

A la búsqueda de nuevos mercados

< POR LEISA SÁNCHEZ >

El sector exportador ecuatoriano tiene grandes perspectivas de incursionar en nuevos mercados, llevando no solo productos tradicionales, sino también diversificando el "portafolio" con frutas exóticas, mariscos, artesanías y artículos de madera.

Esa es la visión estratégica que ofrece un Directorio de Importadores del mundo elaborado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei).

La perspectiva es que 1.699 empresas exportadoras del país, así como potenciales vendedores y productores puedan acceder a esta útil herramienta de información compilada en un CD, explica **Karina Nogales**, analista del Centro de Información Comercial de Corpei.

El directorio se compiló con la colaboración de las Oficinas Comerciales de ese organismo en el exterior y en diciembre pasado se lanzó la primera edición del CD, la cual se prevé actualizar trimestralmente.

El Directorio de Importadores incluye datos sobre nuevos compradores en los mercados internacionales y perfiles por países, así como los productos de exportación y los principales mercados de Ecuador en el exterior.

Corpei, que además publicó un *Directorio de Exportadores Ecuatorianos*, sacará próximamente un CD con herramientas para la exportación con el cual se espera fomentar la cultura exportadora en nuestro país y poner al alcance

del usuario toda la información necesaria para estudiar potenciales mercados internacionales de exportación.

Nuevas oportunidades en Europa

España resulta uno de los destinos más atractivos para explorar nuevas oportunidades. En ese país, destaca

Corpei, los productos tradicionales de los sectores agropecuario, industrial y del mar han tenido relevancia en las ventas, pero se presentan nuevas oportunidades para ingresar artesanías, calzado de cuero, muebles tallados y frutas exóticas como aguacate, piña, papaya, limón, tomate de árbol y mango.

Bélgica es otra de las plazas en el viejo continente con potencial para colocar productos no tradicionales como son las alcachofas congeladas y en conserva, las artesanías, caracoles, mango, frutillas, sandías y piñas, espárragos, hierbas medicinales, el palmito, filetes de pescado y artículos textiles como sábanas, manteles y ropa de bebé.

Por lo general, los europeos compran banano, camarón, atún, café, cacao, frutas, jugos y concentrados, tabaco, rosas, coliflor, brócoli y madera.

Suiza, por ejemplo, además de productos agrícolas, adquiere chapados de plata sobre metal, antibióticos, discos y cintas para sonido, algas, semillas y esporas para la siembra,

plantas medicinales y complementos de vestir y prendas de lana.

Otro mercado es **Eslovaquia**, en el caso de productos minerales, agroindustriales y agrícolas, mientras en Letonia las oportunidades se presentan para el petróleo, café, madera, pescado congelado, hortalizas, legumbres, bano, jugos de frutas y confecciones.

En cuanto a **Italia**, además de bano, conservas de pescado, camarones y rosas, también llegan barcos y otros artefactos flotantes, tagua, piñas, panela, palmito y langosta.

Francia, en cambio, ofrece posibilidades de incrementar las ventas de pescados y camarones, maderas, concentrados, artesanías, rosas, frutas y hortalizas, cacao y café.

Al otro lado del globo

En **Australia**, los ecuatorianos pueden tener ventajas competitivas, aprovechando que los recursos agropecuarios similares a los nacionales se producen sólo en determinadas épocas del año. Las mejores opciones para incursionar radican en la madera,

sombreros de paja toquilla, papel, cartón, confites, atún, camarón, artículos de cuero y artesanías.

Por su parte, en Asia, **Taiwán** es un mercado potencial para los productos del mar destacándose que en 2003 un 75% de las importaciones de ese país asiático correspondieron a ese rubro, especialmente moluscos y harina de pescado, y en menor cuantía camarones, grasas y acei-



tes de pescado, sardinas y filetes de pescado. La proyección es colocar también madera y sus manufacturas, tagua, café y cacao.

Ecuador puede exportar una amplia gama de productos a **China** teniendo como referencia que las importaciones de esa nación se centran en productos industriales, pesqueros, agroindustriales y tecnológicos.

Corea del Sur demanda petróleo y sus derivados, botones, frutas frescas y preparadas, minería no metálica, confitería, agua mineral, natural o artificial, desperdicios y desechos de cobre y aluminio, pimienta, coliflor y brócoli, cueros curtidos o secos.

