

***Estudio del mercado mexicano
para productos seleccionados de la
oferta exportable ecuatoriana***

***Departamento de Apoyo a los PMDER
Publicación N° 23/05***

PRESENTACIÓN

La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), presenta el documento "*Estudio del mercado mexicano para productos seleccionados de la oferta exportable ecuatoriana*". Dicho proyecto fue desarrollado de acuerdo al Programa de Actividades de la Secretaría General de la ALADI, en el marco del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER), por el consultor Jorge Deschamps Góngora, bajo la supervisión del Departamento de Apoyo a los PMDER.

El análisis de las oportunidades comerciales para productos ecuatorianos ha sido uno de los temas abordados por la Secretaría General bajo diferentes metodologías. Dichos trabajos han sido desarrollados de forma tal de brindar insumos que contribuyan con el Ecuador en su búsqueda por diversificar productos y mercados, mejorando así su inserción comercial en la región.

En el marco de la búsqueda de nuevas posibilidades para la inserción comercial externa de Ecuador, el tratamiento de las relaciones comerciales con México adquiere una singular trascendencia, y es por ello que el gobierno del Ecuador ha solicitado a la Secretaría colaboración para la realización del presente documento.

El objeto del estudio es coadyuvar al fortalecimiento de las exportaciones ecuatorianas, a través de la identificación de las oportunidades comerciales de productos ecuatorianos seleccionados, en el mercado de México. Para ello, se han analizado las condiciones de acceso en el mercado mexicano, aspectos referidos a la logística y el transporte, recomendaciones para la comercialización de estos productos y, finalmente, un listado de los potenciales compradores de dichos productos.

La Secretaría General de la ALADI, espera que este estudio provea la información necesaria al gobierno ecuatoriano y a los operadores comerciales interesados en expandir y crear nuevas corrientes de intercambio entre Ecuador y México.

Montevideo, noviembre de 2006

INDICE

	Página
INTRODUCCION.....	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
1. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL MERCADO MEXICANO.....	17
1.1 El mercado de importación en México en 2005.....	18
1.2 El Mercado mexicano y su interrelación con Estados Unidos	19
1.3 El sector externo de la economía mexicana en 2005.....	20
1.4 La actividad económica mexicana en 2005.....	21
1.5 Dimensiones socioeconómicas de México y el Ecuador en el año 2005	22
1.6 La complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación en el período 2002 a 2005	22
2. ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LA OFERTA ECUATORIANA, LOS COMPETIDORES Y LA DEMANDA SUBYACENTE EN MÉXICO	25
2.1 La oferta ecuatoriana.....	26
2.2 Los competidores en el mercado mexicano de los productos de estudio	28
2.3 La demanda subyacente en México de los productos de estudio	31
3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIONES DE PRECIOS Y ARANCELES.....	35
3.1 Identificación y análisis de informaciones de precios	35
3.2 Identificación y análisis de informaciones de aranceles	39
4. REGÍMENES ADUANEROS APLICABLES A LA IMPORTACIÓN Y OTRAS REGULACIONES Y REQUISITOS DE IMPORTACIÓN	40
4.1 Aranceles aplicados a los productos de estudio en el mercado mexicano	40
4.2 Regímenes aduaneros aplicables a la importación en el en el mercado mexicano	41
4.3 Otras regulaciones y requisitos de importación en el mercado mexicano.....	42
5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	48
6. ASPECTOS REFERIDOS A TRANSPORTE Y LOGÍSTICA, EMPAQUE Y EMBALAJE, ETC.....	51
7. CALIDAD REQUERIDA Y POSICIONAMIENTO DE MARCAS	53
8. RECOMENDACIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS SELECCIONADOS.....	56
8.1 Tilapia	56
8.2 Caracoles o escargots	56
8.3 Flores.....	57
8.4 Chifles u hojuelas de plátano.....	57
8.5 Mango.....	58
8.6 Bambú	58
8.7 Conservas de atún y sardinas	59
8.8 Cacao en grano y sus derivados	59
8.9 Palmitos	60
8.10 Jugo concentrado de maracuyá	60
8.11 Extractos y esencias de café.....	61
8.12 Tableros de fibra de madera y tableros contrachapados	61
8.13 Cuadernos	62
8.14 Sombreros de paja toquilla	62
8.15 Joyería de oro y plata	63
8.16 Estufas a gas	63
8.17 Muebles de madera	63
8.18 Botones y figuras de tagua	64

8.19 Madera de balsa	64
9. LISTADO DE POTENCIALES IMPORTADORES DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS SELECCIONADOS	65
ANEXOS	69
Anexo N° 1.....	71
Anexo N° 2.....	72
Anexo N° 3.....	74
Anexo N° 4.....	75
Anexo N° 5.....	76
Anexo N° 6.....	81
Anexo N° 7.....	93
Anexo N° 8.....	101
Anexo N° 9.....	104
Anexo N° 10.....	109
Anexo N° 11.....	110
Anexo N° 12.....	113
Anexo N° 13.....	114
Anexo N° 14.....	115
Anexo N° 15.....	116
Anexo N° 16.....	117
Anexo N° 17.....	120

INTRODUCCION

El estudio busca coadyuvar a la promoción y fortalecimiento de las exportaciones ecuatorianas al mercado mexicano de tilapia, caracoles o escargots, flores, chifles u hojuelas de plátano, mango, bambú, conservas de atún y sardinas, cacao en grano y sus derivados, palmitos, concentrado de maracuyá, extractos y esencias de café, tableros de fibra de madera, tableros contrachapados, cuadernos, sombreros de paja toquilla, joyería de oro y plata, estufas a gas, muebles de madera, madera de balsa, botones, figuras de tagua, y eventualmente otros productos que surjan de la metodología aplicada para la identificación de oportunidades de mercado.

Establece también, las oportunidades comerciales que ofrece el mercado mexicano a esos bienes e identifica potenciales compradores para dichos productos, incluyendo información de éstos que permita la realización de eventuales operaciones comerciales de suministro de empresas ecuatorianas a empresas mexicanas.

Se inicia con el análisis de los aspectos generales sobre el mercado en México que pueden resultar de utilidad para el empresario ecuatoriano interesado en iniciar o aumentar la venta de los productos estudiados, las características que presenta el mercado de importación mexicano y su interrelación con Estados Unidos. También se describe el comportamiento del sector externo en particular y de la actividad económica mexicana en general durante el año anterior, resaltando las dimensiones socioeconómicas de México y Ecuador. Y, finalmente, se analiza la complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación.

El texto refiere posteriormente al análisis específico de la oferta ecuatoriana, y los países competidores del Ecuador en el mercado mexicano, así como la demanda subyacente en México de los productos de estudio. Asimismo, contiene la identificación y análisis de información de precios de dichos productos cuando proceden de los principales países proveedores del mercado mexicano, y los precios a que se ofrecen a los consumidores al menudeo o mayoreo.

El estudio continúa con información sobre los aranceles, regímenes aduaneros y otras regulaciones y requisitos de importación aplicados a los productos de estudio en el mercado mexicano, así como sobre canales de comercialización y distribución, transporte y logística, y calidad.

El documento finaliza con la presentación de recomendaciones para la comercialización de cada uno de los productos de estudio y de un listado de potenciales empresas importadoras mexicanas de los productos ecuatorianos seleccionados.

Se hace la aclaración que la parte sustantiva del estudio se realizó fundamentalmente con entrevistas a empresarios que importan, distribuyen y/o consumen los productos sujetos a análisis, y que estos productos fueron seleccionados por el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) de Ecuador.

Se presentan los productos en el orden ascendente por fracción arancelaria, y al final aparecen la madera de balsa y botones y figuras de tagua para los cuales no se encontró una fracción mexicana específica. También es pertinente mencionar que se mantuvieron los nombres de los productos tal como se recibieron de la Secretaría General de la ALADI, salvo para los casos siguientes: caracoles, que se le agregó "o

escargots” para diferenciarlos de los marinos; chifles, que se le adicionó “u hojuelas de plátano” y concentrado de maracuyá, que se le antepuso las palabras “jugo” para hacerlos más familiares en el mercado mexicano; y sombreros de paja toquilla, que se le antepuso el vocablo “sombreros de” en razón a la dificultad de sondear el mercado para otro tipo de artesanías ante la falta de información sobre éstas.

Se aclara también que los datos de los intercambios recíprocos por productos en 2005 llegan al mes de noviembre en el caso de México y a septiembre en el del Ecuador.

Por último, se informa al lector que se consideró como insumo básico un texto elaborado por la CORPEI sobre el *“Potencial de productos ecuatorianos en el mercado mexicano”* referido a la normatividad general del comercio internacional en México.

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio busca coadyuvar a la promoción y fortalecimiento de las exportaciones ecuatorianas al mercado mexicano de tilapia, caracoles o escargots, flores, chifles u hojuelas de plátano, mango, bambú, conservas de atún y sardinas, cacao en grano y sus derivados, palmitos, concentrado de maracuyá, extractos y esencias de café, tableros de fibra de madera, tableros contrachapados, cuadernos, sombreros de paja toquilla, joyería de oro y plata, estufas a gas, muebles de madera, madera de balsa, y botones y figuras de tagua.

El estudio establece las oportunidades comerciales que ofrece el mercado mexicano a esos bienes e identifica potenciales compradores para dichos productos, incluyendo información de éstos que permita la realización de eventuales operaciones comerciales de suministro de empresas ecuatorianas a empresas mexicanas.

El mercado mexicano ofrece grandes oportunidades para las empresas ecuatorianas que desean exportar sus productos: por el potencial de consumo y los bajos impuestos a los productos importados.

México es un mercado en creciente expansión sustentado en una población superior a los 100 millones de personas con ingresos en promedio anual de siete mil dólares, localizadas fundamentalmente en zonas urbanas, donde destacan una veintena de ciudades medianas y grandes entre las que sobresalen las de la zona conurbana de la Capital con cerca de 22 millones de consumidores, así como Guadalajara, Monterrey, Puebla y Veracruz. En esto hay que advertir la existencia de una fuerte e inequitativa desigualdad en la distribución del ingreso entre las personas y las regiones geográficas del país.

El mercado mexicano se distingue por su apertura creciente al exterior. De hecho, el gobierno federal ha venido apostando al mercado externo, en los tres períodos presidenciales recientes, de 1994 al 2006, como la principal palanca de desarrollo económico del país. Para ello, el país ha disminuido los aranceles a las compras de productos extranjeros y ha buscado obtener la reducción en el pago de impuestos para los bienes mexicanos adquiridos en mercados externos, esto último mediante la suscripción de tratados de libre comercio, básicamente.

Aún cuando las exportaciones han crecido rápidamente, su dinamismo se ha basado en un alto componente de importaciones y en actividades de ensamblado, por lo que la contribución externa a las ventas al exterior es muy alta. En buena medida éstas se han apoyado en una mano de obra barata que ha venido encareciéndose al encontrar fuentes de ingreso mejor remuneradas.

La relación tan intensa con el exterior ha provocado una fuerte presencia de empresas y productos extranjeros, principalmente de Estados Unidos, país con el que se tiene una gran dependencia en varios órdenes de la actividad económica: inversiones, comercio en ambas direcciones, tecnología, empleo como ya se mencionó. También se ha reflejado tal dependencia, en la adopción de patrones de consumo y distribución que se han traducido en el desplazamiento de bienes nativos por extranjeros y el establecimiento de grandes cadenas de comercialización de productos.

El empresario ecuatoriano va a encontrar, en México, a un país donde impera la economía de mercado en su mayor amplitud, con cada vez menor intervención del Estado en las actividades productivas.

Con todo y lo antes descrito, a nivel internacional, se ponderan los esfuerzos realizados y los logros obtenidos por una política económica interesada en la internacionalización del país. Muestra de ello ha sido la estabilidad económica lograda con apoyo en una férrea disciplina monetaria y presupuestaria y la construcción de reservas monetarias internacionales de gran magnitud (74 mil millones de dólares al 1 de enero de 2006, 10 mil millones más que el año anterior), y la consecuente obtención de inmejorable imagen y calificación internacionales como país de gran interés y confiabilidad para el capital extranjero.

Las importaciones de mercancías en 2005 mostraron un crecimiento anual de 12.4 %, tasa inferior a la de 15.4 % registrada el año previo.

Desde una perspectiva regional, la evolución del comercio exterior de México en 2005 se caracterizó una vez más por la presencia de un superávit elevado con el conjunto de los socios comerciales de la Zona de Libre Comercio de América del Norte, y un déficit con los demás países del Continente Americano, con Europa y con Asia.

En 2005 el valor de los productos importados alcanza los 221 mil millones de dólares y por segundo año consecutivo representa 29% del PIB de México, indicador éste que es de 768 mil millones.

En el año en mención los principales productos de importación en términos porcentuales son los siguientes: metálicos o maquinaria, 53%; industrias extractivas, 8.2%; plástico y de caucho, 6.7%; química, 6.5%; textiles, 4.8%; siderurgia, 4.8%; alimentos, bebidas y tabaco, 3.7%; agricultura y silvicultura, 2.7%; minerometalurgia, 2.6%; papel, imprenta e industria editorial, 2.5%; minerales no metálicos, 0.9%; industria de la madera, 0.7%; ganadería, apicultura y pesca, 0.1%.

La mayor parte del comercio entre México y Estados Unidos se realiza con el intercambio de maquinaria, equipo y artículos de manufactura. Estos resultados sugieren que la integración comercial entre los sectores manufactureros de los dos países pudiera ser el canal a través del cual se transmiten las fluctuaciones de la economía de Estados Unidos a la economía mexicana.

Durante el año 2005 la evolución del sector externo de la economía mexicana fue influida por los siguientes factores: un menor dinamismo de la demanda externa; un aumento importante del precio internacional del petróleo; una pérdida de competitividad de los productos nacionales en los mercados externos; un menor dinamismo de la producción interna que se reflejó en la demanda por importaciones; y, un aumento significativo de los ingresos del exterior por remesas familiares.

En México, durante el año 2005, el PIB creció 3 %, una tasa menor que la registrada en 2004 (4.2 %). Cabe señalar que en el 2005, al igual que ocurrió en el año precedente, el desempeño del gasto interno y de la actividad económica, fue favorecido por importantes incrementos del superávit de la balanza comercial de productos petroleros y de los ingresos por remesas familiares.

El mercado mexicano de importación es veintiséis veces más grande que las exportaciones del Ecuador al mundo. Éste coloca en el mercado de los países de la ALADI 17% de sus ventas, mientras aquel adquiere en la región 5% de su total importado. La población ecuatoriana es siete veces menor en número a la mexicana. El producto interno bruto en el país del sur representa la vigésima parte del generado en el país del norte. Estas y otras comparaciones socioeconómicas se ofrecen en el documento y confirman el potencial de complementariedad que el mercado mexicano tiene con el ecuatoriano.

También se confirma la complementariedad de ambos mercados al comparar los valores de las exportaciones ecuatorianas y las importaciones mexicanas a nivel de capítulo e ítem arancelarios, en el período 2002 a 2005.

El Ecuador realizó en el cuatrienio ventas por 26 mil millones de dólares a través de cincuenta y cuatro capítulos arancelarios por un valor diez millones de dólares o más, de los cuales México hizo compras al mundo por 643 mil millones, es decir veinticuatro tantos más.

El principal grupo de productos ecuatorianos, los combustibles, como ejemplo, tiene un mercado potencial en México de 2. 2 veces

A nivel de ítem, por ejemplo, los tableros contrachapados con una hoja externa distinta de las maderas de coníferas, cuya exportación a México fue de 9.5 millones de dólares, tiene un mercado por atender de 10 veces ese valor, y sucesivamente para los demás productos.

Por cierto las empresas exportadoras ecuatorianas podrían respaldar sus esfuerzos de promoción considerando la existencia de acuerdos comerciales en el marco de la ALADI que, aunque de alcance medio, dan ventajas a sus productos en el mercado mexicano frente a los de terceros países.

En diversas ocasiones, a partir de 1995, se han entablado encuentros de funcionarios de ambos países para celebrar un tratado para la creación de una zona de libre comercio entre el Ecuador y México. Sería un acuerdo que otorgaría mayor certidumbre jurídica a los intercambios y permitiría a las empresas, planear el aprovechamiento de un mercado ampliado de manera permanente.

Los datos contenidos en el documento pueden ser el punto de partida para mejorar las condiciones de acceso de los productos de estudio en caso de negociarse un tratado para la creación de una zona de libre comercio entre el Ecuador y México, posibilidad iniciada desde 1995 y confirmada en diversas oportunidades, siendo la más reciente durante la visita a México del Presidente ecuatoriano, doctor Alfredo Palacio González, a finales de abril del 2006. En esa ocasión el mandatario mexicano reconoció públicamente, como ya antes se asentó, "*... la importancia de continuar pláticas estratégicas, integradas para avanzar hacia alternativas de comercio formal, como pueden ser un acuerdo de comercio o como pueden ser otras fórmulas; y por lo pronto seguir derribando barreras, removiendo obstáculos que permitan que este dinamismo que está tomando el comercio entre nuestros dos países continúe e, inclusive, se acelere*".

Por lo que respecta a las relaciones comerciales entre ambos países, vale la pena resaltar que las operaciones de importación de productos ecuatorianos que realizan las empresas mexicanas son marginales en valor, diversificación y dinamismo. A ello contribuye la costumbre y comodidad de efectuar intercambios con socios norteamericanos y europeos, así como el hecho de no contar con acuerdos comerciales de cobertura amplia a favor de los productos procedentes del Ecuador, y transporte aéreo y marítimo frecuente.

Por cierto existen diferencias relevantes en los registros de los intercambios, sobre todo en las ventas mexicanas al Ecuador: mientras en este país se contabilizan 2.088 millones de dólares en el período 1996 a 2005, México reporta 1,386 millones, es decir una discrepancia por 702 millones que rebasa con mucho las diferencias entre el registro CIF y FOB y los defasajes al final e inicio del año civil, y que podrían

explicarse por operaciones de triangulación desde Estados Unidos. En el caso de las ventas ecuatorianas a México, este país registra 659 millones y el Ecuador 462 millones. Donde hay coincidencia es en el hecho de que México, en cualquier caso, es permanentemente superavitario en la balanza comercial recíproca.

Derivado del análisis de indicadores de las ventas ecuatorianas y de las compras mexicanas al mundo de los productos de estudio entre 2002 y 2005, se ubicó el nivel actual de exportación del Ecuador para coadyuvar a calcular las posibilidades y los efectos del desplazamiento hacia México de parte de sus volúmenes de venta, y los posibles esfuerzos de planeación necesarios para penetrar el mercado en mayor medida con producción adicional.

Así, por ejemplo, México adquirió al mundo 3.1 veces las exportaciones ecuatorianas al orbe en el período 2002 a 2005, indicador que alcanza 23.6 veces en el caso de los tableros de fibra de madera, y así sucesivamente se presenta el dato para todos los productos de estudio.

En lo correspondiente a los países proveedores del mercado mexicano, se detallan los principales competidores del Ecuador en cada uno de los productos de estudio el mismo período. Por ejemplo, en el caso del cacao en grano los países que compitieron con las empresas del Ecuador por las compras del mercado mexicano por un total de 30.2 millones de dólares, procedieron de Indonesia con 11.0 millones y 36% del total; República Dominicana, 9.9 millones y 33%; Ecuador 9.0 millones y 30%; y Costa de Marfil, 0.3 millones de dólares y 1% del total mexicano.

De los productos de estudio que Ecuador vendió en el mercado mexicano en los cuatro años recientes, hay registros para 26 fracciones arancelarias por un total de 1,841 millones de dólares, de los cuales las ventas ecuatorianas representaron 2.9% del total, siendo los principales países competidores Estados Unidos en 24 de las fracciones y 11.8% del total, Malasia en 10 y 8.5%, Indonesia en 13 y 6.9%, China en 15 y 5.2%, Brasil en 14 y 4.9%, Perú en 6 y 2.4%, España en 14 y 2.0%, Italia en 11 y 2.0%, Colombia en 9 y 0.6%, entre otros países.

En cuanto a los productos de estudio que Ecuador no realizó ventas en el mercado mexicano en los cuatro años recientes, hay registros para 19 fracciones arancelarias por un total de 731 millones de dólares, siendo los principales países proveedores Estados Unidos en 17 de las fracciones y 49.2% del total, Chile en 6 y 20.5%, Brasil en 7 y 5.3%, India en 5 y 3.9%, Colombia en 5 y 3.0% y China en 11 y 1.6%, entre otros países con los que habrán de competir las empresas del Ecuador interesadas en iniciar la venta a México de los productos de estudio.

Uno de los métodos aplicado para conocer la demanda subyacente de los productos de estudio fue calcular el consumo aparente del mercado mexicano: es decir, la suma del valor de la producción y las importaciones menos las exportaciones para el año 2004. Como ejemplo, el consumo aparente de la actividad dedicada a la preparación y envasado de pescados y mariscos fue de 630.6 millones de dólares en 2004.

Además, se obtuvo la demanda subyacente para el período 2002 a 2005 a través de la diferencia entre las ventas ecuatorianas a México de los productos de estudio y las compras mexicanas al mundo, o lo que es lo mismo el volumen de mercado potencialmente atendible por la oferta de las empresas del Ecuador. Un ejemplo, Ecuador podría haber vendido a México, en los cuatro años recientes, estufas a gas por 40.6 millones de dólares, adicionales a los 3.7 millones que le vendió.

Se identificaron los precios de los proveedores de terceros países en el mercado mexicano para el período 2002 a 2005, desprendiéndose de su análisis que los precios a que se han venido colocando productos ecuatorianos de estudio son predominantemente competitivos, aunque en algunos casos las ofertas asiáticas son bastante menores en precio pero también en calidad y en la confianza que en ellos depositan los consumidores potenciales.

En la información se anotan diversos análisis, como los diez principales competidores del Ecuador, el precio unitario, la comparación con el precio ecuatoriano en términos del porcentaje que representan de éste y los puntos porcentuales que los diferencian. Ejemplo, los mangos ecuatorianos fueron vendidos a México a un precio unitario de 64 puntos porcentuales menos a los de otros países proveedores.

También se obtuvieron los precios de terceros países de productos de estudio que aún no se han vendido en el mercado mexicano, a efecto de que sirvan de parámetro a los esfuerzos que podrían desplegar las empresas ecuatorianas para efectuar ventas en México. Por ejemplo, en los cuatro años recientes los proveedores de tableros contrachapados los vendieron a México a 0.61 dólares por kilogramo en promedio.

Para complementar el análisis de precios unitarios de los productos de estudio, se obtuvieron precios de dichos productos directamente en el mercado, en especial al nivel de tiendas pequeñas y de autoservicio o supermercados que ofrecen productos al menudeo, y bodegas de mayoreo. Ejemplo, los chifles u hojuelas de plátano de la marca Barcel se venden al menudeo a 0.45 dólares por 25 gramos, y los de Sabritas a 0.36 dólares por 30 gramos.

El conocimiento del tratamiento arancelario, los regímenes aduaneros aplicables a la importación y otras regulaciones y requisitos de importación para los productos de estudio, permite a las empresas ecuatorianas interesadas en realizar ventas iniciales a empresas mexicanas un mejor manejo de las condiciones de precio y logística del movimiento físico de sus bienes, y los riesgos inherentes de cada operación comercial.

En el documento se hace mención de esos aspectos y se relacionan los aranceles para los productos de estudio cuando son originarios de países, que como el Ecuador, existe algún acuerdo de preferencias comerciales, o en general para bienes de naciones sin esos convenios, y bienes no incluidos en los acuerdos con las primeras, así como otros requisitos establecidos en México para la importación de esos productos. Como ejemplo, los mangos se clasifican en la fracción 0804.50.03 y pagan 40% menos del impuesto de 20% a que está sujeta la fruta de otros países sin convenios, haciéndose las aclaraciones que están exentos del pago de impuesto cuando proceden de países con los que México ha suscrito algún tratado de libre comercio, y en todos los casos no se exige alguna norma de calidad.

Es importante mencionar que para la redacción de este documento se contó de manera muy destacada con aportes de representantes de empresas establecidas en México que producen, compran, consumen, distribuyen, exportan y/o importan productos de estudio, a través de entrevistas realizadas por medio de un cuestionario diseñado con la aplicación de las teorías y técnicas más propicias a las condiciones del mercado mexicano y características de los individuos que en aquél participan.

Para generar confianza, disminuir riesgos y animar una mayor participación de esas personas, se diseñaron sendas cartas de solicitud de entrevistas y, en su caso, agradecimiento de la información proporcionada.

En general, pocos entrevistados atendieron cada una de las quince preguntas, y la mayoría proporcionaron respuestas breves con un lenguaje liso y llano sin cercanía alguna al bagaje o léxico propios de la mercadotecnia y disciplinas complementarias.

Donde sí hubo reacciones favorables e inmediatas de los entrevistados fue en la disposición e interés de recibir a empresarios ecuatorianos, y en solicitar mayores precisiones de atributos, características, calidad, cantidad y precio del producto. Es claro que algunos indicadores pueden suministrarse sin dificultad desde el Ecuador y otros, como precio o volumen considerados para el mercado mexicano, sólo trasladándose a éste con estrategias bien definidas y compartidas por todos los oferentes que harían el esfuerzo de viajar a México para evitar la competencia innecesaria entre quienes se beneficiarían al sumar sus capacidades.

De las respuestas sobre este tema sobresalen las referidas a la necesaria participación de mayoristas y la recurrencia de apoyarse en las tiendas de autoservicio con todo y lo oneroso que resulta la relación por la dilación en el pago de los bienes y que éstos sean dejados a consignación.

Por lo que respecta al transporte los entrevistados lo consideran un servicio caro y de baja confiabilidad en el traslado oportuno y seguro para garantizar un suministro constante de los productos.

Ese es el tema de mayor preocupación en la perspectiva de hacer compras a las empresas ecuatorianas, en especial la ausencia de rutas directas y periódicas entre ambos países.

La logística del movimiento físico de las mercancías para lograr el abasto oportuno y sistemático queda, según ellos, demasiado comprometida y dependiente de un sistema de transporte ineficiente.

Los entrevistados creen que el empaque y embalaje utilizados, por las mercancías en la actualidad cumple, en el caso de la primera, con el doble objetivo de conservar el producto en buen estado para su óptimo aprovechamiento y el de provocar al consumidor a adquirirlo, mientras el embalaje por su parte casi invariablemente garantiza que el bien no resulte maltratado en el recorrido entre la fábrica y el punto de venta, aún cuando se trate de operaciones internacionales. Son aspectos, los del empaque y embalaje que los consideran atendidos debidamente.

La calidad es el aspecto principal que junto al precio y tiempo de entrega exigen las potenciales compradoras a los proveedores. Son atributos del servicio de venta que ha llevado, en efecto, al posicionamiento de marcas claves como la empresa mexicana Tane en el caso de la joyería de plata.

Es menester visualizar al transporte como un eslabón fundamental en la cadena logística de la distribución física internacional o movimiento físico de mercancías, al incluir costo, velocidad y calidad del servicio.

En este orden de ideas, una acción que podría mejorar los tres elementos sería el aprovechamiento del mercado estadounidense como plataforma de lanzamiento, consolidación o mejoramiento de las ventas de productos de estudio en el mercado mexicano, los cuales en su mayoría ya se están comercializando en volúmenes considerables en aquel país, para aprovechar las facilidades existentes en términos de transporte en la ruta Ecuador-Estados Unidos-México, mucho más amplias a las existentes entre los mercados ecuatoriano y mexicano.

