

ECUADOR

IICA
E21
04

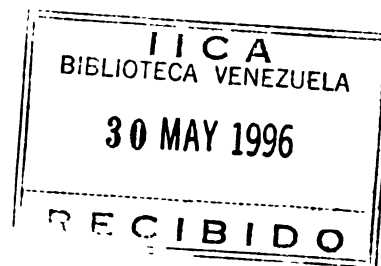
IICA-CIDIA

IICA
BIBLIOTECA VENEZUELA
30 MAY 1996
RECIBIDO

10



ICA-CIDIA



INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA

Deloitte Haskins & Sells

PROYECTO DE COMERCIALIZACION Y AGROINDUSTRIA

ECUADOR

**Jorge ROVAYO MANCHENO
CONSULTOR**

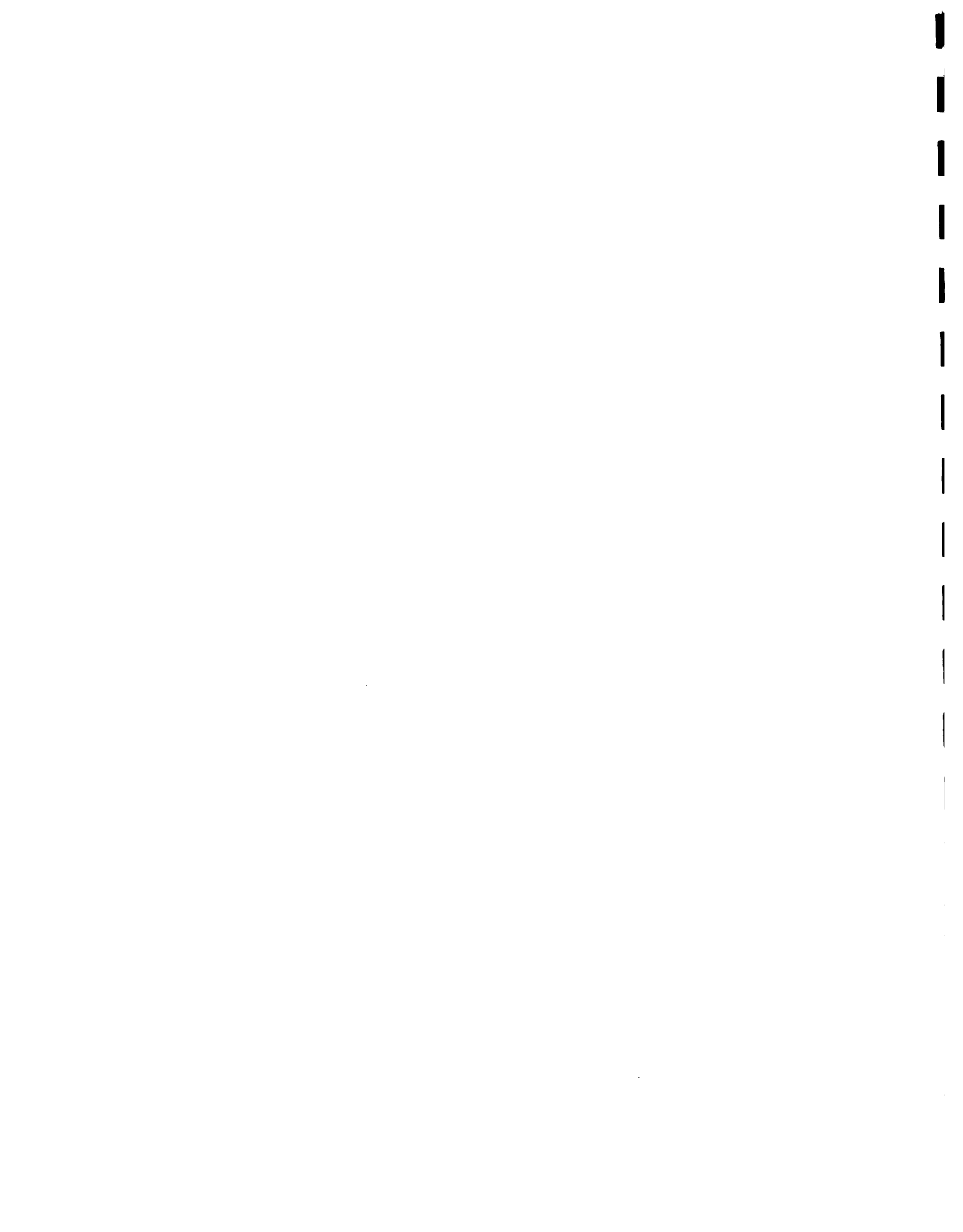
**Quito - Ecuador
Abril - 1989**

00005072

11 CA
E 21
04

INDICE

1. ORIENTACION GENERAL DEL ESTUDIO	1
2. MATERIALES Y METODOS	2
2.1 INSTITUCIONES Y EMPRESAS ENTREVISTADAS	3
3. VISION GENERAL DEL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO	6
3.1 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES	9
3.2 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES	10
4. RESULTADOS	16
4.1 AGENCIAS DE PROMOCION	16
4.2 AGENCIAS DE PROMOCION Y FINANCIAMIENTO	34
4.3 AGENCIAS DE DESARROLLO Y EMBAJADAS	50
4.4 EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO	52
5. CONCLUSIONES	68
5.1 SECTOR DE PROMOCION	68
5.2 SECTOR DE FINANCIAMIENTO	69
5.3 SECTOR PRODUCTOR	70
5.4 EMPRESAS INTERESADAS EN SUSCRIBIR CONVENIOS (JOINT VENTURS)	73
5.5 PRODUCTOS IDENTIFICADOS CON POTENCIAL DE EXPOR- TACION	73
5.6 TIPOS, UBICACION Y CATEGORIAS DE EMPRESAS AGRO- INDUSTRIALES	74

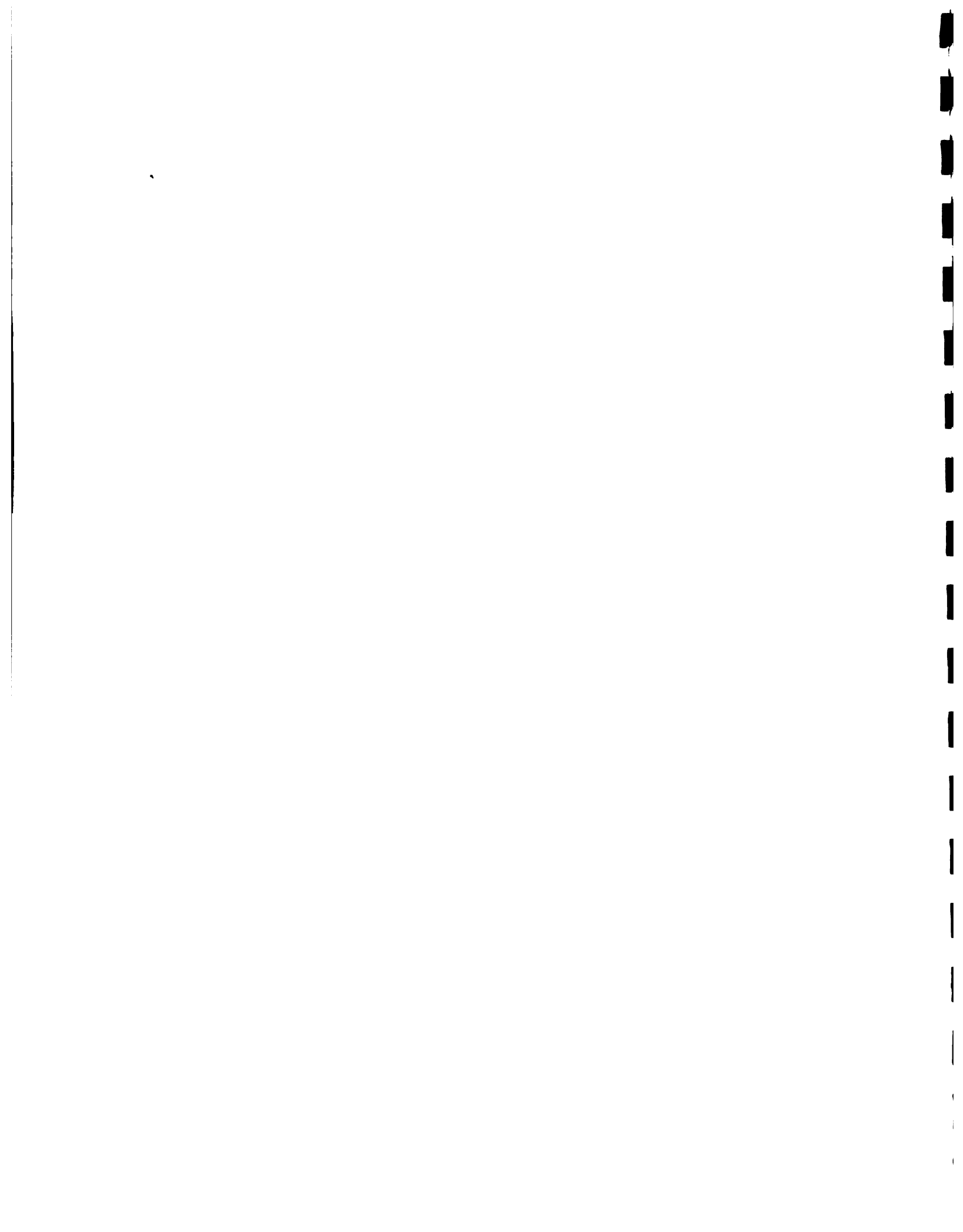


1. ORIENTACION GENERAL DEL ESTUDIO

El presente estudio, en su fase inicial, apunta a detectar la potencialidad de exportación de productos agroindustriales no tradicionales hacia a los mercados de Estados Unidos y Canadá principalmente.

La visión que tienen las Entidades de Promoción, de financiamiento y las empresas productoras del sector privado en relación a la potencialidad y a los factores que la limitan.

Identificar las posibilidades de iniciar convenios (Joint Ventures) entre firmas nacionales y de los dos países de norteamérica y, determinar las áreas en las que el IICA podría prestar su cooperación y asistencia técnica, en aspectos en los que otras instituciones no trabajan actualmente o en las que se requiere refuerzo o complemento.



2. MATERIALES Y METODOS

La metodología se basa en entrevistas de opinión calificada a directivos y/o técnicos de entidades de promoción de exportaciones, agencias de desarrollo, embajadas, agencias de financiamiento y empresas productoras del sector privado que presenten importancia por su capacidad instalada y volúmenes de operación, que en la actualidad trabajen con productos no tradicionales de exportación y, cuyo control y capital sea predominantemente a través de intereses locales.

Para las entrevistas con cada uno de estos sectores, se utilizaron como guías los formularios diseñados por los consultantes principales, con el propósito de orientar los temas de análisis con los entrevistados, incentivando a estos para el desarrollo de otros temas o la profundización de los previstos; por esta razón, para el caso de algunas entidades de promoción no se presentan los formularios de encuesta, sino más bien un resumen de los temas tratados e información adicional, estadística o técnica que estos proporcionaron.

La programación de las entrevistas para los sectores de promoción, agencias de desarrollo, embajadas y organismos de financiamiento, se realizó conjuntamente con el señor AIDAN GUILLEVER, Gerente Regional para América Latina de la Firma DELOITTE HASKINS SELLS, compañía contratada por el IICA para la ejecución de este proyecto, también de manera conjunta se ejecutaron las entrevis-

tas, de las que además se obtuvo información de las principales empresas del sector privado que cumplen con las características antes mencionadas y que debían ser entrevistadas, estas encuestas fueron cubiertas por el Consultor Nacional.

Uno de los principales limitantes para la ejecución de las entrevistas al sector productor, fue la de la ubicación de los Gerentes y Representantes de las firmas y, luego que estos accedan a conceder la entrevista, en algunos casos se negaron a concederlas aduciendo diferentes motivos y en otros, estos se encontraban fuera del país.

2.1 INSTITUCIONES Y EMPRESAS ENTREVISTADAS

2.1.1 AGENCIAS DE PROMOCION

- Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)
- Centro de Desarrollo del Ecuador (CENDES)
- Asociación Nacional de Empresarios (ANDE)
- Instituto de Estrategias Agropecuarias (IDEA)
- ALTRESA



2.1.2 PROMOCION Y FINANCIAMIENTO

- Corporación Financiera Nacional (CFN)
- Banco Nacional de Fomento (BNF)

2.1.3 AGENCIAS DE DESARROLLO Y EMBAJADAS

- USAID (Sector Privado)
- Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica (Agregado Agrícola)

2.1.4 EMPRESAS PRODUCTORAS

- SIPIA Cía. Ltda.
- Procesadora Continental (PROCECUMSA)
- Alihuerta Cía. Ltda.
- Kennet C.A.
- Ecuavegetal
- Industrias Borja
- Frutas y vegetales (FRUVECA)
- Consorcio Agraindustrial del Pacífico (CAPACIF)
- Sudamericana de frutas



La meta propuesta de entrevistar diez empresas no se la pudo cumplir, por los factores antes señalados y porque el número de este tipo de industrias es muy reducido en el país, sin embargo se considera que el número de entrevistas tienen un grado de representatividad para cubrir los objetivos del estudio.



3. VISION GENERAL DEL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO

La estructura de producción y la economía ecuatorianas, registran durante las dos últimas décadas cambios y variaciones importantes, por lo que se considera pertinente presentar una visión general de esta evolución, contenida en el informe de labores del Fondo Nacional de Promoción de Exportaciones (FOPEX) de la Corporación Financiera Nacional (Quito 1987).

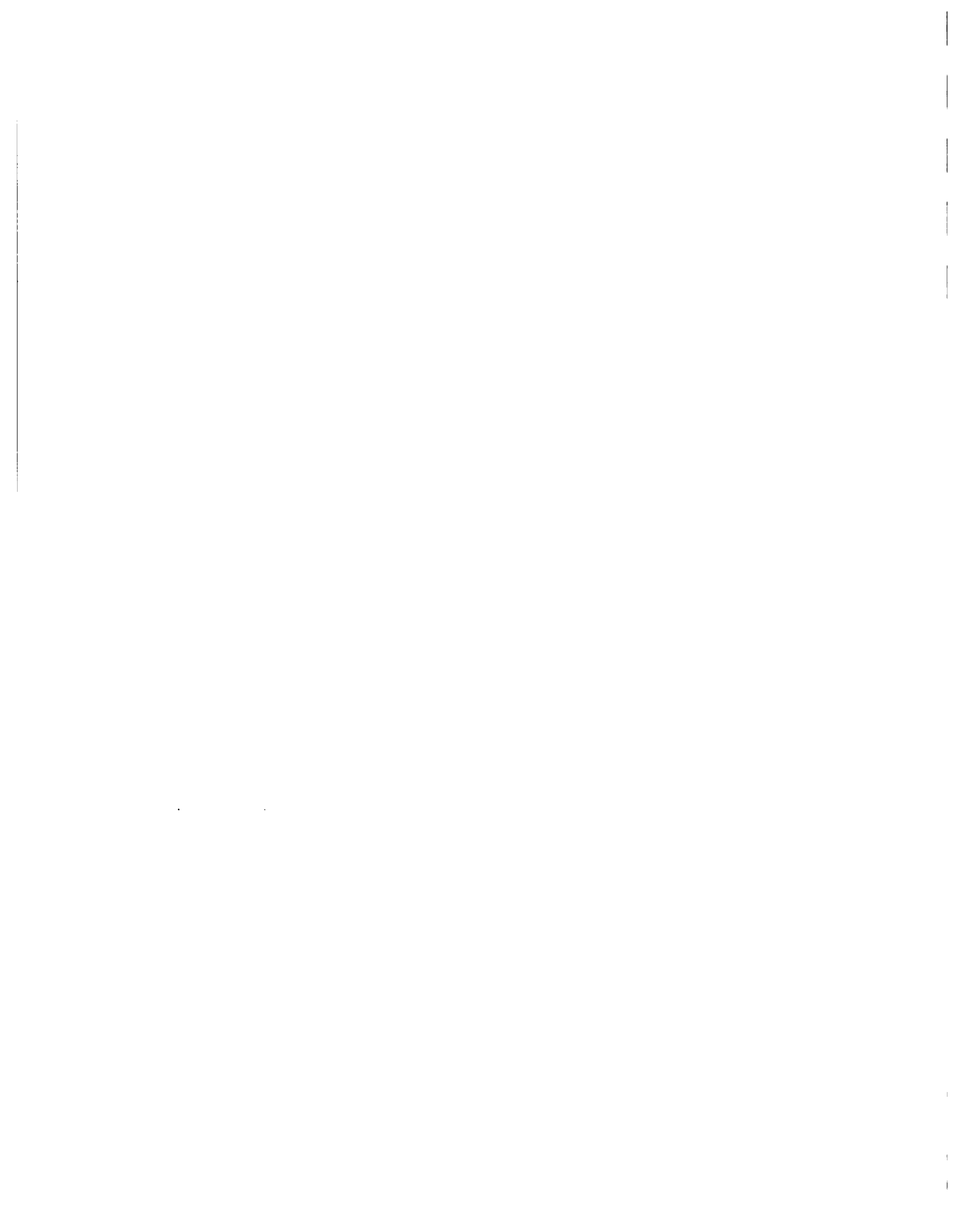
La economía ecuatoriana en los últimos quince años, atravesó por varias etapas, en las que se pudo apreciar desde la transformación de un país caracterizado por un aparato productivo esencialmente primario dependiente en su sector externo de tres productos tradicionales de exportación, cuyos escasos recursos generados no permitieron consolidar el sector secundario de la economía; hasta el inicio de la época petrolera que permitió al Estado convertirse en el mayor generador de divisas, produciendo con ello cambio en la economía nacional.

Esta nueva situación marco una época de bonanza, caracterizada por el significativo aumento de los ingresos del petróleo, debido al constante incremento de los volúmenes de exportación, así como también al del los precios internacionales, que multiplicaron los ingresos fiscales haciendo decaer el interés por el fortalecimiento de los productos básicos de exportación y por la promoción de los no tradicionales.

El Ecuador con una nueva imagen de país petrolero obtuvo fácilmente cuantiosos recursos a través de préstamos con la banca internacional, lo cual unido a los ingresos provenientes del petróleo, permitió al país afianzar el modelo de sustitución de importaciones basado en un proteccionismo asentado, brindando incentivos de toda naturaleza con el propósito de desarrollar la industria nacional. El modelo fue altamente dependiente de insumos importados y por lo tanto consumidor de divisas, asentando la dependencia del sector externo.

En el plano internacional, entre 1981 y 1983, se produce la crisis económica de los países industrializados que afectó el flujo comercial y encareció los bienes manufacturados, lo cual significó que el Ecuador pierda aproximadamente el 19% de su capacidad real de compra, según estimaciones de la CEPAL, problemas que desembocaron en los primeros serios desajustes en la economía del país.

Por otro lado, en 1981 se presentaron problemas limítrofes con el Perú repercutiendo negativamente en la Balanza de Pagos y comprometiendo aún más el elevado endeudamiento externo, que condujo a la toma de decisiones en materia económica, posponiendo fundamentales obras de desarrollo. Adicionalmente, dos años más tarde la prolongada estación invernal destruyó en buena parte las plantaciones de banano y cacao, y en menor grado las de otros productos, causando daños en la infraestructura rural de la Costa.



En 1986 se registra la caída de los precios internacionales del petróleo a causa de la sobreoferta mundial, que repercute gravemente en la economía nacional, debiéndose tomar medidas económicas correctivas con el fin de contrarrestar el desequilibrio señalado.

En 1987, un terremoto afectó el nororiente ecuatoriano, destruyendo poblaciones y el oleoducto, ocasionando con ello la paralización de las exportaciones de petróleo, producto que representa más del 50% de ingresos total de divisas por exportaciones.

