ventas de camarón congelado se ubica en el cuarto lugar, mientras que es el quinto mayor exportador de sardinas y el sexto de harina de pescado./

FISECUADOR, Silvina Corniola

## **VIII.E. Acuerdos Comerciales**

Los mercados internacionales cambian sus reglas y la clave para no perderlos es llegar Acuerdos Comerciales, Preferencias Arancelarias o Tratados de Libre Comercio. Y esa situación se ha convertido en un dolor de cabeza para los atuneros, ya que sus principales mercados exigen acuerdos para seguir con las negociaciones y no aplicar aranceles. La situación se complica cuando los competidores del país sí realizan negociaciones comerciales para mantener las ventajas competitivas.

El primer golpe para los atuneros fue la eliminación de las preferencias arancelarias que aplicó Estados Unidos a los países andinos. Ahora los atunes ecuatorianos deben cancelar un arancel para ingresar al mercado estadounidense cuando los productos centroamericanos llegan sin aranceles. Estados Unidos representaba el 60% de las ventas de atún pero ahora no llegan ni al 11%. Eso obligó a los empresarios a diversificar nuevos mercados para no perder ingresos y seguir con la industria, Ahí surgieron mercados como el venezolano, colombiano y demás países sudamericano. Pero la preocupación sigue. Esa situación también preocupa a otros sectores productivos que comercializan con fuerza sus productos en el mercado europeo. En la lista están el banano, flores, camarón, cacao y demás productos. De ahí, que el futuro de las negociaciones con la UE también definirán el futuro de las industrias ecuatorianas.

FUENTE: REVISTA EL AGRO

[revistaelagro.com/2014/07/31/el-atun-ecuatoriano-se-afianza-en-el-mundo/](http://revistaelagro.com/2014/07/31/el-atun-ecuatoriano-se-afianza-en-el-mundo/)

### **VIII.F. Países exportadores de Atún**

Las exportaciones de atún ya se encuentran en la lista de los cuatro productos que más se exportan en el país. A eso se suma, la ubicación de Ecuador como el segundo país proveedor en el mundo luego de Tailandia y por encima de España, Filipinas y China, sus principales competidores.

En el 2013, el Ecuador exportó su producto a 40 países de los cuales 11 lo ubican como el primer producto de demanda. En la lista está Venezuela, Colombia y Brasil. Entre el 2004 – 2007, el atún tenía como destino principal a EE.UU, pero desde el 2008 la pelea por ubicarse como el primer destino cambió.

Ahora España y Venezuela, son los principales mercados donde llega el atún. De ahí sigue EE.UU. Holanda, Alemania y Colombia. Además, se revela que de los 40 países que compran atún 9 lo ubican como el segundo producto que más se demanda.

Un ejemplo es España e Italia. Si se realiza un análisis de todo el sector atunero que va desde la pesca, procesamiento, empaques y comercialización del atún, se puede determinar un crecimiento casi del 50% de la mano de obra entre 2010 y 2013. Esto se origina por el incremento constante de las ventas en el mercado internacional.

### **VIII.G. El Atún y su importancia en el mercado Europeo**

Ecuador es uno de los países que más exporta atún, hacía la Unión Europea representando el 24% de las importaciones de ese continente para nuestro producto. El atún entero y en trozos, representa el segundo grupo de mayor importancia en las exportaciones ecuatorianas, lo acompañan el camarón congelado, el pescado y sus derivados. En conjunto suman el 21% de las exportaciones

hacia Europa, esto es 420 millones de dólares por año. Sus principales destinos son España, Francia, Alemania e Italia.

Las preferencias arancelarias de la UE generan 80.000 puestos de trabajo en Ecuador, entre pequeñas y medianas industrias. De ahí nace la preocupación no sólo de los empresarios sino de quienes dependen de estas industrias. Los productos ecuatorianos no pagan aranceles para ingresar y cuando lo hacen, es mínimo.

El empleo de mano de obra directa generó 30.000 empleos, como en muchas otras actividades ésta dinamiza otras industrias como la del aceite, latas y tapas de metal, plásticos para empaques, etiquetas y cartones. En el caso de latas y tapas de metal la dependencia de ésta para la atunera oscila entre 55 y 85%, hay fábricas de hojalata que dependen casi exclusivamente de la industria atunera.

“Las exportaciones de atún tuvieron un descenso entre el 2009 y 2010 del crecimiento que habíamos manteniendo, debido a la crisis que empezó en el 2008, fue a fines del 2010 que comenzamos con una franca recuperación, sobre todo el 2011 y 2012” (revistaelagro.com, el Atún y su importancia). Aquí no entra la pesca blanca ni la industria de harina de pescado, juntos todos, llegamos a 1.300 millones de dólares y si se suma acuicultura se estaría hablando de 2.500 millones de dólares.

La situación de nuestros productos en la UE es una dependencia casi total, este año bajó 48% pero casi siempre está en el orden del 50%.

En definitiva, para el atún es relevante la dependencia de la Unión Europea (50%), le sigue Venezuela (16%), y Estados Unidos. “Esta es una industria que se mueve de un país a otro por preferencias arancelarias, por mano de obra barata, etc. Ecuador debe mantener este mercado para preservar las inversiones

En el 2012 se procesaron más de 400 mil toneladas cifra sumamente importante para desarrollar exportaciones. El sector industrial de procesamiento para atunes exportó casi 1 mil 200 millones de dólares en el 2012; ha tenido un crecimiento sostenido durante los 10 últimos años.

La mayoría de las exportaciones de este rubro está representado por el atún enlatado seguido de otras presentaciones como enteros y trozos.

Es importante seguir apoyando en el adelanto de la industria pesquera en general, para ampliar su desarrollo con tecnología en capturas y generar mayor valor agregado, para mantener el crecimiento en el largo plazo.

#### EXPORTACIONES POR GRUPOS DE PRODUCTOS

Miles de dólares FOB

Años	Café y elaborados	Camarón	Cacao y Elaborados	Atún y Pescado	No Tradicionales
	H	I	J	K	L
Miles de dólares FOB					
2011	55.806	187.391	182.194	72.486	2.377.469
2012	51.715	208.813	172.731	85.114	2.567.761
2013	36.621	223.142	200.653	75.880	2.663.538
Tasas de variación					
2011	44,8	23,8	36,5	-18,0	12,7
2012	-7,3	11,4	-5,2	17,4	8,0
2013	-29,2	6,9	16,2	-10,8	3,7

FUENTE: Banco Central del Ecuador

Tabla 5

Fuente: Banco Central del Ecuador

## VIII. CONCLUSIONES

El atún ecuatoriano es un producto de gran acogida y demanda en el mercado externo por su calidad, precio y variedad colocando a Ecuador como uno de los países más competitivos del sector, por lo que sí existe una oportunidad real de negocio que nos permitirá obtener unos niveles aceptables de rentabilidad.

Ecuador es uno de los principales proveedores de atún en conserva no solo para la Alemania si no para varios países del mundo y la exportación de dicho producto representa uno de los ingresos de divisas más importantes para el país.

El crecimiento de la demanda de atún en conserva en Alemania ha sido considerable en los últimos años lo que constituye una fortaleza para nuestro negocio tomando en cuenta que Ecuador se encuentra en plena capacidad de abastecer cierto porcentaje de la demanda insatisfecha de dicho país

La funcionalidad del negocio y su dinamismo nos permitirán ahorrar ciertos costos operativos que mejoran el precio final ofertado al distribuidor haciéndonos más competitivos.