En el documento se formulan conclusiones sobre el potencial de mercado para los veinte productos de estudio, indicándose cuáles son los grados de oportunidad en cada caso, con base en la información obtenida durante la investigación tanto a nivel documental como con los entrevistados, y se destacan las variables más significativas en que se basa la conclusión de que existe oportunidad, todo lo cual se recoge en el siguiente cuadro resumen:

Producto de estudio	Grado de oportunidad	Variabes más significativas
Tilapia	Muy alto.	Rápido crecimiento de la demanda y preferencia de 60 por ciento en el pago del impuesto de importación
Caracoles o escargots	Bajo.	Demanda reducida y de crecimiento lento, y precio ecuatoriano alto.
Flores	Medio.	Reconocimiento mundial del producto y existencia de un segmento de alto poder adquisitivo que demanda flores extranjeras excepcionales.
Chifles u hojuelas de plátano	Medio.	Mercado de crecimiento muy acelerado y alimento de precio accesible a amplios estratos de consumo.
Mango	Muy alto.	Importaciones crecientes para completar la estacionalidad y competidores con amplias distancias de por medio.
Bambú	Bajo.	Demanda pequeña y en decrecimiento constante por alto precio y uso de productos sustitutos de buena apariencia y durabilidad.
Conservas de atún y sardinas	Alto.	Consumo creciente, prestigio en el mercado local y competidores con amplias distancias de por medio.
Cacao en grano y sus derivados	Alto.	Fama mundial, prestigio local por adquisiciones de grandes empresas y precios muy competitivos.
Palmitos	Medio.	Mercado de evolución lenta y muy competitivo, y necesidad de ajustar estrategias de promoción y venta.
Jugo concentrado de maracuyá	Medio.	Utilización creciente en la industria de alimentos preparados y existencia de preferencia arancelaria.
Extractos y esencias de café	Alto.	Tradición y prestigio mundiales y locales, reconocimiento por comercialización de firmas internacionales y precios muy competitivos.

Tableros de fibra de madera y tableros contrachapados	Muy alto.	Demanda muy alta y de rápido crecimiento, escasez local continúa, y magnífica impresión de constructores sobre su rendimiento.
---	-----------	--

Producto de estudio	Grado de oportunidad	Variables más significativas
Cuadernos	Bajo.	Proveedor local muy fuerte y externos de presencia discreta, y requerimiento de grandes inversiones de dinero y tiempo para avanzar poco a poco.
Sombreros de paja toquilla	Bajo.	Consumo en decremento y competencia excesiva de productos cuasi-deshechables.
Joyería de oro y plata	Bajo.	Requerimiento de diseños innovadores y de bajo precio, y fuerte competencia local.
Estufas a gas	Alto.	Demanda exterior muy grande, y conocimiento del mercado a través de alianza con empresa local.
Muebles de madera	Medio.	Amplias adquisiciones en el exterior y limitada capacidad de oferta.
Botones y figuras de tagua	Medio.	Mercado potencial amplio pero por abrir.
Madera de balsa	Alto.	Prestigio mundial, buena imagen local de productos del mismo sector, y mercado amplio y dinámico.
Resumen de 20 productos de estudio:	Muy alto: 4 Alto: 5 Medio: 6 Bajo: 5	

De las 161 entrevistas solicitadas tres de cada cinco fueron aceptadas, y de las empresas entrevistadas dos de cada tres mostraron disposición para recibir empresarios ecuatorianos oferentes de productos de su interés.

El documento contiene la relación de nombres de las 62 empresas que han aceptado recibir a empresarios del Ecuador y los comentarios o solicitudes que formulan para concertar la cita correspondiente. Como ejemplo, en el caso de caracoles o escargots, con clasificación arancelaria 0307.60.01, la empresa Distrilara, S. A. de C.V. acepta recibir a representantes ecuatorianos y requiere la presentación previa de datos de las empresas que las visitarán.

Finalmente, cabe mencionar que de las 97 empresas entrevistadas, el 78 por ciento respondieron sólo el apartado básico del cuestionario, y el 22 por ciento restante contestaron tanto el apartado básico como el complementario.

1. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL MERCADO MEXICANO.

El mercado mexicano ofrece grandes oportunidades para las empresas ecuatorianas que desean exportar sus productos: por el potencial de consumo y los bajos impuestos a los productos importados.

México es un mercado en creciente expansión sustentado en una población superior a los 100 millones de personas con ingresos en promedio anual de siete mil dólares, localizadas fundamentalmente en zonas urbanas, donde destacan una veintena de ciudades medianas y grandes entre las que sobresalen las de la zona conurbana de la Capital con cerca de 22 millones de consumidores, así como Guadalajara, Monterrey, Puebla y Veracruz. En esto hay que advertir la existencia de una fuerte e inequitativa desigualdad en la distribución del ingreso entre las personas y las regiones geográficas del país.

El mercado mexicano se distingue por su apertura creciente al exterior. De hecho el gobierno federal ha venido apostando al mercado externo, en los tres períodos presidenciales recientes, de 1994 al 2006, como la principal palanca de desarrollo económico del país. Para ello, el país ha disminuido los aranceles a las compras de productos extranjeros y ha buscado obtener la reducción en el pago de impuestos para los bienes mexicanos adquiridos en mercados externos, esto último mediante la suscripción de tratados de libre comercio, básicamente.

Aún cuando las exportaciones han crecido rápidamente, su dinamismo se ha basado en un alto componente de importaciones y en actividades de ensamblado, por lo que la contribución externa a las ventas al exterior es muy alta. En buena medida éstas se han apoyado en una mano de obra barata que ha venido encareciéndose al encontrar fuentes de ingreso mejor remuneradas como las actividades informales y en el país del norte.

La relación tan intensa con el exterior ha provocado una fuerte presencia de empresas y productos extranjeros, principalmente de Estados Unidos, país con el que se tiene una gran dependencia en varios órdenes de la actividad económica: inversiones, comercio en ambas direcciones, tecnología, empleo como ya se mencionó. También se ha reflejado, tal dependencia, en la adopción de patrones de consumo y distribución que se han traducido en el desplazamiento de bienes nativos por extranjeros y el establecimiento de grandes cadenas de comercialización de productos.

El empresario ecuatoriano va a encontrar, en México, a un país donde impera la economía de mercado en su mayor amplitud, con una cada vez menor intervención del Estado en las actividades productivas, conseguida a través de la venta de empresas que algún día detentó.

Con todo y lo antes descrito, a nivel internacional, se ponderan los esfuerzos realizados y los logros obtenidos por una política económica interesada en la internacionalización del país. Muestra de ello ha sido la estabilidad económica lograda con apoyo en una férrea disciplina monetaria y presupuestaria y la construcción de reservas monetarias internacionales de gran magnitud (74 mil millones de dólares al 1 de enero de 2006, 10 mil millones más que el año anterior), y la consecuente obtención de inmejorable imagen y calificación internacionales como país de gran interés y confiabilidad para el capital extranjero.

1.1 El mercado de importación en México en 2005

En el año 2005 la balanza comercial arrojó un saldo deficitario por 7,559 millones de dólares, inferior al de 8,811 millones registrado en el 2004. Por su parte la balanza petrolera y de la industria petroquímica sumó un superávit de 15,612 millones de dólares, lo que implicó un alza de 3,010 millones con relación al saldo del año previo. Cabe hacer notar que la fuente de estos y demás datos sobre el mercado mexicano proceden del Banco de México, en especial del Informe Anual 2005 publicado en Abril de 2006.

El valor de las exportaciones de mercancías creció 13.7% en 2005, en respuesta a aumentos de 34.8% de las petroleras y de 10.6% de las no petroleras y de las manufactureras, lo que se derivó de incrementos de 11.3% de las exportaciones de las empresas maquiladoras y de 9.8% de las del sector manufacturero no maquilador.

Las importaciones de mercancías en el 2005 mostraron un crecimiento anual de 12.4%, tasa inferior a la de 15.4% registrada el año previo. Ello respondió tanto a un menor dinamismo de la producción para el mercado interno como a la menor expansión que presentaron las exportaciones manufactureras en cuya fabricación se utilizan insumos del exterior. Las importaciones de bienes intermedios crecieron 9.9%, las de capital 16% y las de consumo 24%. En estas últimas destacaron los incrementos observados por las adquisiciones de gasolina y automóviles.

Desde una perspectiva regional, la evolución del comercio exterior de México en el año 2005 se caracterizó una vez más por la presencia de un superávit elevado con el conjunto de los socios comerciales de la Zona de Libre Comercio de América del Norte (ZLCAN) y un déficit con los demás países del Continente Americano, con Europa y con Asia. La disminución que mostró en el año el déficit comercial total se derivó de la combinación de un mayor superávit con el área del ZLCAN, un menor déficit con los demás países del Continente Americano y aumentos en los déficit con las otras regiones consideradas. Cabe señalar que con China, México presentó el déficit comercial bilateral más elevado y que dicha economía continúa siendo el segundo proveedor de mercancías del país mientras que México se ubicó en el tercer lugar como proveedor de Estados Unidos, después de Canadá y China.

En el año 2005 el valor de los productos importados alcanza los 221 mil millones de dólares y por segundo año consecutivo representa 29% del PIB de México, indicador éste que es de 768 mil millones. La proporción de referencia está cerca de la registrada hace una década, 26%, y mucho menor a la máxima obtenida de 39% un lustro atrás a esta fecha.

En el año en mención las principales mercancías de importación son las siguientes:

Cuadro N° 1
Principales adquisiciones del mercado mexicano
2005
En millones de dólares

	Valor	%
Total	221,270	100.0%
I Agricultura y silvicultura	5,976	2.7%
II Ganadería, apicultura y pesca	310	0.1%
III Industrias extractivas	18,127	8.2%
IV Industrias manufactureras	196,857	89.0%
De las cuales:		
A Alimentos, bebidas y tabaco	8,117	3.7%
B Textiles	10,676	4.8%
C Industria de la madera	1,477	0.7%
D Papel, imprenta e industria editorial	5,508	2.5%
E Química	14,344	6.5%
F Productos de plástico y de caucho	14,916	6.7%
G Productos minerales no metálicos	2,080	0.9%
H Siderurgia	10,572	4.8%
I Minerometalurgia	5,688	2.6%
J Productos metálicos o maquinaria	117,736	53.0%

Fuente: Banco de México

1.2 El Mercado mexicano y su interrelación con Estados Unidos

Estudiosos de las implicaciones del proceso de integración que las economías de México y de los Estados han experimentado, informan que la integración comercial se ha dado principalmente a través del sector manufacturero de cada país y ha propiciado que el ciclo económico mexicano se haya sincronizado con el ciclo económico de Estados Unidos. Por otra parte, han encontrado también que la sincronización con el ciclo económico de Estados Unidos ha propiciado a su vez una coordinación entre las exportaciones e importaciones mexicanas, lo cual ha motivado una disminución en la volatilidad de la balanza comercial mexicana o, dicho en otras palabras, ha funcionado como un mecanismo de ajuste automático que ha limitado las variaciones en el saldo de la balanza comercial de México.¹

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994, el intercambio comercial entre ambos países comenzó a realizarse dentro de un marco menos restrictivo, por lo que los países hacen ahora uso de sus recursos de manera más eficiente y se especializan en diferentes sectores productivos.

Por otra parte, se encuentra también que casi 90% de las exportaciones mexicanas se destinan a Estados Unidos por lo que el desempeño de la economía de ese país es sumamente importante para la economía mexicana, puesto que genera la mayor parte de la demanda por exportaciones mexicanas. Y en el caso de las importaciones

¹ Ver al respecto: "Integración Comercial y Sincronización entre los Ciclos Económicos de México y Estados Unidos", de Alberto Torres García y Oscar Vela Treviño, Mayo de 2002. Documento de Investigación No. 2002-06, Banco de México.

mexicanas se encuentran resultados muy similares, toda vez que tres cuartas partes de éstas provienen de Estados Unidos.

Del total de las importaciones procedentes de ese país, aproximadamente el 90% corresponde a importaciones manufactureras. La evidencia también muestra que la mayor parte del comercio entre ambos países se realiza con el intercambio de maquinaria, equipo y artículos de manufactura. Estos resultados sugieren que la integración comercial entre los sectores manufactureros de los dos países pudiera ser el canal a través del cual se transmiten las fluctuaciones de la economía de Estados Unidos a la economía mexicana.

En relación a la economía de ese país, en el año 2005 el ritmo de actividad económica se moderó, mientras que el crecimiento en Asia se mantuvo vigoroso, tanto por el dinamismo de la economía china, como por el fortalecimiento de la recuperación en Japón. Por su parte, el déficit público para el gobierno general se redujo como proporción del PIB, al pasar de 4.7% en 2004 a 3.8% en 2005. A su vez, el déficit en cuenta corriente registró una ampliación de 137 mil millones de dólares con respecto a 2004 para llegar a 6.4% del PIB, un nuevo récord histórico. Con todo, la magnitud del déficit no afectó de modo particular ni al tipo de cambio ni a las tasas de interés.

El panorama inflacionario en Estados Unidos registró cierto deterioro durante el año 2005. Ante el impulso de los aumentos en los precios de la energía, la inflación general al consumidor se ubicó en 3.4% en ese año, su nivel más alto desde 1991. Sin embargo, la inflación subyacente continuó fluctuando en niveles moderados. Las condiciones financieras en Estados Unidos continuaron siendo relativamente favorables para la expansión de la demanda, a pesar del incremento de dos puntos porcentuales en el objetivo para la tasa de fondos federales.

Por su parte en términos generales la actividad económica mundial mostró una evolución favorable. El vigor con el que creció la economía mundial, y en particular el de algunas economías asiáticas que en sus procesos productivos hacen un uso intensivo de diversos energéticos, aunado a las restricciones para incrementar la oferta de estos productos, dio lugar a que en el 2005 se registraran incrementos significativos en sus precios. A este resultado también contribuyeron diversas perturbaciones climáticas que afectaron el suministro de algunos energéticos en la segunda mitad del año.

La economía mundial registró durante el 2005 nuevamente una fuerte expansión de 3.5%, al tiempo que la inflación se mantuvo en niveles reducidos a pesar de los nuevos aumentos de los precios del petróleo.

1.3 El sector externo de la economía mexicana en 2005

Durante el 2005 la evolución del sector externo de la economía mexicana fue influida por los siguientes factores: un menor dinamismo de la demanda externa; un aumento importante del precio internacional del petróleo; una pérdida de competitividad de los productos nacionales en los mercados externos; un menor dinamismo de la producción interna que se reflejó en la demanda por importaciones; y, un aumento significativo de los ingresos del exterior por remesas familiares.

Cabe señalar que si se excluyeran el incremento del superávit de la balanza comercial de productos petroleros y el aumento en la entrada de recursos por remesas familiares de los saldos de la balanza comercial y la cuenta corriente, estos saldos deficitarios

hubieran tenido una ampliación significativa, en congruencia con el mayor crecimiento que observó ese año el gasto interno con relación al que presentó el PIB.

En el desempeño del sector externo en el 2005, se destacan los siguientes aspectos vinculados a las importaciones:

- a) Crecimiento de las importaciones de mercancías a una tasa inferior a la registrada en el 2004. Tal evolución respondió tanto a un menor dinamismo de la producción para el mercado interno, como a la menor expansión que registraron las exportaciones manufactureras en cuya fabricación se utilizan insumos importados.
- b) Desfavorable desempeño relativo, por tercer año consecutivo, de los productos mexicanos en el mercado de Estados Unidos. El crecimiento de las exportaciones de México a ese mercado resultó menor al registrado por las ventas conjuntas del resto de los socios comerciales de aquel país. Ello propició que se redujera la participación de los productos mexicanos en las importaciones de Estados Unidos.

1.4 La actividad económica mexicana en 2005

En México durante el 2005 el PIB creció 3%, una tasa menor que la registrada en 2004 (4.2 %). Cabe señalar que en el año 2005, al igual que ocurrió en el año precedente, el desempeño del gasto interno y de la actividad económica fue favorecido por importantes incrementos del superávit de la balanza comercial de productos petroleros y de los ingresos por remesas familiares.

La inflación general se redujo sustancialmente a lo largo del 2005, situándose en 3.3% en diciembre. Ello refleja, en gran medida, tanto la reversión de las perturbaciones de oferta que afectaron a la economía en el año 2004, como los efectos de las acciones adoptadas en materia de política monetaria. En adición a lo anterior, un comportamiento atípico de los precios de algunas frutas y verduras contribuyó a la rápida reducción de la inflación general en los últimos meses de 2005.

El crecimiento del producto en el 2005 no fue balanceado a nivel sectorial. Ello considerando que el sector servicios presentó una expansión significativa; el agropecuario una caída y una alta volatilidad a lo largo del año, mientras que el desempeño del sector industrial fue modesto, particularmente, el componente de producción manufacturera. No obstante, en los últimos meses del año algunas actividades industriales adquirieron un mayor dinamismo, como fue el caso de la industria automotriz.

Por el lado de la demanda agregada, en el año 2005 la expansión del gasto de consumo privado continuó constituyendo el renglón con mayor contribución al crecimiento del PIB real, seguido por la formación bruta de capital, en tanto que la proveniente del saldo neto de la balanza de bienes y servicios fue negativa. Cabe señalar que en el año, el crecimiento del consumo privado a precios constantes superó al registrado en 2004. Por su parte, la inversión mostró un crecimiento ligeramente superior al observado en 2004, destacando un fuerte incremento de la efectuada por el sector privado en el último trimestre de 2005.

En general, los principales aspectos que caracterizaron a la evolución de la actividad económica en México durante 2005 fueron los siguientes:

- a) La demanda agregada y el PIB registraron crecimientos menores a los observados en 2004.
- b) El dinamismo del gasto de consumo se vio favorecido por varios factores, destacando, entre otros, una mayor disponibilidad de financiamiento, la mejoría del empleo, un crecimiento en varios sectores de las remuneraciones medias en términos reales y el importante monto de recursos provenientes del exterior por remesas familiares.
- c) La inversión se acrecentó por segundo año consecutivo a un ritmo que superó al que registró el producto.
- d) En su conjunto, el gasto público mantuvo en el 2005 un nivel similar al del año anterior como resultado neto de un ligero aumento del gasto de consumo y una disminución de inversión.
- e) Las exportaciones de bienes y servicios se desaceleraron en 2005.
- f) Se fortalecieron al cierre de 2005 los indicadores relativos al clima de los negocios y al nivel de confianza en el sector manufacturero, así como el índice de confianza de los consumidores.
- g) El crecimiento del PIB respondió al aumento del sector de servicios, seguido por el industrial, mientras que la producción del sector agropecuario registró su primera caída en trece años.
- h) La producción manufacturera registró una mejoría en la segunda parte de 2005, originada en buena medida por un avance del sector automotriz.

1.5 Dimensiones socioeconómicas de México y el Ecuador en el año 2005

El mercado mexicano de importación es veintiséis veces más grande que las exportaciones del Ecuador al mundo. Éste coloca en el mercado de los países de la ALADI 17% de sus ventas mientras aquel adquiere en la región 5% de su total importado. La población ecuatoriana es siete veces menor en número a la mexicana. El producto interno bruto en el país del sur representa la vigésima parte del generado en el país del norte.

Estas y otras tres decenas de comparaciones socioeconómicas confirman el potencial de complementariedad que el mercado mexicano tiene con el ecuatoriano, y pueden consultarse al final de este documento.²

1.6 La complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación en el período 2002 a 2005

La complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación en el período 2002 a 2005 se confirma al comparar los valores de esos indicadores a nivel de capítulo arancelario, haciéndose la aclaración que los datos del año más reciente llegan al mes de noviembre en el caso de México y a septiembre en el del Ecuador.

² Ver anexo: *Indicadores socioeconómicos de Ecuador y México comparados 2005*.

El Ecuador realizó en el cuatrienio ventas por 26 mil millones de dólares a través de cincuenta y cuatro capítulos arancelarios por un valor diez millones de dólares o más, de los cuales México hizo compras al mundo por 643 mil millones, es decir veinticuatro tantos más.

El principal grupo de productos ecuatorianos, los combustibles, como ejemplo, tiene un mercado potencial en México de 2. 2 veces. Los cuatro siguientes, frutas, pescados, conservas de pescado y plantas, fueron adquiridos por México al mundo en proporciones entre 0.2 y 0.5 veces. El cacao y las preparaciones que continúan en importancia, en 1.5 y 3.9 veces el valor total de ventas del Ecuador al mundo.³

La complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación en el período 2002 a 2005 también queda confirmado al comparar los valores de esos indicadores a nivel de ítem o fracción arancelaria, específicamente al consolidar la lista de los 50 productos exportados por el Ecuador a México, sin considerar los petrolíferos por no requerir de esfuerzos especiales de venta.

Así pues, los tableros contrachapados con una hoja externa distinta de las maderas de coníferas, cuya exportación a México fue de 9.5 millones de dólares tiene un mercado por atender de 10 veces ese valor, y sucesivamente para los demás productos.⁴

Como puede observarse de la información antes mencionada el mercado mexicano ofrece muchas y muy variadas posibilidades para productos tradicionales y novedosos del Ecuador.

Por cierto las empresas exportadoras ecuatorianas podrían respaldar sus esfuerzos de promoción considerando la existencia de acuerdos comerciales en el marco de la ALADI que, aunque de alcance medio, dan ventajas a sus productos en el mercado mexicano frente a los de terceros países.

Los acuerdos intergubernamentales de índole comercial vigentes que han sido firmados para impulsar los intercambios mercantiles entre el Ecuador y México son los emanados de la ALADI, específicamente la Preferencia Arancelaria Regional 4 (PAR 4), el Acuerdo de Alcance Parcial 29 (AAP 29) y la Nómina de Apertura de Mercados 2 (NAM 2).

En diversas ocasiones, a partir de 1995, se han entablado encuentros de funcionarios de ambos países para celebrar un tratado para la creación de una zona de libre comercio entre el Ecuador y México. Sería un acuerdo que otorgaría mayor certidumbre jurídica a los intercambios y permitiría a las empresas planear el aprovechamiento de un mercado ampliado de manera permanente.

Durante la visita a México del Presidente del Ecuador, doctor Alfredo Palacio González, a finales de abril de este 2006 el mandatario mexicano expresó: *"En cuestión de comercio, vimos con agrado que aunque se trata de una base todavía pequeña, la balanza comercial entre nuestros dos países afortunadamente crece con buen dinamismo, particularmente lo hizo el año pasado. Y vimos, entonces, la importancia de continuar pláticas estratégicas, integradas para avanzar hacia alternativas de comercio formal, como pueden ser un acuerdo de comercio o como*

³ Ver anexo: *Complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación por capítulos arancelarios 2002 a 2005.*

⁴ Ver anexo: *Complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado ecuatoriano de exportación por ítems arancelarios vendidos a México 2002 a 2005.*

pueden ser otras fórmulas; y por lo pronto seguir derribando barreras, removiendo obstáculos que permitan que este dinamismo que está tomando el comercio entre nuestros dos países continúe e, inclusive, se acelere".

Los tratados de libre comercio suscritos por México generalmente incluyen apartados referentes al acceso a mercados, compras gubernamentales, reglas de origen, inversiones, normas técnicas y sanitarias, comercio de servicios, procedimientos de salvaguardia, atención a prácticas desleales y solución de controversias.

Mientras se definen nuevos tratados conviene tenerse como antecedente otros acuerdos relacionados con el comercio que han sido suscritos entre los gobiernos de Ecuador y de México.⁵

Sobre las relaciones diplomáticas con el Ecuador, la Secretaría de Relaciones Exteriores de México indica que éstas datan de 1883, aun cuando previamente convergen simbólicamente en la figura del ilustre ecuatoriano Vicente Rocafuerte, quien ejerció la jefatura de la Representación Diplomática mexicana en Londres, entre 1824 y 1830, y desde entonces los nexos bilaterales se han desarrollado dentro de un marco de mutuo respeto y cordial amistad y cooperación que han incluido visitas a Ecuador de los Presidentes mexicanos Luis Echeverría en 1974, Carlos Salinas de Gortari en 1990 y Vicente Fox en el año 2004; y de parte del Ecuador han estado en visitas de Estado a México los Presidentes Noboa en 2001 y Alfredo Palacio en abril de 2006.

Por lo que respecta a las relaciones comerciales entre ambos países, vale la pena resaltar que las operaciones de importación de productos ecuatorianos que realizan las empresas mexicanas son marginales en valor, diversificación y dinamismo. A ello contribuye la costumbre y comodidad de efectuar intercambios con socios norteamericanos y europeos, así como el hecho de no contar con acuerdos comerciales de cobertura amplia a favor de los productos procedentes del Ecuador, y transporte aéreo y marítimo frecuente.

Por cierto existen diferencias relevantes en los registros de los intercambios, sobre todo en las ventas mexicanas al Ecuador: mientras en este país se contabilizan 2.088 millones de dólares en el período 1996 a 2005, México reporta 1,386 millones, es decir una discrepancia por 702 millones que rebasa con mucho las diferencias entre el registro CIF y FOB y los defasajes al final e inicio del año civil, y que podrían explicarse por operaciones de triangulación desde Estados Unidos. En el caso de las ventas ecuatorianas a México, este país registra 659 millones y el Ecuador 462 millones. En donde hay coincidencia es en el hecho de que México, en cualquier caso, es permanentemente superavitario en la balanza comercial recíproca.

⁵ (Ver anexo: *Otros acuerdos relacionados con el comercio que han sido suscritos entre los gobiernos del Ecuador y de México*).

2. ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LA OFERTA ECUATORIANA, LOS COMPETIDORES Y LA DEMANDA SUBYACENTE EN MÉXICO

El estudio partió del siguiente listado de productos seleccionados en Ecuador por el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI):

tilapia

caracoles o escargots

flores

chifles u hojuelas de plátano

mango

bambú

conservas de atún y sardinas

cacao en grano y sus derivados

palmitos

jugo concentrado de maracuyá

extractos y esencias de café

tableros de fibra de madera

tableros contrachapados

cuadernos

sombreros de paja toquilla

joyería de oro y plata

estufas a gas

muebles de madera

madera de balsa

botones y figuras de tagua

Como productos adicionales de análisis se contemplaron preferentemente los relacionados con éstos, por ejemplo en el caso del mango la pulpa o el jugo de esta fruta.

2.1 La oferta ecuatoriana

Como actividad inicial se hizo la búsqueda de los capítulos, partidas y del ítem o fracción en la tarifa arancelaria mexicana.⁶

Se continuó el análisis con apoyo en los indicadores de exportación ecuatoriana al mundo y de las compras mexicanas del mundo de los productos de estudio entre 2002 y 2005, para ubicar el nivel actual de exportación del Ecuador en caso de desplazar hacia México parte de sus volúmenes de venta o de hacer esfuerzos de planeación para penetrar el mercado en mayor medida con producción adicional:

⁶ Ver anexo: *Clasificación Arancelaria y Descripción de los Productos de Estudio*.

Cuadro N° 2
Exportaciones ecuatorianas e importaciones mexicanas al mundo
de productos de estudio
2002 a 2005
En millones de dólares FOB

Ítem de México	Descripción	Exportaciones de Ecuador al mundo	Importaciones de México al mundo	Veces que México importó al mundo lo que Ecuador le exportó
03021999	Pescado, incluye tilapia	5.1	484.4	95.0
06031013	Flores	1,227.4	3.8	0.003
08030020	Chifles u hojuelas de plátano (México incluye secos y frescos)	1.5	61.9	41.3
08045020	Mangos y mangostanes	50.8	6.1	0.1
14011000	Bambú	0.3	0.4	1.3
1604	Preparaciones y conservas de atún y sardinas, de las cuales:	701.4	34	3.3
16041310	En salsa de tomate	62.2	9.8	0.2
160413	Atunes en aceite, en agua y sal, y los demás	5.5	16.8	3.1
16041410	Atunes	633.7	7.4	0.0
18	Cacao en grano y sus derivados, de los cuales:	243.9	1,018.1	399.6
18010010	Cacao en grano crudo (México también incluye el tostado)	91.0	30.2	0.3
18020000	Cáscaras, películas y demás residuos	1.5	1.0	0.7
18031000	Sin desgrasar	46.0	4.7	0.1
18032000	Desgrasada total o parcialmente	2.1	828.3	394.4
18040000	Manteca, grasa y aceite de cacao	70.9	3.8	0.1
18050000	Cacao en polvo sin adición de azúcar	30.4	123.0	4.0
18062000	Las demás preparaciones	2.0	27.1	13.6
20089001	Palmitos	92.7	5.6	0.1
20098012	Jugo concentrado de maracuyá	105.5	13.4	0.1
2101	Extractos y esencias de café	175.3	74.5	0.9
21011100	Extractos, esencias y concentrados de café	119.2	44.2	0.4
21011200	Preparaciones a base de extractos de café	56.1	30.3	0.5
44111900	Tableros de fibra de madera	5.9	139.1	23.6
44121300	Tableros de Madera contrachapada	0.04	553.1	13,827.5
65020010	Sombreros de paja toquilla o paja mocora	7.9	4.9	0.6
71	Joyería de oro y plata, de los cuales:	7.02	41.1	1,027.9
71069200	Joyería de plata semilabrada	0.02	20.5	1,025.0
71081300	Joyería de oro semilabrada	7.0	20.6	2.9
73218100	Estufas de gas	0.03	44.3	1,476.7
94	Muebles de madera, de los cuales:	1.98	313.4	1,261.6
94015000	Asientos de ratán o bambú	0.04	9.2	230.0
94033000	Muebles de madera de los utilizados en oficinas	0.9	108.1	120.1
94034000	Muebles de madera de los utilizados en cocinas	0.2	75.1	375.5
94035000	Muebles de madera de los utilizados en dormitorios	0.8	104.8	131.0
94038000	Muebles de bambú	0.04	16.2	405.0

Fuente: ALADI, Estadísticas de comercio exterior.

