

# ¿Cerrar la puerta del comercio con los mejores socios?

< POR ESTEFANÍA PROAÑO >

Mucho se ha discutido sobre la apertura comercial, si es “buena” o “mala” o si, en lugar de crear oportunidades en nuevos mercados, daría paso a una competencia desigual que terminaría perjudicando al país.

El debate otras veces se ha vuelto más político que económico, más dogmático que técnico, sobre con quién “sí” debemos comerciar, porque son “aliados” del Ecuador *versus* con quién “no” debemos comerciar, porque son sus “enemigos”.

Pero se ha hablado poco de los acuerdos comerciales como una herramienta y no como un fin. La decisión de abrir un camino comercial y su aprovechamiento debe estar influenciada por la búsqueda del bienestar para todos los ecuatorianos.



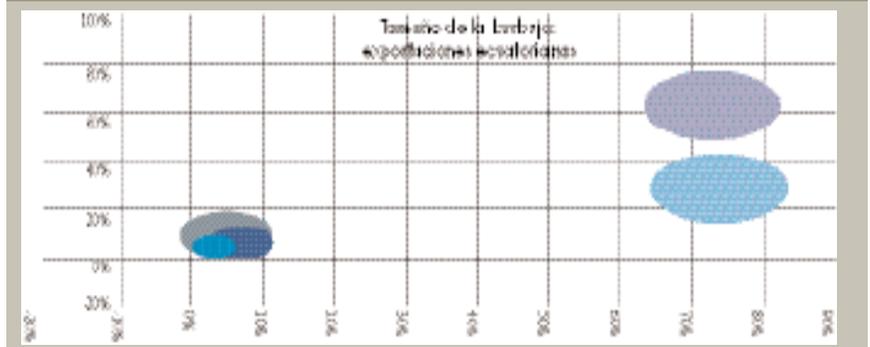
Así, uno de los factores que deben considerarse al abrir la economía ecuatoriana a otros países es la complementariedad comercial que se tendría con el socio potencial. El centro de estudios Cordes ha actualizado, desde el año 2004, un estudio sobre complementariedad económica, cuyo objetivo es determinar con qué países tiene el Ecuador un mayor potencial comercial.

El estudio consiste en analizar la complementariedad comercial por balanzas comerciales parciales (*Recuadro*), con lo cual se busca establecer qué productos, en los que el Ecuador mantiene un superávit comercial (exporta más de lo que importa), corresponden a déficits en otros países (importan más de lo que exportan). De esta manera, se puede clasificar a los socios comerciales del país según su interés por los productos que exporta el Ecuador o, en otras palabras, según cuán buenos clientes potenciales serían para el Ecuador.

Al hacer el cálculo inverso, es decir, estimar cuánta necesidad tiene el Ecuador de los productos de otros países, se puede medir cuán buen cliente es el país de lo que ellos producen. El *Gráfico* presenta los índices de complementariedad por montos entre el Ecuador y los países de la CAN (Colombia, Perú, Bolivia, Venezuela), los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay), los países del TLC de América del Norte (EEUU, México, Canadá), los países centroamericanos (Panamá, Nicaragua, Guatemala, Rep. Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Honduras), Chile y la Unión Europea (UE) como bloque de 27 países.

En cuatro años consecutivos el estudio de complementariedad recalca la importancia que EEUU y la Unión Europea tienen para el Ecuador, tanto como clientes como proveedores. Los países del Mercosur con el que el Ecuador tiene un Acuerdo de Complementación económica paradójicamente no muestran un grado importante de complementariedad. Por ejemplo, Brasil es uno de los mayores proveedores pero un cliente moderado; en otras palabras, es

COMPLEMENTARIEDAD  
(EXPORTACIONES NO PETROLERAS)



FUENTE: BCE.

un país que ofrece mucho de lo que necesita el Ecuador y necesita poco de lo que éste le ofrece. Argentina es una economía bastante más complementaria, en tanto que representa el mayor mercado de destino de las exportaciones ecuatorianas al Cono Sur.

Perú y Colombia resultarían ser mejores proveedores que clientes, sobre todo Colombia, a diferencia de Venezuela que sería mejor cliente que proveedor. Chile es otro de los principales destinos de las exportaciones del Ecuador y gran proveedor de sus importaciones, así que con ese país el grado de complementariedad es bastante importante. Otro mercado interesante es República Dominicana con el cual, a pesar de ser mejor proveedor que cliente, la cantidad de exportaciones petroleras en 2006 fue mayor que a Bolivia.