El precio negociado del producto nos permite ingresar al mercado Alemán logrando bastante competitividad en relación a las diferentes ofertas que puede recibir nuestro cliente.

Como se ve es un sector muy dinámico, lo que obviamente es beneficioso para el país; no obstante contar con varios productos poderosos desconcentraría las exportaciones en este sector, tal es el caso de los enlatados de pescado atún.

La participación de los no tradicionales en las exportaciones totales y no petroleras tuvieron una tendencia creciente en los últimos años (2008 - 2012), pero luego de la suspensión de los acuerdos

ATPDEA y SGP, tenemos varios productos no tradicionales que han sido afectados, entre los cuales encontramos:

Atún: Este producto de mar tendría que pagar un impuesto de 12,5%, que al año representan \$120 millones de exportaciones hacia Estados Unidos, y las empresas atuneras deberán cancelar \$24 millones en aranceles.

El dinamismo que han presentado las exportaciones no tradicionales en los últimos años hace que se espere un crecimiento a futuro de igual o mayor magnitud. Sin embargo, se debe tener cuidado con la concentración que presentan éstas, pues la estrategia del país no puede ser mantenerse como exportador de pocos bienes, simplemente cambiando los productos de los cuales es dependiente.

## **IX. RECOMENDACIONES**

El camino adecuado, debe diversificar el comercio de mercados objetivos que permita reducir la vulnerabilidad externa de la economía mediante la búsqueda de nuevos mercados y productos.

Es necesario considerar también un aspecto muy importante en el desarrollo del sector no tradicional: la concesión de preferencias arancelarias al país; en este sentido, es vital mantener y ampliar el acceso preferente de nuestros productos a diferentes países para promover el desarrollo de distintos artículos de exportación, en especial de aquellos industrializados

La enorme cantidad de recursos con que cuenta el país, junto con una adecuada estrategia de apertura comercial que sea fruto del trabajo conjunto de los sectores público y privado, permitirá aumentar y diversificar las exportaciones no tradicionales.

Es necesario que el gobierno mantenga proyectos en donde involucre de primera mano la cooperación independiente, fomentando pesca, agricultura y ganadería, para ofertar la exportación de productos no tradicionales que tienen un gran potencial en los diferentes mercados del mundo. Para ser posible la generación de credibilidad del Ecuador en el mundo, es primordial construir con la colaboración de cada ciudadano, una imagen confiable, segura, sostenible en el tiempo, compatible con nuestra realidad y guiada por el Sector Privado.

# ANEXOS

Exportaciones (no incluye petróleo) / miles de dólares		
	ENE-JUN 2011 / VALOR \$ FOB*	ENE-JUN 2012 / VALOR \$ FOB*
<b>No petroleras</b>	<b>4.615.241</b>	<b>4.789.389</b>
<b>Tradicional</b>	<b>2.243.996</b>	<b>2.239.504</b>
Banano y Plátano	1.207.154	1.119.705
Camarón	571.078	630.404
Cacao y elaborados	246.941	208.662
Atún y pescado	125.098	166.978
Café y elaborados	93.724	113.756
<b>No tradicionales</b>	<b>2.371.245</b>	<b>2.549.885</b>
Enlatados de pescado	391.931	501.592
Flores Naturales	366.329	406.314
Otras manufacturas de metal	42.476	181.502
Químicos y fármacos	91.829	150.496
Extractos y aceites vegetales	209.220	175.420
Vehículos	180.879	125.605
Productos mineros	78.017	175.034
Manuf. de cuero, plástico y caucho	96.214	97.691
Madera	75.230	73.490
Jugos y conservas de frutas	83.595	63.726
Otras manuf. Textiles	90.053	52.513
Elaborados de banano	40.692	43.534
Harina de pescado	77.941	40.653
Maderas terciadas y prensadas	20.838	35.559
Fruta	26.820	25.307
Manuf. de papel y cartón	26.867	29.717
Tabaco en rama	21.002	23.791
Otros elaborados del mar	11.206	10.481
Abacá	5.880	8.819
Prendas de vestir de fibras textiles	11.509	9.858
Otros	320.716	318.764

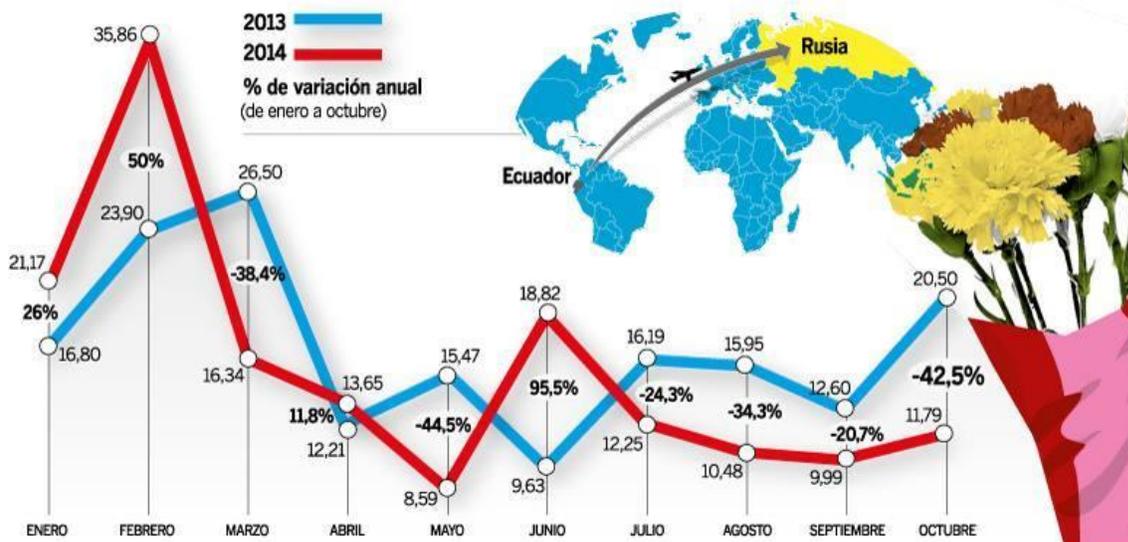


\*FOB (puesto a bordo)

Fuente: Banco Central del Ecuador

EXPRESO

## Evolución de exportaciones de flores a Rusia -en millones de dólares-



Fuente: BCE y Expoflores

EL UNIVERSO



### Producción, destino, características y cifras económicas que mueve la exportación de flores ecuatorianas

La situación geográfica de Ecuador permite contar con microclimas y una luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y típicamente verticales, botones grandes, colores sumamente vivos y larga duración de los pétalos.



120.000

Fuente de empleo directo e indirecto generados por el sector florícola

especialmente en las zonas de Capambe, Babahoyo, Duchincha, Compadre, Anaya.