2.2 Los competidores en el mercado mexicano de los productos de estudio

En el período 2002 a 2005 estos fueron los países que compitieron con las empresas del Ecuador por las compras del mercado mexicano:

Los demás Pescados frescos (tilapia).- Total: 0.01 millones: Estados Unidos de América 0.01 (93%), y 2 países más.

Caracoles o escargots.- Total: 0.2 millones: Francia 0.1 (84%), y 4 países más incluyendo al Ecuador.

Las demás flores frescas (flores).- Total 4.9 millones: Países Bajos 4.2 (85%), Estados Unidos de América 0.7 (14%), y 2 países más.

Mango.- Total 0.5 millones: Tailandia 0.3 (56%), Estados Unidos de América 0.1 (20%), y 2 países más incluyendo al Ecuador.

Bambú.- Total 0.4 millones de dólares: Taiwán 0.3 (81%), Vietnam 0.3 (8%), China 0.02 (5%), Colombia 0.01 (2%), y 6 países más.

Conservas de atún y sardinas:

Sardinas.- Total 7.6 millones: Canadá 2.7 (36%), España 1.7 (22%), Estados Unidos de América 1.5 (19%), Ecuador 1.4 (19%), Portugal 0.1 (1%), Tailandia 0.1 (1%), y 16 países más.

Las demás preparaciones de pescado.- Total 0.02 millones: Estonia 0.01 (90%), y 3 países más.

Preparaciones y conservas de atún.- Total 7.2 millones: España 3.0 (41%), Costa Rica 2.0 (28%), Ecuador 1.6 (21%), Estados Unidos 0.4 (6%), y 7 países más.

Preparaciones de lomo de atún.- Total 16.1 millones: Ecuador 11.7 (73%), Colombia 4.2 (26%), y 5 países más.

Preparaciones de Filete.- Total 0.1 millones de dólares: Estados Unidos de América 0.1 (95%), y 4 países más.

Preparaciones de lomo de atún aleta amarilla.- Total 3.4 millones: Tailandia 2.7 (80%) y Ecuador 0.7 (20%).

Las demás preparaciones.- Total 0.5 millones: España 0.4 (71%), Tailandia 0.1 (24%), y 6 países más incluyendo al Ecuador.

Cacao en grano y sus derivados:

Cacao en grano.- Total 30.2 millones: Indonesia 11.0 (36%), República Dominicana 9.9 (33%), Ecuador 9.0 (30%), Costa de Marfil 0.3 (1%).

Manteca aceite y grasa de cacao.- Total 3.3 millones de dólares: Colombia 1.8 (55%), Estados Unidos de América 0.7 (21%), Costa de Marfil 0.2 (7%), Malasia 0.2 (7%), Sudáfrica 0.2 (5%), y 10 países más incluyendo al Ecuador.

Cacao en polvo sin azúcar.- Total 140.4 millones: Estados Unidos de América 43.9 (31%), Indonesia 32.0 (23%), Países Bajos 19.4 (14%), Brasil 17.9 (13%), España 5.3 (4%), Malasia 4.0 (3%), Costa de Marfil 3.2 (2%), Tailandia 3.0 (2%),

Singapur 2.7 (2%), India 2.4 (2%), Sudáfrica 1.7 (1%), y 22 países más incluyendo al Ecuador.

Cacao con azúcar.- Total 0.01 millones: Estados Unidos de América 0.01 (99%), y 1 país más.

Las demás preparaciones de cacao.- Total 7.2 millones: Estados Unidos de América 6.3 (88%), Canadá 0.3 (4%), Guatemala 0.2 (3%), España 0.1 (1%), y 15 países más.

Palmitos.- Total 4.9 millones de dólares: Costa Rica 2.3 (48%), Guatemala 0.9 (19%), Brasil 0.8 (16%), Ecuador 0.7 (14%), Estados Unidos de América 0.1 (2%), y 10 países más.

Jugo de cualquier otra fruta u hortaliza (concentrado de maracuyá).- Total 13.4 millones: Estados Unidos de América 11.3 (85%), Chile 1.1 (8%), Ecuador 0.5 (3%), Tailandia 0.2 (1%), Francia 0.1 (1%), y 36 países más.

Extractos y esencias de café:

Café instantáneo sin aromatizar.- Total 27.0 millones de dólares: Estados Unidos de América 19.5 (72%), Brasil 3.7 (14%), Colombia 2.9 (11%), España 0.3 (1%), Chile 0.3 (1%), y 13 países más.

Chicoria tostada y demás sucedáneos.- Total 0.2 millones: Suiza 0.1 (51%), Francia 0.1 (40%), y 3 países más.

Tableros de fibra de madera.- Total 123.9 millones, Estados Unidos de América 42.9 (3%), Austria 20.9 (17%), Alemania 16.8 (14%), Brasil 9.8 (8%), Chile 8.3 (7%), Suiza 6.9 (6%), Francia 6.0 (5%), Bélgica 4.1 (3%), Canadá 1.3 (1%), Italia 1.2 (1%), China 1.0 (1%), España 0.9 (1%), y 3 países más.

Tableros contrachapados:

Madera Contrachapada que contenga al menos una hoja externa de madera tropical.- Total 253.7 Malasia 144.2 (57%), Indonesia 63.(25%), China 35.6 (14%), Perú 4.0 (2%), Estados Unidos de América 3.2 (1%), India 1.2 (0%), Filipinas 1.1 (0%), y 23 países más incluyendo al Ecuador.

Madera Contrachapada.- Total 23.8 millones: Perú 11.9 (50%), Brasil 5.3 (22%), Ecuador 3.5 (15%), Paraguay 1.4 (6%), Indonesia 0.5 (2%), y 17 países más.

Madera contrachapada que contenga al menos una hoja externa distinta a madera de coníferas.- Total 90.1 millones de dólares: Perú 20.9 (23%), Estados Unidos de América 20.3 (23%), Ecuador 14.1 (16%), Brasil 13.2 (15%), Indonesia 6.1 (7%), China 4.9 (5%), Rusia antes U.R.S.S. 4.0 (4%), Taiwán 1.2 (1%), y 29 países más.

Madera Contrachapada de coníferas.- Total 294.8 millones Estados Unidos de América 131.9 (45%), Chile 119.2 (40%), Brasil 28.1 (10%), Italia 4.5 (2%), China 3.9 (1%), Canadá 3.4 (1%), Guatemala 1.6 (1%), y 27 países más.

Las demás maderas contrachapadas.- Total 22.5 millones de dólares: Estados Unidos de América 8.5 (38%), Perú 5.7 (25%), Chile 3.6 (16%), Brasil 1.1 (5%), China 1.1 (5%), Ecuador 0.8 (3%), Finlandia 0.7 (3%), y 20 países más.

Madera Contrachapada con por lo menos una hoja de maderas tropicales.- Total 25.1 millones: Indonesia 10.5 (42%), China 7.8 (31%), Malasia 4.0 (16%), Brasil

1.0 (4%), Perú 0.7 (3%), Taiwán 0.4 (2%), Estados Unidos de América 0.3 (1%), Ecuador 0.2 (81%), Paraguay 0.2 (1%), y 6 países más.

Las demás maderas contrachapadas que contengan al menos un tablero de partículas de madera.- Total 9.0 millones: Estados Unidos de América 8.3 (91%), China 0.3 (3%), Indonesia 0.2 (2%), Rusia antes U.R.S.S. 0.1 (1%), y 7 países más.

Las demás maderas contrachapadas.- Total 15.4 millones de dólares: Brasil 6.7 (43%), Ecuador 4.7 (31%), Estados Unidos de América 1.3 (8%), Perú 0.8 (5%), China 0.8 (5%), Malasia 0.3 (2%), Guatemala 0.2 (2%), Chile 0.2 (1%), y 11 países más.

Las demás maderas contrachapadas que contengan una hoja de las maderas tropicales.- Total 1.4 millones: Estados Unidos de América 0.8 (56%), Brasil 0.2 (15%), Perú 0.1 (10%), Honduras 0.1 (7%), y 10 países más.

Las demás maderas contrachapadas que contengan al menos un tablero.- Total 3.2 millones: Estados Unidos de América 3.1 (96%), Indonesia 0.1 (3%), y 7 países más.

Cuadernos.- Total 74.2 millones: Colombia 22.1 (30%), Chile 22.0 (30%), Estados Unidos de América 14.7 (20%), China 5.8 (8%), Argentina 1.9 (3%), India 1.7 (2%), Venezuela 1.5 (2%), Uruguay 1.4 (2%), España 1.3 (2%), y 48 países más.

Sombreros de paja toquilla.- Total: 4.9 millones de dólares: China 3.1 (62%), Estados Unidos de América 1.4 (29%), Italia 0.1 (2%), y 41 países más incluyendo al Ecuador.

Joyería de oro y plata:

Plata Semilabrada.- Total 20.5 millones: Estados Unidos de América 19.1 (93%), Malasia 0.4 (2%), España 0.3 (1%), Italia 0.2 (1%), Francia 0.2 (1%), Alemania 0.1 (1%), y 17 países más.

Chapado de Plata.- Total 0.4 millones: Estados Unidos 0.3 (82%), y 11 países más.

Oro Semilabrado.- Total 174.9 millones: Estados Unidos de América 130.1 (74%), India 26.5 (15%), Singapur 10.0 (6%), Japón 5.5 (3%), Alemania 1.0 (1%), Italia 0.9, y 14 países más.

Oro en bruto.- Total 20.6 millones de dólares, Estados Unidos de América 20.6.

Chapado de Oro.- Total 1.3 millones, Estados Unidos de América 1.1 (82%), Francia 0.2 (13%), y 6 países más.

Estufas a gas:

Cocinas que consumen combustible gaseoso.- Total 40.2 millones: Brasil 25.8 (64%), Estados Unidos de América 5.0 (13%), Ecuador 3.7 (9%), Italia 2.3 (6%), Colombia 1.6 (4%), España 1.5 (4%), y 24 países más.

Estufas o caloríferos.- Total 20.3 millones: Italia 6.8 (34%), España 6.3 (31%), Corea del Sur 2.9 (15%), Estados Unidos de América 2.1 (10%), Canadá 0.9 (4%), China 0.8 (4%), Argentina 0.2 (1%), y 24 países más incluyendo al Ecuador.

Muebles de madera:

Asientos de ratán, mimbre o bambú.- Total 9.2 millones; Indonesia 3.9 (42%), China 1.7 (18%), Filipinas 1.1 (12%), Estados Unidos de América 0.7 (8%), España 0.7 (7%), Tailandia 0.3 (3%), y 30 países más.

Muebles de ratán, mimbre o bambú.- Total 108.1 millones: Estados Unidos de América 59.3 (55%), Taiwán 11.2 (10%), China 10.5 (10%), Canadá 6.9 (6%), España 4.3 (4%), Italia 4.1 (4%), Dinamarca 2.4 (2%), Brasil 2.1 (2%), Francia 1.8 (2%), y 63 países más incluyendo al Ecuador.

Muebles de madera utilizados para cocina.- Total 38.9 millones, Italia 12.5 (32%), Estados Unidos de América 7.8 (20%), España 4.6 (12%), China 4.0 (10%), Alemania 2.6 (7%), Canadá 2.0 (5%), Dinamarca 1.6 (4%), Brasil 1.2 (3%), y 56 países más incluyendo al Ecuador.

Muebles utilizados para dormitorio.- Total: 104.7 millones, Estados Unidos de América 25.8 (25%), China 21.9 (21%), Brasil 10.2 (10%), Canadá 9.0 (9%), Italia 9.0 (9%), España 8.5 (8%), Francia 3.7 (4%), Dinamarca 3.43%, Indonesia 2.1 (2%), Malasia 1.8 (2%). Y 62 países más incluyendo al Ecuador.

Muebles de otras materias.- Total 16.1 China 4.2 (27%), Estados Unidos de América 3.5 (22%), Italia 2.0 (12%), España 1.2 (7%), Indonesia 1.0 (6%), Filipinas 1.0 (6) y 52 países más incluyendo al Ecuador.

No existen datos específicos para chifles u hojuelas de plátano y madera de balsa.

2.3 La demanda subyacente en México de los productos de estudio

Uno de los métodos aplicados para conocer la demanda subyacente de los productos de estudio, fue calcular el consumo aparente del mercado mexicano con base en los datos de producción recién aparecidos en el censo económico de 2004:

Cuadro N° 3
Consumo aparente o demanda subyacente de México
para productos ecuatorianos de estudio
2004
En millones de dólares

Descripción	Producción (P)	Importaciones (M)	Exportaciones (X)	Consumo Aparente (P + M - X)
Pescados incluso tilapia	1,411.5	586.7	116.0	1,882.2
Flores	1,711.2	29.3	184.3	1,556.2
Mango	1,895.1	28.2	987.8	935.5
Plátano (y otras frutas)	4,184.1	0.8	15.6	4,169.3
Preparación y envasado de pescados y mariscos	630.2	2.0	1.6	630.6
Cacao en grano y sus derivados, de los cuales:	465.6	12.9	53.6	424.9
Cacao	79.0			79.0
Elaboración de chocolate y productos de chocolate a partir de cacao	386.6	12.9	53.6	345.9
Palmitos	N.D.	14.9		14.9
Conservación de frutas y verduras por procesos distintos a la congelación y a la deshidratación	187.8	3.9	17.8	173.9
Extractos y esencias de café	599.6	7.3	47.4	559.5
Madera (incluida la de Balsa)	1,304.6	162.6	0	1,467.2
Tableros de Fibra de Madera y Tableros contrachapados	1,439.5	1,628.7	200.6	2,867.6
Fabricación de productos de papelería	209.0	18.4	5.9	221.5
Sombreros incluso de paja toquilla	38.1	13.6	157.7	106.0
Joyería de oro y plata, de los cuales:	534.6	557.6	574.1	518.1
Joyería de Plata	339.1	65.5	289.1	115.5
Joyería de Oro	195.5	492.1	285.0	402.6
Fabricación de utensilios de cocina metálicos, incluso estufas.	289.9	9.9	228.3	71.5
Muebles de Madera	2,767.6	788.2	1,506.3	2,049.5

Fuente: Censo Económico 2004 y Siacom 2004 para producción, y ALADI para exportaciones e importaciones.

La diferencia entre las ventas ecuatorianas a México de los productos de estudio y las compras mexicanas al mundo durante el período 2002 a 2005 también evidencia el volumen de mercado potencialmente atendible por la oferta de las empresas del Ecuador.

Cuadro N° 4
Demanda subyacente de México para productos
ecuatorianos de estudio
2002 a 2005
En millones de dólares

Ítem del Ecuador	Descripción	Ventas Ecuatorianas a México de 2002 a 2005	Importaciones Mexicanas al Mundo de 2002 a 2005	Mercado Mexicano que podía cubrir el Ecuador 2002-5
03	Pescados, incluso tilapia, de los cuales:	3.7	484.3	480.6
03026900	Los demás pescados (tilapia)	0.1	7.9	7.8
03037900	Los demás pescados congelados, excepto filetes	0.1	62.1	62.0
03041000	Filetes de pescado frescos o refrigerados	1.1	20.4	19.3
03042000	Filetes de merluzas (merluccius, urophycis spp.)	1.4	219.6	218.2
03042090	Los demás pescados	1.0	174.3	173.3
03033900	Los demás invertebrados (caracoles o escargots)	0.7	0.7	0.0
06	Flores, de las cuales:	0.9	3.8	2.9
06024000	Rosales, incluso injertados	0.6	2.3	1.7
06031040	Rosas	0.2	1.4	1.2
06031090	Las demás flores	0.1	0.1	0.0
08045020	Mangos y mangostanes	1.3	6.1	4.8
1604	Preparaciones y conservas de atún y sardinas:	7.8	33.9	26.1
16041310	Conservas de pescado en salsa de tomate	0.6	9.8	9.2
16041410	Conservas de atunes	7.1	7.4	0.3
16041420	Conservas de listados y bonitos	0.1	16.7	16.6
18	Cacao en grano y sus derivados, de los cuales:	10.8	318.6	308.5
18010011	Cacao para siembra	7.5	27.1	19.6
18031000	Cacao y sus preparaciones sin desgrasar	0.5	4.7	4.2
18040000	Cacao y sus preparaciones en manteca, grasa y aceite.	0.1	3.8	3.7
18050000	Cacao y sus preparaciones en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0.3	123.0	122.7
18063100	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao rellenos.	2.4	160.7	158.3
20089100	Palmitos	0.6	5.6	5.0
2101	Extractos y esencias de café, de los cuales:	1.6	74.5	72.9
21011100	Extractos, esencias y concentrados de café	1.3	44.2	42.9
21011200	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café	0.3	30.3	30.0

Ítem del Ecuador	Descripción	Ventas Ecuatorianas a México de 2002 a 2005	Importaciones Mexicanas al Mundo de 2002 a 2005	Mercado Mexicano que podía cubrir el Ecuador 2002-5
44072400	Madera balsa (México incluye todas las maderas)	0.2	71.5	71.3
44	Tableros de madera contrachapada, de las cuales:	27.5	620.8	593.1
44089000	Los demás tableros contrachapados	0.7	30.8	30.1
44092090	Las demás maderas	0.1	85.6	85.5
44103100	Los demás tableros de madera en bruto o simplemente lijados	0.2	28.8	28.6
44103900	Los demás tableros de madera aglutinada	1.7	20.6	18.7
44111900	Los demás tableros de fibra de madera	1.9	139.1	137.2
44112100	Los demás tableros de fibra de madera sin trabajo mecánico ni recubrimiento de superficie	2.0	131.5	129.5
44112900	Los demás tableros de fibra de madera	3.6	39.0	35.4
44121400	Los demás tableros contrachapados que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	9.5	104.7	95.2
44121900	Los demás tableros contrachapados	6.8	25.0	18.2
44129900	Las demás maderas contrachapadas	1.0	15.7	14.7
65020010	Sombreros de paja toquilla y otras materias	0.8	13.2	12.4
73211110	Estufas a gas	3.7	44.3	40.6

Fuente: ALADI, Estadísticas de comercio exterior y Secretaría de Economía de México, SIAVI.

3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIONES DE PRECIOS Y ARANCELES.

3.1 Identificación y análisis de informaciones de precios

Se identificaron los precios de los proveedores de terceros países en el mercado mexicano para el período 2002 a 2005, desprendiéndose de su análisis que los precios a que se han venido colocando productos ecuatorianos de estudio son predominantemente competitivos, aunque en algunos casos las ofertas asiáticas son bastante menores en precio pero también en calidad y en la confianza que en ellos depositan los consumidores potenciales.

En la información se anotan diversos análisis, como los diez principales competidores del Ecuador, el precio unitario, la comparación con el precio ecuatoriano en términos del porcentaje que representan de éste y los puntos porcentuales que los diferencian.⁷

En atención al espacio a continuación se presenta un resumen con el dato total y del Ecuador para cada producto en la situación descrita:

⁷ Ver anexo: *Precios comparativos del Ecuador y sus 10 principales competidores en el mercado mexicano para productos de estudio que Ecuador ya vende en ese mercado 2002-2005.*

Cuadro N° 5
Resumen de los precios comparativos del Ecuador y sus principales
competidores en el mercado mexicano para productos de estudio
que Ecuador ya vende en ese mercado
2002 a 2005
En dólares y kilogramos

Producto	Valor	Volumen	Precio en dólares por Kg.	%	Puntos Porcentuales de diferencia
Caracoles o escargots Total	170,520	12,835	13.29	100	
	Ecuador 2,152	93	23.14	174	74
Mangos Total	512,530	325,481	1.57	100	
	Ecuador 46,309	82,368	0.56	36	64
Preparación y conserva de atún y sardinas Total	34,832,657	11,769,845	2.96	100	
	Ecuador 15,334,475	5,754,898	2.66	90	10
de los cuales:					
Preparación y conservas de atún Total	7,240,629	2,162,434	3.35	100	
	Ecuador 1,554,995	749,698	2.07	62	38
Preparaciones del lomo de atún Total	16.074.699	4.879.981	3.29	100	
	Ecuador 11.680.201	3.695.361	3.16	96	4
Preparaciones de lomo de atún aleta amarilla Total	3.391.265	1.230.211	2.76	100	
	Ecuador 669.229	214.147	3.13	113	13
Las demás preparaciones Total	536,669	189,763	2.83	100	
	Ecuador 3,880	2,840	1.37	48	52
Sardinas Total	7,589,395	3,307,456	2.29	100	
	Ecuador 1,426,170	1,092,852	1.30	57	43
Cacao en grano y sus derivados Total	33,488,984	17,531,406	1.91	100	
	Ecuador 9,077,064	5,673,998	1.60	84	16
de los cuales:					
Cacao en grano Total	30,237,150	16,684,667	1.81	100	
	Ecuador 9,009,239	5,653,998	1.59	88	12
Manteca, aceite y grasa de cacao Total	3,251,834	846,739	3.84	100	
	Ecuador 68,435	20,000	3.42	89	11
Palmitos Total	4,903,873	4,368,125	1.12	100	
	Ecuador 682,107	474,196	1.44	128	28
Jugo de cualquier otra fruta u hortaliza (maracuyá) Total	13,371,700	6,796,498	1.97	100	
	Ecuador 454,254	136,955	3.32	169	69
Café instantáneo sin aromatizar Total	26,975,719	3,793,439	7.11	100	
	Ecuador 23,454	6,280	3.73	53	47
Tableros de Madera contrachapada Total	405,512,713	593,572,673	0.68	100	
	Ecuador 23,311,033	27,951,309	0.83	122	22

Producto	Valor	Volumen	Precio en dólares por Kg.	%	Puntos Porcentuales de diferencia
Madera contrachapada que contenga al menos una hoja externa de madera tropical					
Total	253,708,181	375,688,839	0.68	100	
Ecuador	22,497	20,200	1.11	165	65
Madera contrachapada					
Total	23,807,794	25,268,400	0.94	100	
Ecuador	3,469,653	4,056,927	0.86	91	9
Madera contrachapada que contenga al menos una hoja externa distinta a madera de coníferas					
Total	90,070,303	101,455,882	0.89	100	
Ecuador	14,136,504	16,559,387	0.85	96	4
Las demás maderas contrachapadas					
Total	22,540,929	26,442,767	0.85	100	
Ecuador	757,883	951,851	0.80	93	7
Madera Contrachapada con por lo menos una hoja de maderas tropicales					
Total	25,087,981	43,054,155	0.58	100	
Ecuador	189,644	243,469	0.78	134	34
Las demás maderas contrachapadas					
Total	15,385,506	21,662,630	0.71	100	
Ecuador	4,734,852	6,119,475	0.77	109	9
Sombreros de paja toquilla					
Total	4,922,337	5,537,487	0.89	100	
Ecuador	26,488	9,316	2.84	320	220
Estufas a gas					
Total	60,499,807	774,778	78.09	100	
Ecuador	3,682,942	186,516	19.75	25	75
de las cuales:					
Cocinas que consumen combustible gaseoso					
Total	40,179,375	481,241	83.49	100	
Ecuador	3,682,481	186,515	19.74	24	76
Estufas o caloríferos					
Total	20,320,432	293,537	69.23	100	
Ecuador	461	(piezas) 1	461.00	666	566
Muebles de madera y otras materias					
Total	267,877,983	4,055,738	66.05	100	
Ecuador	29,701	(piezas) 229	129.70	196	96
de los cuales:					
Muebles de ratán, mimbre o bambú					
Total	108,129,167	2,078,783	52.02	100	
Ecuador	16,232	(piezas) 71	228.62	440	340
Muebles de madera utilizados para cocina					
Total	38,855,541	459,084	84.64	100	
Ecuador	1,012	(piezas) 10	101.20	120	20
Muebles utilizados para dormitorio					
Total	104,744,568	1,070,290	97.87	100	
Ecuador	11,880	(piezas) 68	174.71	179	79
Muebles de otras materias					
Total	16,148,707	447,581	36.08	100	
Ecuador	577	(piezas) (1)	577.00	1599	1499

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI.

También se obtuvieron los precios de terceros países de productos de estudio que aún no se han vendido en el mercado mexicano, a efecto de que sirvan de parámetro a los esfuerzos que podrían desplegar las empresas ecuatorianas para efectuar ventas en México.⁸

A continuación se presenta un resumen con el dato total y del Ecuador para cada producto en la situación descrita:

Cuadro N° 6
Resumen de los precios de competidores en el mercado mexicano para
productos de estudio que Ecuador aún no vende en ese mercado
2002 a 2005
En dólares y kilogramos

Producto	Valor	Volumen	Precio dólares por Kg.
Los demás pescados frescos (incluso tilapia)	12,583	1,320	9.53
Las demás flores frescas	4,925,655	1,030,242	4.78
Bambú	402,546	1,162,721	0.35
Las demás conservas o preparaciones de pescado	15,134	13,870	1.09
Preparaciones de filete	105,766	47,895	2.21
Cacao en grano y sus derivados de los cuales	7,220,206	3,292,836	2.19
Cacao sin azúcar	13,505	3416	3.95
Las demás preparaciones de cacao	7,206,701	3,289,420	2.19
Chicoria tostada y demás sucedáneos	208,566	36,251	5.75
Tableros de fibra de madera	123,906,157	223,378,621	0.55
Tableros contrachapados	308,488,905	504,351,429	0.61
Madera Contrachapada de coníferas	294,835,177	491,851,194	0.60
Las demás maderas contrachapadas que contengan al menos un tablero de partícula	9,050,285	7,219,88	1.25
Las demás maderas contrachapadas que contengan una hoja de las maderas tropicales	1,408,308	890,204	1.58
Las demás maderas contrachapadas que contengan al menos un tablero	3,195,135	4,390,151	0.73
Cuadernos	74,183,252	38,580,767	1.92
Joyería de oro y plata de la cual:	217,696,267	1,012,688,063	0.21
Plata Semilabrada	20,523,099	981,497,464	0.02
Chapado de Plata	358,831	25,614,651	0.01
Oro en bruto	20,581,292	1,987,275	10.36
Oro Semilabrado	174,932,800	3,491,540	50.10
Chapado de Oro	1,300,245	97,133	13.39
Asientos de ratán, mimbre o bambú	9,171,080	147,900	62.01

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI

⁸ Ver anexo: *Precios de competidores en el mercado mexicano para productos de estudio que Ecuador aún no vende en ese mercado 2002-2005.*

Para complementar el análisis de precios unitarios de los productos de estudio, se presentan como anexo los precios obtenidos en el campo directamente, en especial al nivel de tiendas pequeñas y de autoservicio o supermercados que ofrecen productos al menudeo, y bodegas de mayoreo, haciéndose la aclaración que se obtuvo información de los siguientes productos: tilapia, flores, chifles u hojuelas de plátano, mango, conservas de atún y sardinas, palmitos, cuadernos y estufas a gas.⁹

No se localizaron empresas que ofrecieran caracoles o escargots, bambú, jugo concentrado de maracuyá, madera de balsa y botones y figuras de tagua. Mientras que para los demás productos existen muchas variedades y por tanto información muy dispersa; es el caso de: cacao en grano y sus derivados, extractos y esencias de café, tableros de fibra de madera, tableros contrachapados, sombreros de paja toquilla, joyería de oro y plata, y muebles de madera.

3.2 Identificación y análisis de informaciones de aranceles

En lo que respecta a los aranceles que gravan a los productos de estudio del Ecuador y de los países competidores, y que habrán de revisarse en el siguiente apartado, cabe destacar que son similares cuando éstos son socios comerciales de México con tratados de libre comercio o acuerdos derivados de la ALADI, y cuando proceden de naciones sin algún tipo de arreglo preferencial, los orientales específicamente, los niveles impositivos son pequeños y las que los tienen no alcanzan márgenes de competitividad significativos por esa vía. La clave para delinear estrategias de ventas iniciales o ampliaciones es buscar los segmentos de mercado donde se aprecia la calidad, durabilidad y las propiedades diferenciales del producto.