Desde julio de 2008, con motivo de la apertura de las oficinas comerciales entre el Ecuador y la República Islámica de Irán (hacia donde el presidente de la República **Rafael Correa** viajó durante las fiestas de Quito), se ha empezado a explorar las potencialidades comerciales entre los dos países con el fin de lograr una apertura hacia nuevos mercados. El estudio de complementariedad evidencia que en 2006 y 2007 el Ecuador no exportó nada hacia Irán, y analizando al mercado iraní como una nueva oportunidad de comercio resulta que el Ecuador sería mejor cliente que proveedor para Irán. Esto significa que el Ecuador tiene más posibilidad de ampliar sus importacio-

### CUÁL ES LA METODOLOGÍA

Los índices de complementariedad se han calculado con la información de exportaciones e importaciones no petroleras de cada uno de los países analizados, definiendo "producto" a las partidas hasta seis dígitos. El petróleo se ha excluido del análisis, puesto que es un producto cuya comercialización no se vería afectada por los posibles acuerdos comerciales. Luego de calcular los saldos comerciales de cada producto, se determinó el índice de complementariedad ponderando aquellos productos superavitarios para un mercado y deficitarios para el otro por el monto de exportaciones de cada país.

nes desde Irán que sus exportaciones hacia Irán.

En contraste con la lejanía del mercado de Irán, la cercanía del mercado de la Comunidad Andina de Naciones permite vislumbrar la posibilidad de ampliar el comercio con los países vecinos (ver artículo "La CAN, un mercado que merece atención" de **Vicente Albornoz** y **José Hidalgo**) que, además, presentan índices de complementariedad más altos.

Del análisis realizado se puede concluir que al Ecuador le conviene negociar un acuerdo comercial con países que muestran mayor grado de complementariedad. Sin embargo, por falta de políticas claras y diferencias internas se han truncado dos acuerdos que estaban en proceso de negociación con los mejores socios comerciales del país: EEUU y la Unión Europea.

\* Investigadora de Cordes.

# La CAN: un mercado que merece atención

< POR VICENTE ALBORNOZ\*  
Y JOSÉ HIDALGO\*\* >



**E**n 1993, Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela acordaron crear una zona de libre comercio, a la que Perú se incorporó a partir de agosto de 1997. La liberalización comercial provocó que las exportaciones del Ecuador hacia sus socios andinos pasaran de \$ 290 millones en 1993 a más de \$ 2.850 millones en 2007 (*Cuadro 1*). Aunque buena parte de

este crecimiento estuvo ligada al dinamismo de las exportaciones petroleras, cuyo principal destino ha sido Perú, las exportaciones no petroleras ecuatorianas hacia la CAN crecieron a una tasa promedio anual de 17,9% entre 1993 y 2007.

En 2007, Perú fue el principal socio comercial andino del Ecuador, producto sobre todo de las exportacio-

nes petroleras hacia ese país, que representaron 88% de las ventas ecuatorianas hacia el vecino del sur. En cuanto a exportaciones no petroleras hacia Perú, han tenido un crecimiento durante 1997-2007 de 14,3% anual, reflejando la integración de ese país a la zona de libre comercio y la ampliación de las relaciones bilaterales como consecuencia de la firma de la paz.

Colombia es el principal destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras dentro de la CAN, con un crecimiento de 14,3% anual, entre 1993 y 2005. El petróleo y sus derivados —sin considerar el contrabando, que no es materia de estudio del presente artículo— representan una porción marginal de las exportaciones hacia Colombia, lo que reduce el riesgo de una caída brusca de las exportaciones hacia el vecino del norte, considerando la alta volatilidad de los precios del crudo.

Venezuela ha sido el mercado andino más dinámico para las exportaciones ecuatorianas. A pesar de su retiro en 2006, el crecimiento observado de 38,1% anual de las exportaciones hacia Venezuela (que tampoco dependen del petróleo) no tiene por qué desacelerarse, debido a que el artículo 135 del Acuerdo de Cartagena establece que “el país que denuncie dicho instrumento debe mantener en vigencia, al menos durante cinco años, el programa de liberación comercial que regula la zona de libre comercio entre los países andinos”.

Bolivia, finalmente, pese a su dinamismo como mercado importador de productos ecuatorianos, sigue siendo un socio con un peso limitado en nuestro comercio exterior.

### La CAN como un todo

Más allá del dinamismo mostrado de las exportaciones ecuatorianas al mercado andino, es necesario evaluar el peso de la CAN como bloque de destino, dentro de las exportaciones totales del país.

En 2007, la CAN abarcó 15% de las exportaciones ecuatorianas totales o cerca de 19% si se deja de lado el petróleo. Más aún, la CAN es el principal destino de algunos productos con montos de exportación significativos: el Cuadro 2 presenta una lista de productos relevantes —primarios, elaborados e industriales— para los cuales el mercado andino representa entre 30% y 100% de las exportaciones ecuatorianas.