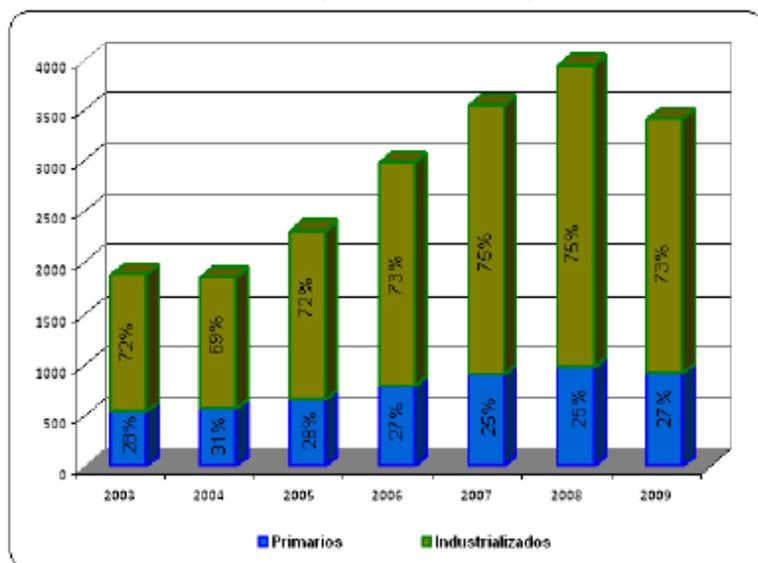
**PRINCIPALES PAÍSES COMPRADORES DE FLORES ECUATORIANAS**

- Estados Unidos
- Rusia
- Países Bajos
- Italia
- Canadá
- Ucrania
- España
- Alemania
- Chile
- Japón
- Kazajistán
- Francia
- Suiza
- Colombia
- Reino Unido
- Brasil
- Eslovaquia
- Argentina



## *Exportaciones No Tradicionales Ecuatorianas*

2003-2009  
 (Millones de dólares)



Las exportaciones no tradicionales del Ecuador en los últimos 7 años han mantenido una tendencia creciente, exceptuando el año 2009 se puede observar que ha existido un incremento anual promedio de 16%.

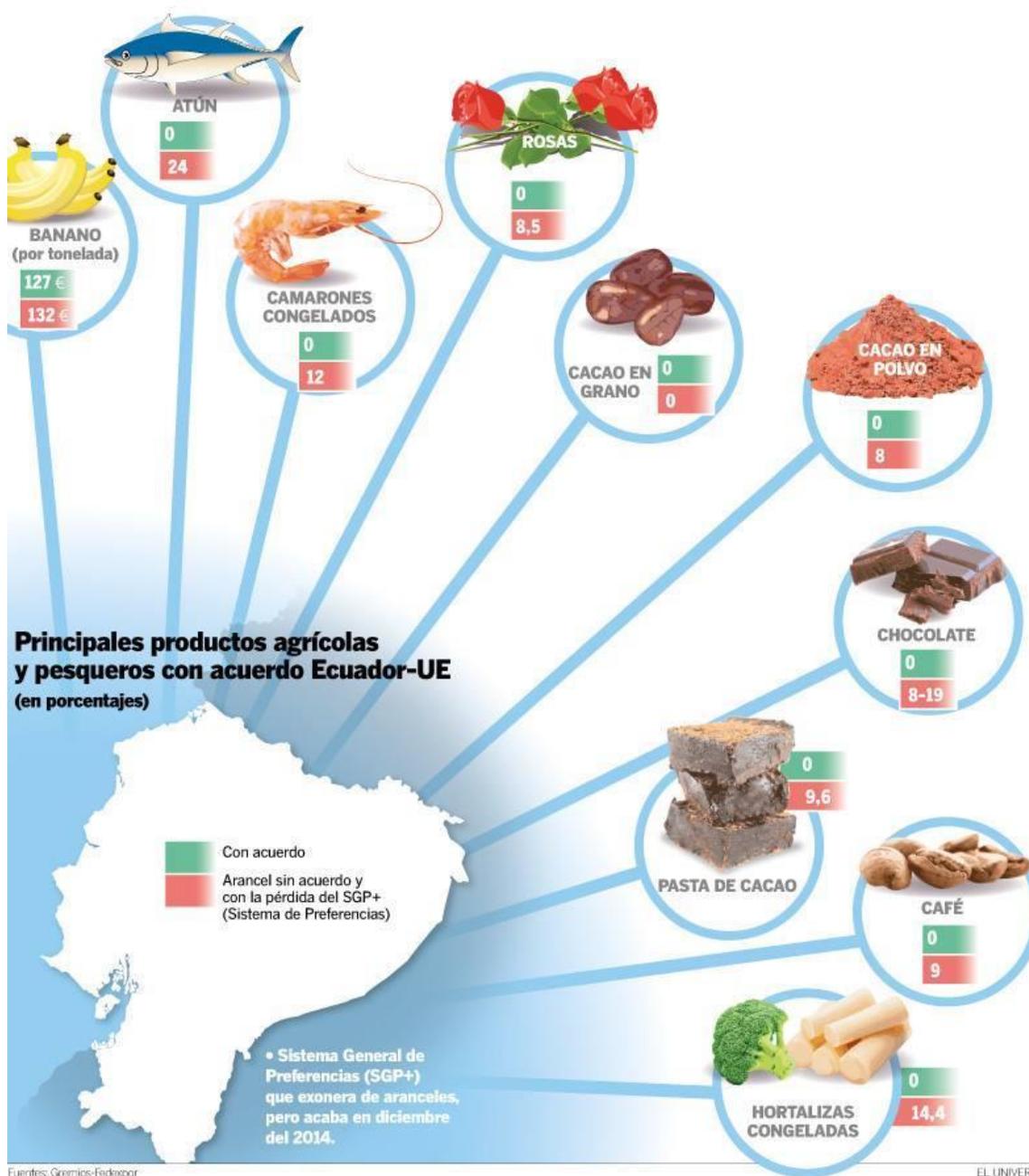
En el 2009 el valor FOB de exportación de este tipo de productos alcanzó los US\$ 3.411,91 millones de dólares, representando el 25% de las exportaciones totales del país.

**CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL**

¡Ser socio es un buen negocio!

Eduardo Peña Hurtado • Presidente

**BOLETÍN DE COMERCIO EXTERIOR**



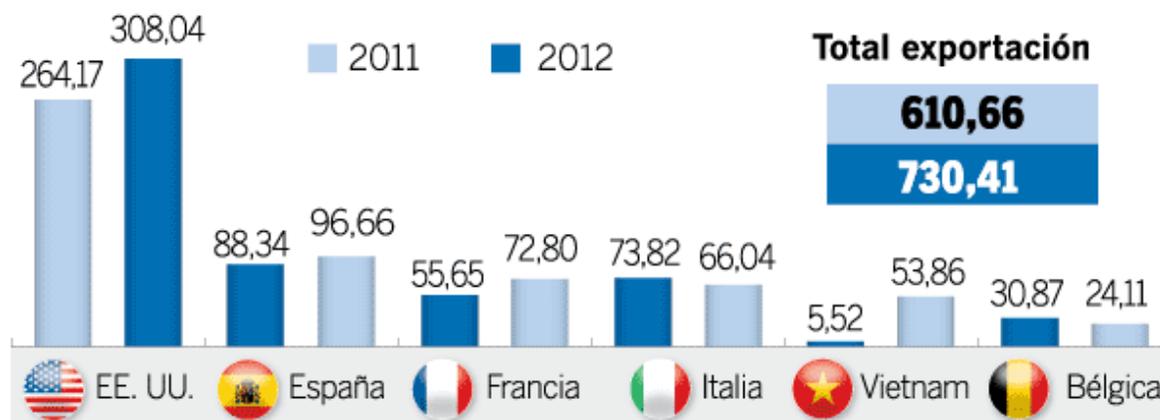
Fuentes: Gremios-Fedexpor



## Envíos de camarón A PRINCIPALES DESTINOS

-Entre enero y julio-

En millones de dólares



## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

	Volumen (t)		Valor (M€)	
	2012 (1)	2013 (2)	2012 (1)	2013 (2)
TÚNIDOS	70,7%	70,7%	62,6%	64,7%
MEJILLONES	8,1%	7,8%	8,3%	7,8%
SARDINILLAS	4,4%	4,3%	4,3%	4,0%
CABALLA	3,5%	3,8%	3,3%	3,3%
SARDINAS	2,6%	2,7%	2,2%	2,3%
ANCHOAS	2,6%	2,7%	6,7%	6,4%
CALAMARES	2,4%	2,5%	1,8%	1,8%
BERBERECHOS	2,2%	2,4%	5,7%	5,2%
MELVA	0,9%	0,8%	1,4%	1,3%
PULPO	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%
ALMEJAS	0,8%	0,6%	1,1%	0,9%
NAVAJAS	0,5%	0,5%	1,0%	0,8%
CHIPIRONES	0,2%	0,2%	0,5%	0,5%
ZAMBURIÑAS	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%
<b>Total</b>	<b>151.030</b>	<b>147.420</b>	<b>1.276,0</b>	<b>1.321,5</b>