⁹ Ver anexo: *Precios de productos de estudio en el mercado mexicano.*

4. REGÍMENES ADUANEROS APLICABLES A LA IMPORTACIÓN Y OTRAS REGULACIONES Y REQUISITOS DE IMPORTACIÓN

El conocimiento del tratamiento arancelario, los regímenes aduaneros aplicables a la importación y otras regulaciones y requisitos de importación para los productos de estudio, permite a las empresas ecuatorianas interesadas en realizar ventas iniciales a empresas mexicanas un mejor manejo de las condiciones de precio y logística del movimiento físico de sus bienes, y los riesgos inherentes de cada operación comercial.

En el presente apartado se hace mención breve de esos aspectos y se recomienda consultar un texto preparado por el Gobierno del Ecuador con 132 páginas, del cual se han extraído algunos contenidos para este informe.¹⁰

4.1 Aranceles aplicados a los productos de estudio en el mercado mexicano

Las aduanas de México hacen exigible el cobro de un arancel o impuesto al ingreso de mercancías extranjeras, mismo que puede ser especial cuando proceden de países, que como el Ecuador, existe algún acuerdo de preferencias comerciales, o general para bienes de naciones sin esos convenios y bienes no incluidos en los acuerdos con las primeras.

Así, la revisión de los acuerdos mencionados someramente en el apartado inicial del informe es punto de partida para conocer el tratamiento para cada producto. Los existentes entre el Ecuador y México proceden de los mecanismos de negociación del Tratado de Montevideo 1980, que creó la Asociación Latinoamericana de Integración de la cual forman parte ambas naciones, y son los siguientes:

Acuerdos Regionales:

Acuerdos Regionales Nos. 1, 2 y 3, relativos a las Nóminas de Apertura de Mercados (NAM) en favor de Ecuador, Bolivia, y Paraguay, mediante los cuales México y los demás países de la ALADI les otorgan preferencias o reducciones arancelarias de 100% y sin recibir compensación alguna, para una nómina limitada o reducida de productos.

Acuerdo Regional No. 4, sobre la Preferencia Arancelaria Regional (PAR), en que los países miembros se otorgan una preferencia básica de 20% para el universo arancelario, con algunas excepciones, aunque el monto de la preferencia y las excepciones se incrementan o reduce en función inversa del grado de desarrollo de los países. La PAR fue suscrita el 20 de julio de 1990: México otorga a Ecuador una reducción o preferencia de 40% sobre el nivel de gravámenes aplicable a terceros países o no miembros, en su calidad de país de menor desarrollo económico relativo. En contrapartida, México recibe 8% de preferencia arancelaria por parte del Ecuador. Estas preferencias se aplican a todos los productos de las correspondientes tarifas arancelarias, con las siguientes excepciones: 480 fracciones, en el caso de México y 1,920 de Ecuador.

Acuerdo de Cooperación e Intercambio de Bienes en las Áreas Cultural, Educacional y Científica, a través del cual Ecuador y México y los demás países de la ALADI se

¹⁰ Ver anexo: *Resumen del documento "Potencial de productos ecuatorianos en el mercado mexicano: marco de comercio internacional en México"*.

otorgan, en forma recíproca, preferencias arancelarias de 100% para libros, música impresa, cuadros, grabados y otros productos del sector.

Acuerdos de Alcance Parcial (AAP):

Todos los países de la ALADI han negociado acuerdos bilaterales o plurilaterales, en los que han convenido preferencias arancelarias y la eliminación de algunas restricciones no arancelarias para grupos de productos cualitativamente distintos. Entre México y Ecuador está vigente el AAP 29 bajo el cual ambos países se otorgan diversas preferencias arancelarias para un limitado número de productos; la ampliación más reciente incorporó preferencias para llantas y algunos productos químicos, que entraron en vigor a partir del 7 de febrero de 2003, con duración indefinida.

En la concertación de estos acuerdos se ha seguido la negociación producto por producto, lo cual ha dado como resultado acuerdos limitados, que no han permitido avanzar significativamente en la liberalización comercial entre los países miembros.

Algunos de los países de la Asociación han negociado Acuerdos de Alcance Parcial de tipo sectorial, en los que se otorgan preferencias arancelarias y no arancelarias para algunos productos correspondientes a sectores industriales claramente diferenciados.

Con base en el Artículo 25 del Tratado de Montevideo 1980, varios países de la ALADI han negociado Acuerdos de Alcance Parcial con los países centroamericanos y algunos del Caribe en los que, de igual manera, se pactan preferencias arancelarias y no arancelarias para algunos productos de interés de las Partes. Las preferencias que otorgan los países miembros de ALADI en este tipo de acuerdos, por disposiciones de la Asociación, como el AAP de México con Panamá, son extendidas a favor de los países de menor desarrollo económico relativo (Ecuador, Bolivia y Paraguay), sin necesidad de que estos países participen en esos acuerdos o den algo a cambio.

4.2 Regímenes aduaneros aplicables a la importación en el en el mercado mexicano

México cuenta, en cuanto a la importación, con los siguientes regímenes aduaneros que permiten a los importadores la utilización de aquel que mejor se adecue a sus necesidades:

Definitivo de importación

Temporales de importación, para retornar en el mismo estado o para elaboración, transformación o reparación en programas de maquila o empresas con programas de exportación (PITEX)

Depósito fiscal

Tránsito de mercancías, interno o internacional

Elaboración, transformación o reparación en recinto fiscalizado

Recinto fiscalizado estratégico

Se debe señalar en el pedimento de importación el régimen aduanero solicitado para las mercancías y se manifiesta bajo protesta de decir verdad el cumplimiento de las

obligaciones y formalidades inherentes al mismo. (Artículos 90 y 91 de la Ley Aduanera).

4.3 Otras regulaciones y requisitos de importación en el mercado mexicano

La principal regulación y requisito adicional de importación en el mercado mexicano son las denominadas Normas Oficiales Mexicanas (NOM), que establecen la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, especificaciones técnicas, muestreo y métodos de prueba que deben cumplir los productos y servicios o procesos cuando puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal o vegetal, el medio ambiente en general o el laboral, o bien causar daños en la preservación de los recursos naturales.

Todos los productos, procesos, métodos, instalaciones, servicios o actividades deberán cumplir con las NOM. En el mismo sentido, cuando un producto o servicio deba cumplir una determinada NOM, sus similares que se importen también deberán cumplir las especificaciones establecidas en dicha norma (Ley Federal de Metrología y Normalización).

En el anexo correspondiente a este apartado¹¹, el interesado puede encontrar otras regulaciones y requisitos de importación en el mercado mexicano, así como detalles de lo ya mencionado y algunas recomendaciones pertinentes a considerar en las operaciones de suministro a las empresas mexicanas, que como entidades importadoras son las responsables de cubrir este tipo de requisitos.

A continuación se relacionan los aranceles para los productos de estudio cuando son originarios del Ecuador y de otros países, y otros requisitos establecidos en México para la importación de cada uno de esos productos, mismos que deberán ser tomados en cuenta en sus estrategias de comercialización, no sin antes hacer la aclaración que, a decir de las autoridades mexicanas, todas las restricciones y regulaciones no arancelarias o para-arancelarias que tuvieran que aplicarse en la importación de bienes sensibles para sostener la seguridad nacional y la salud de la población, así como controlar la explotación de los recursos naturales y preservar la flora y la fauna, se aplicarán con el mismo criterio a las mercancías procedentes de todos los países que estén en las situaciones ya mencionadas.

Cuadro N° 7
Aranceles para los productos de estudio cuando son originarios del Ecuador y de otros países, y otros requisitos establecidos en México para la importación de esos productos 2006

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
0302.19.99 Los demás (Tilapia)	Paga 60% menos del NMF.	NMF: 20% TLCs: Exenta	Ninguna
0307.60.01 Caracoles, excepto los de mar	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: Exenta	Ninguna
0603.10.13 Las demás flores frescas	Paga 40% menos del NMF por AR PR 4	NMF: 20% TLCs: Exenta	Ninguna

¹¹ Ver Anexo 9: Resumen del documento "Potencial de productos ecuatorianos en el mercado mexicano: marco de comercio internacional en México".

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
0804.50.03 Mangos	Paga 40% menos del NMF por AR PR 4	NMF: 20% TLCs: Exenta	Ninguna
1401.10.01 Bambú	NMF: 10%	NMF: 10% TLCs: Exenta	Ninguna
1604.13.01 Sardinias	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: Exenta	NOM-051-SCFI-1994 Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
1604.13.99 Las demás preparaciones de pescado.	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 8.8% como los países centroamericanos.	NOM-051-SCFI-1994. Ver descripción en 1604.13.01
1604.14.01 Atunes (del género "thunnus"), excepto lo comprendido en las fracciones 1604.14.02 y 1604.14.04	Paga 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 4% como Estados Unidos y Canadá.	NOM-084-SCFI-1994 Información comercial- Especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados, y NOM-EM-04-PESC-2001: Únicamente: Atunes de aleta amarilla (rabiles) (Thunnus albacares); patudos (atunes ojo grande) (Thunnus obesus).
1604.14.02 Filetes ("lomos") de atunes (del género "thunnus"), excepto los de la fracción 1604.14.04	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 4% como Estados Unidos y Canadá.	Ídem a la anterior
1604.14.03 Filetes ("lomos") de barrilete del género "euthynnus" variedad "katsowonus pelamis", excepto los de la fracción 1604.14.04	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 4% como Estados Unidos y Canadá.	NOM-084-SCFI-1994
1604.14.04 Filetes ("lomos") de atunes aleta amarilla ("yellowfin tuna"), de barrilete ("skip jask") o de patudo ("big eye")... precocidos, congelados y empacados al vacío en fundas de plástico, libres de escamas,	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 4% como Estados Unidos y Canadá.	Ninguna

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
espinas, hueso, piel y carne negra			
1604.14.99 Las demás preparaciones de pescado (Sardinias en conservas)	No paga: tiene 100% de preferencia en AAPR 29	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 4% como Estados Unidos y Canadá.	NOM-084-SCFI-1994
1801.00.01 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	NMF: 15%	NMF: 15% TLCs: En algunos exenta; otros 1.6% como países centroamericanos.	Ninguna
1804.00.01 Manteca, grasa y aceite de cacao	NMF: 15%	NMF: 15% TLCs: En algunos exenta; otros 6.6% como países centroamericanos.	Ninguna
1805.00.01 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: En algunos exenta; otros 8.8% como los países centroamericanos.	Ninguna
1806.10.01 Con un contenido de azúcar igual o superior al 90%, en peso	0.36 dólares	NMF: 0.36 dólares TLCs: 0.36 dólares	NOM-051-SCFI-1994 y debe indicar la fecha de caducidad.
1806.10.99 Los demás	AMX	NMF: AMX TLCs: En algunos exenta; otros 8.8% como los países centroamericanos.	NOM-051-SCFI-1994 y debe indicar la fecha de caducidad.
2008.91.01 Palmitos	NMF: 20%	NMF: 20% TLCs: Exenta.	NOM-051-SCFI-1994 y debe indicar la fecha de caducidad.
2009.80.01 Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza incluso "silvestres" (Concentrado de maracuyá)	Paga 40% menos del NMF por AR PR 4	NMF: 20% TLCs: Exenta.	NOM-051-SCFI-1994 y debe indicar la fecha de caducidad.
2101.11.01 Café instantáneo sin aromatizar	Paga 90% menos del NMF.	NMF: 140.4% TLCs: Exenta.	NOM-051-SCFI-1994 e indicar la fecha de caducidad.
2101.11.02 Extracto de café líquido concentrado, aunque se presente congelado	NMF	NMF: 140.4% TLCs: Exenta.	NOM-051-SCFI-1994 Únicamente: preenvasado
2101.11.99 Los demás	NMF	NMF: 140.4% TLCs: Exenta y Excluida en algunos.	NOM-051-SCFI-1994

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
2101.30.01 Chicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos Exenta, excluida, y otros 8.8 TLCs: Algunos Exenta, y 4% los europeos, Japón 20.7%..	NOM-051-SCFI-1994
4411.19.99 Los demás	Paga 40% menos del NMF por AR PR 4	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como los países centroamericanos y 4% los europeos.	Ninguna
4412.13.01 Que tenga, por lo menos, una hoja externa de las maderas tropicales	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.4% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.13.99 Las demás	Paga 90% menos del NMF por AAP. R. 29	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y los países europeos 4%.	Ninguna
4412.14.99 Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	No paga: tiene 100% de preferencia en AAP. R 29.	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.4% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.19.01 De coníferas, denominada "plywood"	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.19.99 Las demás	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.22.01 Que tengan, por lo menos, una hoja de las maderas tropicales	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y otros como los europeos 4%.	Ninguna
4412.23.99 Las demás, que contengan, por lo menos, un tablero de partículas	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.29.99 Las demás	Paga 90% menos del NMF por AAP. R. 29	NMF: 20 TLCs: Algunos exenta, 1.7% Guatemala y 4%	Ninguna

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
		los europeos.	
4412.92.01 Que tengan, por lo menos, una hoja de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
4412.93.99 Las demás, que contengan, por lo menos, un tablero de partículas	NMF: 10%	NMF: 10 TLCs: En algunos exenta, Japón 18%, y 3% los europeos.	Ninguna
4820.20.01 Cuadernos	NMF: 10%	NMF: 10 TLCs: En algunos exenta, y 3% los europeos.	NOM-051-SCFI-1994
6504.00.01 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	No paga: tiene 100% de preferencia por AAP. R. 29.	NMF: 10 TLCs: En algunos exenta, y 3% los europeos y Japón 27%.	Ninguna
7106.92.01 Semilabrada	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, y 4% los europeos.	Ninguna
7107.70.01 Chapado (plaqué) de plata sobre metal común, en bruto o semilabrados	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y 4% los europeos, Japón 20.7%.	Ninguna
7108.13.01 Las demás formas semilabradas	Exenta	NMF: Exenta TLCs: Exenta	Ninguna
7108.20.01 Oro en bruto o semilabrado	Exenta	NMF: Exenta TLCs: Exenta	Ninguna
7109.00.01 Chapado (plaqué) de oro sobre metal común o sobre plata, en bruto o semilabrado		NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y 4% los europeos, Japón 20.7%.	Ninguna
7321.11.01 Cocinas que consuman combustibles gaseosos	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, Centroamérica-nos 2.5%, 4% los europeos, Japón 27%.	NOM-023-SCFI-1993 (Referencia anterior NOM-Q-026/02-1987)
7321.81.01 Estufas o caloríferos	Paga 90% menos del NMF por AAP. R. 29	NMF: 20 TLCs: En algunos exenta, y otros 1.7% como Guatemala y 4% los europeos.	Ninguna
9401.50.01 Asientos de ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, Japón 14.4%.	NOM-050-SCFI-1994

Ítem o fracción	Arancel para Ecuador	Aranceles a Otros Países	Norma Exigible
9403.80.01 Muebles de otras materias, incluidos el ratán mimbre, bambú o similares	NMF: 20%	NMF: 20 TLCs: Exenta.	NOM-133/3-SCFI-1999 Únicamente: Corrales y/o encierros para infantes
9403.30.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en oficinas, excepto los de la fracción 9403.30.02	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, Japón 22.5% y 4% los europeos.	NOM-050-SCFI-1994
9403.40.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, Japón 22.5% y 4% los europeos.	NOM-050-SCFI-1994
9403.50.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios	NMF: 15%	NMF: 15 TLCs: En algunos exenta, Japón 22.5% y 4% los europeos.	NOM-050-SCFI-1994

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Los datos contenidos en el cuadro anterior pueden ser el punto de partida para mejorar las condiciones de acceso de los productos de estudio en caso de negociarse un tratado para la creación de una zona de libre comercio entre el Ecuador y México, posibilidad iniciada desde 1995 y confirmada en diversas oportunidades, siendo la más reciente durante la visita a México del Presidente ecuatoriano, doctor Alfredo Palacio González, a finales de abril del 2006. En esa ocasión el mandatario mexicano reconoció públicamente, como ya antes se asentó, "... la importancia de continuar pláticas estratégicas, integradas para avanzar hacia alternativas de comercio formal, como pueden ser un acuerdo de comercio o como pueden ser otras fórmulas; y por lo pronto seguir derribando barreras, removiendo obstáculos que permitan que este dinamismo que está tomando el comercio entre nuestros dos países continúe e, inclusive, se acelere".

5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

La relación tan intensa que sostiene México con el exterior ha provocado una fuerte presencia de empresas y productos extranjeros, principalmente de Estados Unidos, país del que se han adoptado patrones de consumo y distribución que se han traducido en el desplazamiento de bienes nativos por extranjeros y la coexistencia de canales y cadenas de comercialización y distribución modernos y tradicionales.

Las conclusiones más importantes que se obtienen en el estudio en torno a este tema quedan reflejadas, en gran medida, en el penúltimo capítulo de *Recomendaciones para la comercialización de productos seleccionados* y en el cuadro resumen siguiente se destacan las más relevantes para cada producto de estudio:

Cuadro N° 8
Conclusiones principales sobre canales de comercialización y distribución

Producto de estudio	Conclusiones principales
Tilapia	La distribución en negocios de franquicias de restaurantes de pescados y mariscos debería ser completada por cadenas de supermercados como HEB, Soriana, Gigante, Chedraui, Comercial Mexicana, así como intermediarios mayoristas como los ubicados en la Central de Abasto de la Ciudad de México.
Caracoles o escargots	El crecimiento de la demanda dependerá de la existencia de oferta accesible en puntos de venta como supermercados y mercados públicos, y de las ventas de la distribución a través de una de las tres empresas importadoras y en tiendas de gourmet, restaurantes para personas de altos ingresos y en algunos bares y cantinas para personas de ingresos medios.
Flores	Su éxito dependerá de esfuerzos de comercialización que involucren a florerías y supermercados de zonas exclusivas o de altos ingresos, en busca de los consumidores mexicanos que demandan flores extranjeras excepcionales como el tulipán y lo podría hacer con las variedades del Ecuador.

Producto de estudio	Conclusiones principales
Chifles u hojuelas de plátano	Las posibilidades se localizan en aliarse con alguna compañía como Barcel o Sabritas y/o atacar como punto de partida el mercado nada pequeño de las tiendas de productos naturistas, dulcerías y farmacias, con muchos puntos de venta en el área metropolitana de la Ciudad de México.
Mango	Una posibilidad complementaria, además del canal tradicional de venta de la fruta fresca que es la Central de Abasto, podría ser la comercialización de producto intermedio o semiindustrializado como base para helados, yogurt o bebidas. Aquí valdría la pena acercarse a las empresas como Danone que elaborarían sus preparados de sabor mango durante todo el año.
Bambú	Las pequeñas capacidades de complementariedad de ambas naciones alrededor de este producto podrían mejorar a través de cadenas de distribución como Home Depot.
Conservas de atún y sardinas	En México existen 33 empresas que exportan estas conservas, y 49 compañías que realizan importaciones, coincidiendo sólo seis de ellas en ambos tipos de operaciones. Los canales importantes de distribución son las centrales abarroteras de alcance nacional, como Puma, Escorpión, Zorro, y el Grupo CORVI.
Cacao en grano y sus derivados	Gran parte del mercado del cacao es abastecido por Nestlé, Procter & Gamble, y Wal Mart que se dedican a transformarlo y distribuirlo. El mejoramiento en el nivel de ventas, se podría lograr a través de las grandes empresas consumidoras como Nestlé y Bimbo.
Palmitos	La posibilidad de mejoría de este producto, dado que el mercado evoluciona lentamente, es atacar el mercado con apoyo de mayoristas enfocados a niveles de alto consumo como Sams Club, Price Club y bodegas Aurrerá, Gigante y Comercial Mexicana, y modernizar la presentación o empaque con el que ya se ofrece.
Jugo concentrado de maracuyá	Ofrecerlo a restaurantes y bares, en especial de costas y playas turísticas, para la preparación de margaritas a base de tequila o daiquiris con ron, repostería y postres. Asimismo, se puede tener un mercado interesante en las refresqueras, y jugueras.
Extractos y esencias de café	Las ventas pudieran aumentar de apoyarse en canales de comercialización vinculados a la industria restaurantera y una campaña en donde se manifieste la calidad del producto y el interés que han mostrado grandes consorcios en su adquisición.
Tableros de fibra de madera y tableros contrachapados	Explorar la colaboración de mayoristas de alcance nacional que pueden distribuir estos productos en sitios más lejanos del país, y con ello afianzar y mejorar la presencia que ha ido obteniendo en el mercado mexicano frente a países como Estados Unidos.

Producto de estudio	Conclusiones principales
Cuadernos	Producto cuyo desplazamiento es caro por su densidad. Empero sus posibilidades de colocación dependerán de que se puedan ofrecer a precios iguales o por debajo del principal proveedor del mercado aún cuando sean de menor calidad.
Sombreros de paja toquilla	En la Ciudad de México el sombrero ha decrecido en su uso con la aparición de la gorra beisbolera. Por ello se hace necesario explorar la colocación de estos productos en sitios de gran turismo nacional y extranjero.
Joyería de oro y plata	La de plata va a encontrar mucha competencia con los diseños y empresas mexicanos, aunque menor en la de oro para la que hay forma de colocar cantidades razonables en modelos innovadores y de buen precio, sobre todo en los meses de mayo a diciembre.
Estufas a gas	Apoyar los esfuerzos de comercialización en la alianza que existe con la empresa Mabe.
Muebles de madera	Encontrar alguna forma de poder enviar desarmados los muebles y ensamblarlos en México para reducir el impacto del transporte.
Botones y figuras de tagua	Existe buena posibilidad de que se introduzca el uso de los botones de tagua en prendas de vestir de alta calidad, así como partes para la industria y artesanía relacionadas a la bisutería.
Madera de balsa	Apoyarse en mayoristas de alcance nacional que pueden distribuir estos productos en todo el país.

6. ASPECTOS REFERIDOS A TRANSPORTE Y LOGÍSTICA, EMPAQUE Y EMBALAJE, ETC.

La empresa marítima NAVEMAR INTERNACIONAL, informó que en la región del Océano Pacífico la ruta marítima del Ecuador a México, es del puerto de Guayaquil al puerto de Manzanillo, y en la del Atlántico al puerto de Veracruz y al de Tampico-Altamira con varias frecuencias. Consideró que la información generada para un estudio de mercado resulta muy ambigua, y se debe ser preciso sobre la actividad de importación a realizar por una empresa, de lo contrario los costos de transportación podrían parecer muy elevados.

El costeo del transporte de carga de los productos a manejar se contabiliza en peso, medidas de carga, tipo de embalaje, monto de la factura para determinar los impuestos a pagar, los tipos de arancel a manejar, maniobras, gastos u honorarios aduanales, pago de seguros entre otros conceptos, y que gran parte de este tipo de movimiento se da a través de la agencia aduanal seleccionada para la gestión correspondiente.

Un monto estimado, a reserva de manejar datos concretos, en el costo de la transportación marítima por contenedor de 20' en la ruta de Ecuador a México es de alrededor de 1,364 dólares más IVA, ya que la escala de precios está en función al volumen de la carga específicamente. A ese dato hay que agregar el flete del transporte terrestre con un aproximado de 700 dólares si es de Veracruz a la Ciudad de México o de 1,000 dólares si el traslado a la capital se hace desde Manzanillo.

Se solicitó información a las líneas aéreas Aeroméxico y Mexicana de Aviación y el resultado es que no tienen operaciones aéreas con Ecuador. Empero existen actualmente frecuencias directas por parte de otras empresas aéreas que operan por conexión entre el Ecuador y el Aeropuerto de la Ciudad de México, y son AVIANCA, LACSA y COPA con hasta dos vuelos diarios entre todas.

Es bien sabido que los trámites administrativos son muy complejos y las tarifas aéreas son demasiado caras, desde alrededor de 3.1 dólares por kilogramo cuando el peso-volumen es entre 50 y 100 kilogramos, 2.4 dólares si el rango es de 100 a 500 kilogramos, y de 1.9 dólares si es superior a media tonelada, además de considerar que los costos de carga varían según peso y empresa.

Adicionalmente es necesario calcular el pago de los aranceles a la importación, pago de honorarios a la agencia aduanal que son al 0.45% sobre el volumen, así como pago de papelería y otros trámites requeridos.

Por otro lado se solicitó información a la empresa Aeromexpress, dedicada a la actividad de carga, la respuesta fue que únicamente documentan y trasladan la carga de la recepción en cada aeropuerto al avión correspondiente, pero no realizan trámites para importar a México.

Es menester visualizar al transporte como un eslabón fundamental en la cadena logística de la distribución física internacional o movimiento físico de mercancías, al incluir costo, velocidad y calidad del servicio. En este orden de ideas, una acción que podría mejorar los tres elementos sería el aprovechamiento del mercado estadounidense como plataforma de lanzamiento, consolidación o mejoramiento de las

ventas de productos de estudio en el mercado mexicano, los cuales en su mayoría ya se están comercializando en volúmenes considerables en aquel país, para aprovechar las facilidades existentes en términos de transporte en la ruta Ecuador-Estados Unidos-México, mucho más amplias a las existentes entre los mercados ecuatoriano y mexicano.

7. CALIDAD REQUERIDA Y POSICIONAMIENTO DE MARCAS

Para conocer el potencial de aprovechamiento del mercado mexicano por parte de los productos ecuatorianos de estudio, en especial las necesidades de calidad y otros requerimientos exigidos por los distribuidores y consumidores mexicanos, se buscaron los aportes de representantes de empresas establecidas en México que producen, compran, consumen, distribuyen, exportan y/o importan productos de estudio. Para ello se diseñó un cuestionario como instrumento de apoyo a las entrevistas, en cuya construcción se aplicaron las teorías y técnicas más propicias a las condiciones del mercado mexicano y características de los individuos que en aquel participan.

El proceso de entrevistas se vio impactado negativamente en el tiempo previsto, por razones como el torneo mundial de fútbol durante y después de la participación mexicana, y las elecciones presidenciales antes, durante y todavía ahora con la efervescencia generada entre dos partidos políticos y candidatos que encabezaron los resultados.

Por otro lado, en el medio empresarial hay cada vez menos empleados y a cada uno de ellos le corresponde atender más actividades, por lo que cuentan con menos disponibilidad para colaborar con su tiempo a responder preguntas que bien a bien dudan les genere un beneficio, al menos queda esa impresión después de los acercamientos a esos representantes. Y una preocupación en todos, justificada o no, pero existente, la de que se use la información para fines aviesos o ilícitos, en contra de su integridad personal.

Para generar confianza, disminuir riesgos y animar una mayor participación de esas personas se diseñaron sendas cartas de solicitud de entrevistas y, en su caso, agradecimiento de la información proporcionada. En general, pocos entrevistados atendieron cada una de las quince preguntas, y la mayoría proporcionaron respuestas breves con un lenguaje liso y llano sin cercanía alguna al bagaje o léxico propios de la mercadotecnia y disciplinas complementarias. (Ver anexos 12 y 13).