El problema de la cuantiosa deuda externa ecuatoriana se agrava por las dificultades que atravieza el comercio exterior, debido al deterioro de los terminos de intercambio, a la caída de los precios de la mayoría de los productos básicos, entre ellos el petróleo, y en algunos casos hasta el volúmen de colocaciones de otros productos. Con este panorama los ingresos cada vez más reducidos provenientes de las ventas en el mercado internacional, dificultan cubrir el servicio de la deuda sin afectar el normal desenvolvimiento de la economía.

En los actuales momentos (1987) el país enfrenta la difícil tarea de enfrentar un modelo de desarrollo que se ajuste a la realidad, que considere los graves problemas del Ecuador y que vaya en busca de soluciones económicas y sociales permanentes.



Dicho modelo en lo que se refiere al comercio exterior, deberá fortalecer el sector externo a través de la diversificación de productos de exportación de igual forma los mercados de destino, con bienes que contengan un alto porcentaje de valor agregado nacional; tendiendo a un armónico equilibrio con las importaciones necesarias para el aparato productivo nacional.

3.1 EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES

Este sector en el año 1972, registró una participación del 66.2% el total de las exportaciones, para posteriormente en los siguientes siete años representar entre el 22 al 33% del total. A partir de 1980, disminuye aún más su participación llegando al porcentaje mínimo del 13.9% en 1983, año en el cual se presentaron situaciones atmosféricas adversas caracterizadas por una intensa y prolongada estación invernal, que afectó los cultivos particularmente de la Costa ecuatoriana como banano, café, cacao y azúcar.

A esta situación se añade la caída de los precios internacionales, que provocó una disminución en sus montos de exportación. Posteriormente, en el período 1984-1986, después de este significativo decrecimiento, se evidencia una recuperación en volúmenes y precios hasta alcanzar el 1986 la cifra de 640.1 millones de dólares. La participación en las ventas globales fue del 29.3%, la cual no corresponde al promedio de los últimos años y se

atribuye a los ingresos sin precedentes obtenidos en cafe y banano.

Finalmente, es importante señalar que estos productos no obstante que disminuyeron su participación en las las exportaciones, crecieron notablemente en valores absolutos.

CUADRO No 1

EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES
(Miles de US \$ FOB)

AÑOS	BANANO	CACAO	CAFE	AZUCAR	TOTAL
1972	130.991	23.628	46.990	14.530	216.139
1977	148.259	59.954	175.006	12.886	396.105
1982	116.316	55.864	142.793	2.378	317.351
1986	263.399	71.063	298.933	6.673	640.069

FUENTE: Anuarios de Comercio Exterior 1972 - 1983.
Permisos de exportación 1984 -1986

ELABORACION: Investigación y Asesoramiento FOPEX

3.2 EXPORTACION DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES

Para apreciar en su real magnitud la participación de productos no tradicionales, es necesario considerar que el peso de este sector se ha visto contrarrestado dentro del total de las exportaciones; por la incidencia que ejerce el petróleo como mayor rubro de exportación.



Los productos no tradicionales en 1972, representaron la cuarta parte de los tradicionales, sin embargo, unos pocos años después se encontraban cerca de los niveles de estos, es así que en 1977 alcanzaron 326.8 millones de dólares en tanto que los tradicionales llegaron a 396.1 millones de dólares.

Este sector presentó un crecimiento sostenido durante el período, y en 1980 por primera vez sobrepasó a las exportaciones de los productos tradicionales, conservando esta supremacía por tres años más. Las exportaciones de productos no tradicionales crecieron a una tasa anual del 18.8% en estos quince años por el comportamiento dinámico, tanto de los productos primarios como de los industrializados, dentro de los cuales se destacaron fundamentalmente el rubro piscícola y alimenticio, que pasaron de 16.3 y 11.0 millones de dólares en 1972 a 315.0 y 138.0 millones de dólares en 1986, respectivamente.

La contribución porcentual de los productos no tradicionales se ubicó en el rango del 15.4% al 25.8%, lo cual significó que en valores absolutos, las exportaciones se multiplicaran en más de once veces, al pasar de 50.3 a 563.3 millones de dólares.

En casi todo el período las exportaciones de productos industrializados fueron mayores a las de productos primarios no tradicionales, influenciados especialmente por los productos alimenticios, entre los que se destacan elaborados de cacao y productos del mar.

En menor grado contribuyó el rubro relacionado a otros productos manufacturados, por la incorporación de harina de pescado, maderas terciadas y artículos electrodomesticos, bienes que se venían exportando con éxito a los países del Grupo Andino y que en los años siguientes tuvieron una sensible disminución, debido al incumplimiento de las resoluciones por parte de los miembros signatarios. Sin embargo, en 1986 se reactivan las exportaciones de maderas terciadas y artículos electrodomesticos debido a la apertura de nuevos mercados de destino como es el caso de Estados Unidos para madera y los países de Grupo Andino, en lo referente a electrodomesticos.

A partir de 1983, se revierte la tendencia en los productos primarios, los cuales superaron a los manufacturados, relación que se mantuvo hasta 1986 en razón de que el rubro piscícola experimentó un acelerado crecimiento por el importante aporte de la exportación de camarones.

En 1986 las exportaciones de productos no tradicionales llegan a su máximo nivel, como consecuencia del record alcanzado en las ventas de camarón, atún y pescado. En este año se logró la participación más alta del período pero no rebasó a la de los productos tradicionales, en vista de que en este grupo coincidentalmente se logran exportaciones record en banano y café por el incremento en volúmenes y precios.

En lo que respecta a productos primarios no tradicionales, en el período de estudio, únicamente el sector piscícola tuvo gran significación dentro de las exportaciones globales, mientras que los otros como el agrícola, silvícola, pecuario y minero participaron con porcentajes relativamente bajos. No obstante que los productos agrícolas no tradicionales no figuran preponderantemente en la actividad, se están desplegando esfuerzos para promover exportaciones de nuevos productos agrícolas por las condiciones favorables del país, que permiten utilizar en mejor forma recursos nacionales y obtener productos con ventajas comparativas.

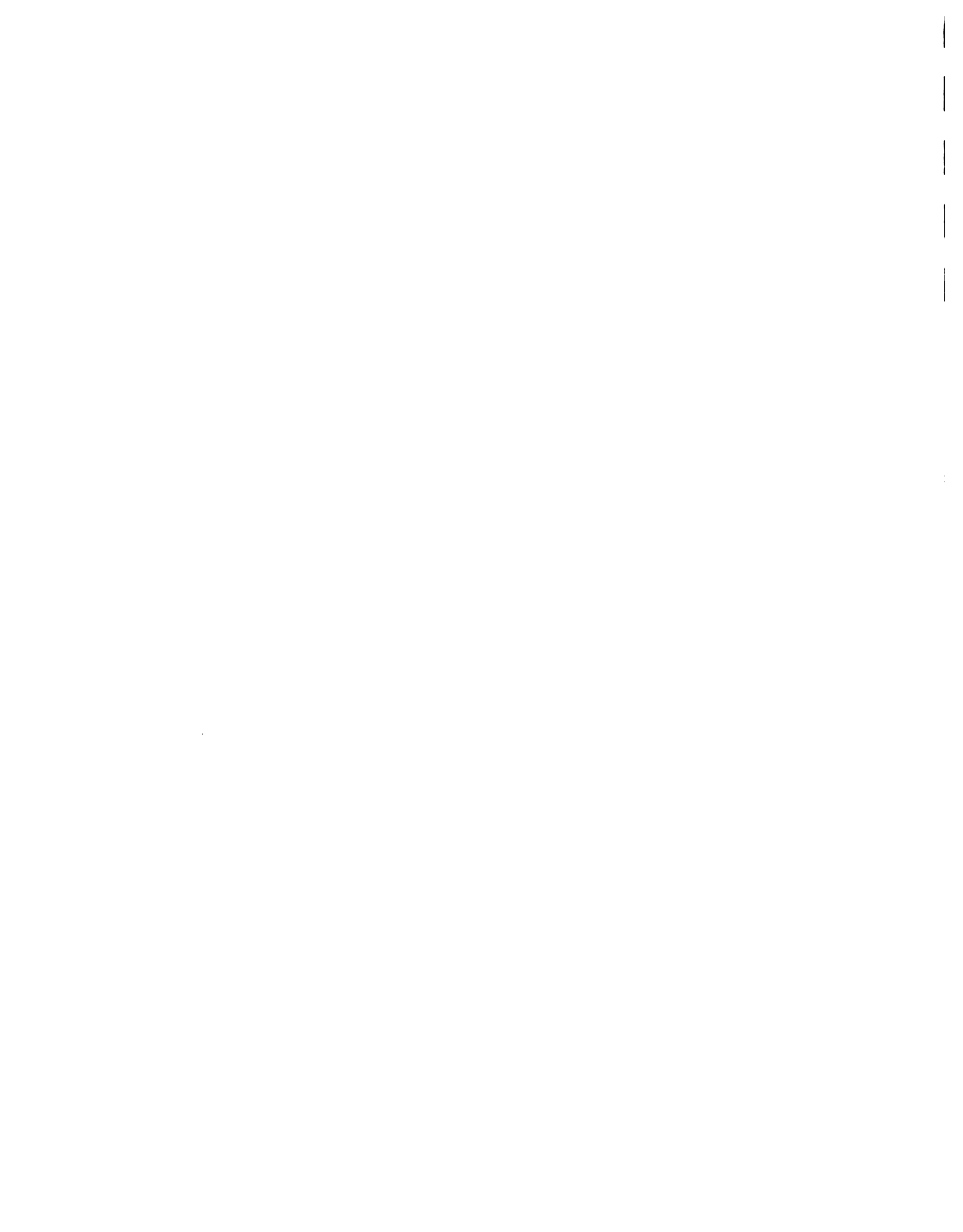
Es así que la variedad de microclimas de la Sierra está siendo aprovechada por un sinnúmero de cultivos cuyos productos se orientarán mayoritariamente a los mercados externos, como es el caso de la floricultura que en tan solo tres años de actividad, se perfila como el principal producto de exportación de la región.

El desarrollo de esta actividad constituye una nueva modalidad de exportar fundamentalmente en lo que se refiere al manejo de productos perecibles, los cuales requieren de nuevas técnicas y conocimientos tanto en la producción como en el transporte y comercialización. Esto traerá como resultado las bases, no sólo para el desarrollo de las exportaciones de flores, sino también para las de otros productos similares.



En un futuro cercano se espera la puesta en marcha de nuevos proyectos que presentan interesantes perspectivas como es el caso de espárragos, especias, hierbas aromáticas, frutas frescas, hortalizas, cereales y tuberculos, muchos de ellos originarios del país, localizados principalmente en la Sierra.

La promoción de exportaciones en general y especialmente la nueva orientación se dirige a dinamizar las exportaciones de la serra-
nia, lo cual marcará la pauta de lo que será el sector externo del país en los próximos años, así como lo fueron en su correspondiente época los productos tradicionales.



CUADRO No 2

**ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES
(Miles de U.S. \$ FOB)**

ANOS	1	2	3	4	5	6	7
1972	30.174	13.024	19.733	11.028	6.559	346	50.253
1973	35.277	9.172	33.670	19.139	10.352	734	69.681
1974	42.568	11.390	63.128	36.227	23.073	290	105.986
1975	47.760	14.581	68.434	40.126	25.320	232	116.426
1976	55.127	20.788	121.207	81.519	35.423	621	176.955
1977	62.022	25.566	263.689	213.572	46.271	1.111	326.822
1978	58.422	24.034	306.420	246.670	55.241	1.430	366.272
1979	86.585	30.956	367.773	282.249	82.041	960	455.318
1980	119.457	71.771	394.367	281.668	109.166	1.597	515.421
1981	136.393	92.792	308.732	190.861	111.651	1.253	446.378
1982	160.606	121.253	232.781	127.763	97.454	117	393.504
1983	175.220	146.478	95.322	52.912	32.897	1.917	272.459
1984	192.394	159.840	169.778	111.957	50.236	800	362.972
1985	187.809	154.367	215.867	136.370	71.947	282	403.956
1986	342.096	287.881	219.362	138.045	72.733	1.805	563.263

1: Primarios	5: Manufacturados
2: Camarón	6: Otros
3: Industrial	7: Total
4: Alimentos	

FUENTE: Anuarios de Comercio Exterior 1972 - 1983
Permisos de Exportación 1984 - 1986

ELABORACION: Investigación y Asesoramiento (FOPEX)



4. RESULTADOS

4.1 AGENCIAS DE PROMOCION

4.1.1 FEDERACION NACIONAL DE EXPORTADORES:

Es una organización de voluntarios, de exportadores o potenciales exportadores, a nivel nacional, cuenta al momento con 180 miembros, de los cuales el 50% pertenece al sector agrícola.

La estructura organizativa es la siguiente:

- a) Asamblea General de Miembros
- b) Directorio: compuesto por 16 miembros, 8 de la Sierra y 8 de la Costa.
- c) Dirección Ejecutiva: Quito
Dirección Regional: Guayaquil
Oficinas Técnicas: Cuenca, Manta y Machala.

Los fondos de operación de la organización se conforman del 40% de aportación de los miembros y del 60% de un proyecto específico de ayuda bilateral a través de USAID.

Los principales servicios que ofrece a sus afiliados son:

- a) Información sobre el mercado norteamericano.
- b) Regulaciones a las importaciones en norteamérica.
- c) Búsqueda de contactos en el mercado norteamericano.
- d) Información sobre estándares de calidad y envasado.
- e) Búsqueda de financiamiento.

f) Asistencia Técnica.

g) Asistencia en el transporte.

h) Conseción de créditos para estudios específicos.

El entrevistado, Econ. MARCELO RUIZ L., Director Ejecutivo encargado, resalta como una desventaja de la información de mercado su falta de oportunidad en relación con la que reciben otros países productores.

Los clientes o miembros de la Federación trabajan con una amplia gama de tipos de productos (casi la totalidad de los previstos en los formularios) sin embargo, esta tiene líneas preferenciales de acción como flores y frutas en estado natural y precesadas.

Al mercado de los Estados Unidos se han exportado pulpas de frutas (maracuyá, babaco y tomate de árbol), arveja china, quinua y mermeladas de frutas.

Como principales problemas que enfrentan los exportadores, anota las regulaciones sanitarias, estándares de envasados, relación con agentes comerciales norteamericanos, financiamiento muy reducido y las cotizaciones y políticas de cambio de las divisas para las exportaciones e importaciones.

Como problemas internos resalta la carencia de infraestructura física para el manejo post-cosecha y transporte, alto costo del envase con relación al del producto, en sardinas significa el 60%



de este. Deficiencias y falta de coordinación en asistencia técnica para la producción, manejo post-cosecha y procesos tecnológicos.

4.1.2 CENTRO DE DESARROLLO DEL ECUADOR (CENDES):

Fue creado mediante Decreto Ejecutivo del 12 de Julio de 1962, como una entidad jurídica ecuatoriana de derecho privado, con finalidad social y pública, con los siguientes objetivos:

a) Realizar estudios sobre proyectos industriales específicos contemplados en los planes y programas de desarrollo económico general y regional, procurando una mejor utilización de los recursos naturales y materias primas existentes en el Ecuador.

b) Suministrar asistencia técnica y administrativa a las industrias ya existentes o por establecerse, a fin de impulsar su desarrollo y elevar la productividad industrial.

c) Colaborar con los empresarios y promotores de industrias privadas, tanto nacionales como extranjeros, en el estudio y realización de sus planes de inversión.

d) Difundir información técnica relacionada con la industria, por medio de conferencias, seminarios, publicaciones, etc., así como auspiciar la formación de personal especializado y establecer

intercambios con otros países.

El Decreto disponía que el Centro de Desarrollo se gobernará por una Junta Directiva, un Director Ejecutivo y los demás funcionarios que se determinen en el reglamento respectivo.

El Centro de Desarrollo contaba con los siguientes recursos: las contribuciones económicas de las Cámaras de Industrias del país, las contribuciones que le hiciera la Agencia para el Desarrollo Internacional del Gobierno de los Estados Unidos (USAID) y otras entidades internacionales o gubernamentales de asistencia técnica y financiera, las asignaciones constantes en el Presupuesto General del Estado y las provenientes de empréstitos concedidos al Gobierno del Ecuador que se destinen para estos fines; y, otros ingresos provenientes de asignaciones, donaciones, contribuciones, prestaciones de servicios, etc.

En la actualidad se financia por los servicios que presta en su calidad de Organismo Oficial del Estado de Consultoría y por asignaciones del Gobierno Nacional.

El Centro de Desarrollo del Ecuador, en el último período, esto es los años 80 y de manera especial en los últimos dos o tres años, ha dado prioridad a los proyectos orientados a la exportación; sobre todo a los de la agroindustria, y brindó atención especial también a proyectos de los sectores maderero, pesquero, turístico y minero.



Importantes esfuerzos para lograr la coinversión extranjera se desarrollaron en las siguientes líneas de producción: miel de abeja, conejos, espárragos, piña, quínoa, crisantemos, gypsophi-
las, orquídeas, cardamomo, camarón, laboratorios de larvas de ca-
marón, especias, jugos de papaya y maracuyá, entre los productos
de origen agropecuario.

De otra parte CENDES ha cooperado decisivamente para la creación
y funcionamiento de importantes instituciones nacionales como la
Corporación Financiera Nacional (CFN), Corporación Financiera
Ecuatoriana (COFIEC), Servicio Ecuatoriano de Capacitación
Profesional (SECAP), Centro de Ejecutivos y Centro de Formación
Empresarial (CEFE), entre otros.

Las principales líneas de acción del CENDES son: promoción de
inversiones, elaboración de proyectos y ejecución de estudios
específicos.

En relación con la promoción de inversiones, la labor del CENDES,
especialmente en los últimos años se ha orientado a incrementar y
diversificar las relaciones internacionales, que han impulsado
favorablemente su acción y que han permitido al Ecuador proyectar
positivamente su imagen como un país con múltiples ventajas para
ser un idóneo receptor de recursos tecnológicos y financieros.

Cabe citar los vigentes convenios suscritos o la coparticipación
en trabajos con los siguientes organismos o instituciones: la

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), la Secretaría de Integración Fronteriza Colombo-ecuatoriana (SIFCE), el Fondo de Industrialización de Dinamarca para países en desarrollo (IFU), la Sociedad Belga de Inversiones (SBI), el Fondo Sueco de Cooperación Industrial (SWEDFUND), la Agencia Alemana de Asistencia Técnica (GTZ), la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID).

Los entrevistados Econ. FRANCISCO MIRANDA, Director de Promoción de Exportaciones y Econ. HERNAN CARRASCO, Director de Estudios Económicos y Planificación informaron que CENDES presta todos los servicios previstos en los formularios correspondientes a excepción de créditos a la exportación y que la forma de atraer a los clientes es a través de programas de promoción de proyectos a los sectores de inversión y de producción y, de los propios resultados que esta entidad obtiene.

En cuanto a los problemas que afrontan los productores agroindustriales para la exportación señalan la mayoría de los contemplados en los formularios de entrevista.

CENDES con el apoyo de la CAF realizó un estudio tendiente a establecer, en el largo plazo, una estrategia de desarrollo para el sector industrial.

En la fase de diagnóstico, destaca las principales características relacionadas con:

a) La orientación de la estructura productiva, sobre todo a la obtención de bienes de consumo para el mercado nacional, mientras subsiste una alta dependencia de bienes intermedios y de capital, cuyas importaciones significan el 60% y 90% respectivamente, de la demanda nacional de este tipo de bienes;

b) La balanza comercial del sector manufacturero registra en forma permanente saldos desfavorables, y mientras sus exportaciones se concentran fundamentalmente en no más de cinco ramas, con volúmenes poco representativos, respecto de las exportaciones nacionales totales, sus importaciones han significado más del 70% del total de compras que realiza el país desde el exterior, y se refieren fundamentalmente a bienes de capital, insumos y materias primas;

c) El mercado nacional es limitado y no está en capacidad de impulsar el crecimiento industrial, sumado a la disminución del poder de compra de los ecuatorianos en los últimos años;

d) Tratamiento proteccionista poco selectivo, sin considerar una temporalidad en los beneficios.