(1) Periodo de 52 semanas concluido el 2 de diciembre de 2012.

(2) Periodo de 52 semanas concluido el 1 de diciembre de 2013.

Fuente: IRI

**Exportaciones (no incluye petróleo) / miles de dólares**

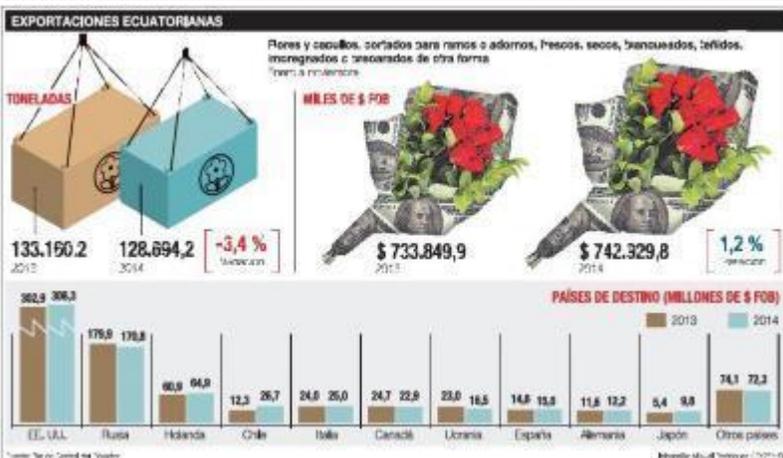
	ENE-JUN 2011 / VALOR \$ FOB*	ENE-JUN 2012 / VALOR \$ FOB*
<b>No petroleras</b>	<b>4.615.241</b>	<b>4.789.389</b>
<b>Tradicional</b>	<b>2.243.996</b>	<b>2.239.504</b>
Banano y Plátano	1.207.154	1.119.705
Camarón	571.078	630.404
Cacao y elaborados	246.941	208.662
Atún y pescado	125.098	166.978
Café y elaborados	93.724	113.756
<b>No tradicional</b>	<b>2.371.245</b>	<b>2.549.885</b>
Enlatados de pescado	391.931	501.592
Flores Naturales	366.329	406.314
Otras manufacturas de metal	42.476	181.502
Químicos y fármacos	91.829	150.496
Extractos y aceites vegetales	209.220	175.420
Vehículos	180.879	125.605
Productos mineros	78.017	175.034
Manuf. de cuero, plástico y caucho	98.214	97.691
Madera	75.230	73.490
Jugos y conservas de frutas	83.595	63.726
Otras manuf. Textiles	90.053	52.513
Elaborados de banano	40.692	43.534
Harina de pescado	77.941	40.653
Maderas terciadas y prensadas	20.838	35.559
Fruta	26.820	25.307
Manuf. de papel y cartón	26.867	29.717
Tabaco en rama	21.002	23.791
Otros elaborados del mar	11.206	10.481
Abacá	5.880	8.819
Prendas de vestir de fibras textiles	11.509	9.858
Otros	320.716	318.764



\*FOB (puesto a bordo)

Fuente: Banco Central del Ecuador

EXPRESO



4 | *ecuador posible* economía

Gonzalo Sánchez L.  
Colaboración: Centro de Estudios y Análisis

# Economía

y exportaciones  
no tradicionales



# Boletín de Análisis de Mercados Internacionales



**PRO ECUADOR**  
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES E INVERSIONES



2013

Inteligencia Comercial e Inversiones



## ANÁLISIS DEL SECTOR PESCA

Elaborado por:

Dirección de Inteligencia Comercial e  
Inversiones



**PRO ECUADOR**  
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES E INVERSIONES

<b>VOLUMEN DE ATÚN EN AGUAS NACIONALES E INTERNACIONALES</b>				
<b>Año</b>	<b>Aguas Nacionales</b>		<b>Aguas Internacionales</b>	<b>Total</b>
	<b>Costeras</b>	<b>I. Galapagos</b>		
2000	18,380	43,359	100,449	162,188
2001	5,586	15,907	118,727	140,220
2002	10,833	15,295	102,404	128,532
2003	35,121	26,395	114,585	176,101
2004	18,335	23,261	98,032	139,628
2005	16,316	24,491	115,812	156,619
2006	37,397	48,704	109,019	195,120
2007	3,843	19,105	123,814	146,762
2008	12,688	62,984	149,686	225,358
2009	6,238	41,755	141,123	189,116
2010	4,684	15,682	140,262	160,628
2011	7,069	44,924	187,639	239,632
2012	7,373	41,880	199,185	248,438
<b>Total</b>	<b>183,863</b>	<b>423,742</b>	<b>1,700,737</b>	<b>2,308,342</b>

Fuente: Instituto Nacional de Pesca, INP

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

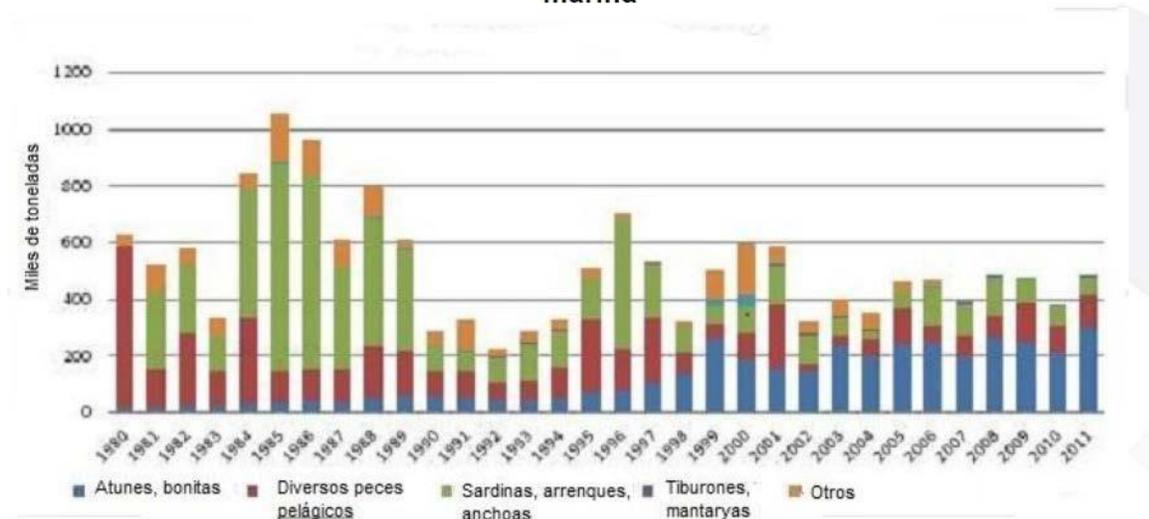
<b>Nombre Comercial</b>	<b>Especie</b>
Atún	Thunnus Albacares
Brotula rosada	Brotula Clarkae
Carita	Selene Peruviana
Corvina	Cynoscion Stolzmanni
Dorado	Coryphaena Hippurus
Merluza	Merluccius Gayi
Mero negro	Epinephelus Niphobles
Mero rojo	Epinephelus Acanthistius
Mojarra	Diapterus Peruvianos
Oilfish	Lepidocybium Flavobrunneum
Pampano	Prepilus Medius
Picudo	Sphyraena Ensis
Sierra	Scomberomorus Sierra
Tilapia	Oreochromis Niloticus
Wahoo	Acanthocybium Solandri