A continuación se reproduce el cuestionario sintetizado correspondiente al bambú, producto que aparecía al inicio en el listado alfabético:

<p><u>CUESTIONARIO PARA EMPRESARIOS DENTRO DEL ESTUDIO DEL MERCADO MEXICANO PARA PRODUCTOS SELECCIONADOS DE LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA</u> Favor de remitir la información al fax 5649 0588 o al e-mail deschampsjorge@hotmail.com</p> <p>A. Preguntas Básicas:</p> <p>1. ¿Qué actividades realiza su empresa en relación con <i>bambú</i>? <i>Leer opciones: Produce(), Compra(); Consume(), Distribuye(); Exporta(), Importa().</i></p> <p>2. Dentro de esas actividades ¿su empresa ha utilizado <i>bambú</i> ecuatoriano?: <i>Sí() No() No Sé() En caso de Sí: ¿Qué opinión tiene del producto y los proveedores ecuatorianos?: _____ continuar escribiendo al reverso en caso necesario</i></p> <p>3. ¿Estaría su empresa dispuesta a recibir empresarios ecuatorianos interesados en conocer las oportunidades que ofrece el mercado de México a su <i>bambú</i>? <i>Sí() No() No Sé()</i></p> <p>4. ¿Cuál es el monto aproximado de sus ventas anuales de <i>bambú</i>? <i>a. Menor a 100 mil dólares(); b. Entre 100 mil y 500 mil (); c. Más de 500 mil (); d. No Sé ()</i></p> <p>5. ¿De sus ventas cuál es el porcentaje aproximado de producto extranjero?: (%); <i>No Sé ()</i></p>

B. Preguntas Adicionales:

1. ¿Qué variedades de *bambú* son las que comercializa básicamente su empresa?:
2. ¿Qué propone usted para aumentar las ventas de *bambú* ecuatoriano en México?:
3. ¿Qué períodos del año son los principales para la venta de *bambú* en México?:
4. ¿Qué requisitos de calidad exige su empresa para la adquisición de *bambú* extranjero?:
5. ¿En México existen normas de calidad u otro tipo para *bambú* extranjero?: ¿Ej. alguna NOM?
6. ¿En el mercado mexicano ¿se han posicionado marcas de *bambú*?
Sí () No () No Sé () En caso de Sí: ¿Cuáles marcas?:
7. ¿Qué canales intervienen en la distribución de *bambú* extranjero? : (Ej. mayoristas, tiendas,)
8. ¿Qué factores de transporte y logística (del movimiento físico del bien) deben cuidarse en la comercialización de *bambú*?:
9. ¿Qué aspectos sobre empaque (o envase) y embalaje (o envoltura de protección) deben tomarse en cuenta para vender *bambú*?:
10. ¿Qué impresión tiene usted sobre los productos ecuatorianos de importación en general?:
Muy Buena () Buena () Regular () Mala () Pésima () Ninguna ()
Me puede decir porqué:

Datos de Identificación: Empresa:

Nombre del Entrevistado:

Puesto que Ocupa en la Empresa:

Dirección, Teléfono y e-mail:

Entrevistador(a): Fecha: ___ / ___ /2006, Hora: _____ (AM) (PM)

Entrevista: Telefónica (), Por Internet (), Por Fax (), Personal () Duración: _____ minutos

Los entrevistados mostraron disposición e interés de recibir a empresarios ecuatorianos, y en solicitar mayores precisiones de atributos, características, calidad, cantidad y precio del producto. Es claro que algunos indicadores pueden suministrarse sin dificultad desde el Ecuador y otros, como precio o volumen considerados para el mercado mexicano, sólo trasladándose a éste con estrategias bien definidas y compartidas por todos los oferentes que harían el esfuerzo de viajar a México para evitar la competencia innecesaria entre quienes se beneficiarían al sumar sus capacidades.

En el proceso de realización de las entrevistas, por cada empresa con la que se establece una cita en principio dos se niegan a recibir a los oferentes de los productos en estudio, señalando diversos motivos pero sobre todo el de carecer de información necesaria para hacer una evaluación somera de si conviene conceder la entrevista. Alguna persona, incluso, quedó de decidir en cuanto reciba mayor detalle del producto de su interés.

De las respuestas sobre este tema sobresalen las referidas a la necesaria participación de mayoristas y la recurrencia de apoyarse en las tiendas de autoservicio con todo y lo oneroso que resulta la relación por la dilación en el pago de los bienes y que éstos sean dejados a consignación.

Por lo que respecta al transporte, los entrevistados lo consideran un servicio caro y de baja confiabilidad en el traslado oportuno y seguro para garantizar un suministro constante de los productos. Es éste el tema de mayor preocupación en la perspectiva de hacer compras a las empresas ecuatorianas, en especial la ausencia de rutas directas y periódicas entre ambos países.

La logística del movimiento físico de las mercancías para lograr el abasto oportuno y sistemático queda, según ellos, demasiado comprometida y dependiente de un sistema de transporte ineficiente.

Los entrevistados creen que el empaque y embalaje utilizados, por las mercancías en la actualidad cumple en el caso de la primera con el doble objetivo de conservar el producto en buen estado para su óptimo aprovechamiento y el de provocar al consumidor a adquirirlo, mientras el embalaje por su parte casi invariablemente garantiza que el bien no resulte maltratado en el recorrido entre la fábrica y el punto de venta, aún cuando se trate de operaciones internacionales. Son aspectos, los del empaque y embalaje que los consideran atendidos debidamente.

La calidad es el aspecto principal que junto al precio y tiempos de entrega exigen las potenciales compradoras a los proveedores. Son atributos del servicio de venta que ha llevado, en efecto, al posicionamiento de marcas claves como la empresa mexicana Tane en el caso de la joyería de plata.

8. RECOMENDACIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS SELECCIONADOS

En este apartado se hará una conclusión sobre el potencial de mercado para cada uno de los veinte productos de estudio con base en la información obtenida durante la investigación tanto a nivel documental como con los entrevistados.

8.1 Tilapia

En el mercado mexicano esta variedad de pez que se le conoce como mojarra tilapia ha venido incrementando notablemente su consumo, situación que se constata al encontrarlo entero o fileteado en cualquier mercado público y en las tiendas de departamentos o supermercados. El producto mexicano no es muy atractivo porque evidencia un sabor a cieno o arenoso, probablemente por el alimento que recibe durante su crecimiento o bien por la manera de cultivo en presas y lagunas de baja calidad de agua y profundidades pequeñas.

Es por ello que el producto de mayor consumo en México es el procedente de Taiwán vía Estados Unidos, país éste donde queda registrada la operación como si el producto fuera norteamericano. Esta variedad es la que están utilizando los restaurantes porque tiene buena aceptación de parte del comensal quien cree que se trata de un pescado de mejor calidad.

La cadena MR. FISH con 15 puntos de venta en la República, como ejemplo, es el único pescado, la mojarra tilapia, que ofrece en forma de filete, y en todos tienen buena aceptación. Esta franquicia, por cierto, atenderá a los empresarios ecuatorianos que vengan a promover sus ventas y pudiera ser un cliente que garantice adquisiciones significativas en volumen y constantes en el tiempo.

La distribución en ese tipo de negocios debería ser completada por cadenas de supermercados como HEB, Soriana, Gigante, Chedraui, Comercial Mexicana, así como intermediarios mayoristas como los ubicados en la Central de Abasto de la Ciudad de México.

Dependiendo de la capacidad ecuatoriana de incrementar su producción dedicada al exterior, que en los 4 años más recientes rondó los 5 millones de dólares, este es un producto de gran potencial por el rápido crecimiento de la demanda en el mercado mexicano, máxime que goza de una preferencia de 60% en el pago del impuesto de importación.

Las ventas directas de la tilapia del Ecuador en el mercado mexicano fueron de 100 mil dólares en el cuatrienio reciente.

8.2 Caracoles o escargots

Este producto es poco conocido por el consumidor mexicano y el crecimiento de la demanda dependerá de la existencia de oferta accesible en puntos de venta como supermercados y mercados públicos. Por el momento se les encuentra en tiendas de gourmet y se ofrecen en restaurantes para personas de altos ingresos y, curiosamente, también en algunos bares y cantinas para personas de ingresos medios.

Actualmente los caracoles o escargots proceden en su mayoría de Francia, país que ofrece precios más reducidos en 27 puntos porcentuales a los del Ecuador que deberá hacer esfuerzos por bajar esa variable para mejorar su competitividad, máxime que al compararlo con los otros dos proveedores del mercado mexicano, Estados Unidos e Indonesia, la desventaja alcanza los 75 puntos.

Teniendo en cuenta que la demanda es reducida y no mejora rápidamente, y considerando el alto precio ecuatoriano, se considera un producto con muy bajo potencial de oportunidades en el mercado mexicano. De cualquier manera se ha conseguido cita para los empresarios ecuatorianos oferentes de este producto con el director de una de las tres empresas importadoras, la que lo adquiere de Francia, Distrilara, que desea recibir información previamente de los caracoles o escargots del Ecuador.

8.3 Flores

Las entrevistas a floristas y floricultores mexicanos muestran poco interés en la comercialización de producto extranjero por considerar que la calidad, precio y variedad de las flores nacionales son aceptables. De hecho, la búsqueda de empresas para entrevistar se hizo en base a un directorio donde aparecen 15 importadoras frente a 77 exportadoras, lo que da una idea de los esfuerzos internos por ampliar el mercado en el extranjero a partir de condiciones atractivas.

La realidad ha indicado que la producción de México cubre la demanda de flores en el país, sin embargo son de resaltar un par de aspectos, el primero referente con la belleza de las flores ecuatorianas que son reconocidas entre las mejores del mundo, y el segundo se refiere a que el consumidor mexicano demanda flores extranjeras excepcionales como el tulipán y lo podría hacer con las variedades del Ecuador.

En efecto se importa alrededor de un millón de dólares por año sobre todo de flores que en México no se cultivan como el tulipán. Desde luego que la fama ecuatoriana en materia de fuerte y creciente exportador es conocida por los sectores de altos niveles de ingreso de la población que se sentirían muy complacidos de incluir en sus opciones de compra las flores de ese país.

Su éxito en México dependería de una situación más agresiva y tangible de los productores ecuatorianos hacia los empresarios mexicanos mediante esfuerzos de comercialización que deberían involucrar a florerías y supermercados de zonas exclusivas o de altos ingresos, apoyándose en la preferencia arancelaria de 40% que disfruta el producto ecuatoriano frente a los de terceros países: se le considera producto con potencial medio.

8.4 Chifles u hojuelas de plátano

En México, las hojuelas de plátano dulce, con chile y salado son una botana de relativa reciente presencia en el mercado. Existen pequeñas empresas que comercializan este producto: se le vende empaquetado y rotulado artesanalmente a través de canales de comercialización como las pequeñas tiendas y distribuidores de dulces y golosinas al menudeo.

Este producto ha visto aumentar su consumo con base en fuertes esfuerzos de promoción de grandes empresas como Barcel y Sabritas, aprovechando sus canales de distribución de otras muchas mercancías. Cabe destacar que Barcel (del grupo

Bimbo) fue la encargada de colocar los “Chips de plátano” en el mercado mexicano por medio de las grandes tiendas de autoservicio y ahora de tiendas de menor tamaño. Por su parte, la empresa Sabritas trae los platanitos o chips, que así les llama, indistintamente de Colombia, Venezuela, Honduras y Guatemala.

La oportunidad que este producto tiene en el mercado mexicano, es más o menos amplio, ya que el impacto de las botanas naturales en los gustos y preferencias de los consumidores mexicanos ha ido creciendo, todo ello como resultado de una nueva cultura de consumir lo sano y lo natural en un contexto en el que los capitalinos tienen poco tiempo para comer sano, prefieren consumir alimentos naturales y de forma rápida. Por ello, en México las botanas como ésta siguen al principio de la lista de las preferencias.

Las posibilidades para los productores ecuatorianos son medianas y se localizan en aliarse con alguna compañía de esas dimensiones y/o atacar como punto de partida el mercado nada pequeño de las tiendas de productos naturistas, dulcerías y farmacias, con muchos puntos de venta en el área metropolitana de la Ciudad de México.

8.5 Mango

Esta es la fruta favorita de la población mexicana: se le disfruta durante los pocos meses en que hay producción por tratarse de un fruto de estacionalidad y luego se le añora el resto del año o se la evoca consumiendo productos que imitan artificialmente su sabor, concretamente en el periodo de julio a diciembre. Por ello es que cada vez es importado con en mayor cantidad hasta las mesas mexicanas.

En la entrevista con un comercializador mayorista de mango, éste ha confirmado el gran interés que existiría por distribuir la fruta del Ecuador cuando se agota la producción nacional, además de interesarse por colaborar con las empresa de ese país en la cobertura del mercado de Estados Unidos, en especial la zona sur donde radican fuertes núcleos de mexicanos y sus descendientes.

Una posibilidad complementaria, además de ir o no por el canal tradicional de venta de la fruta fresca que es la Central de Abasto, podría ser la comercialización de producto intermedio o semiindustrializado como base para helados, yogurt o bebidas. Aquí valdría la pena acercarse a las empresas como Danone que elaborarían sus preparados de sabor mango durante todo el año.

El potencial de este producto en el mercado mexicano, por tanto, es muy alto, además de tener precios muy competitivos de casi 40 puntos porcentuales menos a los de Tailandia, y de recibir una preferencia de 40% del impuesto arancelario.

8.6 Bambú

Tanto la oferta por parte del Ecuador como la demanda en México de este producto anda en niveles de los 100 mil dólares anuales, con competencia de países asiáticos: Taiwán con 81% de las ventas en este mercado, y Vietnam y China.

Los entrevistados relacionados con el producto refieren que su precio ha variado drásticamente hasta resultar prohibitivo, por lo que se ha dejado de utilizar como materia prima en la fabricación de muebles, prefiriéndose el ratán o plástico al que se le da la apariencia de bambú y resulta más barato. Algunas empresas lo utilizan para elaborar pisos o persianas.

El bambú como madera para construcción es de reciente aparición en el mercado mexicano, habiéndose alcanzado su mayor demanda quince años atrás y al paso de los años su uso ha ido disminuyendo. Lugares como Veracruz y Michoacán son entidades donde se encontraron usos de mayor frecuencia del bambú, con respecto al resto del país.

Por las pequeñas capacidades de complementariedad de ambas naciones, que podrían mejorar a través de cadenas de distribución como Home Depot, se considera al bambú como un producto con bajas oportunidades de aprovechamiento del mercado mexicano, cada vez más proclive a usar sustitutos con apariencia similar, duraderos y con precios más reducidos.

8.7 Conservas de atún y sardinas

En México, la demanda de conservas de atún y sardinas es alta durante todo el año, elevándose en las épocas de Pascua y de calor. Por ello, existen en México numerosos productores y distribuidores de estos alimentos, así como marcas posicionadas en el mercado como la de Herdez, empresa productora y comercializadora de conservas de alimentos.

Aunque también hay de pequeños a medianos comercializadores de conservas con potencial para adquirir productos pesqueros ecuatorianos, los cuales mantienen contratos a largo plazo con productores mexicanos, principalmente del noroeste del país como Sinaloa.

Ecuador abasteció 20% del mercado mexicano de cada uno de estos productos durante el cuatrienio más reciente. En el caso del atún España, es su principal competidor con 40% del total y en el de las sardinas, Canadá con una participación similar. Lo importante a destacar es que los precios ecuatorianos son muy competitivos y se ubican a casi la mitad del promedio de todos los oferentes.

En México existen 33 empresas que exportan este tipo de conservas, y 49 compañías que realizan importaciones, coincidiendo sólo seis de ellas en ambos tipos de operaciones, lo que demuestra que esos alimentos están dirigidos a segmentos diferentes del mercado. Los canales importantes de distribución son las centrales abarroteras de alcance nacional, como Puma, Escorpión, Zorro, y el Grupo CORVI.

Teniendo en cuenta el crecimiento en la captura pesquera ecuatoriana, estos productos se colocan con un alto potencial de oportunidad en el mercado mexicano debido a que ya tienen una imagen de calidad durante largo tiempo, situación que puede ser aprovechada para absorber una proporción más amplia de la demanda.

8.8 Cacao en grano y sus derivados

México tiene regiones productoras de cacao que abastecen gran parte del mercado nacional del producto en grano, a través de empresas como Nestlé, Procter & Gamble, y Wal Mart, que se dedican a transformar y distribuir estos productos. Pero no todos los derivados del cacao son procesados por estas u otras firmas locales ya que la demanda mexicana es muy grande, aún cuando el consumo per cápita sea inferior al de Europa y Estados Unidos.

El cacao ecuatoriano tiene la fama de ser de muy alta calidad, reconocida en países como España y otros europeos, así como en Estados Unidos. Dentro de las compras mexicanas al Ecuador ya se encuentran algunos derivados del cacao. Con esta información y algo de agresividad empresarial, el éxito del cacao y sus derivados en México parece alentador.

El mercado mexicano de importación de estos productos estuvo alrededor de 150 millones de dólares en los cuatro años recientes, mientras que la capacidad ecuatoriana de exportación ha aumentado y ha continuado afirmándose en la preferencia del consumidor exigente, especialmente los europeos.

Estas circunstancias favorecen un mejoramiento en el nivel de ventas, más aún si se hace a través de las grandes empresas que consumen estos productos como materia prima. Tal es el caso de Nestlé y Bimbo, que ya confirmaron su interés de recibir a empresarios ecuatorianos, y otras como Hersheys.

Ello se hace más factible por el hecho de que el Ecuador tiene precios competitivos frente a los de los demás proveedores de México, específicamente entre 10 y 30%. Se trata de productos con alto potencial.

8.9 Palmitos

Este producto que en México se ha ido vendiendo cada vez más, en la medida que los consumidores lo han ido conociendo y encontrando en los diversos supermercados, puede mejorar sus ventas si se le modernizara la presentación o empaque con el que se ofrece en cadenas de supermercados.

El punto es que al comparar su presentación con la de palmitos procedentes de Guatemala, Costa Rica o Brasil, éstos resultan más atractivos para el consumidor en razón a que tienen etiquetas más vistosas y su tamaño es menor. Por otro lado su precio anda 28% más alto que el promedio de sus competidores.

La sugerencia es atacar el mercado con apoyo de mayoristas enfocados a niveles de alto consumo como Sams Club, Price Club, y bodegas Aurrerá, Gigante y Comercial Mexicana.

La posibilidad de mejoría de este producto, dado que el mercado evoluciona lentamente, es el desplazamiento de sus competidores, situación viable si las empresas exportadoras hacen ajustes en sus estrategias de promoción y venta. Se le considera de potencial medio.

8.10 Jugo concentrado de maracuyá

El maracuyá o fruta de la pasión es de un sabor fresco y algo indescriptible entre guayaba y melón o parecido. Es una fruta relativamente joven en el gusto y conocimiento de los mexicanos, pero que ha sido aceptada de buena forma, encontrándosele con cierta frecuencia en las bebidas en polvo para agua y en las nuevas generaciones de refrescos embotellados, tes e infusiones.

El producto puede ofrecerse al mercado de restaurantes y bares para la preparación de margaritas a base de tequila o daiquiris con ron. En las costas y playas turísticas podría tener una buena aceptación para efectos de coctelería y preparación de agua de ese sabor.

Por otro lado, en lo que respecta a repostería podría tener aceptación por parte de los chef de hoteles de renombre y en restaurantes de nivel alto. Pudiera ser también aceptado en las cocinas de grandes eventos, así como en la preparación de bebidas y postres.

Asimismo, se puede tener un mercado interesante en las refresqueras, como Pascual Boing, AGA, Barrilitos, Jarritos, en donde se pudiera impulsar el sabor, principalmente en la parte tropical del territorio, y a través de jugueras como Jumex y Del Valle.

El producto tiene un potencial medio apoyado en lo ya descrito y en una preferencia de 40% en el pago del impuesto o arancel de importación, circunstancia favorable para lograr un precio competitivo y atractivo para las empresas importadoras. Sin embargo, al pensar en su venta a México deben considerarse el cumplimiento de condiciones especiales en su transportación con el consiguiente aumento en los gastos de transporte.

8.11 Extractos y esencias de café

De extractos y esencias de café lo que se puede decir es muy concreto y alentador, toda vez que México es un gran consumidor de café no solo nacional sino extranjero, interesándose en aquellas variedades con prestigio internacional como es el café ecuatoriano que es comercializado con buenos resultados por Nestlé y otras empresas, como para pensar que el aumento considerable en su comercialización es viable si es apoyada con una campaña de los empresarios ecuatorianos, donde se manifieste la calidad del producto y el interés que han mostrado grandes consorcios en su adquisición.

Con exportaciones por alrededor de 30 millones de dólares por año, este es uno de los productos ecuatorianos con más tradición y prestigio. El precio a que se ofrece en México es menor en casi 50% al de los demás proveedores extranjeros y además cuenta con una preferencia de 90% del impuesto arancelario.

Las ventas pudieran aumentar, de apoyarse en canales de comercialización vinculados a la industria restaurantera y alcanzar un alto potencial de aprovechamiento del mercado mexicano.

8.12 Tableros de fibra de madera y tableros contrachapados

Los tableros de fibra y contrachapado son dos de los productos que más exporta Ecuador al mercado mexicano, con una creciente demanda de los mismos, en parte auspiciada por la escasez y creciente disminución de ciertas variedades de árboles en México.

Ambos productos con origen ecuatoriano se les conoce en el mercado mexicano por los muy buenos resultados que vienen dando. Por ello su mayor comercialización puede facilitarse si se apoya en el prestigio alcanzado al haber colaborado con empresas mexicanas y que ellas hayan quedado satisfechas, para que exista una especie de garantía y ánimo en otros consumidores a importar tableros ecuatorianos. Ecuador ha ido aumentando su participación en el mercado mexicano de estos productos sobre la base de buena calidad y precio, a pesar de enfrentar a competidores muy numerosos y diversos.

Dentro de los productos de estudio, éstos son de los que reflejan mayores oportunidades para aprovechar el mercado mexicano por el tamaño y el dinamismo que ofrece.

En las entrevistas realizadas con personas vinculadas a la utilización o importación de estos productos, se refleja una buena impresión sobre el producto ecuatoriano. Algunas variedades de tableros tienen preferencia arancelaria por 90% del impuesto con lo cual puede aspirar a trasladar el impacto al mejoramiento del precio y a enfrentar, en consecuencia, a sus competidores buscando captar parte del mercado que detentan.

Habría que explorar la colaboración de mayoristas de alcance nacional que pueden distribuir estos productos en sitios más lejanos del país, y con ello afianzar y mejorar la presencia que ha ido obteniendo en el mercado mexicano frente a países como Estados Unidos.

8.13 Cuadernos

El mercado de los cuadernos se encuentra muy concentrado por la empresa Kimberly Clark que acapara parte importante del mercado con una gran variedad de productos y prestigio. Sin embargo ello no ha sido impedimento para que algunas pequeñas firmas le den batalla con éxito, como la colombiana "Norma" y algunas asiáticas cuyo atractivo es un precio igual o más bajo al consumidor que el del producto "Scribe" de aquella.

Los cuadernos ahora deben ajustar con periodicidad sus diseños de portadas para hacerlos atractivos al gusto del consumidor de diferentes edades, situación que implica el monitoreo en los gustos, modas y acontecimientos que hacen necesario el ajuste.

Es un producto cuyo desplazamiento es caro por su densidad y por ello es uno de los de menor potencial entre los de estudio. Empero sus posibilidades de colocación dependerán de que se puedan ofrecer a precios iguales o por debajo del principal proveedor del mercado aún cuando sean de menor calidad.

8.14 Sombreros de paja toquilla

Al sombrero ecuatoriano se le reconoce su calidad pero resulta caro frente a las imitaciones que viene haciendo China con materiales como el papel y el cartón, y cubriendo dos terceras partes de la demanda. De cualquier manera sigue habiendo mercado para estos productos ecuatorianos que llegaron a reexportarse desde aquí a Estados Unidos.

En la Ciudad de México el sombrero ha decrecido en su uso con la aparición de la gorra beisbolera. Por ello se hace necesario explorar la colocación de estos productos en sitios de gran turismo nacional y extranjero, aunque reconociendo un potencial limitado.

Existe concesión preferencial del 100% para los sombreros ecuatorianos, a los cuales se les considera con bajo potencial de aprovechamiento del mercado mexicano.

8.15 Joyería de oro y plata

Al ser México históricamente, uno de los principales productores de plata en el mundo, sus consumidores de joyería de plata conservan una preferencia arraigada hacia los productos nacionales, en especial los provenientes de pequeños talleres y artesanos de Taxco, en el estado de Guerrero.

En efecto, México es un país productor y exportador por excelencia en plata y tiene una demanda de joyería de ese metal convertida actualmente en un fenómeno social de consumismo, donde se considera que “si es plata mexicana que mejor”, la viabilidad de la venta de los diseños ecuatorianos resultan con bajas proyecciones de éxito.

Por su parte, el Ecuador exporta pequeñas cantidades de joyería al mundo, unos dos millones de dólares por año. En el caso de la de plata va a encontrar mucha competencia con los diseños y empresas mexicanos, aunque menor en la de oro para la que hay forma de colocar cantidades razonables en modelos innovadores y de buen precio, sobre todo en los meses de mayo a diciembre que es el principal período de ventas para la joyería.

La joyería está exenta del pago de arancel para todos los productos de cualquier país del mundo. Con todo hay que reconocer que se trata, éste, de un bien con poco potencial en el mercado mexicano.

8.16 Estufas a gas

Ecuador ha venido vendiendo estufas a gas por alrededor de un millón de dólares cada año en el cuatrienio reciente. Ello ha sido posible por el precio tan bajo que ofrece frente a sus competidores y por la alianza que tienen con la empresa Mabe. Hace pocos años que ese país intentó iniciar las ventas de estufas y tuvo que regresar un lote de ellas para que se atendiera una norma técnica de seguridad exigida por México, situación completamente superada.

Este sí es un producto con atributos necesarios por su densidad económica para ser considerado de alto potencial para el aprovechamiento de las oportunidades comerciales que ofrece el mercado.

8.17 Muebles de madera

El universo y tipos de muebles de madera y sus calidades son muy amplios: para dormitorios, para cocinas y oficinas, entre otros. Se realizaron entrevistas con distintas empresas especializadas en algún tipo de muebles. En la mayoría de los casos, los empresarios mexicanos manifestaron su aprobación para dialogar con los ecuatorianos, aunque por ser productos que requieren de elevados cuidados en el transporte y el costo, solicitaron, de igual manera, recibir información previamente.

El mercado mexicano ofrece oportunidades amplias a los exportadores extranjeros de muebles de madera para su uso en oficinas, cocinas y dormitorios, y también para asientos y muebles de ratán y bambú. Algo así como adquisiciones por unos 30 millones de dólares.

Empero, no parece que existan condiciones para que Ecuador aproveche esta circunstancia, primero porque su exportación en los cuatro años recientes fue de

apenas un millón de dólares y segundo porque el flete encarece el precio final de estos productos. Sería bueno que existiera alguna forma de poder enviar desarmados los muebles y ensamblarlos en México para reducir el impacto del transporte. Por ello, se les considera productos con bajo potencial.

8.18 Botones y figuras de tagua

Existe buena posibilidad de que se introduzca el uso de los botones de tagua en prendas de vestir de alta calidad, así como partes para la industria y artesanía relacionadas a la bisutería.

De momento no habrá una captación fuerte de recursos económicos pero con el tiempo sí, así que se considera a este producto con buen potencial.

8.19 Madera de balsa

La madera de balsa, como los demás productos madereros de estudio, tiene gran prestigio en la demanda mexicana. En el proceso de las entrevistas se notó que hay empresas que importan mucho respecto a sus ventas totales y manifestaron tener interés en dialogar con los empresarios ecuatorianos. Algunos de los entrevistados conocen la calidad de la madera ecuatoriana porque la han utilizado y otros porque han escuchado muy buenos comentarios.

El prestigio alcanzado por este producto y las razones expuestas para los tableros de madera y los tableros contrachapados, es decir la participación en un mercado de construcción amplio y dinámico, lo ubican dentro de un potencial alto dentro del mercado mexicano.