Propone orientaciones de las acciones y estrategias para el futuro, como:

a) Políticas de fomento claras y estables, con objetivos dirigidos a la creación de empresas eficientes, mediante



beneficios otorgados con temporalidad y selectividad, estimulando sobre todo la generación de divisas así como premiando los avances en productividad, la creatividad e innovación tecnológica y en lo posible la generación de empleo.

b) La mayor interrelación entre empresas grandes y pequeñas para que se complementen, superando intereses contrapuestos que han atentado contra la armonía y ligazón que debe impulsar a los diferentes estratos de la producción manufacturera.

c) Desarrollo del factor tecnológico que constituye un pilar fundamental, respecto al que es preciso diseñar y realizar una política de asimilación y adaptación acorde a nuestra realidad, en la que se incluye el mejoramiento de las técnicas de gestión y administración, de lo que en buena proporción dependen los resultados de eficiencia y productividad.

d) Impulso sustancial a las importaciones manufactureras como una de las pocas alternativas para suplir la disminución que se dará en los próximos años en las exportaciones de petróleo debido al incremento del consumo interno, como a la incertidumbre de poder adicionar reservas de explotación a las actualmente existentes.

e) Complementariamente racionalización de la comercialización, almacenaje y transporte, especialmente aéreo y marítimo, así como establecimiento de nuevas y amplias posibilidades de financiamiento en todas las etapas del proceso de exportación.



f) Impulso a las industrias que pueden aportar un mayor valor agregado, sobre todo en el caso de las agroindustrias, la de la pesca, las manufacturas derivadas de la minería, etc.

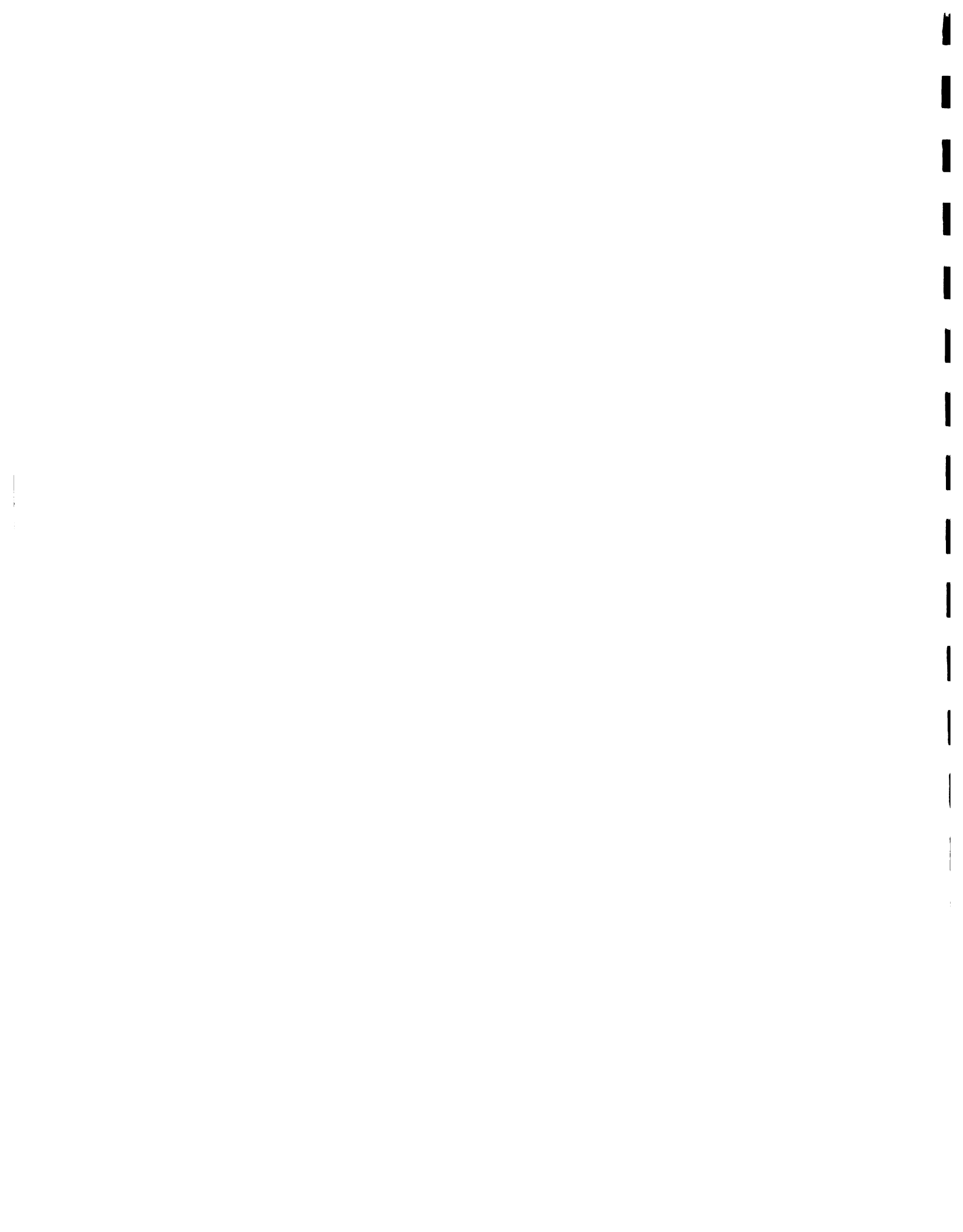
g) Organización del sector manufacturero que permita se vuelva dinámico y moderno, bien adaptado a la exportación, que debe contar con sistemas adecuados de información, organismos empresariales por ramas para gestar su desenvolvimiento y perfeccionamiento tecnológico y sociedades comerciales para la exportación (1).

4.1.3 ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS (ANDE):

Es una organización voluntaria de empresarios y profesionales orientada al análisis del papel de la empresa y de los empresarios y, a impulsar proyectos multilaterales; con este propósito mantiene relaciones con organizaciones internacionales como la Unión Internacional de Asociaciones Patronales Cristianas (UNIASAC), con Fundaciones Belgas y Alemanas y AID.

Una de las principales acciones fue la promoción del Centro de Formación Empresarial (CEFE). Desde 1982 participó en programas de fomento a exportaciones de productos no tradicionales, bajo el siguiente esquema:

(1) CENDES: Memoria 1966 - 1988, Quito 1988



ANDE.- en la planificación y ejecución de estudios específicos.

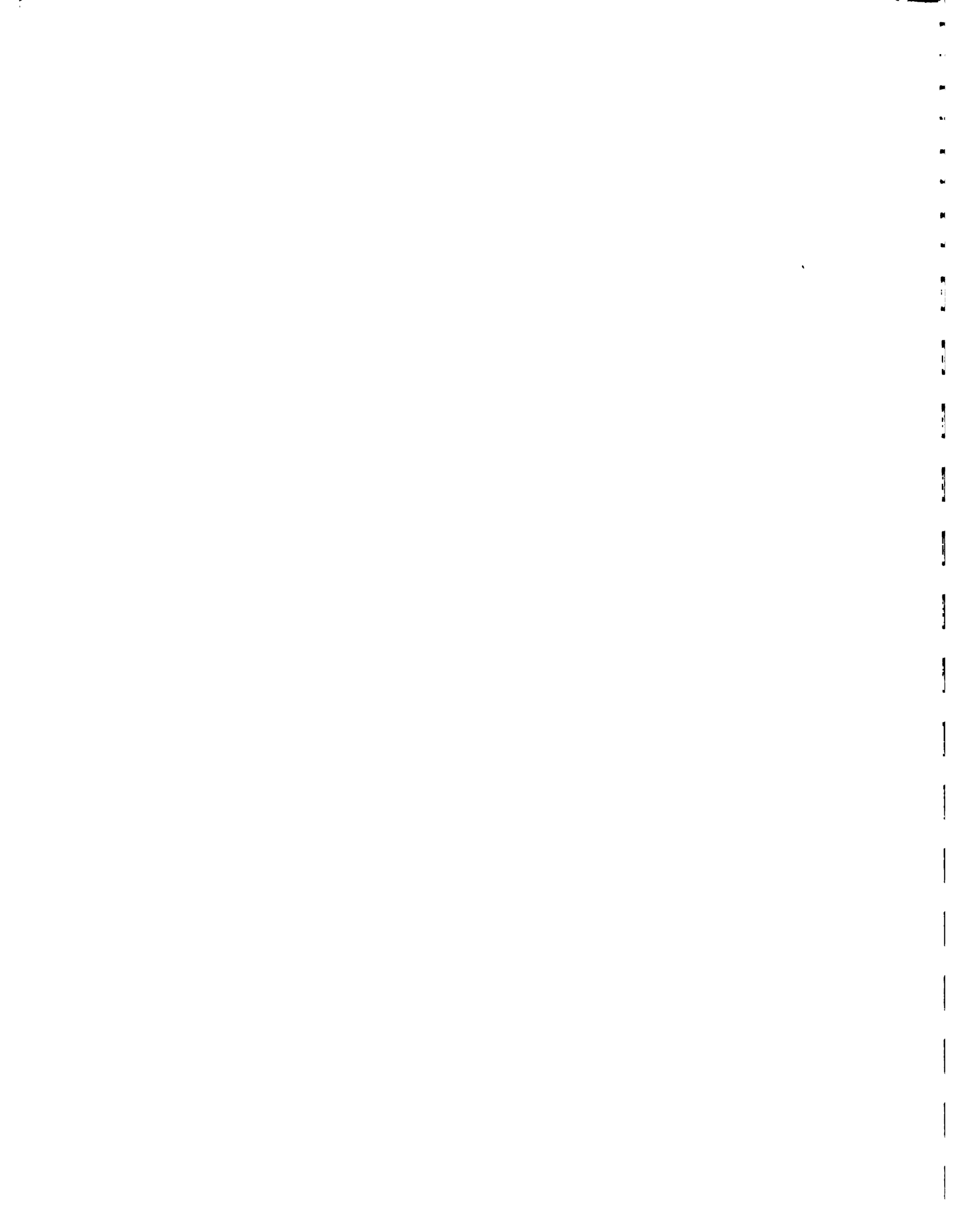
GOBIERNO.- en la canalización de una línea de crédito de 8 millones de dólares.

FEDEXPORT.- en el apoyo a las actividades de los exportadores.

Los Fondos de Operación de ANDE se estructuran con aportación de los socios (30%) y de Proyectos de promoción (70%).

Los principales servicios que ofrece ANDE son:

- a) Recopilar y proveer información sobre los productos agrícolas o agroindustriales objeto del programa.
- b) Coordinar y supervisar la ejecución de estudios sobre producción, abastecimiento interno, factibilidad de producción de los artículos seleccionados, como base para investigaciones más profundas y concretas de cada proyecto.
- c) Contratar la realización de estudios del mercado interno de los productos, efectuados a través de Consultores extranjeros.
- d) Organizar seminarios y foros de promoción y divulgación de los resultados de los trabajos efectuados y poner a disposición de los empresarios interesados los datos obtenidos en los mismos.
- e) Gestionar ante el Gobierno la adopción de políticas adecuadas para el fomento de las exportaciones.



- f) Servir de enlace entre los empresarios y las entidades financieras para la canalización adecuada de los créditos de preinversión y de desarrollo de los proyectos previstos en el programa.
- g) Organizar y colaborar con los empresarios en la búsqueda de nuevas posibilidades de exportación.
- h) Cooperar en forma decisiva en la ampliación y diversificación de las exportaciones de productos ecuatorianos no tradicionales.
- i) Asistencia técnica a través de los servicios profesionales de expertos nacionales y extranjeros, para asesorar en el ensayo de nuevos cultivos y el seguimiento de los procesos de producción, una vez identificado su efectivo potencial de mercado interno.

La Asociación Nacional de Empresarios, ha brindado su apoyo decidido al proyecto "Estudio sobre Exportaciones Agrícolas no Tradicionales", tanto a través de su Estructura Física y Administrativa como del Directorio y otras instancias ejecutivas, a la Junta Asesora y al Grupo de Trabajo.

Este proyecto plantea la necesidad de realizar evaluaciones periódicas de la marcha y avance del mismo, de las que se podrá establecer la validez y conveniencia de los pasos dados. A este

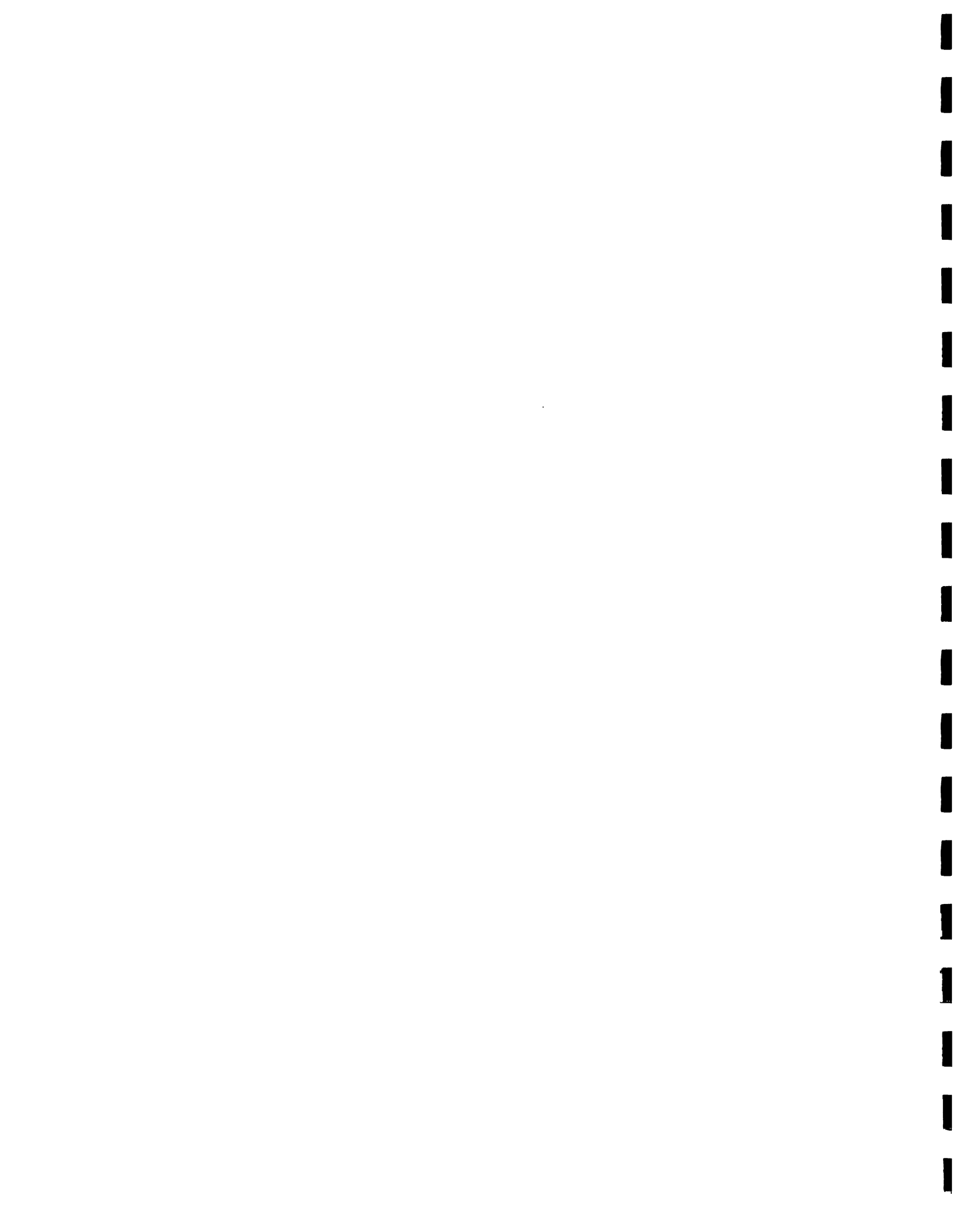


efecto, se plantearon los siguientes objetivos:

- a) El desarrollo institucional de ANDE, FEDEXPORT, Grupos de Empresarios Productores y de las Financieras participantes.
- b) La gestión y promoción del proyecto a nivel de las instituciones enunciadas en el literal a.

Entre los resultados obtenidos se destaca:

- a) Se han seleccionado 40 productos de interes para el preoyecto, clasificados en 8 grupos.
- b) Se cuenta con los estudios y las recomendaciones pertinentes sobre el transporte aereo, terrestre y marítimo, que tienen incidencia en el proyecto.
- c) Se posee información sobre el potencial de mercado internacional existente para los 40 productos seleccionados, así como las sugerencias pertinentes para determinar las estrategias de exportación.
- d) Se han detectado perspectivas de mercado para otros productos, que no figuran en los registros de USA, como son el babaco y el tomate de árbol.
- e) Se dispone información sobre producción y mercadeo nacional de



ciertas frutas y especerías seleccionadas.

- f) Se cuentan con estudios de factibilidad para la producción de rosas y clavelinas y, alternativas de comercialización de la papa.
- g) Se ha alcanzado que la CFN tome a su cargo investigaciones de mercado interno y de producción de flores, plantas medicinales y productos de innovación como el gandul y la arveja china.
- h) Por intermedio de DEVRES y con el apoyo de FEDEXPORT se emprendió el ensayo de nuevos cultivos que son interesantes para el mercado norteamericano.
- i) Se han realizado eventos de promoción del proyecto, y la técnica se ha ido modificando desde boletines y ruedas de prensa hasta conferencias, para finalmente realizar visitas de promoción a diversos sectores del país.
- j) Se han desarrollado eventos de capacitación con la asistencia de varios miembros de Junta Asesora; estos programas han estado orientados a la comercialización agroindustrial y al desarrollo y fortalecimiento de organismos gremiales.
- k) Se han enviado misiones comerciales tendientes a promocionar los productos nacionales y fortalecer los mecanismos de comercialización.



- 1) Se ha incentivado la formación de asociaciones de productores, tendientes a cubrir las metas de exportación de un determinado producto.(2)

El proyecto cuenta con un fondo para inversión de 8 millones de dólares US, canalizados a través de las líneas de redescuento de Fondos Financieros del Banco Central del Ecuador. Con cargo a estos fondos se otorgarán créditos a las empresas a través de las entidades financieras del país seleccionadas por el Banco Central.

El monto del crédito no superará el 65% del valor total de la inversión y se otorgarán en las condiciones normales de crédito existente en el país. El 35% restante será distribuido entre el solicitante y la institución financiera participante. El crédito que se otorgue a una empresa para la ejecución de un proyecto no será mayor de 50 millones de sucres.

El entrevistado, Dr. ANTONIO TERAN, Director Ejecutivo de ANDE señala como limitantes a la exportación, la falta de técnica de producción, de variedades apropiadas de exportación, de asesoramiento a los productores, de instalaciones para el manejo post-cosecha, de transporte para productos frescos y, de las políticas monetarias y cambiarias; la diferencia de cambio entre el dólar de exportación y el de importación es de 10 puntos en

(2) ANDE: Proyecto "Estudio sobre exportaciones agrícolas no tradicionales. Quito 1988"



menos para el exportador.

Como perspectivas señala que se están buscando fuentes alternativas de financiamiento que actúen con mayor amplitud y agilidad. Señala además que el IICA podría cubrir el área de capacitación y asistencia técnica integral.

4.1.4 INSTITUTO DE ESTRATEGIAS AGROPECUARIAS (IDEA):

Es una Fundación Privada, legalizada mediante Decreto Ejecutivo No. 3702 publicado en el Registro Oficial No. 871 del 10 de Febrero de 1.988.

Su objetivo principal es el fortalecer la capacidad del sector privado para analizar e identificar políticas agropecuarias en beneficio de la actividad.