Es posible determinar qué provin-

cias son las que dependen en mayor medida del mercado andino, es decir, dónde se ubican los exportadores de los productos que tienen como principal destino a la CAN (tomando en cuenta los dos primeros dígitos del RUC de los exportadores de dichos productos). Desde esta perspectiva, la mayor parte de dichos productos tiene como origen a Pichincha, Guayas, Azuay y Manabí.

Con un mayor nivel de detalle, el Cuadro 3 presenta las provincias donde están ubicados los mayores exportadores, en el año 2005, de ciertos productos, considerando únicamente las ventas hacia los países andinos. Pichincha, por ejemplo, concentra las exportaciones hacia la CAN de camionetas, automóviles y chicles, y tiene una participación importante en otros productos como textiles y confecciones, aceite de palma, barras y perfiles de aluminio y láminas de plástico.

### El área andina como área de aprendizaje para nuestras exportaciones

Un análisis por subpartida permite observar que las exportaciones ecuatorianas hacia la CAN tienen una naturaleza distinta que las exportaciones hacia el resto del mundo, si se las clasifica por la posición comercial neta del país por producto. En otras palabras, para cada una de las subpartidas que conforman las exportaciones no petroleras del Ecuador, se puede calcular si el país es superavitario (exporta más de lo que importa) o deficitario (importa más de lo que exporta). Entonces, se puede observar que las exportaciones a los países más desarrollados (Europa, EEUU, etc.) suelen ser casi exclusivamente de productos en los cuales el Ecuador es superavitario (Cuadro 5). Mientras tanto, las exportaciones a los países de la CAN están compuestas, en

CUADRO 1  
EXPORTACIONES DEL ECUADOR HACIA LA CAN  
(\$ MILLONES FOB)

	1993		1997		2007		Crec. anual 93-07	
	Totales	No petroleras	Totales	No petroleras	Totales	No petroleras	Totales	No petroleras
Bolivia	1,6	1,6	5,6	5,6	13,4	13,4	19,6%	19,6%
Colombia	147,2	147,2	355,5	355,5	739,6	735,4	14,4%	14,3%
Perú	130,9	36,8	223,7	54,2	1.505,1	182,4	22,6%	14,3%
Venezuela	9,9	9,9	51,5	40,7	591,6	475,0	40,6%	38,1%
Total	289,6	195,5	636,2	456,0	2.849,7	1.406,1	21,0%	17,9%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

CUADRO 2  
IMPORTANCIA DE LA CAN DENTRO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS  
(2007)

AGREGADAS	Mundo	CAN	Peso CAN
	(\$ millones FOB)	(\$ millones FOB)	
Exportaciones totales	14.321,2	2.849,7	19,9%
Exportaciones no petroleras	5.992,75	1.406,1	23,5%
PRODUCTOS			
Descripción	Mundo	CAN	Peso CAN
	(\$ millones FOB)	(\$ millones FOB)	
Automóviles, tractores, sus partes y accesorios	378,8	377,7	99,7%
Textiles	94.006,03	5.8925,4	62,7%
Cereales	61,4	59,5	96,9%
Productos farmacéuticos	31,6	17,5	55,2%
Grasas y aceites animales o vegetales	164,9	62,9	38,2%
Plásticos y sus manufacturas	84,7	63,1	74,6%
Manufacturas de fundición, hierro o acero	112,5	89,4	79,4%
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	25,2	16,3	64,7%
Muebles	24,0	15,4	64,1%
Azúcar	55,3	23,6	42,8%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

más de una tercera parte, por productos en los cuales el Ecuador es deficitario en el comercio global.

Así, el mercado andino —por su cercanía geográfica y su estructura productiva similar— se parece más al mercado local que al clásico mercado internacional. En otras palabras, la CAN podría considerarse como una ampliación del mercado interno, adonde se exportan productos distintos de los que se venden a otras regiones del planeta.