9. LISTADO DE POTENCIALES IMPORTADORES DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS SELECCIONADOS

De las entrevistas solicitadas una de cada tres empresas en promedio aceptaron, y de cada tres entrevistadas una mostró disposición para recibir empresarios ecuatorianos oferentes de productos de su interés. A continuación se relacionan los nombres de las empresas que han mostrado interés en recibir a empresarios del Ecuador:

Cuadro N° 9
Empresas radicadas en la zona conurbana de la Ciudad de México interesadas en recibir a empresarios ecuatorianos oferentes de productos de estudio.
 Al 22 de agosto de 2006

Producto de Estudio e Ítem	Empresa	Comentario
0302.19.99 Los demás pescados enteros y en filete: Tilapia.	Cadena de Franquicias Mr. Fish, S.A.	Solicitar la cita por escrito.
0302.19.99 Los demás pescados enteros y en filete: Tilapia.	Importadores de Tilapia de Taiwán, S.A. de C.V.	Avisar dos semanas antes.
0302.19.99 Los demás pescados enteros y en filete: Tilapia.	Unión de Introdutores de Productos Pesqueros de la Central de Abasto, A.C.	Proponen convocar a los agremiados para sesionar en grupo con los oferentes.
0302.19.99 Los demás pescados enteros y en filete: Tilapia.	Marisquería el Puerto de Veracruz.	Piden información previa sobre los productos.
0307.60.01 Caracoles o escargots	Distrilara, S. A. de C.V.	Requieren presentación de datos de empresas ecuatorianas.
0603.10.13 Flores	Cadena de Florerías Linda S.A. de C.V.	Quieren saber qué variedades de flores manejan los oferentes.
0603.10.13 Flores	Unión de Introdutores de Flores a la Central de Abastos, A.C.	Están interesados en dialogar con ellos pero ven pocas posibilidades porque manejan flores de bajo precio.
0603.10.13 Flores	Vivero Holanda Internacional S.A. de C.V.	Los recibirían sólo si pueden ofrecer bulbos o semillas germinadas; no les interesan las flores.
0803.00.01 Chifles u hojuelas de plátanos.	Red de Tiendas Nutrisa.	Están interesados.
0803.00.01 Chifles u hojuelas de plátanos.	Bimbo	Sí

Producto de Estudio e Ítem	Empresa	Comentario
0804.50.03 Mangos	Agropecuaria Zumpango, S.A. de C.V.	Requieren más información.
1401.10.01 Bambú	FUA S.A. de C.V.	Sí: con previa información.
1401.10.01 Bambú	Bambú Internacional S.A.	Ningún comentario: los esperan.
1401.10.01 Bambú	Servicios Liverpool México S.A.	Sí los reciben.
1401.10.01 Bambú	Compañía Industrial Ceima Rattan S.A. de C.V.	Los recibirán con gusto.
1604.13.01 y 1604.14.01 Conservas de sardinas y de atún	El Palacio de Hierro, S.A.	Sí, pero aclaran que ya existen contratos con otros proveedores
1604.13.01 y 1604.14.01 Conservas de sardinas y de atún	Centro Comercial Trico San Jerónimo	Sí
1604.13.01 y 1604.14.01 Conservas de sardinas y de atún	Grupo Agroindustrial San Miguel	Sí. Requieren más información.
1801, 1804, 1805 y 1805 Cacao en grano y sus derivados.	Ripex, S.A.	Sí.
1801, 1804, 1805 y 1805 Cacao en grano y sus derivados.	Nestlé	Sí
1801, 1804, 1805 y 1805 Cacao en grano y sus derivados.	Bimbo	Sí
2008.91.01 Palmitos	Grupo Industrial SPR de RL	Sí.
2008.91.01 Palmitos	Distribuidora Coronado S.A.	Sí.
2008.91.01 Palmitos	Panamericana Abarrotera S.A. de C.V.	Sí, los esperan.
2008.91.01 Palmitos	Grupo Agroindustrial San Miguel	Sí pero requieren más información.
2009.80.01 Jugo concentrado de maracuyá	Agroproductos Monteou	Sí.
2009.80.01 Jugo concentrado de maracuyá	Cooperativa de Trabajadores de la Embotelladora Pascual Boing	Sí.
2101.11.01	Comercial Hispana S.A. de	Sí.

Producto de Estudio e Ítem	Empresa	Comentario
Extractos y esencias de café.	C.V.	
2101.11.01 Extractos y esencias de café.	Nestlé	Sí
2101.11.01 Extractos y esencias de café.	Machine Coffe	Sí pero que avisen por escrito.
Madera de balsa	Grupo CG S.A. de C.V.	Sí.
Madera de balsa	Grupo Jager S.A. de C.V.	Sí.
44.11 Tableros de fibra de madera	Grupo Jager S.A. de C.V.	Sí.
4411 Tableros de fibra de madera	Iberotex S.A. de C.V.	Sí.
4411 Tableros de fibra de madera	Grupo CG S.A. de C.V.	Sí.
4412 Tableros contrachapados.	Triplay y Aglomerados Tricon S.A. de C.V.	Sí con previa información.
4412 Tableros contrachapados.	Triplay y Maderas Nacionales S.A.	Sí.
4412 Tableros contrachapados.	Construidea S.A. de C.V.	Sí.
4412 Tableros contrachapados.	Pericimbras y Andamios S.A. de C.V.	Sí los reciben.
4412 Tableros contrachapados.	Triplay Maya S.A.	Sí.
4412 Tableros contrachapados.	Triplay y Chapas Especiales S.A.	Sí.
4412 Tableros contrachapados.	Chapas los Reyes S.A. de C.V.	Sí pero no está seguro.
4412 Tableros contrachapados.	Panamericana de Tableros SA de CV	Sí.
4820.20.01 Cuadernos	Kimberly Clark	Probablemente.
4820.20.01 Cuadernos	Cuadernos Crearton S.A. de C.V.	Sí.
6504.00.01 Sombreros de paja toquilla	Corporativo Altex	Sí.
6504.00.01 Sombreros de paja toquilla	Domingo Aguilar Viveros	Sí.
6504.00.01 Sombreros de paja toquilla	Sombreros y Artesanías	Sí, solicitan más información.

Producto de Estudio e Ítem	Empresa	Comentario
6504.00.01 Sombreros de paja toquilla	Martan, S.A. de C.V.	Sí.
7106, 7107, 7108 y 7109 Joyería de oro y plata.	Equipos Militares Marte	Es casi seguro.
7106, 7107, 7108 y 7109 Joyería de oro y plata.	Grupo Emor	Sí, si el empresario está en México.
7321.11.01 Estufas a gas.	Home Mart	Dependiendo de que se le haga llegar más información.
9401 y 9403 Muebles de madera	Conceptos Corporativos de México S.A. de C.V.	Sí
9401 y 9403 Muebles de madera	Organitec S.A. de C.V.	Sí.
9401 y 9403 Muebles de madera	Compañía Industrial Ceima Rattan S.A. de C.V.	Sí.
9401 y 9403 Muebles de madera	Camas Lamas S.A. de C.V.	No sabe: requiere más información.
9401 y 9403 Muebles de madera	Azcue Muebles S.A. de C.V.	Sí pero necesita más información.
Botones y figuras de tagua.	Broches de Presión Ideal S.A. de C.V.	Sí.
Botones y figuras de tagua.	Grupo Botao S.A. de C.V.	Si.
Botones y figuras de tagua.	Luna del Sur	Si.
Botones y figuras de tagua.	Servicios Liverpool México, S.A.	Necesita más información para decidir.
Citas probables al 22 de agosto de 2006.		

A N E X O S

Anexo N° 1
Indicadores socioeconómicos de Ecuador y México comparados
2005

Indicadores	Ecuador	México	Relación México/ Ecuador
Población total (miles)	13,215	106,147	8.0
Población urbana (% /total)	65.8	77.2	1.2
Crecimiento demográfico (porcentaje)	1.4	1.3	0.9
Dependencia demográfica	65.3	61.0	0.9
Expectativa de vida (años)	74.2	73.4	1.0
Natalidad (tasa anual media por cada 1000 hab.)	23.3	22.2	1.0
Mortalidad (tasa anual media por cada 1000 hab.)	5.0	5.1	1.0
Mortalidad infantil. (tasa anual media por cada 1000 nacidos vivos)	24.9	28.2	1.1
Alfabetismo (% del total) (1)	93.0	92.6	1.0
Tasa anual media de desempleo urbano (2)	10.9	4.8	0.4
PIB total (millones de dólares de 1995) (3) (2003)	23,819	483,645	20.3
PIB total por habitante (dólares de 1995) (2003)	1,802	4,682	2.6
PIB total (tasa de crecimiento) (3)	3.0	3.0	1.0
PIB total (miles de millones de dólares corrientes)(3)(2004)	30	676	22.5
PIB per cápita a PPC (dólares) (4) (2004)	3,819	9,666	2.5
Ingresos netos de inversión extranjera directa IED (millones de dólares)	1,530	11,250	7.4
Ingresos netos de IED (% del PIB corriente) (2004)	3.88	2.13	0.5
Índice de precios al consumidor (6)	3.8	2.9	0.8
Exportación global FOB (millones de dólares) (2004)	7,553	188,626	25.0
Importación global CIF (millones de dólares) (2004)	7,861	197,156	25.1
Exportación intrarregional FOB (millones de dólares) (2004)	1,275	4,219	3.3
Importación intrarregional CIF (mill. de dólares) (2004)	3,355	9,022	2.7
Participación porcentual de exportación intrarregional/global (2004)	17	2	0.1
Participación porcentual de importación intrarregional/global (2004)	43	5	0.1
Índice valor unitario exportación global (1995=100) (2004)	113.0	117.3	1.0
Índice quantum exportación global (1995=100) (2004)	152.5	175.4	1.2
Índice valor unitario importación global (1995=100) (8) (2004)	98.9	99.8	1.0
Índice quantum importación global (1995=100) (8) (2004)	161.5	190.5	1.2
Términos del intercambio del comercio global (1995=100) (2004)	114.3	117.5	1.0
Balanza comercial global de bienes (millones de dólares) (9) (2004)	- 308	-8,530	27.7
Balanza comercial intrarregional de bienes (millones de dólar) (9) (2004)	-2,080	-4,803	2.3
Balanza en la cuenta corriente (millones de dólares) (2004)	128	-7,200	(56.3)
Balanza en la cuenta capital y financiera (millones dólares) (10) (2004)	326	10,200	31.3
Balanza de pagos global (millones de dólares) (11) (2004)	454	3,000	6.6
Deuda externa global (millones de dólares) (12) (2004)	17,603	131,737	7.5
Deuda por habitante (dólares) (2004)	1,332	1,246	0.9
Relación deuda externa exportaciones (2004)	2.33	0.69	0.3

Fuente: Datos de la Secretaría General de la ALADI

- (1): Porcentaje de la población de 15 y más años de edad. (2): Total urbano, incluye desempleo oculto.
(3): A precios de mercado. (4): PBI per cápita expresado a Paridad de Poderes de Compra.
(5): Los datos incluyen autogeneración. (6): Variaciones porcentuales de diciembre a diciembre.
(7): Salarios de los obreros de la industria manufacturera. (8): Calculado con base en las importaciones FOB.
(9): Exportación FOB menos importación CIF. (10): Incluye errores y omisiones.
(11) El saldo global de la BP es igual a la variación de los activos de reservas más el uso del crédito del FMI y el financiamiento excepcional. Un valor negativo indica una reducción de los activos y/o un incremento del crédito.
(12): Saldo al fin del año
Actualización: Enero 2006

Anexo N° 2
Complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado
ecuatoriano de exportación por capítulos arancelarios
2002 a 2005
En millones de dólares

Capítulos	Exportaciones de Ecuador al Mundo	Importaciones de México al Mundo	Veces que México importó lo que Ecuador exportó al Mundo
Total	26,223	731,659	28
54 capítulos con más de 10 millones de ventas de Ecuador	26,103 (99.5%)	643,497 (88%)	25
03 – Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	1,566	702	0.4
05 – Los demás productos de origen animal	10	440	44
06 – Plantas vivas y productos de la floricultura	1,242	222	0.2
07 – Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	180	844	4.7
08 – Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos), melones y sandías	4,098	2,082	0.5
09 – Café, té, hierba mate y especias	69	352	5
10 - Cereales	53	7,270	137
12 – Semillas y frutos oleaginosos, semillas y frutos diversos, plantas industriales o medicinales, paja y forraje	45	6,590	146
15 – Grasas y aceites animales o vegetales, productos de su desdoblamiento, grasas alimenticias elaboradas, ceras de origen animal o vegetal	207	2,609	13
16 – Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1,449	696	0.5
17 – Azúcares y artículos de confitería	164	803	4.9
18 – Cacao y sus preparaciones	579	872	1.5
19 – Preparaciones a base de cereales, harina, almidón fécula o leche, productos de pastelería	24	1,893	79
20 – Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	378	1,489	3.9
21 – Preparaciones alimenticias diversas	228	2,965	13
22 – Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	40	1,594	40
23 – Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias, y preparados para animales	85	2,258	27
24 – Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	64	269	4.2
27 – Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales	13,154	28,582	2.2
29 – Productos químicos orgánicos	12	18,214	1,518
30 – Productos farmacéuticos	149	7,687	52
32 – Extractos curtientes o tintóreos, taninos y sus derivados, pigmentos y demás materias colorantes, pinturas y barnices, mastiques, tintas	16	4,414	276
33 – Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumerías, de tocador o de cosmética	15	3,884	259
34 – Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares.	66	1,808	27

Capítulos	Exportaciones de Ecuador al Mundo	Importaciones de México al Mundo	Veces que México importó lo que Ecuador exportó al Mundo
35 – Materias albuminoideas, productos a base de almidón o de fécula modificados, colas, enzimas	18	1,708	95
38 – Productos diversos de las industrias químicas	25	7,686	307
39 – Plástico y sus manufacturas	129	47,776	370
40 – Caucho y sus manufacturas	89	10,636	119
41 – Pieles (excepto la peletería) y cueros	13	3,605	277
44 – Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	313	4,326	14
48 – Papel y cartón, manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	96	13,932	145
52 – Algodón	64	6,182	97
53 – Las demás fibras textiles vegetales, hilados de papel y tejidos de hilados de papel	31	73	2.4
54 – Filamentos sintéticos o artificiales	20	4,295	215
55 – Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	21	2,886	137
61 – Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	69	5,745	83
62 – Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	25	491	20
63 – Los demás artículos textiles confeccionados, juegos, prendería y trapos	45	865	19
64 – Calzado, polainas y artículos análogos, partes de estos artículos	64	1,524	24
65 – Sombreros, demás tocados y sus partes	14	186	13
69 – Productos cerámicos	117	1,471	13
70 – Vidrio y sus manufacturas	23	4,431	193
71 – Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias, bisutería, monedas	87	2,894	33
72 – Fundición, hierro y acero	30	16,562	552
73 – Manufacturas de fundición, hierro o acero	147	17,968	122
76 – Aluminio y sus manufacturas	66	9,532	144
83 – Manufacturas diversas de metal común	11	5,756	523
84 – Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, partes de estas máquinas o aparatos	152	123,431	812
85 – Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	82	165,025	2012
87 – Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos, sus partes y accesorios	349	73,939	212
89 – Barcos y demás artefactos flotantes	38	200	5.3
94- Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas	21	6,171	294
95 – Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	10	3,465	346
96 – Manufacturas diversas	41	2,197	54

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Anexo N° 3
Complementariedad del mercado mexicano de importación y el mercado
ecuatoriano de exportación por ítems arancelarios vendidos a México
2002 a 2005
En millones de dólares

Ítems	Exporta- ciones ecuato- rianas a México	Importa- ciones Mexi- canas al mundo	Veces que México importó al mundo lo que Ecuador le exportó
TOTAL sin productos petrolíferos	59.6	1,701.1	28
03026900 Los demás pescados.	0.1	7.9	119
03033900 Los demás pescados.	0.7	0.2	0.2
03037900 Los demás pescados.	0.1	62.1	940
03041000 Frescos o refrigerados pescados	1.1	20.4	19
03042000 Filetes congelados de pescado	1.4	219.6	155
06024000 Rosales, incluso injertados_ (4 años)	0.6	2.3	4.0
06031040 Rosas	0.2	1.4	7
06031090 Las demás plantas vivas.	0.1	0.02	0.2
08045020 Mangos y mangostanes (3 años)	1.3	6.1	4.6
16041310 Conservas de atunes en salsa de tomate	0.6	9.8	17
16041400 Atunes, listados y bonitos (Sarda spp.)	0.1	16.7	136
16041410 Conservas de Atunes_ (3 años)	7.1	7.4	1.0
18010010 Cacao en grano, entero o partido, crudo	7.6	27.1	3.6
18031000 Cacao sin desgrasar (2 años)	0.5	4.7	10
18040000 Manteca, grasa y aceite de cacao	0.1	3.8	33
18050000 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante_ (2 años)	0.4	123.0	354
18063100 Chocolates rellenos_ (4 años)	2.4	160.7	67
20089100 Palmitos (4 años)	0.7	5.6	9.0
21011100 Extractos, esencias y concentrados alimenticios (4 años)	1.3	44.2	33
21011200 Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café_ (3 años)	0.3	30.3	96
44072400 Madera Virola, Mahogany (Swietenia spp.), Imbuia y Balsa	0.2	71.5	438
44089000 Las demás maderas(4 años)	0.7	30.8	45
44092090 Las demás maderas	0.1	85.6	725
44103100 En bruto o simplemente lijados	0.2	28.8	176
44103900 Los demás tableros	1.7	20.4	12
44111900 Los demás tableros de madera (2 años)	1.9	139.1	73
44112100 Tableros de madera sin trabajo mecánico ni recubrimiento de superficie (3)	2.0	131.5	66
44112900 Los demás tableros de madera (4 años)	3.6	39.0	11
44121400 Tableros contrachapados que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas (4 años)	9.5	104.7	11
44121900 Las demás tableros contrachapados de coníferas (4 años)	6.7	25.0	3.8
44129900 Las demás maderas (2 años)	0.9	15.7	16
65020010 Sombreros de paja toquilla o de paja mocora (4 años)	0.8	13.2	17
73211110 Cocinas que consuman gas (4 años)	3.7	44.3	12
73239400 De hierro o acero, esmaltados	0.2	23.9	152
Los demás Ampliar	1.0	174.3	171

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Anexo N° 4
Otros acuerdos relacionados con el comercio que han sido suscritos
entre los gobiernos del Ecuador y de México – AI 2006

- Tratado de Amistad, Comercio y Navegación, suscrito el 10 de julio de 1888.
- Convenio que modifica el Art. 1 del Tratado de Amistad, Comercio y Navegación de 1888 (suscrito el 1-V-1934)
- Tercer Protocolo Adicional al Acuerdo de Alcance Parcial de Preferencia Otorgadas en el Periodo 1962 – 1980 Suscrito entre el Ecuador y México (Acuerdo No. 29) (7-VIII-1989)
- Protocolo Modificatorio del Acuerdo de Alcance Parcial Suscrito entre el Ecuador y México – Acuerdo No. 29 (26-IX-1983)
- Convenio entre Petróleos del Ecuador y el Instituto Mexicano del Petróleo para la prestación de diversos servicios (25-III-1990)
- Cuarto Protocolo Adicional del Acuerdo Regional No. 2 de Apertura de Mercados a favor del Ecuador (7-VII-1987)
- Cuarto Protocolo Adicional al Acuerdo No. 29 de Alcance Parcial de Renegociación (12-XII-1989)
- Quinto Protocolo al Acuerdo No. 29 de Alcance Parcial de Renegociación de Preferencias Otorgadas en el Periodo 1962/80 entre Ecuador y México (Acuerdo No. 29) (26-XII-1990)
- Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación de las Preferencias Otorgadas en el Periodo 1962/1980 Suscrito entre Ecuador y México (Acuerdo No. 29), Sexto Protocolo Adicional (10-XII-1991)
- Séptimo Protocolo Adicional al Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación Número 29 Suscrito con México (30-XII-1992)
- Acuerdo Marco de Cooperación Hacendario Financiero entre los Gobiernos de la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos (18-II-1993)
- Acuerdo Regional de Apertura de Mercados a favor del Ecuador (Acuerdo No. 2) (29-III-1990)
- Protocolo de Adecuación al Acuerdo No. 29 de Alcance Parcial de Renegociación (31-V-1993)
- Protocolo de Adecuación al Acuerdo Regional No. 2 de Apertura de Mercados a favor del Ecuador (31-V-1993)
- Octavo Protocolo Adicional al Acuerdo No. 29 de Renegociación (20-XII-1993)
- Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación de las Preferencias Otorgadas en el Período 1962/1980, Celebrado entre la República del Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos. Noveno Protocolo Adicional (2-XII-1994)
- Acuerdo de Cooperación en Materia de Propiedad Industrial entre el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de los Estados Unidos Mexicanos y el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual de la República del Ecuador (6-I-2001)
- Acuerdo de Cooperación en Materia de Sanidad y Cuarentena Vegetal entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador y la Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de los Estados Unidos Mexicanos (17-I-2002)

Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores de México.

Anexo N° 5
Clasificación arancelaria y descripción de los productos de estudio
AI 2006

Capítulo	Partida	Ítem o fracción
Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	Pescado fresco o refrigerado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304	0302.19.99 Los demás (Tilapia)
Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera, aptos para la alimentación humana	0307.60.01 Caracoles, excepto los de mar
Plantas vivas y productos de la floricultura	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma	0603.10.13 Las demás flores frescas
Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	Bananas o plátanos, frescos o secos	0803.00.01 Bananas o plátanos, frescos o secos
Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	0804.50.03 Mangos
Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en otra parte	Materias vegetales de las especies utilizadas principalmente en cestería o espartería (por ejemplo: bambú, ratán (roten)...	1401.10.01 Bambú
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.13.01 Sardinas
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.13.99 Los demás
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.14.01 Atunes (del género "thumus"), excepto lo comprendido en las fracciones 1604.14.02 y 1604.14.04
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.14.02 Filetes ("lomos") de atunes (del género "Túnez"), excepto los de la fracción 1604.14.04
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.14.03 Filetes ("lomos") de barrilete del género "euthynnus" variedad "katsowonus pelamis", excepto los de la fracción 1604.14.04

Capítulo	Partida	Ítem o fracción
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.14.04 Filetes ("lomos") de atunes aleta amarilla ("yellowfin tuna"), de barrilete ("skip jask") o de patudo ("big eye")... precocidos, congelados y empacados al vacío en fundas de plástico, libres de escamas, espinas, hueso, piel y carne negra
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	1604.14.99 Las demás preparaciones de pescado (Sardinas en conservas)
Cacao y sus preparaciones	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	1801.00.01 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
Cacao y sus preparaciones	Manteca, grasa y aceite de cacao	1804.00.01 Manteca, grasa y aceite de cacao
Cacao y sus preparaciones	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1805.00.01 Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
Cacao y sus preparaciones	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	1806.10.01 Con un contenido de azúcar igual o superior al 90%, en peso
Cacao y sus preparaciones	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	1806.10.99 Los demás
Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo...	2008.91.01 Palmitos
Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	2009.80.01 Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza incluso "silvestres" (Concentrado de maracuyá)
Preparaciones alimenticias diversas	Extractos, esencias y concentrados de café, ... y sus extractos, esencias y concentrados	2101.11.01 Café instantáneo sin aromatizar
Preparaciones alimenticias diversas	Extractos, esencias y concentrados de café, y sus extractos, esencias y concentrados	2101.11.02 Extracto de café líquido concentrado, aunque se presente congelado
Preparaciones alimenticias diversas	Extractos, esencias y concentrados de café, y sus extractos, esencias y concentrados	2101.11.99 Los demás
Preparaciones alimenticias diversas	Extractos, esencias y concentrados de café, y sus extractos, esencias y concentrados	2101.30.01 Chicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados

Capítulo	Partida	Ítem o fracción
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Tableros de fibra de madera u otras materias leñosas, incluso aglomeradas con resinas o demás aglutinantes orgánicos	4411.19.99 Los demás
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.13.01 Que tenga, por lo menos, una hoja externa de las maderas tropicales ...
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.13.99 Las demás
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.14.99 Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.19.01 De coníferas, denominada "plywood"
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.19.99 Las demás
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.22.01 Que tengan, por lo menos, una hoja de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo.
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.23.99 Las demás, que contengan, por lo menos, un tablero de partículas
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.29.99 Las demás
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.92.01 Que tengan, por lo menos, una hoja de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.93.99 Las demás, que contengan, por lo menos, un tablero de partículas
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	4412.99.99 Las demás
Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	Libros registro, libros de contabilidad, talonarios (de notas, pedidos o recibos), agendas, bloques memorandos, bloques de papel de cartas y artículos similares, cuadernos, ...	4820.20.01 Cuadernos

Capítulo	Partida	Ítem o fracción
Sombreros, demás tocados, y sus partes	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	6504.00.01 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos
Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	Plata (incluida la plata dorada y la platinada), en bruto, semilabrada o en polvo	7106.92.01 Semilabrada
Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	Chapado (plaqué) de plata sobre metal común, en bruto o semilabrado	7107.70.01 Chapado (plaqué) de plata sobre metal común, en bruto o semilabrados
Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	Oro (incluido el oro platinado), en bruto, semilabrado o en polvo	7108.13.01 Las demás formas semilabradas
Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	Oro (incluido el oro platinado), en bruto, semilabrado o en polvo	7108.20.01 Oro en bruto o semilabrado
Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas	Chapado (plaqué) de oro sobre metal común o sobre plata, en bruto o semilabrado	7109.00.01 Chapado (plaqué) de oro sobre metal común o sobre plata, en bruto o semilabrado
Manufacturas de fundición, hierro o acero	Estufas, calderas con hogar, cocinas (incluidas las que puedan utilizarse accesoriamente para calefacción central), parrillas (barbacoas), braseros, hornillos de gas, ..	7321.11.01 Cocinas que consuman combustibles gaseosos
Manufacturas de fundición, hierro o acero	Estufas, calderas con hogar, cocinas (incluidas las que puedan utilizarse accesoriamente para calefacción central), parrillas (barbacoas), braseros, hornillos de gas, ..	7321.81.01 Estufas o caloríferos

Capítulo	Partida	Ítem o fracción
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares;...	Asientos (excepto los de la partida 94.02), incluso los transformables en cama, y sus partes	9401.50.01 Asientos de ratán (roten), mimbre, bambú o materias similares
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares;...	Los demás muebles y sus partes	9403.80.01 Muebles de otras materias, incluidos el ratán mimbre, bambú o similares
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares;...	Los demás muebles y sus partes	9403.30.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en oficinas, excepto los de la fracción 9403.30.02
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares;...	Los demás muebles y sus partes	9403.40.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas
Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares;...	Los demás muebles y sus partes	9403.50.01 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios

Fuente: Secretaría General de la ALADI.