Para cumplir con su objetivo, IDEA ejecuta las siguientes acciones:

a) Realiza y auspicia estudios científicos y técnicos en el campo agropecuario, forestal, de recursos naturales renovables y en todo lo relacionado con el desarrollo y la alimentación.

b) Investiga y analiza los aspectos económicos y de política relacionados con el sector agropecuario.

c) Colabora con personas naturales o jurídicas, organismos nacionales e internacionales, públicos o privados, que tengan similares objetivos.

d) Divulga los resultados de los estudios realizados a través de publicaciones, foros, conferencias, mesas redondas, etc.

El entrevistado, Ing. NEPTALI BONIFAZ A, Director Ejecutivo es uno de los iniciadores de programas de producción con orientación a la exportación. En 1.969, inició un programa de producción de champiñones de 500 TM al año a ser exportados en su mayor porcentaje a los mercados de Estados Unidos. En 1.982, inició un programa de producción de flores con el mismo objetivo; estas dos acciones fueron suspendidas debido a problemas de comercialización causados en parte por la falta de cumplimiento de normas de calidad y sanitarias exigidas por los Estados Unidos y por la falta de seriedad y cumplimiento de los brokers.

En cuanto a la problemática interna, considera como principal limitante las leyes laborales vigentes en el país, que de acuerdo a su visión, conceden excesivos beneficios a los trabajadores que deprimen la actividad empresarial; y el transporte interno y hacia el exterior.



4.1.5 ALTRESA :

Es una compañía de promoción de cultivos no tradicionales de exportación, que pertenece a un grupo de empresas dedicadas a actividades relacionadas con promoción, comercialización, almacenamiento (almacenes generales de depósito), denominado Grupo ALTRESA con sede principal en la ciudad de Quito.

El entrevistado Ing. JORGE VILCHES, Gerente de Comercialización, manifiesta que uno de los principales rubros de operación de la empresa es la promoción de la producción y exportación de espárragos para el que existe una alta demanda en el mercado internacional, la que no se la puede aprovechar por los bajos niveles de producción; en la actualidad existen 400 ha. sembradas, de las cuales 100 ha. están en producción.

Como principales problemas para la exportación de productos agroindustrializados identifica: escasos niveles tecnológicos de producción agrícola, falta de tecnología de industrialización, financiamiento insuficiente, señala además que falta "conciencia de exportación" en lo relacionado con controles fitosanitarios y de calidad que no están a nivel de los estándares exigidos principalmente en los mercados de Norteamérica.

La empresa es miembro de FEDEXPORT de la que manifiesta que tiene un cierto grado de preferencia y discriminación en el suministro de la información, las investigaciones de mercado no han sido

suficientemente difundidas, la información de precios es la obtenida por entidades oficiales, por lo que los caracteriza como precios referenciales es decir, que no son los que se dan realmente en las transacciones.

Como productos con potencialidad de exportación identifica a los concentrados de productos tropicales como mango, piña, start fruit (carambola) y guanábana; frutilla, mora y frambuezas congeladas; pepino dulce y melón (variedad yellow canaria) productos que Chile ha abierto mercado en Europa y Estados Unidos, y que Ecuador Tiene ventajas comparativas en cuanto a costos de producción y transporte. Mango (variedad Tommy Atkins) de la que se ha obtenido altos rendimientos, 250 frutos por árbol que supera a los de Puerto Rico, 180 frutos por árbol, sus frutos tienen buena presentación de color amarillo intenso, no tienen fibra y su semilla es plana, el peso de cada fruto supera los 450 gramos; la variedad Palmer tiene un ciclo intermedio y la Keitt es material tardío con lo que se tendría un buen rango de producción que iría de diciembre a marzo, período en que los Estados Unidos no tiene producción. Considera que podría también exportarse en forma de concentrados y deshidratados.

Sugiere que el IICA puede cumplir un importante papel en el suministro de información sobre tecnología.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

4.2 AGENCIAS DE PROMOCION Y FINANCIAMIENTO

4.2.1 CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN):

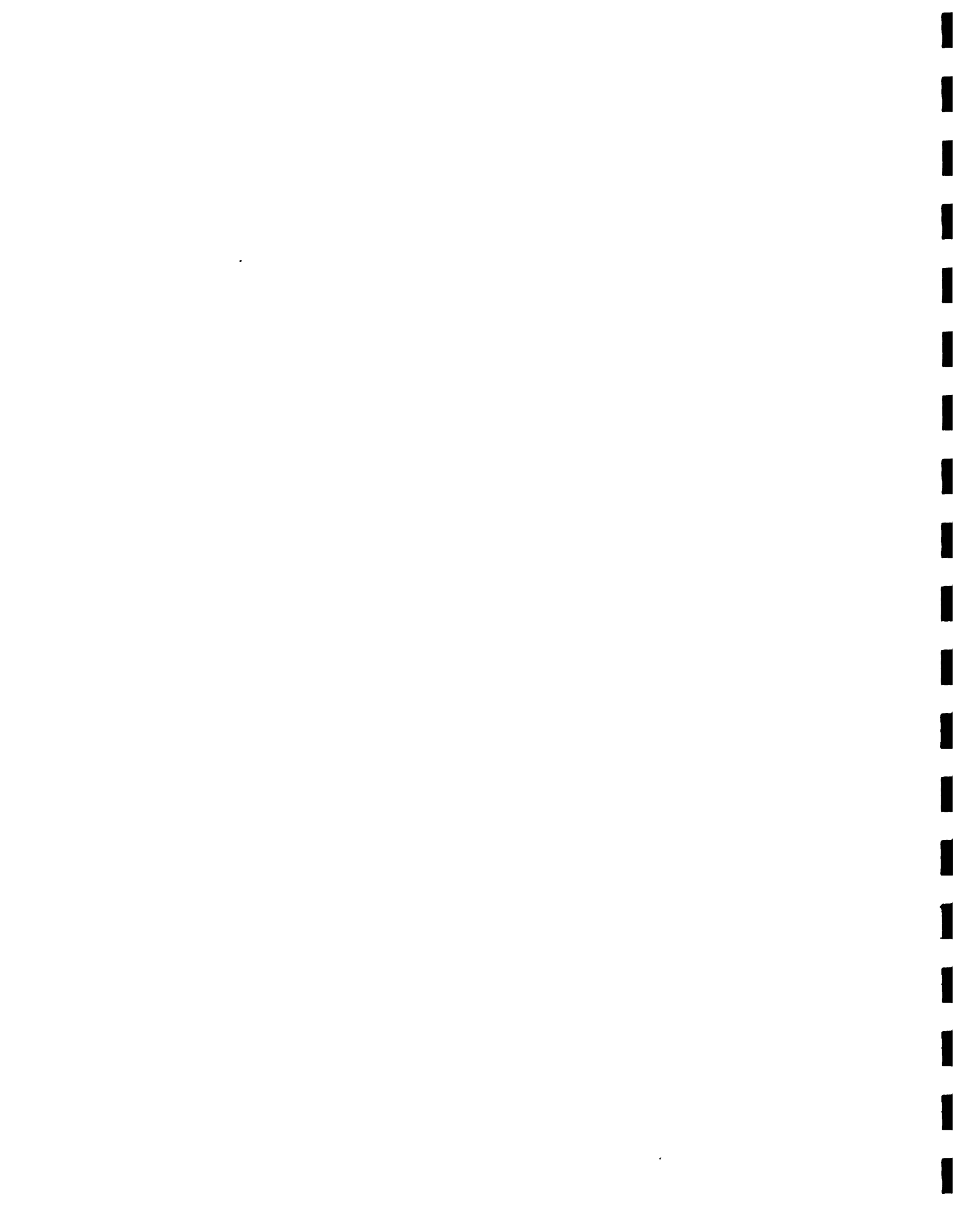
Esta institución tiene como uno de los mecanismos crediticios el FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FOPEX) que fue creado en el mes de Julio de 1972 mediante Decreto Supremo No 673, inicia sus actividades en Agosto del mismo año, adscrito a la Comisión de Valores - Corporación Financiera Nacional; en 1977 pasó a ser parte de la Corporación Financiera Nacional, destinado a financiar las operaciones de exportación de productos no tradicionales.

Las principales líneas de acción y servicios que presta el fondo son las siguientes:

a) Credito de corto plazo:

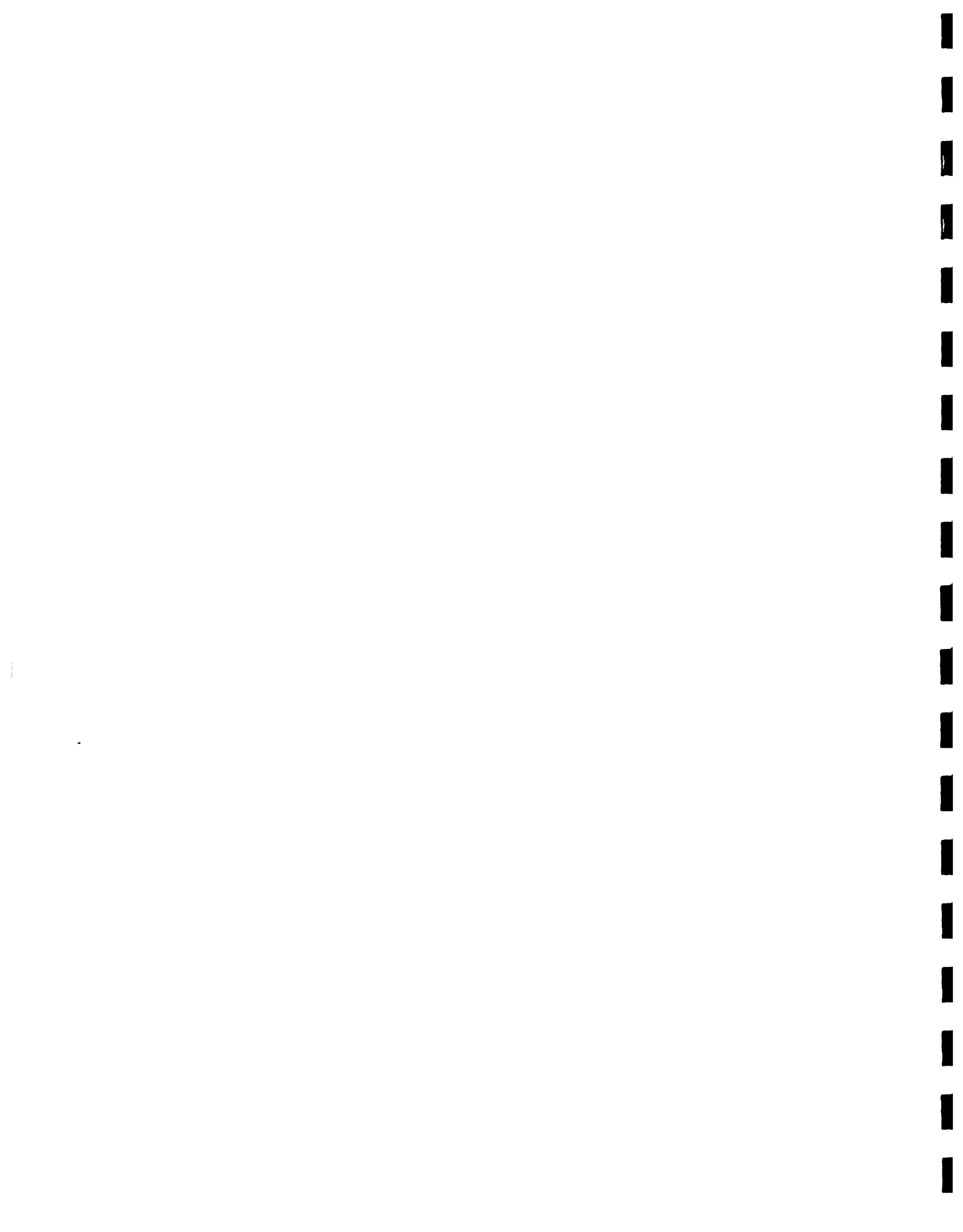
Para capital de operación que aprobó y desembolsó el Fondo entre Agosto de 1972 y Diciembre de 1986, alcanzó 18.218.4 y 19.077.8 millones de sucres, registrando una tasa de crecimiento del 31.4% y 38.3% respectivamente.

En lo que se refiere al credito desembolsado, los elaborados de cacao tienen la mayor participación con el 29.9%, seguido de alimentos para animales que corresponde basicamente a harina de pescado con el 11.1%, pescado fresco 10.7%, preparados de pescado



9.4% y madera desbastada o simplemente aserrada con el 7.7%.

Con una menor participación dentro del credito desembosado para exportaciones, se encuentra una amplia variedad de productos como cafe soluble, productos medicinales y farmaceuticos, aceites vegetales, aparatos electrodomesticos, maderas terciadas, otras maquinarias y aparatos electricos, productos quimicos, vestuario, productos vegetales en bruto, tejidos de algodón, tabaco en bruto, entre otros.



CUADRO No 3

CREDITO DE CORTO PLAZO
1972 - 1986
(Miles de sucres corrientes)

AÑOS	APROBADO	DESEMBOLSADO
1972	63.273.2	33.965.9
1973	191.991.7	194.041.0
1974	308.741.1	329.623.7
1975	352.417.9	368.062.9
1976	505.129.2	568.363.9
1977	638.614.0	913.259.0
1978	1.047.891.4	1.306.784.9
1979	1.226.159.4	1.542.567.7
1980	2.433.418.5	1.769.738.8
1981	2.175.382.4	2.191.780.3
1982	1.729.690.0	1.848.399.0
1983	1.454.452.7	1.283.050.4
1984	1.269.131.2	1.441.050.9
1985	1.917.515.0	2.105.403.9
1986	2.904.591.0	3.181.736.1
TOTAL	18.218.398.7	19.077.828.4

ELABORACION: FOPEX

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

El principal mercado de los bienes que financió el FOPEX, fue Estados Unidos, en razón de que hacia este se dirigieron las exportaciones de camarón, semielaborados de cacao y madera de balsa, que participan mayoritariamente en el crédito concedido.

Los productos financiados con destino a los países de Grupo Andino tuvieron un lugar destacado, cuyo monto total alcanzó a 5.715.3 millones de sucres. Dentro de este grupo cabe resaltar el incremento del financiamiento de mercaderías con destino a Colombia y Perú.

Un importante lugar ocupa el crédito concedido con destino al resto del mundo, con una participación del 23.7%, pero a su vez la secuencia estadística observada en los últimos años, no se incrementa. En similar situación se encuentra el crédito para productos que se destinaron al resto de países que conforman la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).



CUADRO No 4

PAISES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES
FINANCIADAS POR EL FOPEX
(millones de sucres corrientes)

DESTINO	VALOR
Bolivia	27.9
Colombia	3.678.7
Perú	983.8
Venezuela	1.003.8
Subtotal Grupo Andino	5.715.3
Resto de países de ALADI	1.723.8
Estado Unidos	6.466.1
Resto del Mundo	4.313.2
T O T A L	18.218.4

ELABORACION: FOPEX

b) Credito de Mediano y Largo Plazo:

El 3 de marzo de 1982 la Junta Monetaria según Regulación No 078-PBC, asignó a la Corporación Financiera Nacional la suma de 500 millones de sucres, con el fin de canalizarlos, a través del FOPEX, para la creación de empresas nuevas o ampliación de las ya existentes que destinen su producción principalmente a la venta externa.



Con el mismo fin y en vista del agotamiento de los recursos asignados en 1982, mediante Resolución de Junta Monetaria No 216-FOPEX de Septiembre de 1986 se incrementa el fondo en 500 millones de sucres adicionales, los cuales se destinan al financiamiento de empresas nuevas, ampliación de las existentes, instalación de infraestructura de servicios para los productos de exportación y la implantación y desarrollo de proyectos de investigación técnica experimental relacionados con la producción de bienes potencialmente exportables.

Se pretende con estos recursos incrementar y diversificar las exportaciones de bienes no tradicionales, objetivo que ha sido plenamente superado.

Con cargo a esta modalidad de credito, se han aprobado 51 prestamos con un total de 1.001.8 millones de sucres, beneficiando a 38 empresas.



CUADRO No 5

CREDITO CONCEDIDO A MEDIANO Y LARGO PLAZO
(miles de sucres corrientes)

PRODUCTOS	VALOR
Aceite de palma	50.000.0
Alcachofas	1.200.0
Alimento balanceado	17.600.0
Alimentos enlatados	70.000.0
Artículos de madera	23.000.0
Azulejos	12.000.0
Camarones	124.193.0
Cardamomo	11.300.0
Claveles	24.628.0
Confites de azúcar	10.950.0
Elaborados de banano	75.000.0
Espárragos	32.000.0
Estractos vegetales	12.600.0
Herramientas electromecánicas	22.000.0
Pesca blanca	25.000.0
Rosas	369.245.7
Sanitarios	65.000.0
Servicio de frío	7.900.0
Tabaco	8.800.0
Tableros contrachapados	30.640.0
Tomate de árbol	8.800.0

ELABORACION: FOPEX



La producción agrícola para exportación ha sido la más beneficiada de este tipo de crédito, el 45% del total concedido se destinó a este sector.

Dentro de los productos agrícolas, el que más apoyo ha recibido es la floricultura, con un porcentaje que alcanza el 37.5% del total, siendo las rosas y claveles los principales tipos de flor que se han beneficiado de este impulso. Otros productos agrícolas como espárragos, cardamomo, alcachofas, tomate de árbol han recibido también el estímulo crediticio.

El sector pesquero, y específicamente la actividad camaronera, ha participado con el 14.9% del total, resaltando el crédito concedido para la instalación de un laboratorio de larvas, así como el establecimiento de una industria de camarón de agua dulce, como rubro importante en la diversificación de la producción piscícola. Por otro lado, dentro de la diversidad de las actividades financiadas, se encuentran las de envasado de frutas y vegetales, productos de molinería, artículos sanitarios y de cerámica e infraestructura de servicios para la exportación.

c) Asistencia Técnica:

- Capacitación: el FOPEX realizó 28 seminarios con el fin de mejorar el nivel de conocimientos en materia de comercio exterior en lo que se refiere a las nociones básicas, al manejo de

herramientas modernas y eficientes y, en cierta manera contribuyó a dar a conocer la importancia que tienen las exportaciones para el desarrollo del país.

La mayoría de los seminarios tuvieron la colaboración a nivel internacional del Centro Interamericano de Comercialización (CICOM) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) considerándose los eventos de mayor trascendencia los que trataron temas respecto a comercialización y negociaciones internacionales control de calidad; empaque y embalaje; costos, precios y cotizaciones; gerencia de exportación; metodología para elaboración de proyectos de exportación; consorcios de exportación y compañías de comercio exterior.

- Información Comercial: el FOPEX dispone de varias fuentes informativas las cuales se presentan a continuación:

a) Sistema de Microfichas de comercio exterior del Centro de Comercialización Internacional.- Esta fuente contiene información estadística actualizada del comercio exterior mundial para los productos comprendidos en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI), con referencia a los 36 países más importantes dentro del comercio mundial.

El sistema se refiere a datos de importaciones de 36 mercados de todos los orígenes por cinco años y para los productos que constan en el CUCI, 1312 items, en valor y cantidad. Aproximada-



mente cubre el 80% del comercio internacional.

Para la difusión de la información contenida en las microfichas, el departamento dispone de un lector - impresor de microfichas.

- Boletín Internacional de Oportunidades Comerciales publicado por la Red de Información Comercial OEA-AICO; esta red es un proyecto conjunto entre la asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), la Cámara de Comercio de Bogotá y la Secretaría General de la OEA.

Es un sistema informativo dinámico, que dentro de la comercialización internacional responde a las necesidades de intercambio comercial y se ha constituido en un esquema central para los organismos del sector público y privado de los países miembros de la OEA, España y Portugal.

El boletín semanal de oportunidades comerciales, es un listado de ofertas y demandas con la finalidad del intercambio comercial directo entre los oferentes de los países miembros de la OEA y de la Península Iberica con los demandantes del resto del mundo.