DATOS DE PRODUCCIÓN DE PESCA EN EL ECUADOR						
Miles de toneladas						
Años	1980	1990	2000	2009	2010	2011
<b>Producción</b>	<b>639.50</b>	<b>366.60</b>	<b>657.80</b>	<b>717.00</b>	<b>671.10</b>	<b>817.40</b>
Navegación fluvial	0.50	1.90	9.70	39.60	48.80	49.30
Marino	639.00	364.70	648.10	677.40	622.30	768.10
<b>Acuicultura</b>	<b>9.60</b>	<b>77.70</b>	<b>61.30</b>	<b>218.40</b>	<b>271.90</b>	<b>308.90</b>
Navegación fluvial	0.40	1.30	9.30	39.30	48.60	48.90
Marino	9.20	76.40	52.00	179.10	223.30	260.00
<b>Capturado</b>	<b>630.00</b>	<b>288.90</b>	<b>596.50</b>	<b>498.60</b>	<b>399.20</b>	<b>508.50</b>
Navegación fluvial	0.20	0.60	0.40	0.30	0.20	0.40
Marino	629.80	288.30	596.10	498.30	399.00	508.10

Fuente: FAO, Departamento de pesca y acuicultura

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

### Principales grupos de especies en la producción de la pesca de captura marina



Fuente: FAO, Departamento de pesca y acuicultura

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

## **Organizaciones gremiales del sector**

### **Cámara Nacional de Acuicultura**

La Cámara Nacional de Acuicultura agrupa y representa a personas naturales, jurídicas y asociaciones que se dedican a la reproducción, cultivo, procesamiento y comercialización de especies acuáticas, así como a quienes desarrollan actividades conexas<sup>2</sup>.

### **Asociación de Atuneros del Ecuador**

La Asociación de Atuneros del Ecuador, Atunec, tiene su sede en la ciudad de Manta provincia de Manabí, donde se concentra la principal flota de embarcaciones que capturan túnidos en el Océano Pacífico Oriental. Su misión es agremiar a los armadores atuneros para generar estrategias de trabajo asociativo y optimizar las operaciones de la flota atunera nacional.

### **Asociación de Exportadores de Pesca Blanca (ASO EXPEBLA)**

Esta asociación fue creada en 1994, su objetivo es velar por el desarrollo sustentable de sus empresas exportadoras asociadas, Las empresas socias de ASOEXPEBLA son: FRIGOLAB, GONDI, MARDEX, FRESMAR, PEFREXPORT, AGROL, PESNUSAN, LUBAR y FRIGOLANDIA. Son las más representativas del sector tomando en cuenta que juntas exportan alrededor del 70% de la pesca BLANCA del Ecuador.<sup>3</sup>

### **Centro Nacional de Acuicultura en Investigaciones Marinas**

Impulsar el desarrollo sustentable de la acuicultura y la biodiversidad marina en el Ecuador, a través de la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la capacitación y la difusión, propiciando un estrecho vínculo entre el Estado, el Sector Productivo y la Comunidad Académica.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR PESCA, AÑOS 2011 Y 2012						
VALOR FOB EN MILES USD						
PARTIDA	DESCRIPCION	2011	2012	ACUMULADO 2011-2012	TASA VARIACIÓN	% PARTICIPACIÓN 2012
1604141000	Atunes en conserva	557,833	821,168	1,379,001	47.21%	54.15%
1604200000	Las demás preparaciones y conservas de pescado	241,494	209,914	451,409	-13.08%	13.84%
2301201100	Harina de pescado con contenido de grasa superior a 2% en peso	117,151	113,439	230,590	-3.17%	7.48%
0304299090	Los demás filetes congelados no contemplados en otra parte	45,907	62,568	108,475	36.29%	4.13%
0303790090	Los demás pescados, excepto los hígados, huevas y lechas, no contempladas en otra parte	39,024	50,693	89,718	29.90%	3.34%
1604131000	Sardinias, sardinelas y espadines en salsa de tomate	47,602	50,283	97,885	5.63%	3.32%
0304990000	Los demás filetes y demás carne de pescado, no contemplados en otra parte	24,809	31,991	56,800	28.95%	2.11%
0302690090	Los demás pescados frescos o refrigerados, excepto los hígados, huevas y lechas, no contempladas en otra parte	23,360	27,285	50,645	16.80%	1.80%
1504201000	Aceite de pescado en bruto	10,872	22,814	33,686	109.85%	1.50%
0302310000	Albacoras o atunes blancos (thunnus alalunga) frescos o refrigerados	12,365	16,181	28,545	30.86%	1.07%
0303420000	Atun congelado de aleta amarilla	6,827	12,966	19,793	89.90%	0.86%
1604190000	Los demás pescados enteros o en trozos, excepto el pescado picado	11,402	11,528	22,930	1.10%	0.76%
0302670000	Peces espada frescos o refrigerados	9,625	11,184	20,809	16.19%	0.74%
1605200000	Camarones, langostinos y demás decápodos natantia preparados o conservados	8,278	11,135	19,414	34.51%	0.73%
0303390000	Los demás pescados planos congelados	10,044	8,567	18,611	-14.71%	0.56%
0303780000	Merluzas congelados	1,141	5,046	6,187	342.35%	0.33%
0304291000	Filetes congelados de merluzas (merluccius spp., urophycis spp.)	1,761	4,609	6,370	161.80%	0.30%
1604142000	Conservas de listados y bonitos	0	4,539	4,539	-	0.30%
0302320000	Atunes de aleta amarilla (rabiles)(thunnus albacares) frescos o refrigerados.	1,489	3,355	4,845	125.29%	0.22%
1604132000	Conservas de sardinias, sardinelas y espadines en aceite	2,459	3,154	5,613	28.25%	0.21%
	Los demás	28,910	33,956	62,866	17.45%	2.24%
	<b>TOTALES</b>	<b>1,202,355</b>	<b>1,516,376</b>	<b>2,718,730</b>	<b>26.12%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR PESCA, AÑOS 2011 Y 2012						
PESO EN TONELADAS						
PARTIDA	DESCRIPCION	2011	2012	ACUMULADO 2011-2012	TASA VARIACIÓN	% PARTICIPACIÓN 2012
1604141000	Atunes en conserva	122,577	152,100	274,677	24.09%	18.04%
2301201100	Harina de pescado con contenido de grasa superior a 2% en peso	89,491	92,472	181,963	3.33%	10.97%
1604200000	Las demás preparaciones y conservas de pescado	50,545	37,415	87,959	-25.98%	4.44%
0303790090	Los demás pescados, excepto los hígados, huevas y lechas, no contempladas en otra parte	26,068	31,059	57,127	19.14%	3.68%
1604131000	Sardinias, sardinelas y espadines en salsa de tomate	28,166	28,631	56,798	1.65%	3.40%
1504201000	Aceite de pescado en bruto	8,579	15,043	23,622	75.34%	1.78%
0304299090	Los demás filetes congelados no contemplados en otra parte	6,883	7,740	14,622	12.46%	0.92%
0303390000	Los demás pescados planos congelados	6,941	6,282	13,224	-9.50%	0.75%
1604190000	Los demás pescados enteros o en trozos, excepto el pescado picado	6,450	6,202	12,652	-3.83%	0.74%
0304990000	Los demás filetes y demás carne de pescado, no contemplados en otra parte	3,380	3,677	7,057	8.81%	0.44%
0302690090	Los demás pescados frescos o refrigerados, excepto los hígados, huevas y lechas, no contempladas en otra parte	3,361	3,650	7,011	8.60%	0.43%
0303420000	Atun congelado de aleta amarilla	2,930	3,936	6,867	34.33%	0.47%
2301209000	Las demás harinas, polvo y pellets de pescado	2,352	2,704	5,056	14.98%	0.32%
0303780000	Merluzas congelados	1,120	3,473	4,592	210.16%	0.41%
0303290000	Los demás salmónidos congelados, excepto los hígados, huevas y lechas	1,046	2,560	3,606	144.85%	0.30%
0304291000	Filetes congelados de merluzas (merluccius spp., urophycis spp.)	1,159	1,845	3,004	59.23%	0.22%
1605200000	Camarones, langostinos y demás decápodos natantia preparados o conservados	1,192	1,661	2,853	39.39%	0.20%
1604132000	Conservas de sardinias, sardinelas y espadines en aceite	1,227	1,533	2,761	24.92%	0.18%
0302310000	Albacoras o atunes blancos (thunnus alalunga) frescos o refrigerados	1,167	1,405	2,572	20.36%	0.17%
	Demás productos	10,277	12,107	22,385	-65.2%	52%
	<b>TOTALES</b>	<b>374,911</b>	<b>415,496</b>	<b>790,407</b>	<b>10.83%</b>	<b>100.00%</b>