Anexo N° 6
Precios comparativos del Ecuador y sus 10 principales competidores en el mercado
mexicano para productos de estudio que Ecuador
ya vende en ese mercado
2002 a 2005
En dólares y kilogramos

Caracoles o escargots

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	170,520	12,835	13.29		
Francia	142,886	8,487	16.84	73	27
Estados Unidos de América	14,915	2,489	5.99	26	74
Indonesia	10,278	1,743	5.90	25	75
Ecuador	2,152	93	23.14	100	
Canadá	289	23	12.57	54	46

Mangos

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	512,530	325,481	1.57		
Tailandia	288,290	203,455	1.42	252	152
Estados Unidos de América	99,987	28,627	3.49	621	521
Camboya	77,944	11,031	7.07	1,257	1,157
Ecuador	46,309	82,368	0.56	100	

Sardinas

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	7,589,395	3,307,456	2.29		
Canadá	2,716,793	1,281,973	2.12	162	62
España	1,697,157	364,198	4.66	357	257
Estados Unidos de América	1,466,627	453,245	3.24	248	148
Ecuador	1,426,170	1,092,852	1.30	100	
Portugal	86,635	28,157	3.08	236	136
Tailandia	83,376	54,286	1.54	118	18
Polonia	49,995	16,787	2.98	228	128
China	32,279	11,822	2.73	209	109
Marruecos	9,571	1,482	6.46	495	395
Noruega	4,659	352	13.24	1,014	914
Italia	4,527	399	11.35	869	769

Preparaciones y conservas de atún

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	7,240,629	2,162,434	3.35		
España	2,998,576	406,105	7.38	356	256
Costa Rica	2,014,917	777,454	2.59	125	25
Ecuador	1,554,995	749,698	2.07	100	
Estados Unidos de América	440,888	115,659	3.81	184	84
Filipinas	142,298	69,717	2.04	98	2
Indonesia	50,277	20,693	2.43	117	17
Colombia	25,608	19,136	1.34	65	35
Tailandia	10,081	2,904	3.47	167	67
Italia	1,956	905	2.16	104	4
Portugal	867	156	5.56	268	168
Japón	166	7	23.71	1,143	1,043

Preparaciones de lomo de atún

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	16,074,699	4,879,981	3.29		
Ecuador	11,680,201	3,695,361	3.16	100	
Colombia	4,205,225	1,137,936	3.70	117	17
Costa Rica	78,286	32,025	2.44	77	23
Estados Unidos de América	54,733	10,135	5.40	171	71
España	48,955	4,087	11.98	379	279
Italia	5,847	347	16.85	533	433
China	1,452	90	16.13	510	410

Preparaciones de lomo de atún aleta amarilla

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	3,391,265	1,230,211	2.76		
Tailandia	2,722,036	1,016,064	2.68	86	14
Ecuador	669,229	214,147	3.13	100	

Las demás Preparaciones

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	536,669	189,763	2.83		
España	381,244	77,177	4.94	362	262
Tailandia	129,972	95,472	1.36	100	0
Filipinas	9,408	11,235	0.84	61	39
Estados Unidos de América	7,950	2,268	3.51	257	157
Ecuador	3,880	2,840	1.37	100	
Portugal	2,387	630	3.79	277	177
Canadá	1,821	136	13.39	980	880
China	7	5	1.40	102	2

Cacao en grano

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	30,237,150	16,684,667	1.81		
Indonesia	11,004,550	5,306,969	2.07	130	30
República Dominicana	9,890,743	5,548,295	1.78	112	12
Ecuador	9,009,239	5,653,998	1.59	100	
Costa de Marfil	332,618	175,405	1.90	119	19

Manteca, aceite y grasa de cacao

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 15 competidores	3,251,834	846,739	3.84		
Colombia	1,801,979	517,670	3.48	102	2
Estados Unidos de América	692,805	158,704	4.37	128	28
Costa de Marfil	219,919	56,360	3.90	114	14
Malasia	217,681	45,720	4.76	139	39
Sudáfrica	147,407	35,115	4.20	123	23
Ecuador	68,435	20,000	3.42	100	
Francia	30,003	2,169	13.83	404	304
Países Bajos	26,567	3,000	8.86	259	159
España	24,309	3,383	7.19	210	110
Indonesia	10,587	2,762	3.83	112	12
Alemania	4,252	348	12.22	357	257

Cacao en polvo sin azúcar

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 31 competidores	140,399,565	57,416,122	2.45		
Estados Unidos de América	43,925,969	18,617,121	2.36	141	41
Indonesia	31,969,034	12,477,317	2.56	154	54
Países Bajos	19,374,280	7,572,378	2.56	153	53
Brasil	17,880,136	6,765,838	2.64	158	58
España	5,329,515	2,382,087	2.24	134	34
Malasia	3,987,013	1,938,581	2.06	123	23
Costa de Marfil	3,180,376	1,367,111	2.33	139	39
Tailandia	2,968,297	1,155,072	2.57	154	54
Singapur	2,734,862	1,145,174	2.39	143	43
India	2,426,015	1,202,016	2.02	121	21
Ecuador	250,362	150,060	1.67	100	

Palmitos

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 15 competidores	4,903,873	4,368,125	1.12		
Costa Rica	2,330,535	1,112,877	2.09	146	46
Guatemala	914,055	562,855	1.62	113	13
Brasil	781,903	2,145,516	0.36	25	75
Ecuador	682,107	474,196	1.44	100	
Estados Unidos de América	107,685	35,477	3.04	211	111
Colombia	38,671	16,877	2.29	159	59
Italia	16,421	6,461	2.54	177	77
España	15,737	6,102	2.58	179	79
Venezuela	8,385	3,231	2.60	180	80
Turquía	3,089	1,330	2.32	161	61

Jugo de cualquier otra fruta u hortaliza (maracuyá)

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 41 competidores	13,371,700	6,796,498	1.97		
Estados Unidos de América	11,338,858	5,025,743	2.26	68	32
Chile	1,070,842	1,120,953	0.96	29	71
Ecuador	454,254	136,955	3.32	100	
Tailandia	186,757	256,939	0.73	22	78
Francia	77,516	21,070	3.68	111	11
Colombia	54,347	57,109	0.95	29	71
Brasil	32,651	39,730	0.82	25	75
Países Bajos	24,886	10,552	2.36	71	29
Corea del Sur	22,992	25,015	0.92	28	72
Guatemala	16,104	34,590	0.47	14	86
Turquía	12,542	20,119	0.62	16	81

Café instantáneo sin aromatizar

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 18 competidores	26,975,719	3,793,439	7.11		
Estados Unidos de América	19,506,474	2,041,984	9.55	256	156
Brasil	3,711,164	1,353,822	2.74	73	27
Colombia	2,876,317	210,875	13.64	365	265
España	327,731	112,500	2.91	78	22
Chile	262,976	17,462	15.06	403	303
Paraguay	98,670	35,880	2.75	74	26
Canadá	78,626	10,807	7.28	195	95
Bélgica	59,292	1,696	34.96	936	836
Ecuador	23,454	6,280	3.73	100	
Francia	21,351	716	29.82	798	698

Madera Contrachapada que contenga al menos una hoja externa de madera tropical

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 30 competidores	253,708,181	375,688,839	0.68		
Malasia	144,195,124	213,752,244	0.67	61	39
Indonesia	63,766,870	93,783,668	0.68	61	39
China	35,555,265	55,665,074	0.64	57	43
Perú	3,988,369	4,388,613	0.91	82	18
Estados Unidos de América	3,188,264	4,296,725	0.74	67	33
India	1,202,068	1,533,279	0.78	70	30
Filipinas	1,122,463	1,470,381	0.76	69	31
Brasil	283,620	404,653	0.70	63	37
Canadá	104,791	71,009	1.48	133	33
Belice	65,207	61,662	1.06	95	5
Ecuador	22,497	20,200	1.11	100	

Madera Contrachapada

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 22 competidores	23,807,794	25,268,400	0.94		
Perú	11,917,559	11,297,679	1.05	123	23
Brasil	5,258,894	5,967,115	0.88	103	3
Ecuador	3,469,653	4,056,927	0.86	100	
Paraguay	1,415,964	1,995,232	0.71	83	17
Indonesia	517,973	529,936	0.98	114	14
Malasia	212,200	356,639	0.59	70	30
India	181,504	243,828	0.74	87	13
Colombia	171,718	188,803	0.91	106	6
Estados Unidos de América	148,440	109,013	1.36	159	59
Belice	142,112	132,222	1.07	126	26
Bolivia	130,823	137,464	0.95	111	11

Madera Contrachapada que contenga al menos una hoja externa de madera de coníferas

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 37 competidores	90,070,303	101,455,882	0.89		
Perú	20,814,855	23,526,272	0.88	104	4
Estados Unidos de América	20,287,278	13,059,279	1.55	182	82
Ecuador	14,136,504	16,559,387	0.85	100	
Brasil	13,230,757	22,829,631	0.58	68	32
Indonesia	6,121,274	6,092,606	1.00	118	18
China	4,862,836	5,990,196	0.81	95	5
Rusia antes U.R.S.S.	3,965,725	5,540,464	0.72	84	16
Taiwán	1,215,496	826,411	1.47	172	72
Bolivia	1,208,991	1,323,191	0.91	107	7
Malasia	779,093	835,773	0.93	109	9
Chile	633,196	808,390	0.78	92	8

Las demás Maderas Contrachapadas

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total de 27 competidores	22,540,929	26,442,767	0.85		
Estados Unidos de América	8,481,835	8,837,113	0.96	121	21
Perú	5,730,198	6,599,252	0.87	109	9
Chile	3,580,932	5,152,479	0.69	87	13
Brasil	1,152,675	2,192,302	0.53	66	34
China	1,105,809	1,234,861	0.90	112	12
Ecuador	757,883	951,851	0.80	100	
Finlandia	668,149	459,047	1.46	183	83
Rusia antes U.R.S.S.	287,490	292,420	0.98	123	23
Alemania	215,002	66,094	3.25	409	309
Indonesia	139,961	169,187	0.83	104	4
Malasia	105,339	103,615	1.02	128	28

Madera Contrachapada que contenga al menos una hoja de maderas tropicales

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	25,087,981	43,054,155	0.58		
Indonesia	10,492,863	19,789,124	0.53	68	32
China	7,847,608	12,113,509	0.65	83	17
Malasia	3,953,288	7,311,413	0.54	69	31
Brasil	964,161	1,382,814	0.70	90	10
Perú	666,937	746,566	0.89	115	15
Taiwán	397,029	700,242	0.57	73	27
Estados Unidos de América	263,507	312,240	0.84	108	8
Ecuador	189,644	243,469	0.78	100	
Paraguay	152,349	238,393	0.64	82	18
India	76,787	147,449	0.52	67	33
Chile	55,657	23,976	2.32	298	198

Madera Contrachapada que contenga al menos una hoja externa de madera tropical

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 19 competidores	15,385,506	21,662,630	0.71		
Brasil	6,662,195	11,298,099	0.59	76	24
Ecuador	4,734,852	6,119,475	0.77	100	
Estados Unidos de América	1,284,629	1,352,335	0.95	123	23
Perú	834,119	886,435	0.94	122	22
China	800,772	1,130,966	0.71	92	8
Malasia	278,466	236,906	1.18	152	52
Guatemala	235,649	101,405	2.32	300	200
Chile	209,123	254,218	0.82	106	6
Colombia	86,103	60,162	1.43	185	85
Indonesia	82,392	107,272	0.77	99	1
Rusia antes U.R.S.S.	64,664	51,409	1.26	163	63

Sombreros (Sombreros de paja toquilla)

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 46 competidores	4,922,337	5,537,487	0.89		
China	3,056,633	5,050,583	0.61	21	79
Estados Unidos de América	1,412,876	128,056	11.03	388	288
Italia	87,171	9,104	9.58	337	237
Hong Kong	58,361	22,189	2.63	93	7
Corea del Sur	45,687	144,270	0.32	11	89
Madagascar	39,304	1,554	25.29	890	790
Sri Lanka	29,383	2,022	14.53	511	411
Ecuador	26,488	9,316	2.84	100	
Taiwán	22,281	16,309	1.37	48	52
Bangladesh	19,290	1,504	12.83	451	351
Canadá	17,390	45,440	0.38	13	87

Cocinas que consumen combustible gaseoso

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 29 competidores	40,179,375	481,241	83.5		
Brasil	25,735,098	219,325	117.3	594	494
Estados Unidos de América	5,050,169	10,311	489.8	2,481	2,381
Ecuador	3,682,481	186,515	19.7	100	
Italia	2,265,994	9,660	234.6	1,188	1,088
Colombia	1,639,999	36,830	44.5	226	126
España	1,481,152	14,108	105.0	532	432
China	89,283	3,864	23.1	117	17
Alemania	65,519	152	431.0	2,183	2,083
Francia	49,772	90	553.0	2,801	2,701
Canadá	49,491	64	773.3	3,917	3,817
Corea del Sur	22,252	52	427.9	2,167	2,067

Estufas o caloriferos

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 30 competidores	20,320,432	293,537	69.2		
Italia	6,814,608	110,458	61.7	13	87
España	6,307,134	88,787	71.0	15	85
Corea del Sur	2,980,628	37,247	80.0	17	83
Estados Unidos de América	2,131,146	21,703	98.2	21	79
Canadá	862,972	19,405	44.5	10	90
China	838,109	9,109	92.0	20	80
Argentina	247,851	3,595	68.9	15	85
Chile	30,880	619	49.9	11	89
Japón	21,100	43	490.7	106	6
Taiwán	20,636	393	52.5	11	89
Ecuador	461	1	461.0	100	

Muebles de ratán, mimbre o bambú

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 72 competidores	108,129,167	2,078,783	52.0		
Estados Unidos de América	59,343,965	764,398	77.6	34	66
Taiwán	11,209,818	471,601	23.8	10	90
China	10,460,391	497,366	21.0	9	91
Canadá	6,888,227	37,263	184.9	81	19
España	4,328,318	35,293	122.6	54	46
Italia	4,154,785	19,443	213.7	93	7
Dinamarca	2,467,971	54,301	45.4	20	80
Brasil	2,077,255	64,658	32.1	14	86
Francia	1,785,611	15,145	117.9	52	48
Bélgica	924,831	16,504	56.0	25	75
Ecuador	16,232	71	228.6	100	

Muebles de madera utilizados para cocina

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 65 competidores	38,855,541	459,084	84.6		
Italia	12,527,358	35,108	356.8	353	253
Estados Unidos de América	7,898,797	132,696	59.5	59	41
España	4,686,297	57,038	82.2	81	19
China	4,031,495	100,325	40.2	40	60
Alemania	2,603,137	2,099	1,240.2	1,225	1,125
Canadá	2,001,164	2,280	877.7	867	767
Dinamarca	1,607,250	40,778	39.4	39	61
Brasil	1,247,759	33,423	37.3	37	63
Tailandia	693,662	15,236	45.5	45	55
Malasia	500,006	18,249	27.4	27	73
Ecuador	1,012	10	101.2	100	

Muebles utilizados para dormitorio

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total 77 competidores	104,744,568	1,070,290	97.9		
Estados Unidos de América	25,841,839	286.349	90.2	52	48
China	21,871,702	217,513	100.6	58	42
Brasil	10,196,504	129,001	79.0	45	55
Canadá	8,992,811	62,930	142.9	82	18
Italia	8,914,480	41,120	216.8	124	24
España	8,528,694	105,844	80.6	46	54
Francia	3,698,279	33,802	109.4	63	37
Dinamarca	3,360,299	64,782	51.9	30	70
Indonesia	2,056,908	21,009	97.9	56	44
Malasia	1,771,993	11,663	151.9	87	13
Ecuador	11,800	68	174.7	100	

Muebles de otras materias

País	Valor	Volumen	Precio Dólares por Kg	% del precio de Ecuador	Diferencia en Puntos Porcentuales Vs Ecuador
Total	16,148,707	447,581	36.1		
China	4,291,309	223,472	19.2	3	97
Estados Unidos de América	3,492,590	96,946	36.0	6	94
Italia	1,952,919	10,638	183.6	32	68
España	1,156,846	13,208	87.6	15	85
Indonesia	1,042,838	20,081	51.9	9	91
Filipinas	975,599	13,404	72.8	13	87
Canadá	883,072	15,365	57.5	10	90
Alemania	781,863	1,460	535.5	93	7
Taiwán	455,633	9,806	46.5	8	92
Francia	160,725	2,476	64.9	11	89
Ecuador	577	1	577	100	

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI

Anexo N° 7
Precios de competidores en el mercado mexicano para productos de estudio
que Ecuador aún no vende en ese mercado
2002 a 2005
En dólares y kilogramos

Las demás flores frescas

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	4,925,655	1,030,242	4.78
Países Bajos	4,191,867	400,850	10.46
Estados Unidos de América	695,268	622,822	1.12
Colombia	37,200	6,373	5.48
Sudáfrica	1,320	197	6.70

Bambú

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	402,546	1,162,721	0.35
Taiwán	326,144	1,113,535	0.29
Vietnam	32,589	10,535	3.09
China	21,634	12,023	1.80
Colombia	9,087	16,080	0.57
Estados Unidos de América	6,170	7,424	0.83
Indonesia	3,210	2,832	1.13
Japón	1,787	37	48.30
Brasil	1,127	246	4.58
Países Bajos	516	4	129.00
Filipinas	282	5	56.40

Preparaciones de Filete

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	105,766	47,895	2.21
Estados Unidos de América	99,978	41,109	2.43
China	1,988	2,262	0.88
Vietnam	1,900	2,262	0.84
Filipinas	950	1,131	0.84
Tailandia	950	1,131	0.84

Cacao con azúcar

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	13,505	3,416	3.95
Estados Unidos de América	13,480	3,411	3.95
Colombia	25	5	5.00

Las demás preparaciones de cacao

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 19 competidores	7,206,701	3,289,420	2.19
Estados Unidos de América	6,339,583	2,581,703	2.46
Canadá	298,482	109,006	2.74
Guatemala	249,576	460,600	0.54
España	96,310	28,194	3.42
Brasil	65,444	55,949	1.17
Chile	63,368	21,732	2.92
China	32,061	15,230	2.11
Francia	14,024	4,607	3.04
Suiza	8,623	3,252	2.65
Bélgica	8,530	1,706	5.00

Chicoria tostada y demás sucedáneos

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	208,566	36,251	5.8
Francia	83,336	18,786	4.4
Suiza	106,874	16,294	6.6
España	16,242	1,088	14.9
Estados Unidos de América	1,875	57	32.9
Reino Unido	239	26	9.2

Tableros de fibra de madera

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 31 competidores	123,906,157	223,378,621	0.55
Estados Unidos de América	42,866,598	115,684,406	0.37
Austria	20,948,195	25,295,708	0.83
Alemania	16,772,884	17,918,197	0.94
Brasil	9,788,561	21,319,867	0.46
Chile	8,295,218	11,352,326	0.73
Suiza	6,858,594	8,444,616	0.81
Francia	5,965,060	6,177,769	0.97
Bélgica	4,138,327	4,041,101	1.02
Canadá	1,286,237	1,762,332	0.73
Italia	1,161,599	1,083,154	1.07

Madera Contrachapada de coníferas

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 35 competidores	294,835,177	491,851,194	0.60
Estados Unidos de América	131,927,456	238,918,274	0.55
Chile	119,152,897	178,234,345	0.67
Brasil	28,079,068	53,017,962	0.53
Italia	4,536,752	7,493,780	0.61
China	3,927,312	5,738,207	0.68
Canadá	3,381,714	3,543,663	0.95
Guatemala	1,648,093	2,513,520	0.66
Rusia antes U.R.S.S.	826,635	973,577	0.85
Indonesia	279,746	364,854	0.77
Malasia	248,318	331,239	0.75

Las demás maderas contrachapadas que tengan al menos un tablero de partículas

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	9,050,285	7,219,880	1.25
Estados Unidos de América	8,271,636	6,561,227	1.26
Rusia antes U.R.S.S.	103,715	132,135	0.78
China	301,308	272,745	1.10
Indonesia	159,058	132,391	1.20
Taiwán	48,709	31,988	1.52
Canadá	23,517	17,123	1.37
Sudáfrica	1,099	300	3.66
Honduras	12,362	5,272	2.34
Chile	74,277	27,072	2.74
Malasia	30,400	26,886	1.13
Perú	2,562	2,691	0.95
Suecia	21,642	10,050	2.15

Las demás maderas contrachapadas que contengan una hoja de las maderas tropicales

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 14 competidores	1,408,308	890,204	1.58
Estados Unidos de América	787,071	380,174	2.07
Brasil	205,018	315,366	0.65
Perú	141,547	79,609	1.78
Honduras	101,853	22,468	4.53
Canadá	93,109	23,764	3.92
Indonesia	40,396	29,637	1.36
China	12,940	18,603	0.70
Sudáfrica	8,274	3,651	2.27
Malasia	7,359	6,750	1.09
Hong Kong	4,586	3,545	1.29

Las demás maderas contrachapadas que contengan al menos un tablero

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	3,195,135	4,390,151	0.73
Estados Unidos de América	3,061,260	4,191,763	0.73
Indonesia	95,197	157,745	0.60
China	10,637	7,366	1.44
India	1,392	1,351	1.03
Canadá	18,796	20,639	0.91
Colombia	316	210	1.50
Corea del Sur	720	45	16.00
Taiwán	6,451	10,451	0.62
Rusia antes U.R.S.S.	366	581	0.63

Cuadernos

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 68 competidores	74,183,252	38,580,767	1.92
Colombia	22,086,328	11,624,297	1.90
Chile	21,987,735	13,227,690	1.66
Estados Unidos de América	14,669,714	5,763,106	2.55
China	5,768,454	2,556,217	2.26
Argentina	1,924,426	1,131,976	1.70
India	1,687,531	1,292,682	1.31
Venezuela	1,495,800	924,562	1.62
Uruguay	1,409,161	1,017,285	1.39
España	1,333,092	403,949	3.30
Brasil	306,407	166,457	1.84

Plata Semilabrada

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 24 competidores	20,523,099	981,497,464	0.021
Estados Unidos de América	19,062,328	837,175,283	0.023
Malasia	417,800	34,355,685	0.012
España	275,960	73,547,004	0.004
Italia	172,840	30,453,120	0.006
Francia	159,596	827,013	0.193
Alemania	139,237	1,587,581	0.088
Dinamarca	83,893	619,129	0.136
Japón	79,933	195,702	0.408
Chile	69,025	840,450	0.082
Taiwán	16,450	712,898	0.023

Chapado de Plata

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 13 competidores	358,831	25,614,651	0.014
Estados Unidos de América	292,925	24,798,011	0.011
Francia	22,589	121,247	0.186
Alemania	21,853	543,499	0.040
India	8,322	7,874	1.056
China	4,036	33,890	0.119
Comunidad Europea	2,975	16,070	0.185
Italia	2,009	1,735	1.157
República Checa	1,822	67,080	0.027
Panamá	644	1,500	0.429
Reino Unido	442	6,000	0.073

Oro Semilabrado

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 20 competidores	174,932,800	3,491,540	50.1
Estados Unidos de América	130,121,781	1,477,128	88.1
India	26,494,293	244,277	108.5
Singapur	10,003,779	7,582	1,319.4
Japón	5,447,047	1,121,819	4.9
Alemania	1,019,251	622,384	1.6
Italia	937,933	2,382	393.8
Países Bajos	599,296	15,811	37.9
Finlandia	140,670	58	2,425.3
Malasia	104,973	29	3,619.8
Reino Unido	35,312	6	5,885.3

Chapado de Oro

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total	1,300,245	97,133	13.4
Estados Unidos de América	1,072,031	96,126	11.2
Francia	173,548	739	234.8
España	23,079	136	169.7
Canadá	19,342	24	805.9
China	7,322	87	84.2
Comunidad Europea	2,942	10	294.2
Japón	750	1	750.0
Singapur	629	0	
Alemania	602	10	60.2

Asientos de ratán, mimbre o bambú

País	Valor	Volumen	Precios en dólares por kg
Total 36 competidores	9,171,080	147,900	62.0
Indonesia	3,855,892	70,364	54.8
China	1,653,427	37,107	44.6
Filipinas	1,106,701	13,126	84.3
Estados Unidos de América	725,870	4,961	146.3
España	656,095	5,637	116.4
Tailandia	294,518	5,993	49.1
Italia	227,804	1,611	141.4
India	200,610	2,526	79.4
Brasil	127,021	977	130.0
Malasia	86,375	2,467	35.0

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI

Anexo N° 8
Precios de productos de estudio en el mercado mexicano

Precio de la mojarra tilapia.
 En dólares por kilogramo
 Al 18 de agosto de 2006

Precio	Punto de venta
2.58	Wal Mart
2.45	Mercado de pescados y mariscos "La Viga"
3.00	Mercado de barrio

Precio del rosal rojo
 En dólares por kilogramo
 Al 18 de agosto de 2006

Precio por docena	Precio por doce docenas	Punto de venta
5.45	73.60	Mercado de pescados y mariscos "La Viga"
5.00	72.70	Mercado de tamaño medio
7.80	76.30	Mercado de barrio

Precio de los chifles o plátano deshidratado natural
 En dólares
 Al 18 de agosto de 2006

Marca	Contenido	Precio	Punto de venta
Zodak	100 gr.	2.54	Wal Mart
Light Faro Nuts	80 gr.	1.45	Liverpool
Barcel	25 gr.	0.45	Tienda de barrio
Sabritas	30 gr.	0.36	Tienda de barrio

Precio del mango mexicano
 En dólares por kilogramo
 Al 18 de agosto de 2006

Variedad de mango	Wal Mart	Central de Abasto	Mercado de Barrio	Tianguis
Paraíso o petacón	0.67	0.61	0.69	0.60
Manila	1.63	1.61	1.86	1.65
Ataulfo	1.73	1.70	1.70	1.59

Precio de conservas de atún y sardinas
En dólares
Al 18 de agosto de 2006

Producto y Marca	Wal Mart	Mega Comercial Mexicana	Central de Abasto	Mercado de Barrio
Atún en agua, de 170 gramos				
Herdez (Marinazul)	0.96	0.98	0.93	1.01
Dolores	0.70	0.71	0.63	0.72
Great Value	0.63	-	-	-
Nair	0.55	-	0.53	0.64
Atún en aceite, de 170 gramos				
Herdez (Marinazul)	0.68	0.69	0.65	0.72
Dolores	0.70	0.74	0.63	0.86
Sardina en salsa de tomate, de 425 gramos				
Calmex	0.95	0.96	0.93	1.00
Guaymex	0.85	-	0.77	0.96
Herdez	0.81	0.82	0.78	0.86

Precio de los palmitos
En dólares
Al 18 de agosto de 2006

Marca	Contenido	Precio	Punto de venta
Ibe (de Brasil)	400 gr.	2.75	Wal Mart
La Cima (de Costa Rica)	400 gr.	1.87	Wal Mart
San Miguel (de México)	420 gr.	2.23	Wal Mart
Pasa (de Guatemala)	810 gr.	4.02	Gigante

Precio de cuadernos de 100 hojas forma francesa
En dólares por pieza
Al 18 de agosto de 2006

Marca	Wal Mart	Papelería de Barrio	Mega Comercial Mexicana
Urman	1.45	1.55	1.47
Scribe Escolar	0.80	0.86	0.81
Main Stays	0.63	-	0.65
Scribe	1.54	1.59	1.55
Jean Book de Norma	2.30	2.53	2.32

Precio de estufas a gas
 En dólares por pieza
 Al 18 de agosto de 2006

Marca	Quemadores y tamaño	Wal Mart	Sears	Elektra
Mabe	4, 20"	250	300	159
Mabe	6, 30"	482	402	391
Acros	6, 30"	349	468	399
Continental	6, 30"	-	545	-
Smart Cook	6, 30"	-	1,727	-
Bosch	6, 30"	-	499	-
Koblenz	4, 20"	-	418	-
IEM	4, 20"	-	-	200
IEM	4, 20"	-	-	100

Anexo N° 9
Resumen del documento
“Potencial de productos ecuatorianos en el mercado mexicano:
marco de comercio internacional en México”, de 132 páginas

SUGERENCIAS CLAVE PARA LA IMPORTACION:

Para ayudar a las autoridades a agilizar el despacho aduanero en la importación de mercancías a México:

- Incluya la información requerida por su cliente en sus facturas
- Prepare sus facturas cuidadosamente. Redáctelas claramente. No permita espacio excesivo entre líneas. Guarde los datos en cada columna
- Asegúrese de que sus facturas contengan la misma información mostrada en la lista de empaque
- Marque y numere cada atado, envase o empaque para que pueda ser identificado con las marcas correspondientes y los números que aparecen en la factura
- Muestre en su factura una descripción detallada individualmente de cada mercancía contenida en cada paquete, atado, envase o empaque
- Cuando los datos de identificación detallada de la mercancía se encuentren en idiomas distintos del español, inglés o francés, debe traducirlos al idioma español en la misma factura o en un documento anexo. Lo anterior también es aplicable para el manifiesto de carga
- Marque las mercancías con el nombre del país de origen, aun cuando estén exentos de los requisitos de marcado de país de origen y de otros requisitos de marcado que indiquen las leyes mexicanas
- Avise a su cliente que cumpla previamente con las disposiciones establecidas en las leyes mexicanas que apliquen a sus bienes, así como con las leyes relacionadas con drogas, cosméticos, bebidas alcohólicas, alimentos y materiales radiactivos.
- Observe de cerca las instrucciones respecto a la facturación, empackado, marcado, etiquetado, etc. Aclare todas sus dudas con su agente aduanal; él deberá efectuar un análisis cuidadoso de los requisitos que tendrá que cumplir al arribo del embarque
- No permita que personas ajenas tengan la oportunidad de introducir mercancía prohibida en sus bultos; establezca medidas de seguridad mientras exporta sus bienes
- Tenga cuidado, observe previamente todas y cada una de las disposiciones que las Leyes establecen

EL AGENTE ADUANAL:

El Artículo 160 de la Ley Aduanal mexicana define que el agente aduanal deberá cubrir los siguientes requisitos para operar:

Ocuparse, por lo menos, de 15% de las operaciones de importación y exportación con valor que no rebase al que mediante reglas determine la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Cuando los agentes aduanales tengan autorización para despachar en aduanas distintas a la de su adscripción a que se refiere esta fracción, será aplicable para cada una de las aduanas en las que operen. La propia Secretaría podrá cambiar la obligación a que se refiere en el primer párrafo de esta fracción, autorizando, a petición de los agentes aduanales de un determinado lugar, que el servicio se proporcione en forma rotatoria o permanente para el total de las operaciones a que se refiere esta fracción por uno o varios agentes.

En los casos a que se refiere esta fracción, el agente aduanal tendrá derecho a una contraprestación de \$80.00 (pesos) por cada operación de importación para las que tiene obligación de ocuparse, que son aquellas cuyo valor no exceda del equivalente a 3000 dólares.

Así, los únicos que pueden llevar a cabo los trámites y todas las actuaciones y notificaciones que se deriven del despacho aduanero de las mercancías son los agentes y apoderados aduanales, quienes fungen como representantes legales de los importadores y exportadores, una vez recibida la carta de encomienda.

El agente aduanal es responsable de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen aduanero de las mercancías y de su correcta clasificación arancelaria, así como del cumplimiento de las demás obligaciones que en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias rijan para dichas mercancías, de conformidad con lo previsto por la Ley Aduanera y por las demás leyes y disposiciones aplicables.