- Normas legales sobre el comercio exterior.- la Secretaría General de la ALADI, desde el mes de Enero de 1984 puso en práctica un programa de recopilación, almacenamiento y difusión sintetizada de las normas legales correspondientes, que han sido aprobadas en cada uno de los países.

- INFOFISH - MARKETING DIGEST.- es una revista publicada por la FAO bimensual, que contiene artículos sobre análisis de mercado, nuevos productos, elaboración, envase, equipo y otros aspectos de las pesquerías, con resúmenes de los servicios regionales.

- ORNAMENTAL CROPS.- Boletín semanal publicado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, contiene un reporte semanal de la producción de flores por variedad en los principales estados de ese país, con datos de volúmenes de producción y precios al por mayor. Contiene además información estadística de las importaciones de flores a través de Miami en volumen y precios, en forma acumulada y comparativa con periodos anteriores.

- Serie de precios internacionales en la Comunidad Económica Europea.- El Centro de Comercio Internacional además de enviar el Sistema de microfichas mencionado anteriormente, remite semanalmente estadísticas de precios de frutas tropicales y legumbres en diferentes países de la CEE.

- RED BOOK.- El Libro Rojo contiene amplia información de la industria de frutas y vegetales de los Estados Unidos, constituye una guía del estado en que se encuentran las principales empresas norteamericanas, prácticas comerciales y dónde pueden ser aplicables y normas de pago que reflejan el modo en que son canceladas sus obligaciones.



- Sistema de Información de Precios.- La Sección de Investigación y Asesoramiento se encuentra diseñando un sistema computarizado de información internacional de precios el que se pondrá al servicio en poco tiempo.

d) Estudios y Publicaciones:

Entre los análisis realizados por el FOPEX y que luego fueron publicados para su distribución, constan los siguientes:

- Trámites para realizar exportaciones.
- Tarifas portuarias y tasas de control aduanero en el Ecuador.
- Usos y reglas uniformes relativos a los créditos documentarios.
- Terminos y condiciones financieras para la exportación de productos ecuatorianos.
- Principales terminos utilizados en el Comercio Internacional.
- Esquemas de incentivos para la formación de empresas de comercio exterior.
- Cómo exportar a ... Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Perú y Suecia.
- Incentivos a las exportaciones en el Ecuador.
- Perfil de mercado externo para los siguientes productos: quínuva, raíz y aceite de gengibre, melón y otros.

El entrevistado, Econ. VICTOR CHIRIBOGA B., Subdirector del Departamento de Promoción de Exportaciones de la CFN, manifiesta que la Corporación a más de los servicios antes señalados, participa accionariamente en empresas de economía mixta de



acuerdo a su importancia económica y social, como es el caso de la participación en el Ingenio AZTRA.

El FOPEX financia una amplia gama de productos agrícolas en estado natural, semielaborados y elaborados, productos bioacuáticos, maderas, fármacos, veterinarios, entre otros, a ser destinados a la exportación.

Como limitantes a la exportación señala el monto reducido de financiamiento, las barreras institucionales que presenta el mercado de Norteamérica, la escasa capacitación técnica y empresarial, y el bajo nivel de la tecnología aplicada.

Considera que el Ecuador ante el mercado internacional tiene una participación pasiva, es decir que el país tiene un bajo poder de negociación en el mercado internacional.

Considera de importancia la coordinación de actividades de investigación con las Universidades y Centros de Educación Superior del país y que el IICA puede intervenir en el estudio y desarrollo de proyectos y en la capacitación a diferentes niveles.

4.2.2 BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF):

Es la entidad estatal oficial de crédito y financiamiento de planes de desarrollo agrícola, pecuario, artesanal, pesca,



turismo, comercio, fomento forestal y comercialización interna de productos agropecuarios.

En el Cuadro No 6 se presenta el aporte de las diferentes fuentes de financiamiento para los años 1985, 1986 y 1987.

CUADRO No 6

FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL CREDITO
(millones de sucres corrientes)

F U E N T E S	1985	1986	1987
Recuperación de cartera	7.066.0	9.260,0	10.277.3
Redescuentos del Bco. Central	15.209.0	20.193.0	17.934.2
Capitalización	1.146.0	-	944.2
Corp. Financiera Nacional	1.545.0	540.0	2.735.7
Programa Nacional del Cafe	289.0	365.0	1.028.0
Bonos de Fomento Agropecuario	400.0	220.0	478.5
BIRF	312.0	32.0	1.059.3
BID	7.365.0	0.031	7.199.8
AID	31.0	-	-
Utilización de depósitos	339.0	1.229.0	5.316.7
CAF	-	1.230.0	681.6
T O T A L	33.702.0	43.068.0	47.655.3

FUENTE: Informe de Labores del BNF

ELABORACION: Departamento de Investigaciones del BNF



El Banco no tiene líneas específicas para financiamiento de actividades postcosecha, pero concede créditos bajo el concepto de pequeña industria y artesanía, en el Cuadro No 7 se presenta el crédito concedido por rubros en los años 1985, 1986 y 1987.



CUADRO No 7

CREDITO TOTAL PARA PEQUEÑA INDUSTRIA Y ARTESANIA POR RUBROS
(miles de sucres corrientes)

R U B R O S	1985	1986	1987
Productos alimenticios	1.076.441	837.073	1.293.942
Bebidas y tabaco	74	5.056	8.124
	202.610	215.488	321.370
Confecciones con textiles	516.235	608.397	1.000.971
Industrias de cuero	143.926	140.158	254.964
Industrias de madera	499.966	453.345	754.222
Industrias de papel y deriv.	-	8.185	7.726
Artes gráficas	132.845	76.753	132.896
Industrias del caucho	27.193	37.344	68.138
Productos químicos y farmac.	78.740	91.647	394.622
Cerámica y cemento	203.019	152.683	350.256
Metalúrgica	362.179	391.640	710.754
Industrias diversas	199.678	156.940	405.949
Industria Hotelera	198.595	164.724	285.922
Servicios en general	33.897	41.962	81.217
Otros	204	604	4.800
T O T A L	3.675.602	3.381.999	6.082.873

FUENTE: Departamento de Procesamiento de Datos del BNF
ELABORACION: Departamento de Investigaciones socio-económicas.



El entrevistado Ing. ADOLFO CEVALLOS, Subgerente de Credito de Capacitación Pública, manifiesta que se han registrado experiencias negativas en explotaciones avícolas y porcinas y se han obtenido buenos resultados en flores y camarones; experiencias en las que se basa en Banco para conceder creditos de producción agroindustrial.

De acuerdo a su visión profesional, en razón de que en el Banco no existe actividad que financie las exportaciones, considera que uno de los problemas es la baja productividad de la mayoría de las explotaciones agropecuarias que repercute negativamente en los procesos de comercialización interna y externa.

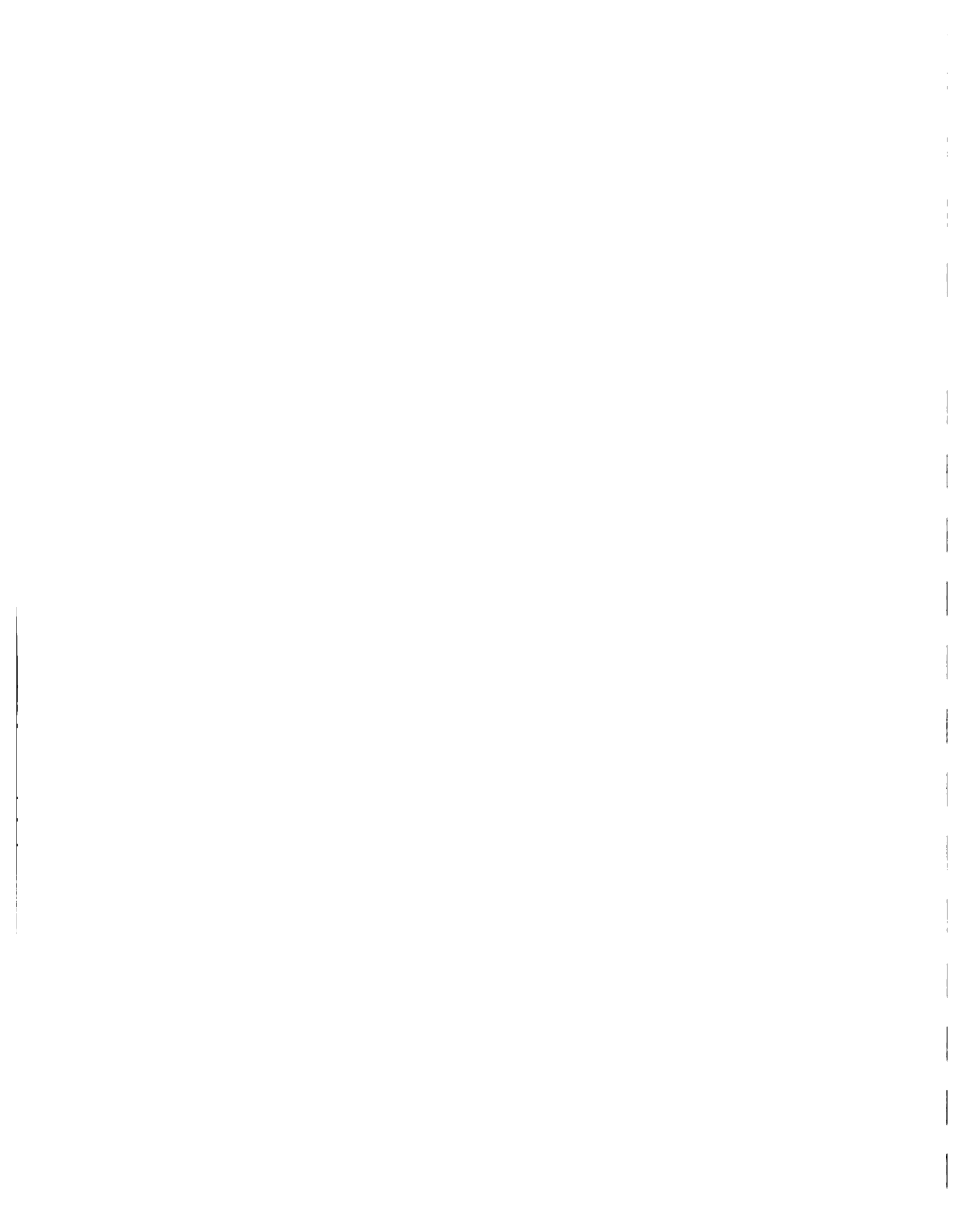
4.3 AGENCIAS DE DESARROLLO Y EMBAJADAS

4.3.1 USAID:

Entrevistados: Sr. DAVID L. ALVERSON e Ing. MARCO PEÑAHERRERA.
Como principales impedimentos para el desarrollo de exportaciones a Norteamérica resaltan:

Falta de fuentes de información tecnológica y de infraestructura para la producción, manejo post-cosecha y procesamiento.

Cuando existe demanda por algún tipo de producto no hay la suficiente capacidad de oferta debido a que la producción está



dispersa y desorganizada; como en el caso del requerimiento de pulpa de mora, que no puede ser cubierto por los factores anteriormente mencionados y falta de tecnología de producción; en general se presentan deficiencias en cantidad y calidad apropiada para la exportación.

Informan además que en los últimos dos meses han venido al país representantes de firmas de Estados Unidos, del Grupo Asociado a la General Motors para analizar posibilidades de establecer convenios con empresas ecuatorianas.

Sobre estudios sectoriales existentes en el país informan de los ejecutados por ANDE y de un estudio específico sobre agroindustrias auspiciado por la JUNAC.

Sugieren que el IICA coopere en el área de capacitación a diferentes niveles en coordinación con AID.

4.3.2 EMBAJADA DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA:

Entrevistada: Sra. ELIZABETH BERRY, Agregada Agrícola.

Hace poco tiempo asumió estas funciones en el país, por lo que tiene conocimientos superficiales de la actividad agroindustrial de exportación, sin embargo manifiesta que ha tenido informes de la delegada en esta área para Latinoamérica, con sede en Venezuela, en los que resalta que el principal problema de los



productos ecuatorianos de exportación a Norteamérica es la falta de calidad y cumplimiento de normas sanitarias el ingreso a ese país se dificulta, por los análisis minuciosos que deben realizar y que en ocasiones los productos son rechazados.

Proporcionó información sobre la permanencia en el país durante los días 23 y 24 de Febrero de 1989 de una misión de la firma Schedule For Rick Durkin International Agro & Food Products, INC., con el propósito de entrevistarse con algunos empresarios de Quito y Guayaquil a fin de establecer posibilidades de convenios de cooperación.

4.4 EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO:

4.4.1 SIPIA Cía. Ltda.

Dirección: Km. 21 vía Interoceánica, Puenbo Provincia de Pichincha.

Nombre y cargo del entrevistado: Ing. Guillermo Narvaez P., Presidente.

Fecha de la entrevista: 13 de Marzo de 1989

Actividades:

- Producción de mermeladas y frutas en almibar: frutilla, babaco, tomate de árbol, guayaba y piña; sin uso de preservantes, Grados Brix entre 30 y 35.



- Ensalada de frutas tropicales: piña, sandía, papaya y banano.
- Papas enteras con cáscara en sal muera.
- Pepinillo en sal muera y vinagre, sin preservantes.

Volúmen de operación:

- U.S. \$ 150.000 para mercado interno
- U.S. \$ 100.000 para mercado externo

Principales temas tratados:

- De acuerdo a su visión el mercado de norteamérica tiene tres segmentos:
 - a) Mercado etnico que es muy voluble.
 - b) Mercado normal que es muy grande.
 - c) Delicatessen demasiado exigente en cuanto a calidad.
- La calidad de la materia prima no es apta para exportar, en tomate de árbol por ejemplo apenas el 30% es de calidad adecuada.
- Menciona que los agricultores no producen porque aducen que no tienen a quien vender y los industriales no producen porque no hay abastecimiento de materias primas, produciendose con esto un círculo vicioso que no permite cubrir demandas en el mercado internacional.
- Sugiere que el IICA preste asietncia tecnica a los agricultores para la obtención de materias primas, manejo postcosecha y formas asociativas de productores.

Vertical line of dashes on the right edge of the page.

Perspectivas de la empresa:

El Presidente y Gerente tienen formación superior en agronomía y administración de empresas y tecnologías de alimentos, lo que les posibilita dar a la empresa buenos niveles de administración. Están interesados en suscribir convenios de comercialización, provisión de equipos y tecnología.

4.4.2 PROCECONSA

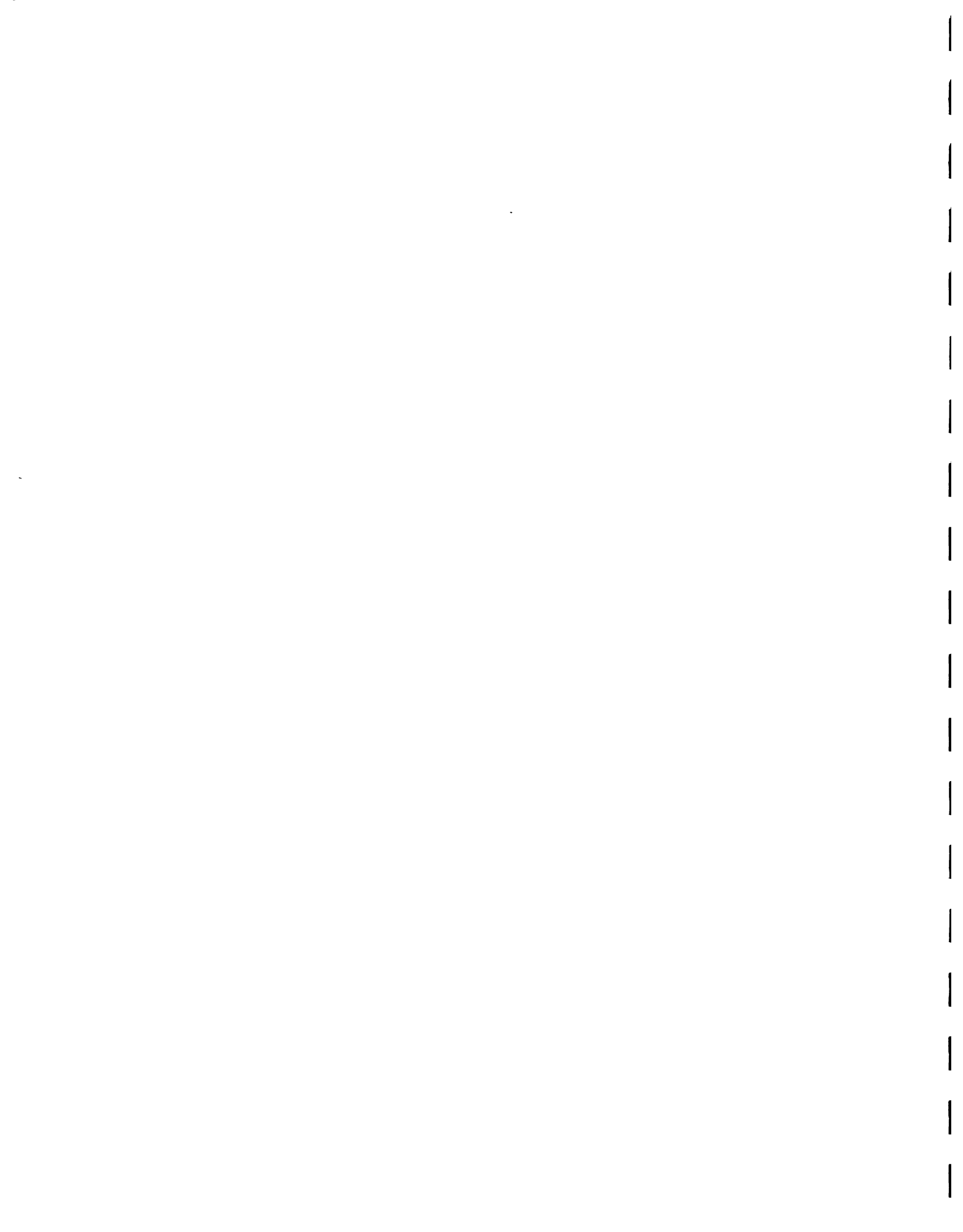
Dirección: Km. 21.5 vía Interoceánica, Puenbo Provincia de Pichincha.

Nombre y cargo del entrevistado: Ing. Luis Holguín Perez, Gerente Propietario.

Fecha de la entrevista: 13 de Marzo de 1989

Actividades:

- Producción de espárragos, puntas y trocitos en sal muera en empaque de lata, con choque termico, pasterizado, cocción y enfriamiento, sin uso de preservantes.
- Alcachofas en empaques de lata y vidrio en vinagre y sal muera, los empaques de vidrio son pasterizados en autoclave y no se usan preservantes.
- Arvejas, frejol negro, frejol blanco con tocino en latas, sin preservantes.
- Babaco y tomate de árbol en almíbar, Grado Brix entre 30 y 35.
- Aji y pepinillos en sal muera, sin preservantes.



Volúmen de operación:

- U.S. \$ 100.000 para los mercados interno y externo.

Principales temas tratados:

- A realizado exportaciones de babaco y tomate de árbol a Portugal y, ha enviado muestras a Norteamérica pero requiere de una relación comercial permanente para realizar las transacciones; también entregaron muestras a la Misión Comercial de Puerto Rico que visitó el país en los primeros meses de año.
- Menciona que es necesaria la preparación de técnicos a nivel medio para el procesamiento de los productos.
- Como potenciales productos de exportación identifica a la mora, naranjilla y guanabana; pero no existe la suficiente producción.
- Tiene interés en suscribir convenios en tecnologías de procesamiento y de uso de nuevos empaques y, en comercialización.

Perspectivas de la empresa:

El Gerente Propietario tiene preparación superior en Ingeniería Agronómica y experiencia en el campo agroindustrial y además tiene posibilidades de expandir la empresa en cuanto a maquinaria y equipos.

4.4.3 ALIHUERTA Cía. Ltda.

Dirección: Calle E.Espejo No 726 Tumbaco, Provincia de Pichincha.