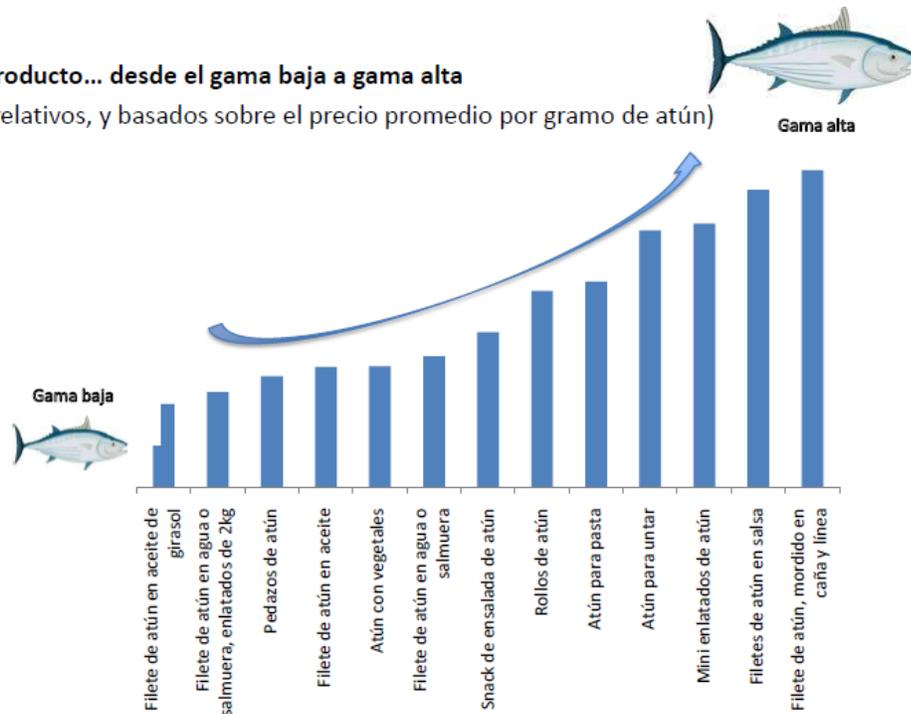
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES ECUATORIANOS DEL SECTOR PESCA		
RUC	RAZON SOCIAL	% PARTICIPACIÓN VALOR EXPORTADO 2012
0990007020001	Negocios industriales real N.I.R.S.A. S.A.	13.88%
1391700776001	Tecnica y comercio de la pesca C.A. tecopesca	10.14%
1390149219001	Eurofish S.A.	8.37%
0992132078001	Galapesca S.A.	8.17%
1790034305001	Seafman Sociedad ecuatoriana de alimentos y frigorificos Manta C.A.	8.11%
1390147186001	Marbelize S.A.	5.83%
1390050352001	Conservas Isabel ecuatoriana S.A.	5.72%
0990695520001	Industrial pesquera Junin S.A. Junsa	2.09%
0992283882001	Guayatuna S.A.	1.74%
0991313788001	Asiservy S.A.	1.71%
0990177732001	Industrial Valdivia Induval S.A.	1.71%
0990182086001	Empresa pesquera polar S.A.	1.53%
1391723318001	Oceanfish S.A.	1.41%
1791353463001	Corporacion conservera mundo marino peninsular comumap S.A.	1.36%
1390005713001	Industria ecuatoriana productora de alimentos C.A. inepaca	1.34%
1390013643001	industria de enlatados alimenticios Cia Ltda ideal	1.30%
1390140319001	Frigorifico y laboratorio san mateo, frigolab san mateo Cia. Ltda.	1.27%
1390040519001	Gondi s.a.	1.07%
0992185228001	Salica del ecuador s.a.	1.06%
1391730845001	Productos perecibles y mariscos propemar s.a.	1.04%
1391744064001	Pespesca S.A.	1.03%
1390073891001	Transmarina C. A.	1.02%
1390097677001	Mardex mariscos de exportacion S.A.	0.85%
0992339055001	Siquality S.A.	0.75%
0991469095001	Tadel S.A.	0.72%
	Los Demás	16.80%
	<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

### Categorías del producto... desde el gama baja a gama alta

(los valores son relativos, y basados sobre el precio promedio por gramo de atún)



### Tendencias

El líder del mercado es Saupiquet (participación del 25-35%). El rango de productos de Saupiquet y las presentaciones del producto reflejan la mayoría de las tendencias del mercado alemán:

- Demanda más alta para los productos de conveniencia ●●●
- Más atención para la cocina/comida mediterránea ●●●
- (Salud) consciencia entre los consumidores ●●●
- Demanda creciente para los productos sin conservantes (se aplica al atún con ingredientes añadidos como salsa o vegetales) ●●
- Tamaño más pequeños de empaques (Ej.: 2 mini enlatados de 80 gramos en un paquete) ●●●
- Demanda creciente para el atún capturado sosteniblemente ●●● *Continúa en la siguiente diapositiva*