Aunque existen excluyentes de esta responsabilidad, entre otras cuando la misma derive de la falsedad de los datos o documentos proporcionados por su cliente, siempre y cuando el agente no hubiera podido conocer dicha inexactitud o falsedad al examinar las mercancías; de la veracidad del valor declarado cuando conserve la manifestación de valor y copia del documento en que conste la garantía en materia de precios estimados; cuando la omisión de contribuciones se deba a la aplicación de un arancel preferencial derivado de un tratado de libre comercio, siempre y cuando guarde copia del certificado de origen debidamente documentado, se cerciore de que la mercancía está amparada por el mismo y cumple con las reglas de origen aplicables. Estas excluyentes no aplican cuando el agente utilice un Registro Federal de Contribuyentes (RFC) falso.

El agente aduanal es responsable solidario del pago de los impuestos al comercio exterior y de las demás contribuciones, así como de las cuotas compensatorias que se causan con motivo de la introducción de mercancías al territorio nacional, en cuyo despacho aduanero intervenga personalmente o por conducto de sus mandatarios o empleados autorizados. La responsabilidad solidaria comprende los accesorios, con excepción de las multas.

BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN Y EL MOMENTO DE CAUSACIÓN

La base gravable del impuesto general de importación es el valor en aduana de las mercancías, salvo los casos en que la Ley de la materia establezca otra base gravable.

El valor en aduana de las mercancías es el valor de transacción de las mismas, se entiende por valor de transacción de las mercancías que se importan, el precio pagado por las mismas, siempre y cuando se vendan para ser exportadas a territorio nacional por compra efectuada por el importador, precio que se ajustará, en su caso, en los términos de lo dispuesto en el artículo 65 de la Ley Aduanera. Se entiende por precio pagado el pago total que por las mercancías importadas haya efectuado o vaya a efectuar el importador de manera directa o indirecta al vendedor o en beneficio de éste.

En el caso de bienes que no sean originarios de los Estados Unidos o de Canadá, el valor en aduana de las mercancías importadas incluye los gastos de transporte, seguros y gastos conexos, tales como carga, descarga y manipulación en que se incurra con motivo del transporte de las mercancías hasta el lugar del fondeo de la embarcación que las transporte al puerto al que vengán destinadas hasta el lugar en que las mercancías crucen la línea divisoria internacional, o el lugar en que arribe la aeronave que las transporte al primer aeropuerto nacional.

EL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN PUEDE SER:

- Ad valorem, cuando se exprese en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía
- Específicos, cuando se exprese en términos monetarios por unidad de medida
- Mixtos, cuando se trate de una combinación de los dos anteriores

Y se corresponde a la fracción arancelaria en la que se clasifique la mercancía importada, conforme a la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, o la Tabla de Desgravación de México prevista en algún tratado de libre comercio, al valor en aduanas de la mercancía importada en los términos establecidos en los artículos 64 a 78 de la Ley Aduanera. (Artículo 12 de la Ley de Comercio Exterior).

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)

El IVA se causa con motivo de la importación y se determina aplicando una tasa del 15%. Tratándose de la importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación, incluyendo, en su caso, las cuotas compensatorias. En la franja o región fronteriza este impuesto es de 10%. (Artículo 27 de la Ley del IVA).

PADRÓN DE IMPORTADORES

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) a través de la Administración de Padrón de Importadores, adscrita a la Administración General de Aduanas (AGA), es la encargada de crear un padrón de importadores completo y confiable, capaz de proporcionar una herramienta eficaz para combatir la evasión fiscal, así como fomentar el control de las operaciones de comercio exterior.

Es obligación de los importadores estar inscritos en el Padrón de Importadores, para lo cual deben estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, acreditar ante las autoridades aduaneras que se encuentran inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes, cumplir con los demás requisitos que establece el Reglamento de la Ley Aduanera y Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para el año 2005.

Este trámite administrativo es gratuito y en ningún caso se admitirá la gestión de negocios (Artículo 59, fracción IV y 71 a 79 de la Ley Aduanera, artículo 27 del Código Fiscal de la Federación y título 2.2. de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para el año 2005).

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La clasificación arancelaria consiste en la ubicación de una determinada mercancía en la fracción que le corresponde dentro de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y, se realiza aplicando las Notas de Sección, las Notas de Capítulo, las Reglas Complementarias y las Notas Explicativas de la referida Tarifa, así como de diversos criterios que existen sobre clasificación.

En sí todas las mercancías se encuentran clasificadas en esta tarifa, la cual tiene un orden sistemático, armonizado y codificado en la que cada mercancía es identificada con una serie de números que en general significa lo mismo en la mayoría de las aduanas del mundo.

Los números se leen de dos en dos de izquierda a derecha e identifican en ese orden al Capítulo, la Partida, la Subpartida y el Arancel, los primeros seis son a nivel general, es decir identifican a esa mercancía en todas las aduanas del mundo y los dos últimos (arancel), los asigna el país de que se trate a efecto de pago de los impuestos al comercio exterior.

Los encargados de realizarla son los Agentes y Apoderados Aduanales, para ello, quien los contrate debe de proporcionarle la información necesaria sobre la identificación y cualidades de la mercancía para que se esté en posibilidad de realizar una correcta clasificación, ya que de ello depende el pago del arancel y el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias.

Los importadores, previamente a la operación de comercio exterior que pretendan realizar, pueden consultar a las autoridades aduaneras sobre la clasificación arancelaria de las mercancías objeto de la operación de comercio exterior, cuando consideren que se pueden clasificar en más de una fracción arancelaria.

EMISIÓN Y APLICACIÓN DE LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM)

Antes de la internación al país de una mercancía sujeta al cumplimiento de una NOM, se deberá contar con el certificado o autorización de la dependencia competente que regula el producto o servicio correspondiente, o de órganos reguladores extranjeros que hayan sido reconocidos o aprobados por las dependencias competentes (SE, SHCP, SAT, a través de las autoridades aduaneras; Salud, Sagarpa, Semarnat y Sedena, entre otras).

El incumplimiento de las NOM es sancionado de conformidad con la Ley de la materia. Así tenemos que en la Ley Aduanera, por ejemplo, las NOM son consideradas como regulaciones y restricciones no arancelarias, distintas de las cuotas compensatorias y en aquellos casos de incumplimiento las autoridades aduaneras podrán proceder al embargo precautorio de las mercancías y de los medios en que se transporten, cuando se trate de NOM referentes a información comercial, sólo procederá el embargo cuando el incumplimiento se detecte en el ejercicio de una visita domiciliar o una verificación de mercancías en transporte, a independientemente de su multa respectiva, por lo que se impondrá multa del 70% al 100% del valor comercial de las mercancías cuando no se compruebe el cumplimiento de dichas regulaciones y restricciones no arancelarias. Dicha multa será del 2% al 10% del valor comercial de las mercancías cuando omitan o asienten datos inexactos en relación con el cumplimiento de las NOM.

En México, al igual que existe gran diversidad de mercancías, también se ha establecido un gran número de NOM, emitidas por las diversas Secretarías atendiendo a su competencia, y es obligatorio su cumplimiento. La certificación de las NOM sirve para comprobar el cumplimiento con una NOM y garantizar a los consumidores que el producto cumple con las especificaciones respectivas y por ende respeta su salud e integridad física, ya que los productos han cubierto las pruebas y requisitos mínimos de seguridad y calidad (Ley Federal de Metrología y Normalización).

El medio para demostrar en las aduanas el cumplimiento de las normas oficiales ordinarias, así como las de emergencia, es la presentación del Certificado NOM, expedido por aquellas instituciones de certificación debidamente acreditadas ante la Dirección General de Normas, dependiente de la Secretaría de Economía.

EXENCIÓN DE IMPUESTOS

De conformidad con lo establecido en la Ley Aduanera, en la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, y en los diferentes tratados de libre comercio que ha suscrito México, existen mercancías a las cuales no se les aplica un arancel o impuesto al comercio exterior, así se tienen los siguientes ejemplos:

Equipaje de pasajeros internacionales, Menaje de casa, Donaciones
Vehículos especiales o adaptados para discapacitados, y las mercancías que éstos importen para su uso personal
Piezas postales consideradas por los convenios internacionales como correspondencia
Muestras y muestrarios sin valor comercial
Ataúdes y urnas que contengan cadáveres o sus restos.

Anexo N° 10
Ejemplo de información obtenida sobre preferencias vigentes
para un ítem Naladi de los productos de estudio

Capítulo: 44 - Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera

Partida: 4412 - Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar

Ítem: 44121499 - Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas

NALADI 1983

México	AR.PAR N° 4	EC	40 %	
Ecuador	AR.PAR N° 4	AR BR ME	Ver Observaciones	

Ítem: 44121200 - Las demás, con una hoja externa, por lo menos, de madera distinta de la de coníferas

NALADI 1993.

México	AR.AM N° 2	EC	0 GPA	
México	AR.AM N° 2	EC	0 GPA	

Ítem: 44121400 - Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas

NALADI 1996.

México	AAP.R N° 29	EC	90 %	
México	AAP.R N° 29	EC	100 %	

FUENTE: SECRETARÍA GENERAL DE LA ALADI

Anexo N° 11
Ejemplo de información obtenida sobre preferencias vigentes para un ítem mexicano de los productos de estudio.

Referencia: http://www.economia-snci.gob.mx/sic_sistemas/siavi/entrada.php

Estadísticas de comercio:



Comercio 44 Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera.

4412 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar.

Comercio

- Madera contrachapada constituida exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario inferior o igual a 6 mm:

441219 -- las demás.



Comercio

44121999 Las demás.

Información histórica a nivel fracción: [Exportaciones](#) [Importaciones](#)

[Historia arancelaria](#)

Unidad de Medida: Kg



[Empresas que comercializan estos productos \(información a 6 dígitos\)](#)

Aranceles a la importación aplicados por México a:

■ *Socios comerciales (tarifa mexicana):*

TLCAN

EE.UU.	Canadá
Ex.	Ex.

Triángulo del Norte

El Salvador	Guatemala	Honduras
Ex.	1.7	Ex.

Centroamérica

Costa Rica	Nicaragua
Ex.	1.5/1.0

G - 3

Colombia	Venezuela
Ex.	Ex.

América del Sur

Chile	Uruguay	Bolivia
Ex.	Ex.	Ex.

Unión Europea

Unión Europea
4.0

AELC

Noruega	Suiza	Islandia
4.0	4.0	4.0

Israel

Israel
Ex.

Japón

Japón
EXCL

- Países no socios:
Arancel Nación Más Favorecida (NMF): 20

➤ Arancel de exportación aplicado por México: Ex.

➤ [Aranceles aplicados a estos productos por nuestros socios comerciales](#)

EXPORTACIONES:

Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Inteligencia Comercial

El 1 de abril de 2002, entró en vigor la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE). Anterior a esta fecha, el contenido actual de la fracción **4412.19.99** de exportación estaba conformado por la fracción(es):

Fracciones Anteriores	Cambio	Fracción(es) Actual(es)
4412.19	Se dividió en:	4412.13.99, 4412.19.01 y 4412.19.99 .

Distribución de las fracciones con base en la correlación publicada el 18 de enero de 2002 en el DOF.

Fracciones Anteriores: Se refieren a las fracciones vigentes hasta el 31 de marzo de 2002.

Fracciones Actuales: Se refieren a las fracciones vigentes a partir del 1 de abril de 2002.

*A continuación se presenta la información histórica de exportaciones para las Fracciones Anteriores. Estos datos no son directamente comparables con los de la fracción **4412.19.99** de la TIGIE (01/abr/2002).*

441219 : -- Las demás.

Valor en miles de dólares

ón.

IMPORTACIONES:

Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Inteligencia Comercial

El 1 de abril de 2002, entró en vigor la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE).

Anterior a esta fecha, el contenido actual de la fracción **4412.19.99** de importación estaba conformado por la fracción(es):

Fracciones Anteriores	Cambio	Fracción(es) Actual(es)
4412.19.99	Se dividió en:	4412.13.99 y 4412.19.99 .

Distribución de las fracciones con base en la correlación publicada el 18 de enero de 2002 en el DOF.

Fracciones Anteriores: Se refieren a las fracciones vigentes hasta el 31 de marzo de 2002.

Fracciones Actuales : Se refieren a las fracciones vigentes a partir del 1 de abril de 2002.

HISTORIA ARANCELARIA:

Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Inteligencia Comercial

Relación de modificaciones, de conformidad a Diarios Oficiales

para la fracción arancelaria **4412.19.99**

Se crea fracción	Unidad de medida	Texto	Arancel importación	Arancel exportación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor
	Kg					
	Kg	Las demás.	23	Ex.	<u>18-Ene-2002</u>	1-Abr-2002
Cambio de arancel de importación	Arancel importación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor			
	20	<u>30-Dic-2004</u>	31-Dic-2004			
Cambio de arancel de importación	Arancel importación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor			
	32.7	<u>7-Sep-2005</u>	8-Sep-2005			
Cambio de arancel de importación	Arancel importación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor			
	28.5	<u>7-Sep-2005</u>	16-Ago-2006			
Cambio de arancel de importación	Arancel importación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor			
	24.2	<u>7-Sep-2005</u>	16-Ago-2007			
Cambio de arancel de importación	Arancel importación	Fecha de publicación	Fecha de entrada en vigor			
	20	<u>7-Sep-2005</u>	16-Ago-2008			

La información normativa presentada en este sistema es únicamente de referencia. Ante cualquier diferencia entre lo publicado en el Diario Oficial de la Federación y la normatividad en el sistema, prevalecerá lo publicado en el Diario Oficial de la Federación.

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI

Anexo N° 12
Carta de solicitud de entrevista a representantes empresariales
vinculados a productos de estudio

México, D.F. a 11 de junio de 2006.

Le solicito su amable colaboración en la realización del *Estudio del mercado mexicano para productos seleccionados de la oferta exportable ecuatoriana*, encargado por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y la Secretaría de Economía en respuesta a una petición del gobierno de Ecuador.

La ALADI es un organismo intergubernamental existente desde 1980 con doce países miembros, incluido México, para promover la integración económica y comercial de la región, reconociendo a Ecuador como país de menor desarrollo económico relativo y, por tanto, beneficiario de acciones de asistencia técnica como el Estudio para el que se necesita la generosa colaboración de Usted.

El Estudio deberá establecer las oportunidades comerciales que ofrece el mercado de nuestro país a los bienes ecuatorianos e identificar potenciales compradores, a partir de entrevistas a representantes de empresas --que como en su caso-- importan, distribuyen y/o consumen los productos sujetos a análisis, sean originarios o no de Ecuador.

Los beneficiarios de los resultados que arroje el Estudio incluyendo los datos, opiniones y recomendaciones que pueda Usted proporcionarnos serán las empresas productoras ecuatorianas, generalmente de micro y pequeñas dimensiones, deseosas de iniciar o aumentar sustancialmente sus operaciones de venta a empresas mexicanas.

Gracias por sus aportes.

Profr. Jorge Deschamps Góngora
Coordinador del Estudio del Mercado para Productos Ecuatorianos
y Catedrático de Integración Económica Internacional en la UNAM.
Calle F, Casa 19, cerca de Miramontes, Colonia Educación, D.F.
deschampsjorge@hotmail.com y jorged@economia.unam.mx
Teléfono y Fax: 5649 0588, y Celular: 04455 2517 0456

Anexo N° 13
Carta de agradecimiento de la información recibida dirigida a los entrevistados

México, D.F. a 11 de junio de 2006.

Le agradezco la amable colaboración que se sirvió prestarnos en la realización del *Estudio del mercado mexicano para productos seleccionados de la oferta exportable ecuatoriana*, encargado por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y la Secretaría de Economía en respuesta a una petición del gobierno de Ecuador.

La ALADI es un organismo intergubernamental existente desde 1980 con doce países miembros, incluido México, para promover la integración económica y comercial de la región, reconociendo a Ecuador como país de menor desarrollo económico relativo y, por tanto, beneficiario de acciones de asistencia técnica como el Estudio para el que se obtuvo la generosa colaboración de Usted.

El Estudio deberá establecer las oportunidades comerciales que ofrece el mercado de nuestro país a los bienes ecuatorianos e identificar potenciales compradores, a partir de entrevistas a representantes de empresas --que como en su caso-- importan, distribuyen y/o consumen los productos sujetos a análisis, sean originarios o no de Ecuador.

Los beneficiarios de los resultados que arroje el Estudio incluyendo los datos, opiniones y recomendaciones que Usted nos proporcionó serán las empresas productoras ecuatorianas, generalmente de micro y pequeñas dimensiones, deseosas de iniciar o aumentar sustancialmente sus operaciones de venta a empresas mexicanas.

Gracias por sus aportes.

Profr. Jorge Deschamps Góngora
Coordinador del Estudio del Mercado para Productos Ecuatorianos
y Catedrático de Integración Económica Internacional en la UNAM.
Calle F, Casa 19, cerca de Miramontes, Colonia Educación, D.F.
deschampsjorge@hotmail.com y jorged@economia.unam.mx
Teléfono y Fax: 5649 0588, y Celular: 04455 2517 0456

Anexo N° 14
Ejemplo de empresas distribuidoras en el área conurbana de la ciudad de México de cada uno de los productos de estudio según fuente de la Secretaría de Economía

OPCIONES DE CONSULTA: **Estado: DISTRITO FEDERAL, Giro: pescado, Ventas: De 501 a 1,000**

TOTAL DE LA CONSULTA: **19**

MOSTRANDO PAGINA: **1 DE 1**

Si desea ver el detalle de alguna de las empresas del listado de click sobre su razón social.

Puede obtener un archivo de esta consulta dando click en la palabra guardar del menu superior o inferior

RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	TELEFONO FAX CORREO ELECTRONICO	RANGO DE VENTAS EMPLEADOS
ALFREDO HERNANDEZ FIGUEROA [2006]	CALZADA EJE 6 SUR 560 LOC C 32 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001946	De 501 a 1,000 3
ENRIQUE TADAO AZANO BECERRA [2006]	ANDADOR EJE 6 SUR 560 LOC C 31 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56000550	De 501 a 1,000 1
FELIPE BELMONT ROMERO [2006]	AVENIDA EJE 6 SUR 560 LOC A 35 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)5600345	De 501 a 1,000 1
GILBERTO VILLEDA SANCHEZ [2006]	CALLE ERNESTO PUGIBE 21 L 84 COL. COLONIA CENTRO DE LA CIUDAD DE MEXICO AREA 7 CP. 06070	DISTRITO FEDERAL CUAUHTEMOC	(55)55103577	De 501 a 1,000 1
HILARIO CRUZ DELFIN [2006]	ANDADOR EJE 6 SUR 560 LOC A 34 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56947252	De 501 a 1,000 1
ISAIAS ARIAS VERA [2005]	ANDADOR EJE 6 SUR 560 LOC D 44 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001907	De 501 a 1,000 3
JOSE ALFREDO SANTOS CONTRERAS [2006]	CALZADA EJE 6 SUR 560 LOC D 28 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001174	De 501 a 1,000 1
JOSE ANGEL SANTOS DELGADO [2004]	AVENIDA EJE 6 SUR 560 LOC D 28 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001174 registro@ccmexico.com.mx	De 501 a 1,000 9
JOSE MOISES HERIBERTO HERNANDEZ VAZQUEZ [2006]	CALLE PROLONGACION EJE 6 SUR 560 LOC D 45 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001515	De 501 a 1,000 2
KARLA JANETTE TORAL GODINEZ [2005]	ANDADOR EJE 6 SUR 560 LOC D 51 COL. PUEBLO ACULCO CP. 09410	DISTRITO FEDERAL IZTAPALAPA	(55)56001555	De 501 a 1,000 1

Anexo N° 15

Ejemplo de empresas importadoras de cada uno de los productos de estudio según fuente de la Secretaría de Economía con datos del Banco de México.

0804.50.03 Mangos

Relación de Empresas que Exportan o Importan a través de la fracción: 080450 Dátiles, piñas o ananás, aguacates o paltas, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos

Empresas exportadoras **31**, importadoras **18**

AGROPECUARIA ZUMPANGO SA DE CV

AGUILAR CALDERON CLAUDIO

CASA ABASCAL SA

COCANMEX SA DE CV

COMERCIAL XALOS SA DE CV

CONFECTIONERY GROUP INTERNATIONAL SA DE CV

CORPORATIVO A M & M SA DE CV

DUBACANO SA DE CV

FRUTAS FINAS DEL NOROESTE, S.A. DE C.V.

HORTICOLA INDUSTRIAL SA DE CV

IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE FRUTAS Y LEGUMBRES DE MEXICO SA DE CV

INTERFRUVER DE MEXICO SA DE CV

INTERNATIONAL TRADING COMPANY SA DE CV

KELLOGG DE MEXICO SA CV

OPERADORA FRUTAL SA DE CV

PROCESADORA PALMA SA DE CV

PRODUCTOS ALIMENTICIOS DESARROLLADOS SA DE CV

PRODUCTOS COMESTIBLES SA DE CV

Anexo N° 16
Empresas importadoras de dos o más productos de estudio

Nombre	Ítems	Ítems	Ítems
A & J CHEESE CO DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
ABARROTES CHAVIRA, S.A. DE C.V.	1604.13.01,99;	18.06.10.01,99;	21.01.11.01,02,99
ABARROTES Y CHOCOLATES ORTIZ, S.A. DE C.V.	1604.13.01,99		
ABASTECEDORA DE ALIMENTOS Y EMBUTIDOS VALLE HERMANOS, S.A. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
ALTA TECNOLOGIA EN MOCHILAS, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99;	21.01.11.01,02,99	
BASA DISTRIBUCIONES, S.A. DE C.V.	2101.11.01,02,99		
BOTANUTRIC DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99		
BROKER DISTRIBUCIÓN, S.A. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
BRUNSWICK PESCADOS Y MARISCOS, S.A. DE C.V.	1604.13.01,99		
CASA LEY, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99;	21.01.11.01,02,99	94.03.80.01
CASA REZA, S.A. DE C.V.	1604.13.01,99		
CENTRO COMERCIAL TRICO SN JERÓNIMO, S.A. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
CESAR FCR, S.A. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
CIDGO, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99		
COMERCIAL HISPANA, S. DE R.L.	1604.13.01,99;14.01,02,03,04,99	18.06.10.01,99	
COMERCIALIZADORA AMIGO MAGU, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99		
COMERCIALIZADORA MEXICO AMERICANA, S.A. DE C.V.	1604.13.01,9916.04.14.01,02,03,04,99	2101.11.0148.20.20.01;	73.21.11.01;94.03.30.01,40.01,50.01
CONSERVAS ISABEL MÉXICO, S.A. DE C.V.	1604.14.01,02,03,04,99		
CORPORATIVO ALTEX, S.A. DE C.V.	2101.11.01,02,99		
COSTCO DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99;	50.01,80.01	94.03.30.01,
COSWAY IMPORT, S.A. DE C.V.	2101.11.01,02,99		
DECS INTERNATIONAL MÉXICO, S.A. DE C.V.	2101.11.01,02,99		
DISEÑOS Y ENSAMBLES VELAZCO, S.A. DE C.V.	7106.92.0171.09.00.01		
DISTRIBUIDOR INTERNACIONAL DE ALIMENTOS, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99	20.08.91.01	
DISTRIBUIDORA AUTOMATIZADA, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99		

Nombre	Ítems	Ítems	Ítems
DISTRICOMEX S.A. DE C.V.	1604.13.01,99	21.01.11.01, 02, 99	94.03.40.01
EFFEM MEXICO INC Y COMPAÑÍA, S. EN N.C. DE C.V	2101.11.01,02, 99		
EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V.	1604.14.01, 02, 03,04,99		94.03.30.01,40. 01, 50.01, 80.01
ELIAS PANDO, S.A. DE C.V.	1604.14.01, 02, 03,04,99		
EMOR, S.A. DE C.V.	7106.92.01 71.08.13.01		
EQUIPOS MILITARES MARTE, S.A.	6504.00.01	71.07.00.01 71.09.00.01	
EXPOCASA, S.A. DE C.V.	4412.22.01, 92.01, 99,99		
FRUTERIA CUAUHEMOC, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99		
GIGANTE, S.A. DE C.V.	2009.80.01	21.01.11.01, 02,99	
GRANDES SUPERFICIES DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99	20.09.80.01	94.03.30.01 40.01,50.01, 80.01
GRUPO FAMSA, S.A. DE C.V.	7321.11.01		94.03.40.01
GRUPO PROALIMEX, S.A. DE C.V.	2101.11.01, 02,99		
GUILLESA INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.	2008.91.01 2009.80.01		94.01.50.01 94.03.80.01
HERSHEY MÉXICO, S.A. DE C.V.	1805.00.01	21.01.11.01, 02,99	
HOME MART MEXICO, S.A. DE C.V.	7321.11.01		94.03.80.01
IBERMIR, S.A. DE C.V.	1604.14.01, 02, 03,04,99		
IMPORTACIONES COLOMBRES, S.A. DE C.V.	1604.13.01,99; 14.01,02,03,04, 99		
INDUSTRIA AGRICOLA CARREDANA, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99; 14.01,02, 03,04,99		
INDUSTRIA DE BEBIDAS Y ALIMENTOS, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99;	21.01.11.01, 02, 99	
INDUXTRA MÉXICO, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99		
JOYCO DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1804.00.01 1805.00.01		
KELLOGG DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	0804.50.03	1805.00.01.	9403.80.01
LA ECONOMICA DE ABASTOS, S. DE R.L. DE C.V.	1604.13.01, 99;		
LA PUERTA DEL SOL, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99; 14.01,02,03,04, 99	2008.91.01; 2009.80.01	
LADY LUCK METAL, S.A. DE C.V.	7108.13.01 7109.00.01		
LOGISTICA INTEGRAL DEL CARIBE, S.A. DE C.V.	2008.91.01		9401.50.01 9403.80.01

Nombre	Ítems	Ítems	Ítems
MACHINE COFFEE, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99		
MANUFACTURAS BAJA, S.A. DE C.V.	2101.11.01, 02, 99		
MARINDUSTRIAS, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99		
MERCANTIL CUAUTITLAN, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99; 14.01,02,03,04, 99	20.08.91.01	
MICHELE IMEX DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	6504.00.01		94.03.40.01
NAD DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1604.14.01, 02 03,04,99		
NESTLE MÉXICO, S.A. DE C.V.	1801.00.01 1806.1001, 99	21.01.11.01, 02, 99	
OCHOA COMERCIAL, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99		
OFFICE DEPOT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	4820.20.01		9403.30.01
OPERADORA FUTURAMA, S.A. DE C.V.	2101.11.01, 02,99		
PANAMERICANA ABARROTERA, S.A. DE C.V.	1604.14.99 01, 02, 03,04	20.08.91.01	
PLATA MEX, S.A.	7107.00.01 7109.00.01		
PRODUCTOS KRAFT, S .DE R.L. DE C.V.	1805.00.01	2009.80.01	
RAMIREZ BOCANEGRA CELSO	1806.10.01, 99		
RIPEX, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99;	2101.11.01, 02,99	
ROMERO MOLINA NORMA ALICIA	1604.13.01, 99		
SMART & FINAL DEL NOROESTE, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99	2101.11.01, 02,99	
SUARI, S.A. DE C.V.	1806.10.01,99		
SUPERMERCADO GONZALEZ ALTAVISTA, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99		
TERMINADOS ROGERS, S.A. DE C.V.	2101.11.01, 02,99		
TIE COMERCIAL, S.A. DE C.V.	7107.00.01 71.09.00.01		
TIENDAS SORIANA, SA DE CV	1604.13.01, 99 1806.10.01	2009.80.01; 2101.11.01, 02, 99;	9403.30.01 40.01, 50.01 80.01
TROPICAL MOKA, S.A.	1806.10.01, 99		
UNIVERSAL MANUFACTURING, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99		
VINOS LICORES NAUCALPAN, S.A. DE C.V.	1604.13.01, 99; 14.01, 02, 03,04, 99		
WALDO S DÓLAR MART DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	1806.10.01,99;	2009.80.01	
WENCO MÉXICO, S.A. DE C.V.	1806.10.01, 99		

Fuente: Secretaría de Comercio de México, SIAVI

Anexo N° 17
**Empresas que respondieron a los cuestionarios, para cuántos productos
y grado de respuesta en relación a la cantidad de preguntas.**

Empresas contactadas:	161
Que no dieron entrevista:	64
Empresas entrevistadas:	97
Que mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	62
Que no mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	35
Empresas entrevistadas que respondieron los apartados básico y complementario del cuestionario:	21
Y mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	17
Y no mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	04
Empresas entrevistadas que respondieron sólo el apartado básico del cuestionario:	76
Y mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	45
Y no mostraron disposición por recibir a empresarios ecuatorianos:	31