Nombre y cargo del entrevistado: Ing. Omar Guerrero A., Gerente General.



Fecha de la entrevista: 15 de Marzo de 1989

Actividades:

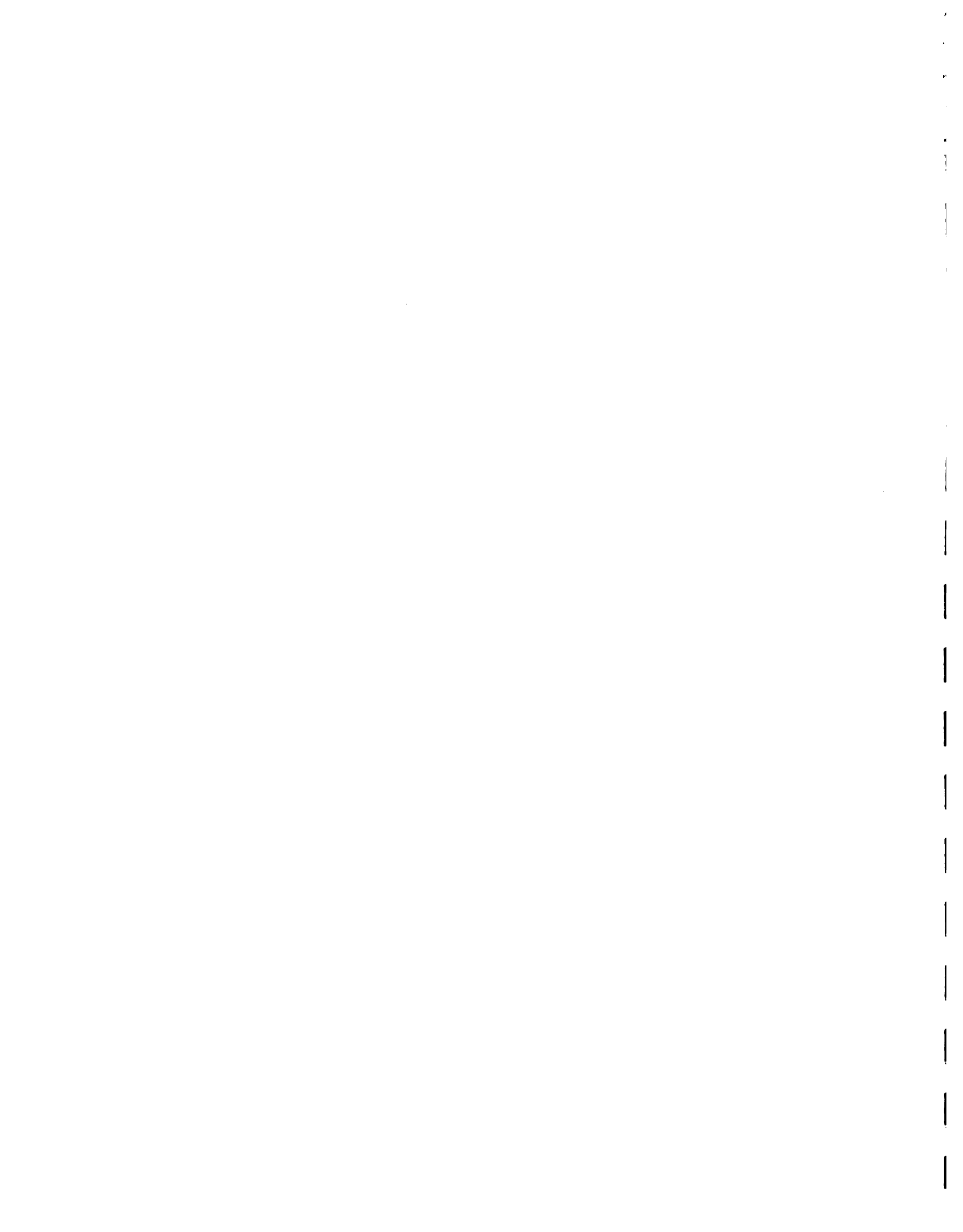
- Producción de saborizantes de yogurt, mermeladas y toppin.
- Pulpas de frutas congeladas.
- Tienen plantaciones propias de mora (6 ha.) y frutilla (3 ha.)

Volúmen de operación:

- U.S. \$ 24.000 mensuales para el mercado interno.
- U.S. \$ 10.000 mensuales para el mercado externo.

Principales temas tratados:

- Tienen sistemas propios de acopio de productos en centros ubicados en áreas de producción de la Sierra y de la Costa, lo que les asegura el abastecimiento de materia prima.
- Menciona que hace falta información y cooperación para la exportación por lo que existe incertidumbre para esta actividad.
- Las exportaciones realizadas en su mayor proporción han sido a Canadá e Italia y tienen posibilidades de exportar a otros países de Europa, Japón, Finlandia, entre otros.
- Identifica como productos potencialmente exportables a los culinarios, sopas, especias, zanahoria en vinagre o sal muera, alcaparras, palmitos y alcachofas.
- Han establecido relaciones comerciales con empresas comercializadoras de Miami y Los Angeles que les prestan buenos servicios.
- Considera de mucho interes el encontrar cooperación para la



organización de los empresarios agroindustriales.

- Que el IICA retome la asesoría técnica y capacitación en servicio a diferentes niveles.

- Están interesados en convenios para la dotación de maquinaria a través de leasings blandos y calificados por organismos estatales y de aseguramiento de mercado.

Perspectivas de la empresa:

El Gerente General tiene preparación superior en Ingeniería Comercial y experiencia en el campo agroindustrial y de comercialización, tiene posibilidades de expandir la empresa e incrementar volúmenes de producción y adicionar nuevas líneas.

4.4.4 KENNET C. A.

Dirección: Baquerizo No 489 y Alamgro, Quito

Nombre y cargo del entrevistado: Ing. Fernando Acosta, Gerente de Planta.

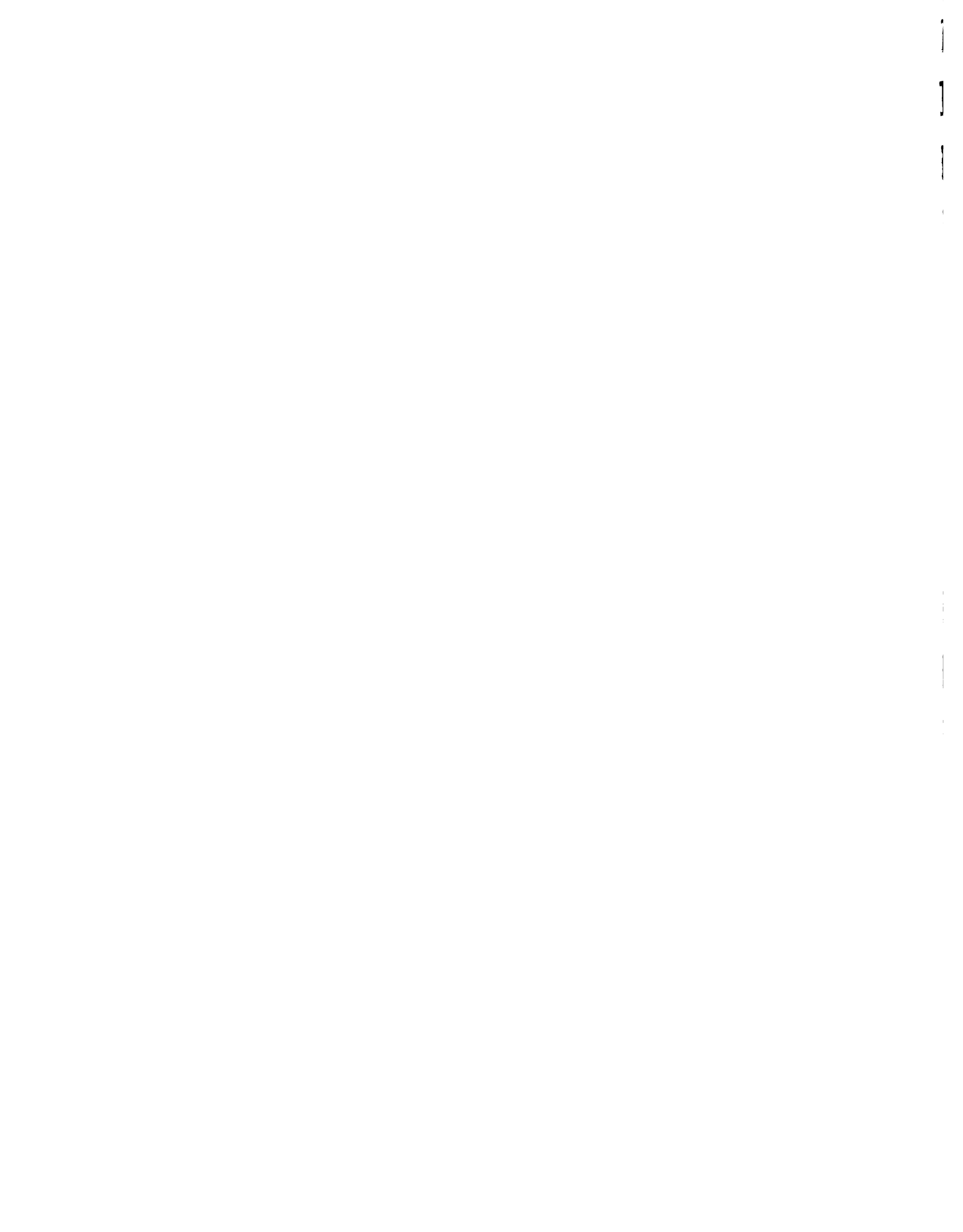
Fecha de la entrevista: 15 de Marzo de 1989

Actividades:

- Producción y procesamiento de champiñones, compra y procesamiento de espárragos, línea nueva desde 1988.

Volúmen de operación:

- Entre U.S. \$ 100.000 y U.S. \$ 500.000 dólares.



Principales temas tratados:

- Una de las principales limitantes que señala, son los altos costos de producción de champiñones, lo que nos les ha permitido ingresar en el mercado de los Estados Unidos, en el que los niveles de productividad son más altos y los costos más bajos. Las posibilidades de exportación están en los países del Pacto Andino.

- El consumo interno de champiñón en fresco se ha incrementado, de la producción total de 140 TM al año, el 60% es enlatado en envase aséptico y el 40% se comercializa en fresco; del porcentaje enlatado el 10% se exporta y el resto es para consumo interno.

- A través de AID recibe asistencia técnica de profesionales norteamericanos jubilados (CISE), pero se requiere asesoría técnica que les permita elevar la productividad para poder competir por precios en el mercado de Norteamérica.

Perspectivas de la empresa:

La empresa tiene posibilidades de ampliación de volúmenes de producción de champiñones enlatados y de ubicar en los mercados de Argentina, Colombia y Brasil; y de espárragos para los mercados de Alemania y Suiza.

Además tiene posibilidad de diversificar las líneas de industrialización con babaco, tomate de árbol y arveja.

1
2
3
4
5

4.4.5 ECUAVEGETAL S.A.

Dirección: Sargento Vargas No 112 y Av. Olmedo, Guayaquil.

Nombre y cargo del entrevistado: Sr. Alfredo Baquerizo, Gerente Técnico.

Fecha de la entrevista: 29 de Marzo de 1989

Actividades:

- Producción de enlatados de frutas, vegetales, jugos de frutas tropicales y granos, sin uso de preservantes.

Volúmen de operación:

- U.S. \$ 1'000.000

Principales temas tratados:

- Han exportado a Estados Unidos, en el último tiempo, siete contenedores de 20 pies, de gandul en verde (en sal muera) y seco, y están por exportar maíz suave cocido (mote) y maíz suave tierno (choclo).

- Han promovido el cultivo de gandul, en 52 ha. con proyecciones a 600 ha.. Proyectan promocionar un plan de cultivo de 800 ha. de tomate industrial.

Principales temas tratados:

Como productos potenciales de exportación identifica, la pasta de tomate cuya demanda es alta y países tradicionales de exportación como Italia, Portugal y Francia han bajado su producción por el

alto costo de la mano de obra. El Ecuador tiene óptimas condiciones de clima y suelo, además la mano de obra es más barata.

Otros productos potenciales de exportación son mango fresco y concentrados de mango, maracuyá, frutas tropicales enlatadas, camarón enlatado.

Las líneas de crédito para el fomento a la exportación son insuficientes, cubren el financiamiento de apenas un medio contenedor.

Los costos de transporte son altos en relación con los de los países competidores, lo que les pone en desventaja.

Tienen interés en convenios de tecnología de producción de alimentos para niños y alimentos terminados.

Perspectivas de la empresa:

Esta industria presenta altas perspectivas de crecimiento, pertenece a un grupo de empresas que han aplicado nuevas tecnologías de producción de leche en el litoral, avanzados procesos de industrialización de leche y obtención de productos lácteos, de alta calidad.

4.4.6 INDUSTRIAS BORJA

Dirección: Machala, Provincia de El Oro. Olmedo, Guayaquil.
Teléfono: 924375
Fax : 924151

Nombre y cargo del entrevistado: Sr. Hugo Borja B., Presidente.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Fecha de la entrevista: 30 de Marzo de 1989

Actividades:

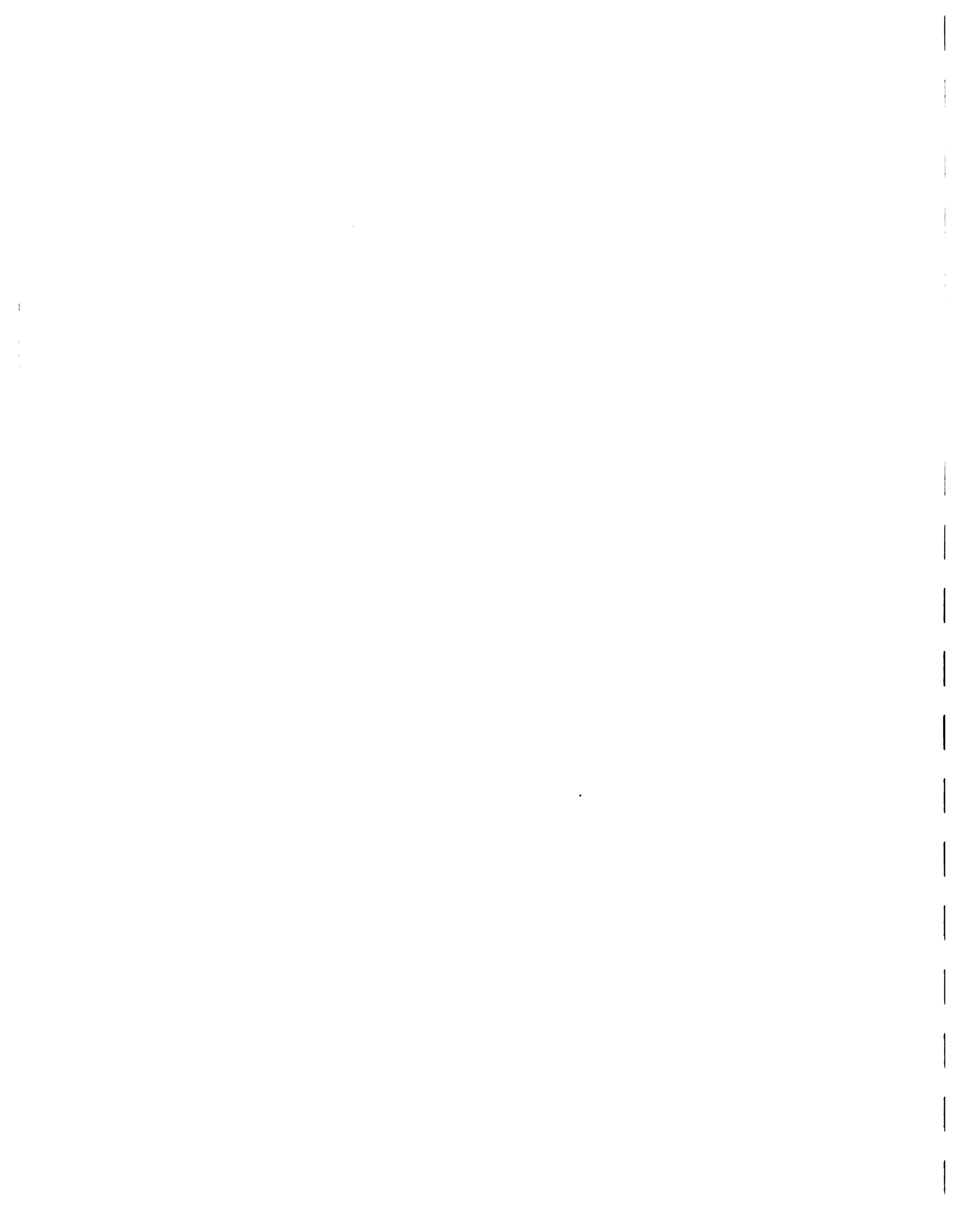
- Producción de pure de banano, con la utilización de fruta que no se exporta.
- Pure de maracuyá.

Volúmen de operación:

- U.S. \$ 1'000.000

Principales temas tratados:

- La empresa inició su operación con financiamiento y tecnología inglesa, la que fue probada durante un año y no dió los resultados previstos, por lo que decidió solicitar los servicios de la compañía norteamericana CHERRY BURREL, tecnología con la cual trabaja actualmente y obtiene productos de óptima calidad.
- Señala como uno de los principales problemas la falta de equipamiento del puerto de Machala, por lo que debe embarcar en Guayaquil, con los consecuentes costos adicionales y demoras en las revisiones de los controles aduaneros, además países competidores como Brasil, tiene subsidios al transporte por lo que puede ofertar a precios más bajos con los cuales el Ecuador no puede competir.
- Como productos potencialmente exportables identifica a la pasta de tomate, por la disminución de la oferta en el mercado mundial; frutas tropicales como mango y guanabana; productos leofilizados que utilizan en grandes cantidades los ejercitos, especialmente



el de Norteamérica.

Perspectivas de la empresa:

La empresa es manejada por el Sr. Borja y sus dos hijos con instrucción superior en Ingeniería Química y Arquitectura. Los procesos tecnológicos utilizados son bastante avanzados y obtienen productos de alta calidad, que les permite mantenerse y competir en el mercado internacional.

4.4.7 FRUTAS Y VEGETALES Cía. Ltda. (FRUVECA)

Dirección: Camino antiguo a Baños No. 270, Cuenca

Nombre y cargo del entrevistado: Dr. Simón Astudillo, Gerente.

Fecha de la entrevista: 20 de Marzo de 1989

Actividades:

- Producción de salsas, inglesa, china, de tomate y chimi-churri.
- Conservas enlatadas de durazno, pera y manzana, sin uso de preservantes y con un grado BRIX entre 30 y 35.
- Mermeladas de mora y piña.
- Conchas enlatadas en su jugo.