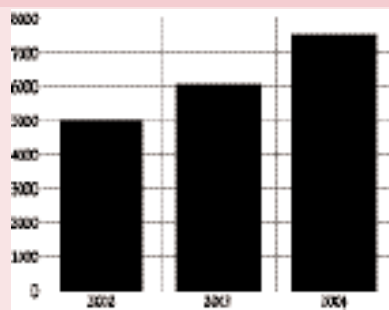
Lo más relevante en América

Canadá: es un mercado no explotado en su total magnitud y hay condiciones favorables para los productos agroindustriales. Los más vendidos son las rosas, la madera moldurada, palmitos, mango y harina de pescado.

Panamá: es el cuarto destino más importante en el continente americano, detrás de Estados Unidos, Perú y Colombia. Ecuador puede exportar productos minerales, medicamentos, confecciones, madera, fregaderos y cocinas.

México: el principal producto que se exporta allá es la nafta disolvente, seguido por maderas y sus distintas presentaciones, aceite, atún en conserva y pescado congelado, cacao, vajillas, algunas confecciones y confitería.

EXPORTACIONES 2002-2003-2004
(EN MILLONES DE DÓLARES)



FUENTE: BANCO CENTRAL

ECUADOR Y EL MUNDO

Estados Unidos es el principal socio comercial del país, con compras de crudo, aceites crudos de petróleo, banano, flores, crustáceos, atún, nafta, cacao y sus derivados, conservas de pescado y atún, entre otros.

El resto de destinos de importancia son la Unión Europea (UE), la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela) y Asia.

El petróleo es el rubro líder tradicional de exportación, al que se suma la comercialización de banano, camarón, atún, flores naturales, café, cacao, madera, fibra de abacá, enlatados de pescado, productos químicos y farmacéuticos, y manufacturas de cuero, plástico y caucho.

Según un estudio de Corpei, los productos que tienen grandes posibilidades de ingresar o incrementar su presencia en el mercado azteca son el cacao y sus preparaciones, neumáticos de caucho, pimienta, productos plásticos, estacas para rosales, sombreros de paja toquilla, concentrado de maracuyá, camisas y camisetas de algodón, grasas y aceites vegetales, herramientas y aparatos eléctricos y productos forestales.

Chile: los productos de reciente ingreso son las medias panty, chifles de banano, calcetines de fibras sintéticas y limón. Es un mercado potencial para la venta de materiales de construcción, automáticos para vehículos, maderas, conservas de pescado, vegetales, medicamentos, artesanías, tagua, frutas tropicales, textiles, pimienta, cueros y sombreros de paja toquilla.

Bolivia: como socio andino constituye "una ventana comercial" para la venta de camarón, tubos de aluminio, cacao en polvo, cocinas, estufas, cal-

En los últimos años se ha impulsado la diversificación de la oferta exportadora, destacándose la salida de brócoli, piña, mango, melón, fresas, limón, palmito, té negro, maíz duro, langostinos, espárragos y bovinos.

De otro lado, en el rubro de productos no tradicionales industrializados recibieron un mayor impulso el oro en bruto, jugos de frutas, aceites, confites, cartón, papel, botones de tagua y vehículos, entre otros.

La balanza comercial en 2004 registró un superávit de \$ 260,2 millones, el primero en cuatro años, gracias al incremento de las exportaciones que sumaron \$ 7.552,8 millones. En ese año, las importaciones registraron \$ 7.292,5 millones.

Ecuador es importador por excelencia de bienes de consumo, materias primas (agrícolas, industriales y materiales de construcción) y bienes de capital.

deras, cajas, sacos, bolsitas, cucuruchos y envases de papel, cartón, celulosa, cartonajes de oficina, refrigeradores y otros aparatos para la producción de frío, medicamentos y prendas de vestir.

Brasil: el Ecuador tiene ventajas a través de acuerdos de complementación económica y de preferencias arancelarias que permiten colocar productos pesqueros, frutas, mantecas, cacao, chocolate y bombones, confitería y caramelos, mermeladas, palmitos, aceitunas, espárragos, camarones, melones, hortalizas, grasas y aceites.

Colombia: los productos alimenticios son los que mayor éxito podrían tener en este mercado.

Venezuela: el Ecuador podría vender su amplia gama de productos agrícolas e industriales, particularmente la soya, aprovechando las ventajas del libre comercio entre ambos países en el marco de la Comunidad Andina de Naciones. 