## SECCIÓN UNO – DESCRIPCIÓN DE MERCADO

### Tendencias - continuación

- Demanda creciente para el atún capturado sosteniblemente
  - Más del 40% de los consumidores comprarían más pescado si fueran capturados de una manera sostenible
  - El primer enlatado de atún sostenible fue introducido a principios de 2012 por Followfish. Seguido por Saupiquet en septiembre, 2012; y John West en noviembre, 2012
  - La tendencia de eco- etiqueta es usada para añadir valor (refiere a [‘categorías del producto’](#))
  - Especialmente en el canal minorista, poco en el canal de servicio de alimenticio

### Productos de atún capturado sosteniblemente en el mercado alemán

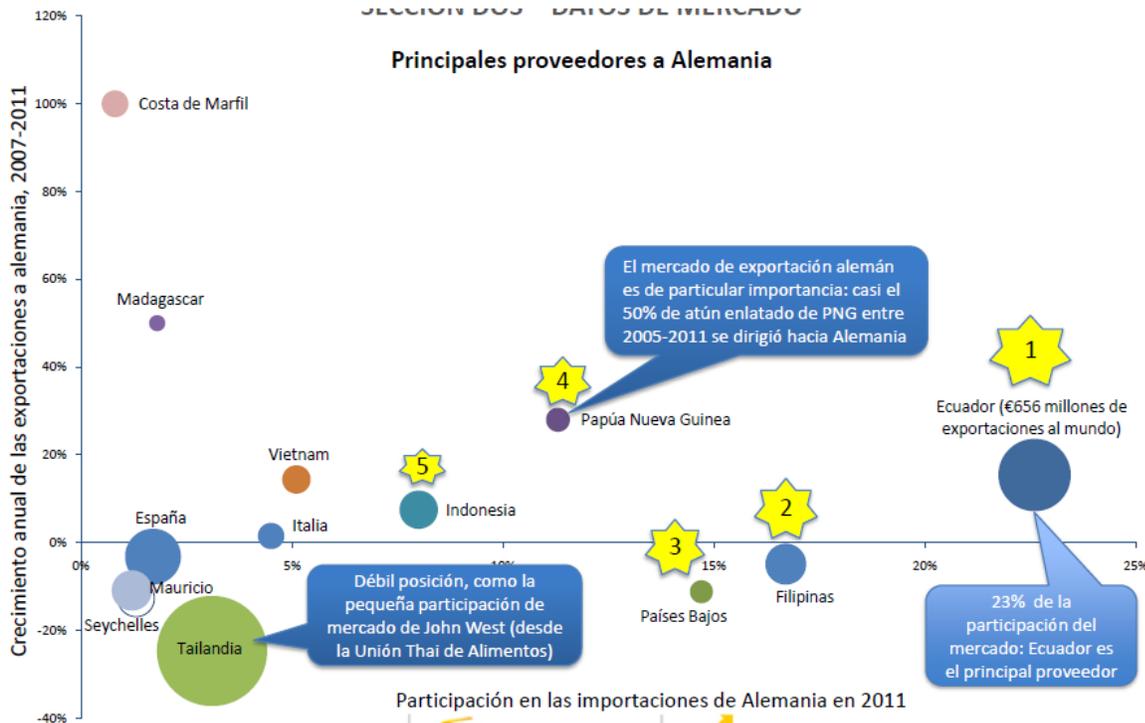


### Logos de certificación en el mercado alemán

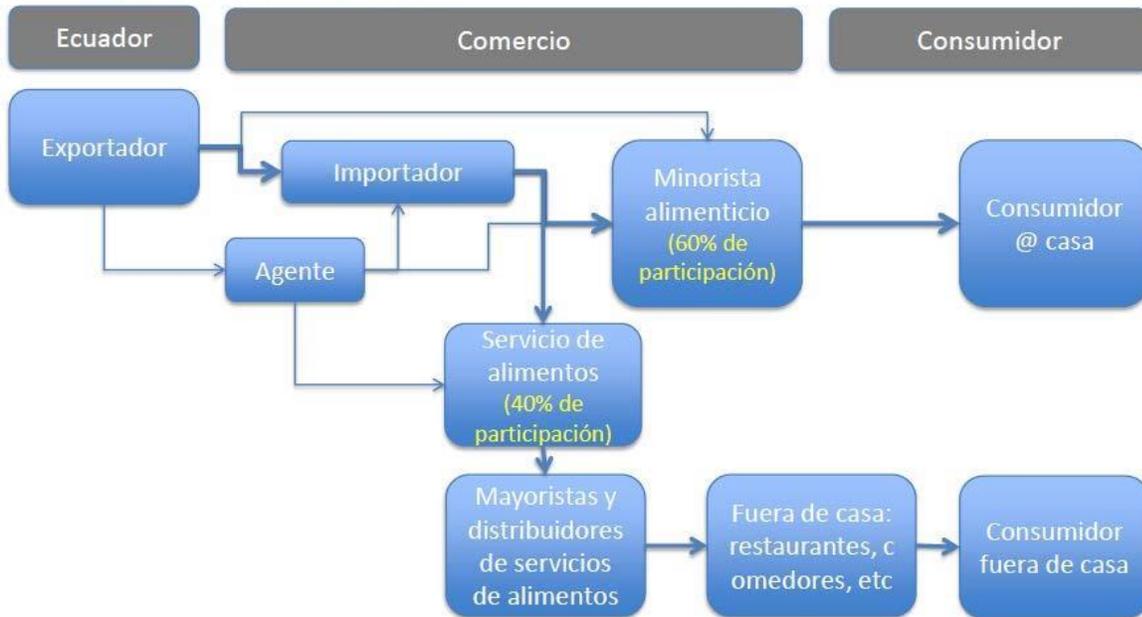


## SECCIÓN DOS – DATOS DE MERCADO

### Principales proveedores a Alemania

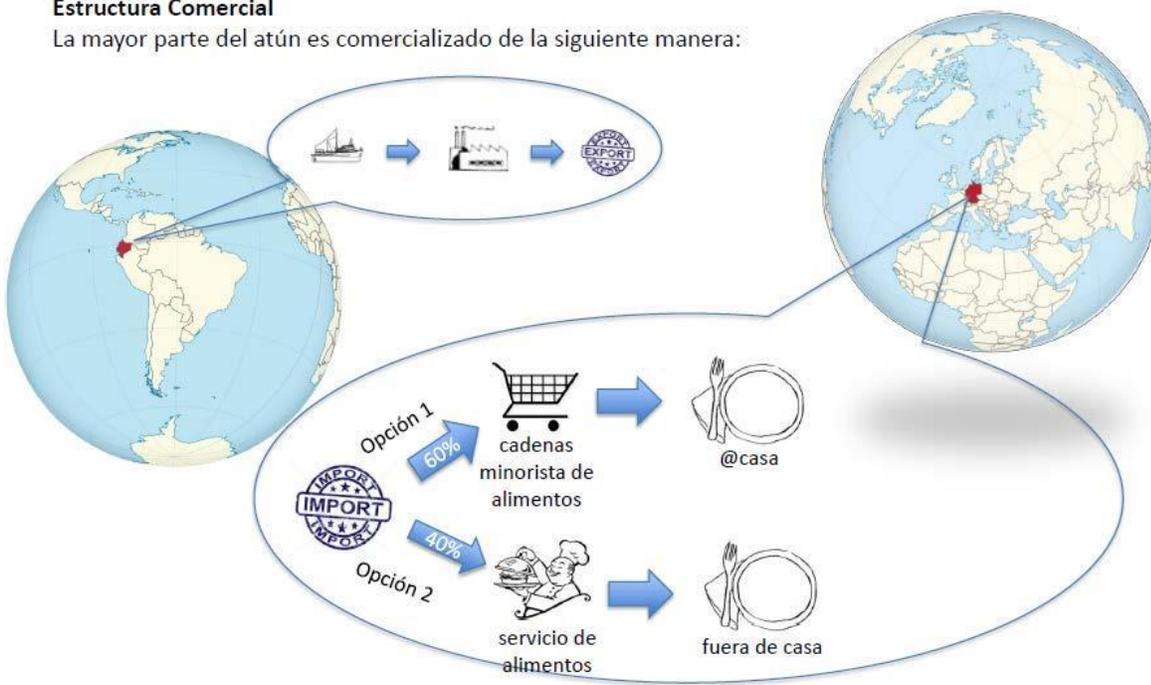


**Estructura comercial – modelo clásico**



**Estructura Comercial**

La mayor parte del atún es comercializado de la siguiente manera:



### Importadores

- La mayor parte del atún importado a Alemania es comercializado por importadores. La mayoría de los importadores venden tanto a minoristas de alimentos como a canales de servicio de alimentos
- Ellos se encargan de los trámites de importación, obtienen la propiedad y compartirán información del producto y los requerimientos de mercado y tendencias
- Alemania cuenta con muchos importadores de atún enlatado. Referirse a [esta lista larga](#) o a la siguiente diapositiva

**Cuadro: Principales tipos de clientes de los importadores alemanes y productos relacionados**

Tipo de consumidores	Ejemplos de productos
<p>Cadenas minoristas de alimentos</p> 	<p>Paquetes del consumidor</p> 
<p>Mercado de servicio de alimentos</p> <p>(elatados de atún compiten algunas veces con lomos de atún cocidos, pero estos tienen menor durabilidad)</p>	<p>Enlatados de 1,5-2,0 kg</p> <p>(ofrecer enlatados más grandes podrían ser una oportunidad de mercado)</p> 

## **BIBLIOGRAFIA**

[www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-atun-enlatado-en-alemania/](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-atun-enlatado-en-alemania/)

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/ENElow.pdf>

[http://www.ecuadorexplorer.com/html/government\\_and\\_economy.html](http://www.ecuadorexplorer.com/html/government_and_economy.html)

<http://www.wsws.org/articles/2000/jan2000/ecua-j13.shtml>

INP Instituto Nacional de Pesca, Guayaquil (Ecuador)

<http://www.bartleby.com/65/ec/Ecuador.html>

<http://www.vivecuador.com/html2/eng/culture.htm>

<http://www.goecuador.com/ecuador-general-info/ecuador-economy2.html>

[http://www.sica.gov.ec/agronegocios/nuevas%20agroexportaciones/panorama/panorama\\_nt](http://www.sica.gov.ec/agronegocios/nuevas%20agroexportaciones/panorama/panorama_nt)

[http://www.workmall.com/wfb2001/ecuador/ecuador\\_history\\_introduction.html](http://www.workmall.com/wfb2001/ecuador/ecuador_history_introduction.html)

<http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate745.htm>

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=./documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Apuntes/>

<http://www.ccq.org.ec/documents/RC93.pdf>

<http://www.ccq.org.ec/documents/RC93.pdf>

<http://www.ccq.org.ec/documents/RC93.pdf>, in this table we can watch the maintained increase of the industrialized nontraditional product exports

<http://www.sica.gov.ec/ingles/>

The Importance of public-private organizations which plan and develop an image and country brand”

A paper prepared by Mr. Diego Mosquera Manager, Quito Office Corporation for the Promotion of Export and Investment (CORPEI)

The Importance of public-private organizations which plan and develop an image and country brand”

El Estado y la Agricultura no Tradicional de Exportación en América Latina:Resultados y Lecciones de Tres Estudios de Casos Octavio Damiani

Exportaciones no tradicionales latinoamericanas.Un enfoque no tradicional

Valentine Kouzmine

<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>

<http://www.ecuadorexporta.org>

[http://www.sica.gov.ec/ingles/agro%20oportunidades/docs/business\\_op/panorama/panorama\\_nt](http://www.sica.gov.ec/ingles/agro%20oportunidades/docs/business_op/panorama/panorama_nt).

<http://www.iniap-ecuador.gov.ec/>

<http://www.sica.gov.ec/ingles/comercio/index.html>

<http://www.sica.gov.ec/ingles/comercio/index.html>

[http://eeas.europa.eu/delegations/ecuador/documents/press\\_corner/20110222\\_relacionesue\\_ecuador\\_es.pdf](http://eeas.europa.eu/delegations/ecuador/documents/press_corner/20110222_relacionesue_ecuador_es.pdf)

<http://www.p2pays.org/ref/22/21996.pdf>

A paper prepared by Mr. Diego Mosquera Manager, Quito Office Corporation for the Promotion of Export and Investment (CORPEI)

[http://www.sica.gov.ec/ingles/agro%20oportunidades/docs/business\\_op/panorama/comuneu.html](http://www.sica.gov.ec/ingles/agro%20oportunidades/docs/business_op/panorama/comuneu.html)

[http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/fruitveg/infopack\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/fruitveg/infopack_en.pdf)

[http://ec.europa.eu/trade/issues/bilateral/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/trade/issues/bilateral/index_en.htm)

<http://www.comunidadandina.org/ingles/normativa/D598e.htm>

<http://www.corpei.org/FrameCenter.asp?Ln=SP&Opcion>

<http://www.corpei.org/FrameCenter.asp?Ln=SP&Opcion>

Gonzalo Sánchez L.

*Colaboración: Centro de Estudios y Análisis*

Economía y exportaciones no tradicionales *ecuador posible economía* (1995b), Análisis de la competitividad de los productos agrícolas y agroindustriales en Colombia, Ecuador, Perú, El Salvador y Guyana (LC/R.1603), Santiago de Chile, 12 de diciembre

(1998), *Anuario estadístico de pesca. Estadística de pesca. Productos, 1996*, vol. 83, Roma.

FAO/GLOBEFISH (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

(1999), *GLOBEFISH Highlights*, N 2, 15 de junio

(1996), “Directorio de Exportadores de Productos Pesqueros de América Latina y el Caribe: 1997”,

Montevideo, noviembre.

Larach, María Angélica (1999), *Las barreras medioambientales a las exportaciones latinoamericanas de*

*camarones*, serie Comercio internacional, N 10 (1999), Santiago de Chile, octubre.

Publicación de las

Naciones Unidas, N° de venta: S.99.II.G.45.

Márquez, R. y otros (1986), *Actividad camaronera en el Ecuador*, Quito, Instituto Latinoamericano de

<http://www.bce.fin.ec>

<http://www.proecuador.gob.ec>

<http://www.elcomercio.gob.ec>

<http://www.fedexport.gob.ec>

<http://www.ecuadorenaccion.wordpress.com>

<http://www.lospaises.ar>

<http://www.bartleby.com>

<http://www.viveecuador.com>

<http://www.geoecuador.com>

<http://www.corpei.org>

<http://www.eluniverso.com>

<http://www.eclac.org>

<http://www.hochschuleworms.de>

<http://www.ccq.org.ec>

<http://www.aduana.gob.ec>

<http://www.sica.gov.ec>

<http://www.eeas.europa.eu>

<http://www.youtube.com.watch>

<http://www.gestion.pe>

<http://www.gestion.ec>

<http://www.ustr.gov>