Volúmen de operación:

- Entre U.S. \$ 100.000 y U.S. \$ 500.000

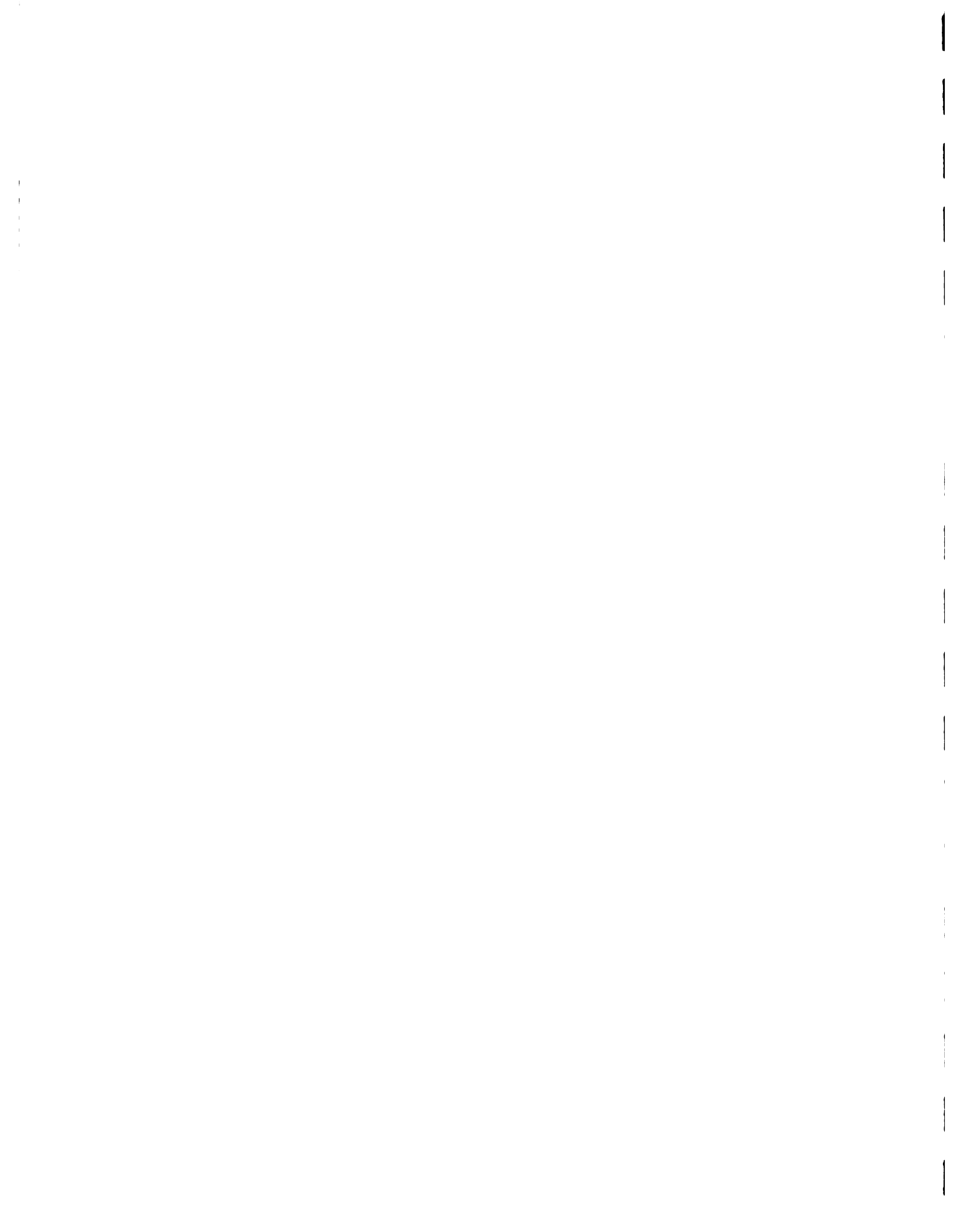
Principales temas tratados:

- La orientación principal de los productos es al mercado interno, últimamente ha realizado exportaciones de conchas a Estados Unidos a través de la firma Agro Tech.
- Confía en cumplir con sus objetivos de exportar e indica que puede pasar los requisitos de la FDA de los Estados Unidos.
- Entre los principales limitantes señala el costo del envase y la dificultad de conseguir productos de calidad tanto en tamaño como en cualidades sanitarias.
- Como productos con potencialidad de exportación señala a los enlatados de tomate de árbol, babaco, gandul, naranjilla, pepino dulce y maracuyá. A detectado interes en países europeos y asiáticos por pulpas y concentrados de babaco, mora, piña y durazno.

Perspectivas de la empresa:

El Gerente es profesional graduado en Química, tiene gran iniciativa empresarial y de investigación, ha traído personalmente desde Puerto Rico cuatro variedades de gandul para ser probadas en el Ecuador.

Actualmente está ampliando las instalaciones de la fábrica, va a adquirir nueva maquinaria y muy pronto se incorporarán a trabajar sus dos hijas graduadas en química, con lo que alcanzará un mayor grado de eficiencia técnica y administrativa.



4.4.8 CONSORCIO AGROINDUSTRIAL DEL PACIFICO (CAPACIFIC)

Dirección: Vía Pto. Marítimo, Machala
Telefono: 922 - 083
Telex : 4400PESRA-ED

Nombre y cargo del entrevistado: Sr. Arturo Bucheli, Gerente General.

Fecha de la entrevista: 30 de Marzo de 1989

Actividades:

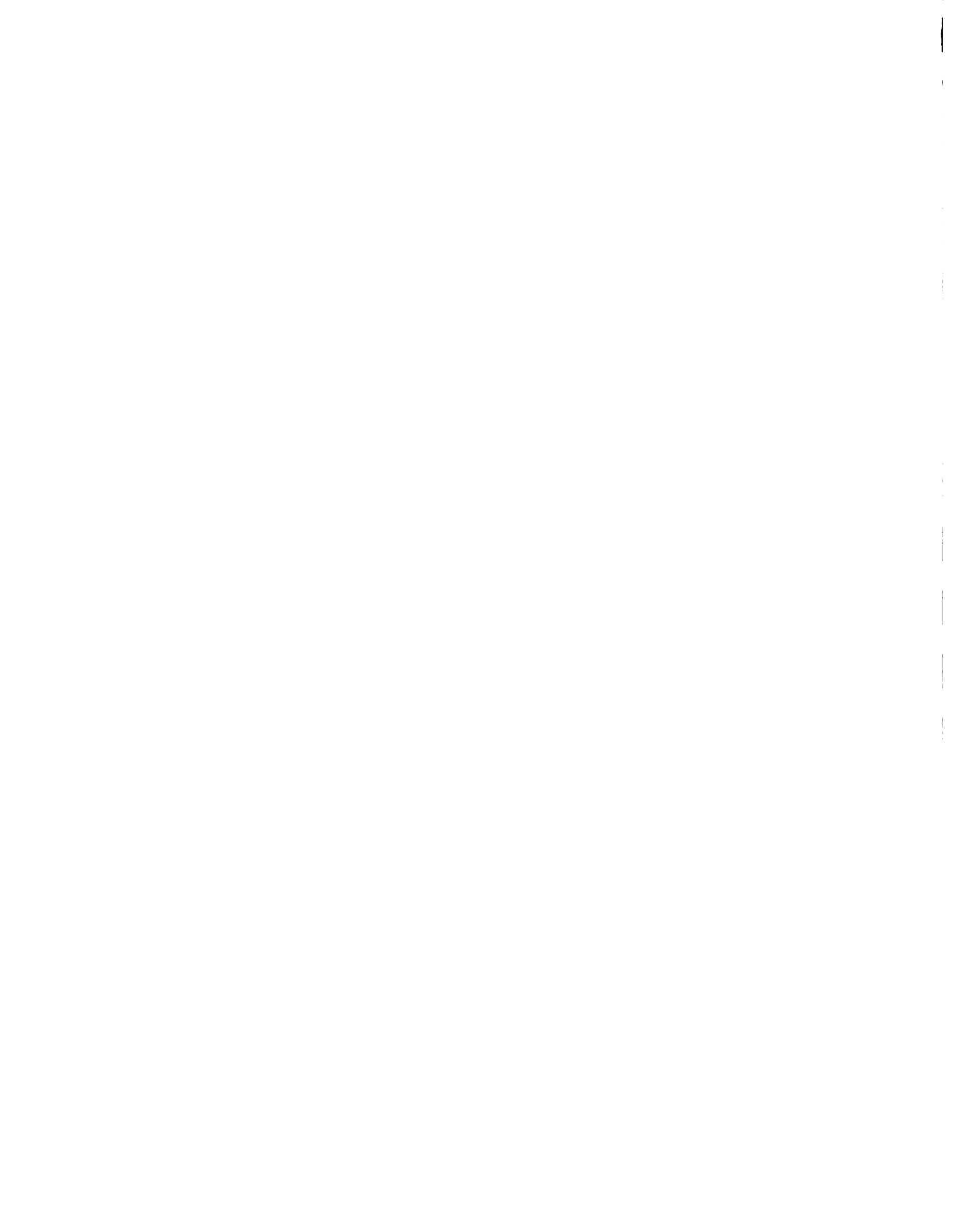
- Producción de pulpas y jugos concentrados de naranja, melón, mango.
- La producción total de la empresa es orientada al mercado externo, no considera rentable producir para el mercado interno.
- Auspician planes de fomento de producción de maracuyá y palmito, compran la materia prima directamente a los productores.

Volúmen de operación:

- Entre U.S. \$ 500.000 y U.S. \$ 1'000.000

Principales temas tratados:

- Considera que no existe un verdadero apoyo a las exportaciones no tradicionales. Por falta de financiamiento perdieron el mercado de piña colada en Chile.
- Considera que no existen políticas de incentivos a la producción y a la industrialización, por el contrario la política arancelaria y cambiaria les afecta económicamente.
- La última exportación a Norteamérica fue en 1988, dejaron de



exportar porque no pueden competir con Colombia y Brasil que tienen fletes más baratos.

Perspectivas de la empresa:

La empresa es manejada por dos ingenieros químicos y un ingeniero industrial, que le dan un buen nivel de gestión empresarial y tecnología de producción, presentan un alto potencial de consolidación e incremento de las operaciones en el mercado internacional.

4.4.9 SUDAMERICANA DE FRUTAS

Dirección: Mañosca No 280 y Veracruz, Quito.

Nombre y cargo del entrevistado: Sr. Medardo Santander, Gerente propietario.

Fecha de la entrevista: 27 de Marzo de 1989

Actividades:

- Comercialización de frutas frescas y conservas de frutas, importa frutas (manzanas y uvas) desde hace treinta años, es representante y distribuidor de la Empresa Santa María, ubicada en Salache Provincia de Cotopaxi, que produce frutas enlatadas en almíbar (durazno, pera y ciruela).

Principales temas tratados:

- Considera buenas las posibilidades de exportar los productos de

la empresa, dada la capacidad instalada y posibilidades de expansión y la experiencia empresarial del Gerente propietario Sr. L. Holguín.

- El Sr. Santander ha establecido relaciones comerciales con Colombia que presentan buenas perspectivas.

- El mercado norteamericano es muy exigente en cuanto a normas y regulaciones sanitarias y, añade que hace falta relaciones comerciales con ese mercado.

- En relación al Grado BRIX , manifiesta que el mercado internacional tiene preferencia por el grado natural que contienen los productos; para babaco y tomate de árbol el Grado Brix es de 35 para consumo interno.

- Señala la falta de aprovisionamiento de materia prima conjuntamente con un Ingeniero Químico norteamericano, prepararon y enviaron muestras de piña desecada a Argentina, en empaques de madera de balsa de un kilo de peso, recibieron un pedido de cinco contenedores lo que no pudieron cubrir por falta de producto.

- Otra limitante son las barreras institucionales que retardan los trámites de importación y exportación. La información sobre precios y condiciones de mercado la obtiene de manera directa.

Perspectivas de la empresa:

El Sr. Santander trabaja con sus dos hijos y tiene amplia experiencia en comercialización y distribución de frutas y conservas, para lo que cuenta con instalaciones apropiadas y facilidades de transporte.

El Sr. Santander a través de su empresa puede ser un apoyo



importante para ciertas agroindustrias que tienen capacidad de producción pero no tienen posibilidades de comercializar y de exportar.



5. CONCLUSIONES

5.1 SECTOR DE PROMOCION

En el Ecuador existe un número considerable de instituciones públicas y privadas dedicadas a la promoción de exportaciones de productos no tradicionales, sin embargo es notoria la carencia de mecanismos de coordinación entre estos, que podrían dar mejores resultados para el sector y el país al evitarse la multiplicación de esfuerzos, como es el caso de información de precios.

Es factible por lo tanto, conformar una sólida estructura tecnico administrativa, en base a la capacidad instalada de las distintas entidades y a una correcta asignación de funciones en consideración de sus posibilidades técnicas, operativas y logísticas.

Además, las organizaciones de promoción tienen líneas preferenciales de acción que se concentran en productos frescos y floricultura en la Sierra y camarones en la Costa la agroindustria de productos no tradicionales de exportación recibe atención, hasta cierto punto marginal, sobre todo en lo relacionado a cooperación para la mejora de procesos tecnológicos.

La percepción generalizada de este sector, sobre los factores que limitan la exportación de este tipo de productos, es de que



existe insuficiencia cualitativa y cuantitativa de materias primas, y la carencia de infraestructura para el manejo postcosecha, y de transporte interno y externo, marítimo y aéreo.

5.2 SECTOR DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento para la promoción de exportaciones de productos no tradicionales, se concentra sustancialmente en la Corporación Financiera Nacional a través de la línea de crédito FOPEX, la que ha pesar de haber realizado significativos esfuerzos, estos no han sido suficientes o no han llegado a este sector en función de sus necesidades, como se desprende de la relación de créditos concedidos por rubros tanto en el corto como en el mediano y largo plazo. Los préstamos a mediano y largo plazo para alimentos enlatados son 5.6 veces menores que los asignados a rosas y claveles y casi dos veces menores que los otorgados para camarones.

El Banco Nacional de Fomento concentra la atención en actividades productivas para consumo interno, concede colateralmente préstamos a través de líneas de crédito a la pequeña industria y artesanía.

La banca privada prácticamente no interviene en esta línea de financiamiento; se registran casos aislados como los préstamos otorgados por los Bancos del Pacífico y de Machala, a Industrias



Borja, la que tiene una alta solvencia económica. Algunas financieras han dado esta cobertura a través del manejo de líneas de crédito específicas, pero en los últimos tiempos este sector financiero ha afrontado serios problemas administrativos y de operación, que han llevado a algunas de las financieras a su liquidación.

En resumen el financiamiento es uno de los principales problemas que afronta el sector agroexportador, que afecta en mayor proporción al de productos industrializados no tradicionales.

5.3 SECTOR PRODUCTOR

La actividad agroindustrial de productos no tradicionales de exportación, es muy limitada cuantitativa y cualitativamente en el Ecuador; el poco número de empresas en esta rama, en su mayor proporción utilizan niveles tecnológicos simples y afrontan problemas tanto en la producción como en la colocación de productos en el mercado exterior. Entre los problemas que afectan a la producción se destacan:

a) Falta de aprovisionamiento de materias primas en cantidades y calidades apropiadas para el procesamiento y la exportación.

b) Falta de financiamiento oportuno y suficiente que incide en que los empresarios tiendan a adquirir maquinarias y equipos más



baratos que generalmente su calidad no es la más adecuada; lo que a su vez incide en los bajos niveles de productividad (relación costo calidad) que los pone en desventaja para competir con otros países productores, en el mercado internacional.

c) Alta dependencia de los proveedores de envases y empaques, que en el país son pocos y operan con características oligopolísticas, los que también dependen del mercado internacional para el abastecimiento de insumos, lo que finalmente da como resultado que el sector agroindustrial pague altos precios por los envases, los que no siempre cumplen con las condiciones y requerimientos técnicos.

d) Carencia de programas continuos y apropiados de asistencia técnica y capacitación empresarial y, de personal técnico especializado de mandos medios.

e) Las políticas e incentivos que se aplican en el Ecuador, no están acordes con las de otros países productores (competencia).

Entre los problemas que afectan a la exportación se destacan:

a) Falta de oportunidad y altos costos de transporte interno y externo, la mayoría de los países competidores tienen subsidio al transporte, que los pone en ventaja con relación al Ecuador.

b) La política cambiaria no estimula a las exportaciones.



c) Escaso nivel de respuesta a los requerimientos del mercado internacional.

d) Los altos costos de envío de muestras a países interesados no dan los resultados esperados, por falta de relaciones comerciales serias y permanentes.

e) Las regulaciones sanitarias y estándares de envase y calidad que tienen el mercado norteamericano, resultan muy exigentes para la mayoría de las empresas, a lo que se agrega la falta de relaciones comerciales que dificultan aún más el ingreso de productos.

f) Las acciones de los organismos de promoción y asistencia a la exportación llegan muy poco a este sector, en definitiva no existe un verdadero servicio de "inteligencia de mercado" que les posibilite un real aprovechamiento de las oportunidades existentes.

En resumen, este sector requiere de un fuerte y decidido apoyo de organismos nacionales e internacionales, en las fases de producción y comercialización externa, que les permita aprovechar las condiciones favorables y la potencialidad que tiene el Ecuador para alcanzar un verdadero y sostenido desarrollo de esta actividad, como fuente alternativa de generación de empleo e ingreso de divisas al país.

5.4 EMPRESAS INTERESADAS EN SUSCRIBIR CONVENIOS (JOINT VENTURS)

Casi la totalidad de los empresarios entrevistados expresaron interes por suscribir convenios, a continuación se mencionan las empresas que a más de interes, por sus niveles de administración y operación presentan condiciones de establecer este tipo de relaciones:

EMPRESAS :	TIPO DE CONVENIO :
SIPIA Cía. Ltda.	Provisión de equipos y tecnología, comercialización.
POCECOMSA	Tecnología, nuevos procesos y empaques, comercialización.
ALIHUERTA	Provisión de equipos (tipo leasing).
CAPACIFIC	Tecnología de producción y comercialización.
ECUAVEGETAL	Tecnología de producción de alimentos para niños y alimentos terminados.

5.5 PRODUCTOS IDENTIFICADOS CON POTENCIAL DE EXPORTACION

a) Frutas: en conserva, deshidratadas, congeladas y pulpas. Entre las principales babaco, tomate de árbol, frutilla, frambuesa, mango, mora, naranjilla, pepino dulce, maracuyá, tamarindo, melón, start fruit, piña y tunas.



b) Hortalizas: en conserva y procesadas; espárragos, alcachofas, palmitos, zanahoria, gandul, esnow peas, esnap peas, pasta de tomate, quínua.

c) Alimentos preparados (platos típicos) para el mercado étnico.

d) Alimentos leofilizados.

5.6 TIPOS, UBICACION Y CATEGORIA DE EMPRESAS AGROPINDUSTRIALES

CUADRO No 8

EMPRESA:	PROVINCIA:	PRINCIPALES PRODUCTOS:
FRUTAS DEL ECUADOR	Guayas	Banano deshidratado
DRY BANANA COMPANY	Guayas	Banano deshidratado
DESHIDRATADORA INDUSTRIAL NACIONAL S.A.	Guayas	Banano deshidratado
BANANOL S.A.	Guayas	Pure de banano
ENVASADORA ECUATORIANA S.A.	Guayas	Conservas de piña
CONSERVAS DE FRUTAS ECUATORIANAS	Guayas	Conservas de frutas
INDUSTRIA CONSERVERA DEL GUAYAS	Guayas	Conservas de frutas y mariscos
ECUAJUGOS	Guayas	Jugos y concentrados de frutas



EMPRESA:	PROVINCIA:	PRINCIPALES PRODUCTOS:
CREMINO	Guayas	Mermeladas y cremas de Frutas
CONSORCIO AGROINDUSTRIAL S.A.	El Oro	Jugos de frutas y conservas
INDUSTRIAS BORJA	El Oro	Pure de banano
AGROINDUSTRIAL FRUTA DE LA PASION	Los Ríos	Jugos y concentrados de maracuyá
ALIDECA DEL ECUADOR	Esmeraldas	Conservas de palmito
PALMITOS BORBON	Esmeraldas	Conservas de palmito
PRODUCTOS MANABITAS	Manabí	Pasta y salsa de tomate
CITRICOS BOLIVAR	Bolívar	Empacado de frutas, jugos y esencias
INDUSTRIAS ANDINAS ASOCIADAS	Cotopaxi	Jugos de frutas, bebidas gaseosas
CONSERVERA DEL VALLE	Pichincha	Jugos, mermeladas y conservas
AGROMOD	Pichincha	Frutillas enlatadas
JUGASIF S.A.	Pichincha	Jugos de frutas
KENNET	Pichincha	Champiñones
AMERICA MASHROON CORP.	Pichincha	Champiñones
EXTRACTOS ANDINOS C.A.	Pichincha	Vegetales y frutas deshidratadas
INDUSTRIAS ALIMENTICIAS S.A.	Tungurahua	Salsa y pasta de tomate
INDUSTRIAS PINANDRO	Imbabura	Pasta y salsa de tomate
COMPAÑIA AGROINDUSTRIAL JUBONES	Loja	Pasta y salsa de tomate





A N E X O S



IICA - PROYECTO DE COMERCIALIZACION Y AGROINDUSTRIA

LAC - FORMULARIO DE ENCUESTA PARA AGENCIAS PROMOTORAS DE EXPORTACIONES

NOTA: PARA REALIZAR ESTA ENTREVISTA ADECUADAMENTE SE NECESITA AL MENOS UNA HORA

País: ECUADOR Fecha: 9 de Marzo de 1.989

Nombre de la Agencia: CENTRO DE DESARROLLO (CENDES)

Dirección: Av. Orellana 1715 y 9 de Octubre

Teléfono 543488

Nombre y Cargo del Entrevistado: Eco. Francisco Miranda. Director de Promoción de Exportaciones

Eco. Hernán Carrasco. Director de Estudios Económicos y Planificación.