CUADRO 3  
PRINCIPALES EXPORTACIONES HACIA LA CAN POR PRODUCTO Y PROVINCIA DE ORIGEN (2005)

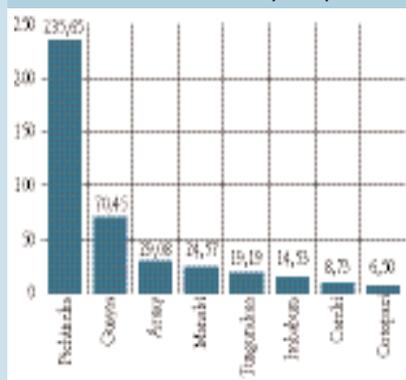
Producto	Provincia	\$ millones FOB
Textiles y confecciones	Pichincha	38,5
Textiles y confecciones	Cotopaxi	6,4
Camionetas	Pichincha	80,1
Automóviles	Pichincha	76,6
Aceite de palma	Manabí	12,4
Aceite de palma	Pichincha	7,3
Cocinas a gas	Guayas	20,9
Cocinas a gas	Azuay	9,8
Medicamentos	Guayas	16,0
Sardinas enlatadas	Manabí	12,2
Sardinas enlatadas	Guayas	6,9
Barras y perfiles de aluminio	Guayas	8,3
Barras y perfiles de aluminio	Pichincha	2,9
Café	Imbabura	9,6
Neumáticos	Azuay	18,7
Calzado	Tungurahua	18,8
Azúcar	Guayas	13,6
Láminas de plástico	Pichincha	13,0
Láminas de plástico	Guayas	1,5
Chicles	Pichincha	9,9

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Además, la CAN tiene su importancia como espacio de aprendizaje para el sector exportador ecuatoriano. En efecto, existen productos que en un principio se exportaban únicamente hacia los mercados andinos y que luego empezaron a venderse también a terceros países. Durante el período 1996-2005, al agrupar las exportaciones ecuatorianas por partida arancelaria (cuatro dígitos),<sup>1</sup> se pueden observar

<sup>1</sup> Esta agrupación fue necesaria a causa de las modificaciones que se han dado en el sistema internacional armonizado durante el período de estudio.

PRINCIPALES EXPORTACIONES A LA CAN POR PROVINCIA DE ORIGEN (2005)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

106 partidas correspondientes a productos que el Ecuador exportaba solamente a los países andinos en 1996 y que, para 2005, se vendieron también a otros países. Estas nuevas exportaciones hacia países no miembros de la CAN sumaron, en el año 2005, \$ 30 millones, destacándose aceites y grasas animales y vegetales, pimienta, margarina y barras de hierro y acero.

### Conclusiones

Del análisis se puede concluir que la zona de libre comercio de la CAN ha tenido una significativa importancia para el desarrollo y fortalecimiento del sector exportador ecuatoriano. Los países andinos no solo se han mostrado como mercados dinámicos para las exportaciones ecuatorianas, sino que han sido los primeros en acoger productos que, más tarde, el Ecuador empezaría a exportar hacia otros destinos.

Si bien, en el corto plazo, la salida de

CUADRO 4  
BALANZA COMERCIAL POR PAÍS (2007)

Japón	-358,8
Unión Europea	660,0
China	-950,2
EEUU	3.524,8
Brasil	-637,0
Argentina	-303,5
México	-287,4
Chile	202,9
Venezuela	-644,4
Colombia	-696,7
Perú	1.046,8
Bolivia	5,5

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Venezuela de la CAN no aparece como un limitante al crecimiento de las exportaciones ecuatorianas hacia ese país, es importante que las autoridades realicen esfuerzos para mantener las condiciones arancelarias favorables de las que el Ecuador actualmente goza, gracias al programa de liberación comercial de la zona de libre comercio de la CAN.

Por otro lado, el comercio entre el Ecuador y el Perú, ahora que ese país ya forma parte de la zona de libre comercio de la CAN y que los problemas territoriales han sido superados, muestra un claro potencial de crecimiento a ser tomado en cuenta por las instituciones encargadas de fomentar las exportaciones y por el mismo sector productivo.

CUADRO 5  
COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN SU BALANZA COMERCIAL RELATIVA (2005)

País	Export. Ecuador superavitario	Export. Ecuador deficitario
Japón	99,6%	0,4%
Unión Europea	99,2%	0,8%
China	96,3%	3,7%
EEUU	95,9%	4,1%
Brasil	74,1%	25,9%
Argentina	94,0%	6,0%
México	93,7%	6,3%
Chile	89,5%	10,5%
Venezuela	63,9%	36,1%
Colombia	63,6%	36,4%
Perú	61,9%	38,1%
Bolivia	35,3%	64,7%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Finalmente, el retorno de Chile a la CAN significa una oportunidad para el sector exportador ecuatoriano. Si bien la decisión adoptada por el Consejo Andino de Ministros Exteriores el 22 de septiembre de 2006 último otorga a Chile la calidad de “miembro asociado” —es decir que la relación comercial entre Chile y los países de la CAN se sigue basando en los distintos acuerdos de complementación económica—, ha quedado abierta la puerta para que las relaciones se profundicen en un futuro.

\* Economista, director de Cordes.

\*\* Economista, escritor, consultor independiente, ex investigador asistente de Cordes.