Status y Servicios de la Agencia

Principales fuentes de fondos de la organización? (Use X si marca más de una):

Cuota de suscripción _____ Cuota por servicios 30% Gobierno Nacional 70%
Productores _____ Industriales _____ Otros en el Sector Privado _____
Ayuda Multilateral (e.g. FAO, BID, OAS - Por favor, especificar) _____
Ayuda Bilateral (e.g. USAID, CIDA, BDD - Por favor especificar) _____
Otra (por favor explicar) _____

Comentarios: _____

Cuáles de los siguientes servicios proveen?:

Información sobre el Mercado Norteamericano X
Regulaciones a las importaciones en Norte América X
Búsqueda de Contactos en el Mercado Norteamericano X
Información sobre Estándares de Calidad y Envasado X
Organización de Ferias Comerciales/Visitas X
Créditos a la Exportación _____
Búsqueda de Financiamiento X
Asistencia en la Producción X
Asistencia Técnica X
Preparación de Documentos X
Asistencia en el Transporte X
Promoción de Joint Ventures X
Otros _____

Comentarios: El CENDES presta consultoría como Organismo Oficial del Estado



LAC - FORMULARIO DE ENCUESTA A LAS AGENCIAS PROMOTORAS DE EXPORTACIONES - PAG. 2

Número de funcionarios profesionales? <5 5-10 10-25 >25

Tiene la organización una oficina o personal en Norte América? En caso afirmativo detalle:

NO

Describa brevemente las formas en que la organización atrae clientes (i.e. referencias del Ministerio, anuncios, servicio únicamente a miembros, etc.):

A través de Boletines divulgativos, seminarios y visitas de promoción

Depende de los usuarios o clientes y de los tipos de productos que generan.

Servicios Específicos:

Por favor especifique qué tipos de productos de sus Clientes ha manejado en los últimos 24 meses:

Frutas Vegetales Carnes Lácteos Granos
Aceites Especias & Extractos Bebidas Otros Comestibles
No Comestibles

Tipos de Envasado de dichos Productos:

Congelado En seco Enlatado Embotellado
Envase aséptico Otro

Detalle Combinaciones de Producto/Mercado manejadas en los últimos 24 meses:



LAC -FORMULARIO DE ENCUESTA A LAS AGENCIAS PROMOTORAS DE EXPORTACIONES - PAG. 3

Especifique cuál es la percepción de la agencia de promoción sobre los principales problemas que enfrentan los exportadores nacionales cuando intentan penetrar el mercado Norteamericano:

Regulaciones sanitarias X Estándares de Envasados X Transporte X
Estándares de calidad X Relación con Importadores/Agentes Norteamericanos X
Financiamiento X Barreras Institucionales X Precio X
Información sobre Oportunidades de Mercado X Costos de Producción X
Otros _____

Comentarios: _____

Mantiene la Agencia contactos con agencias norteamericanas tales como OPIC, USDA, o CIDA en conexión con su trabajo? En caso afirmativo, especifique:
 Mantiene contacto con los tres

Cuál es el propósito de esos contactos? Promoción de Exportaciones

Cuáles servicios que la agencia no puede proveer a los exportadores potenciales nacionales, podrían ser provistos por otras organizaciones?
 Crédito para las exportaciones

Al entrevistador: Por favor adjunte en hoja separada un resumen de las operaciones de la agencia, actitudes y capacidad. También intente obtener una lista de firmas que utilizan los servicios de la agencia para utilizar luego en las entrevistas al sector privado.



IICA - PROYECTO DE COMERCIALIZACION Y AGROINDUSTRIAS

LAC - FORMULARIO DE ENCUESTA PARA

AGENCIAS DE FINANCIAMIENTO DE EXPORTACIONES

NOTA: SE NECESITA AL MENOS 1 HORA PARA COMPLETAR ADECUADAMENTE ESTA ENTREVISTA

País: ECUADOR Fecha: 7 de Marzo de 1.989

Nombre de la Organización: BANCO NACIONAL DE FOMENTO

Dirección: Ante 107 y 10 de Agosto

Teléfono 572842

Nombre y Cargo del Entrevistado: Ing. Adolfo Cevallos - Subgerente de Crédito de capacitación

Tipo de Agencia (Pública/Privada, etc.) Pública

ES MAS DIFICIL PRESENTAR UNA LISTA PRECISA DE PREGUNTAS PARA LAS AGENCIAS FINANCIERAS QUE PARA LOS EXPORTADORES O LAS AGENCIAS PROMOTORAS. POR FAVOR, CONSIDERE LA LISTA SIGUIENTE COMO SOLAMENTE UN ESQUEMA PARA LA ENTREVISTA.

Naturaleza de los Servicios ofrecidos por la Organización a Exportadores Efectivos y Potenciales:

Crédito para planes de desarrollo agrícola, pecuario, industrial, artesanal, pesca, turismo y comercio; fomento forestal y comercialización interna de productos agropecuarios.

Importancia para la Organización de las Inversiones Relacionadas a la Exportación y Financiación de Préstamos:

No existen líneas específicas para post cosecha y exportación.

Si existen para agroindustrias, se han registrado experiencias negativas en avicultura y porcinos. Se han obtenido buenos resultados en flores y camarones.

Tipos de Areas de Productos Financiadas en los Ultimos 3 a 5 años:

Frutas Vegetales Carnes Lácteos Granos Aceites

Especias/Extractos Bebidas Otros Comestibles No Comestibles



AGENCIAS DE FINANCIAMIENTO DE EXPORTACIONES- PAGE 2

Detalles de Inversiones o Solicitudes de Crédito Presentadas por Clientes en los Ultimos 3 a 5 Años (la mayor cantidad posible - no es esencial, aunque si conveniente, incluir el nombre de la compañía). Listar en hoja separada incluyendo, de ser posible :

- . Monto del Préstamo
- . Producto a Procesar
- . Producto Final a Comercializar
- . Volumen Esperado de Producción
- . Naturaleza del Procesamiento
- . Tipo de Firma Solicitante (Tamaño, Experiencia, Capacidad)
- . Relación Comercial con el Mercado Importador
- . Aprobación o Rechazo de la Solicitud; si fue aprobada, medida de exito en la implementación

Cuáles son los criterios fundamentales de la agencia con respecto a la inversion o los prestamos de exportación agroindustriales? (e.g. requerimientos colaterales, etc):

No existen líneas de crédito para exportación.

Tiene la Agencia áreas prioritarias para la inversión en Agroindustrias? Cuáles?

No tienen prioridades pero si se basan en experiencias negativas, como en el caso de explotaciones avícolas y porcinos y positivas como en el caso de flores y camarones.

Especificar la percepción de la agencia sobre cuáles son los mayores problemas que enfrentan los exportadores nacionales que intentan penetrar el mercado Norteamericano:

Regulaciones Sanitarias _____ Estándares de Envasado _____ Transporte X

Relación con Importadores y Agentes Norteamericanos _____ Financiamiento _____

Barreras Institucionales _____ Información sobre Oportunidades de Mercado _____

Estándares de calidad _____ Precios _____ Costos Domesticos de Producción _____

Otros _____

Comentarios: No tienen experiencia en agroexportación pero identifican como principal problema el del transporte y la comercialización interna y externa; problemas de productividad (en relación con calidad)



AGENCIAS DE FINANCIAMIENTO DE EXPORTACIONES- PAG 3

Tiene la agencia restricciones en sus niveles de préstamos? Cuáles?: NO

Las restricciones se originan por las características de operación del Banco (carga burocrática muy pesada)

Trabaja la agencia con alguna agencia de promoción de exportaciones u otros grupos exportadores?:

NO

Tiene la agencia alguna opinión sobre estos grupos y los servicios que ofrecen?:

Remite alguna vez la agencia los solicitantes a otras agencias regionales o internacionales de financiamiento, y de no hacerlo, estaría dispuesta a considerar esta posibilidad en el futuro ?

SI

Comentarios adicionales: _____

Al entrevistador: Por favor adjuntar un resumen de conclusiones referentes a la agencia, así como detalles por separado de cualquier solicitud de financiamiento existente al momento.





SIPIA CIA. LTDA.

PLANTA INDUSTRIAL:
Km. 21 Vía Interoceánica
Pueumbo, Prov. Pichincha

OFICINAS:
Pasaje Pasteur N° 260
y Av. Los Shyris
Teléfono 455 606
QUITO - ECUADOR

IICA

TRIA

LAC -

IVADO

Ing. Guillermo Narváez P.
PRESIDENTE

NOTA: SE NECESITA AL MENOS 1.5 HORAS PARA COMPLETAR ADECUADAMENTE ESTA ENCUESTA

País: ECUADOR Fecha: 13 de Marzo de 1989

Nombre de la Empresa: SIPIA CIA/LTDA/

Dirección: Km. 21 Vía Interoceánica- Pueumbo, Provincia Pichincha

Teléfono 455606

Nombre y Cargo del Entrevistado: Ing. Guillermo Narváez P. - Presidente

Actividades de la Compañía

Tipo General de Productos Procesados (Pueden marcarse varios):

Frutas X Vegetales X Carnes ___ Lácteos ___ Granos ___ Aceites ___
Especias & Extractos ___ Bebidas ___ Otros Comestibles ___ No-Comestibles ___

Tipo de Envasado (Pueden marcarse varios):

Congelado ___ En Seco ___ Enlatado ___ Embotellado ___ Envase Aséptico ___ Otro ___

Descripción: Envase de hojalata sanitario (en jarabe) y/o cristal,
mermeladas envase de cristal.

Volumen de Operación (Ventas per annum): Menos de US\$100,000 ___

US\$100,000-500,000 X US\$500,000-1,000,000 ___ Mas de US\$1,000,000 ___

Comentarios: Aproximadamente 150.000 U.S. Dólares para mercado interno
y 100.000 U.S. Dólares exportación.

No.de Empleados (permanentes): Menos de 5 ___ 5-25 ___ 25-100 X > 100 ___

Comentarios: 30 obreros, 12 administrativos.



LAC - FORMULARIO DE ENTREVISTA AL SECTOR PRIVADO - PAG. 2

Distribución de Ventas (%):

En Plaza 60% Exportaciones N.Am 40% Otras Exportaciones

Han realizado exportaciones a Portugal que iniciaron el año anterior.

Principales Productos & Destinos (por valor):

- DESCRIBIR EN DETALLE -

1. Babaco en almibar.

Destino(s): EE.UU.

Tipo de envasado y otros detalles Hojalata y vidrio 2.400 Caj. de 24 unid.
U.S.\$ 40.000.

2. Tomate de árbol

Destino(s): EE.UU.

Tipo de envasado y otros detalles Hojalata y vidrio 2.400 caj. de 24 unid.
U.S.\$ 40.000

3. Naranja en mitades

Destino(s): EE.UU.

Tipo de envasado y otros detalles Hojalata, 3.600 caj. de 24 unid.
U.S.\$ 54.000.
(Si existen más productos, continúe en hoja separada)

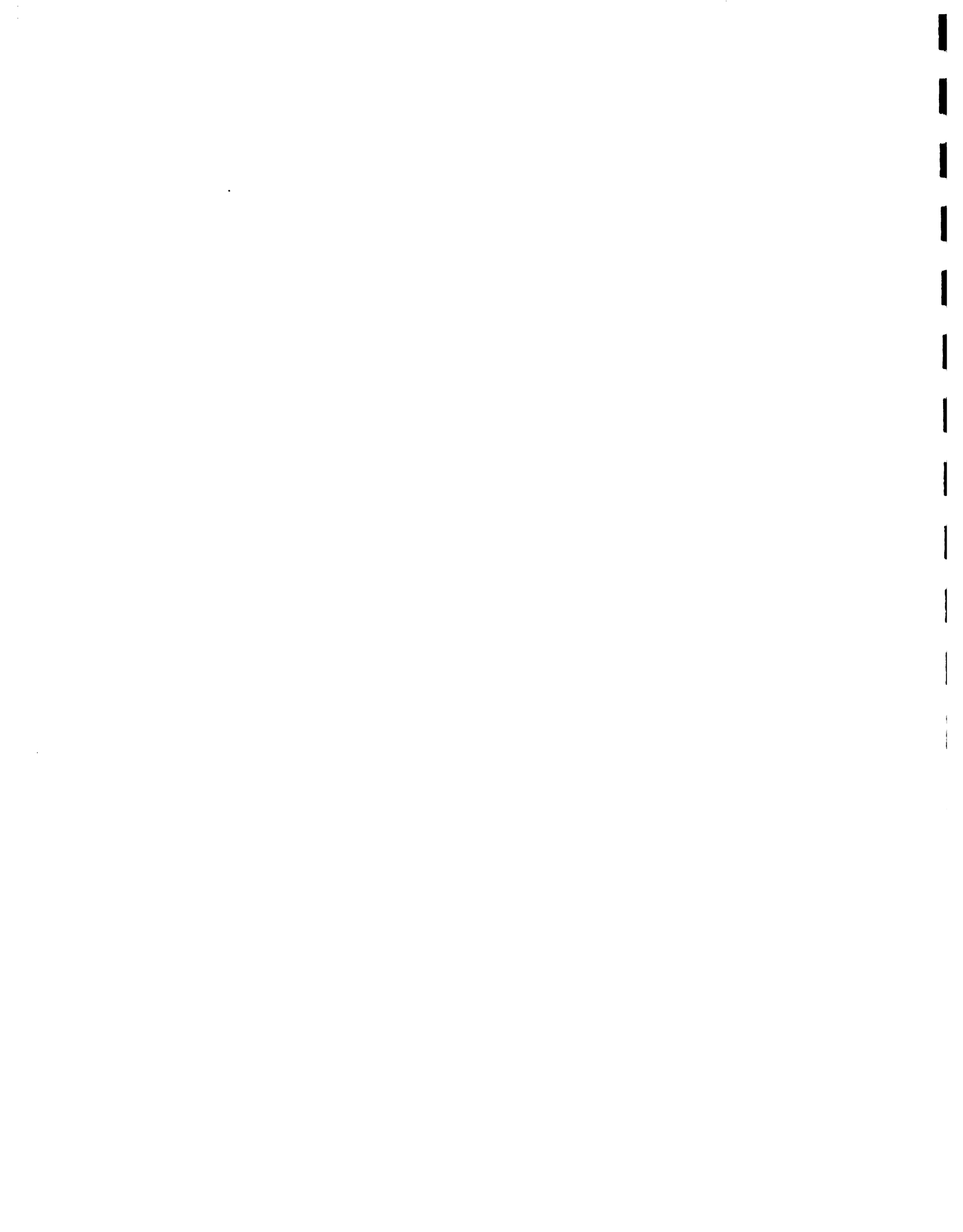
Otras exportaciones actuales o recientes (5 años) a Norteamérica::

1. Papas enteras en salmuera, en envase de nojalata, 1.600 cajas
U.S.\$ 20.000.

2. _____

3. _____

4. _____



LAC - FORMULARIO DE ENCUESTA AL SECTOR PRIVADO - PAG. 3

Oportunidades y Limitaciones a las Exportaciones:

Qué productos piensa el entrevistado son potencialmente exportables al mercado norteamericano? Por qué? (Describe en detalle)

Pasta de tomate. Chile exporta actualmente 50.000 T.M., mango, guabana; existe demanda insatisfecha.

Productos liofilizados, utilizan en grandes cantidades los cuarteles.

(Si es necesario continuar en hojas separadas)

Qué otros tipos de productos agroindustriales piensa el entrevistado que tienen un potencial exportador significativo en el mercado Norteamericano (aun en áreas distintas a la propia)?

En opinión del entrevistado, cuales de los siguientes factores representan serios impedimentos para colocar un nuevo producto en el mercado Norteamericano?

Regulaciones Sanitarias Estándares de Envasado Transporte
Estándares de Calidad Relaciones con el Mercado Norteamericano
Agentes/Importadores Financiamiento Precios de Mercado
Barreras Institucionales Información sobre oportunidades de Mercado
Costos locales de Producción Otros

Por favor comente: Falta de quipamiento en el puerto, por lo que tienen que embarcar en Guayaquil.

Pasaron examen del F.D.A.



LAC - FORMULARIO DE ENCUESTA AL SECTOR PRIVADO - PAG. 4

Ha dejado la firma de comercializar algún producto en Norteamérica en los últimos cinco años, o ha demorado el lanzamiento a dicho mercado de un producto prometedor? Por qué? :

NO

Tiene la empresa relaciones con alguna compañía norteamericana (comercialización, patentes tecnológicas, etc.). Si es así, describa. Si no tiene, les interesa?
 Q u é t i p o ?

No tenemos relación con alguna compañía pero nos interesa especialmente en el área de comida para niños y terminados.

Asistencia a los Exportadores:

Conoce el entrevistado alguna Agencia Nacional que proporcione asistencia a los exportadores (por favor especifique nombre/s)?
 NO

Ha usado su empresa estos servicios? S(N) Ocasión más reciente: _____

De acuerdo a la información que posee el entrevistado, cuáles de los siguientes servicios, (a) ofrece la agencia (b) la compañía ha usado: Por cuenta propia

Nota; Por favor distinguir entre aquellos que el entrevistado responde espontáneamente y aquellos indicados por sugerencia del entrevistador.

Información sobre el mercado Norteamericano _____
Regulaciones de Importación Norteamericanas X
Búsqueda de Financiamiento X
Búsqueda de contactos comerciales en Norteamérica X
Información sobre estándares de calidad y de envasado X
Ferias Comerciales/Visitas _____
Asistencia en Transporte _____
Preparación de Documentos X
Consejos Técnicos X
Promoción de Convenios Comerciales (Joint-Ventures) _____
Créditos para la Exportación _____
Otros _____



LAG - FORMULARIO DE ENCUESTA AL SECTOR PRIVADO M- PAG. 5

Por favor comente sobre la utilidad y problemas de la agencia: _____

No prestan un servicio continuo y permanente.

Ha buscado la compañía alguna otra fuente de asistencia para el desarrollo de mercados exportadores? En caso positivo, cuáles y dónde?

Participación en foros de la ONUDI; pero no se han realizado los convenios.

Ha tenido la compañía alguna vez contactos con agencias Norteamericanas como OPIC, USDA, o CIDA en relación al desarrollo de exportaciones? En caso afirmativo, con cuál/es?:

No, pero existe interés en relación don A.I.D.

Cuál fue el propósito de esos contactos? _____

Comentarios: La visión del Empresario es de que no existen políticas de incentivo a la producción y a la exportación. Los costos de producción son altos y no permiten competir en el mercado internacional con otros países. Sin embargo demuestra un alto potencial empresarial y de incursión en el mercado internacional.

Al entrevistador: Por favor adjunte en hoja separada un resumer de la entrevista (idoneidad y capacidad de la firma para entrar/expandir actividades en el mercado exportador, seriedad en su interes, capacidad empresarial, etc) y asimismo comentarios sobre las operaciones de la compañía y otro material adicional relevante.



