

PERFILES DE PRODUCTO

Centro de Inteligencia Comercial - CICO

PAJA TOQUILLA

Junio, 2006

CONTENIDO

Enfoque nacional

Zonas y superficie de cultivo
Temporadas de cultivo y cosecha
Variedades y producción de valor agregado
Procesos de producción
Rendimiento y costos de producción
Importancia del producto en la realidad nacional
Base de datos de empresas del sector

Enfoque del producto desde la perspectiva mundial

Información arancelaria

Nomenclatura de clasificación

Oferta

Producción mundial
Evolución de las exportaciones a nivel mundial
Participación del Ecuador en las exportaciones mundiales
Principales países exportadores
Principales destinos de las exportaciones

Demanda

Evolución de las importaciones a nivel mundial
Principales países importadores
Participación del Ecuador en las importaciones mundiales
Requisitos arancelarios, para arancelarios y de calidad
Logística internacional
Precios a nivel mundial

Enfoque de la participación del país en el mercado mundial

Evolución de las exportaciones ecuatorianas
Principales destinos de las exportaciones
Principales países importadores
Precios generales del producto ecuatoriano a nivel mundial

Análisis de la competencia

Principales exportadores
Destinos de las exportaciones de nuestros competidores
Precios relativos de principales competidores

ENFOQUE NACIONAL

Zonas y superficie de cultivo

Es cultivada en algunas provincias de la costa Ecuatoriana. Tiene la forma de una Palmera de mediano tamaño. Sin embargo las principales zonas donde este producto es cultivado están ubicadas en la Provincia de Manabí; en las Zonas de Pile, Montecristi, Jipijapa y San Lorenzo. También hay sembríos en las provincias de Esmeraldas y Guayas y esporádicas zonas de cultivo en la Provincia de Morona Santiago, pero no son tan prominentes como en el caso de la provincia de Manabí.

La paja Toquilla necesita ser cultivada en suelos húmedos, y lugares como éstos son propicios para el caso. La Paja Toquilla no puede ser cultivada en suelos secos, porque aunque puede crecer con riegos abundantes y abonos la calidad del producto final no sería la misma que aquella cultivada en suelos húmedos.

Temporadas de cultivo y cosecha

Puede ser cultivada en cualquier época del año ya que no necesita de mucho cuidado; tiene aproximadamente de 4 a 5 meses desde que es sembrada hasta que esté lista para ser recolectada y a alcanzado un desarrollo de por lo menos 1.5 metros.

Variedades y producción de valor agregado

No se ha encontrado variedades de cultivos de paja toquilla en las zonas donde el producto es sembrado. Sin embargo, existen cultivos de otra planta llamada, "paja mocora", la cual es parecida a la primera pero no ofrece las condiciones para fabricar sombreros finos de paja toquilla.

Procesos de producción

La Paja Toquilla es una especie de palmera sin tronco cuyas hojas en forma de abanico salen desde el suelo, sostenidas por largos pecíolos cilíndricos. Cada planta tiene hojas anchas que alcanzan de 2 a 3 metros de largo.

La parte exterior de las hojas tiernas o cogollo es de color verde, siendo el centro de las mismas de color marfil o blanco perla; esta es la parte de la que se obtiene la paja para la elaboración de las artesanías.

Cosecha

Una vez cosechada, es transportada generalmente en aséminas. Lo importante es la separación de la cáscara o piel del corazón o lo que se va a utilizar posteriormente para tejer.



Cocinado o cocción

Generalmente todo este proceso se hace en la costa ecuatoriana, en tanques con agua a 100° C con la finalidad de eliminar la clorofila de la planta y por ende eliminar el color verdoso de la misma, este proceso dura aproximadamente 2 horas y luego se deja secar.



Secado

La paja se seca y se blanquea por la influencia de los rayos ultravioletas del sol. Se requiere mínimo 1 día para que se seque bien; de lo contrario, por ser fibra vegetal, se puede pudrir.



Con la fibra de la paja toquilla se pueden elaborar diversos tipos de artesanías, carteras, cinturones, gorras y los sombreros conocidos a nivel mundial como Panama Hat; el Ecuador es el único país que reúne las condiciones favorables, por la riqueza de minerales de sus suelos, para el cultivo de la “paja toquilla” que luego es utilizada para fabricarlos.

A continuación, el proceso de elaboración de sombreros:

Tejido

La forma clásica de tejer sombreros en la costa ecuatoriana es utilizando un trípode de madera donde va una horma, la persona va tejiendo y se ayuda con otra horma que se pone en el pecho. Esta es una posición bastante incómoda.



La materia prima para tejer sombreros es la misma pero si se la divide y trabaja con la paja un poco más fina, el grado mejora. Para que el sombrero sea fino, la paja debe quedar como hilo; la persona antes de tejer corta la paja mojada con la uña 1, 2, 3 o varias veces hasta obtener el grado o el grueso de la paja necesario. Es decir mayor número de pajitas en una misma sección:

- grado 0 es 10 pajas en 1 pulgada
- grado 1 es 11 pajas en 1 pulgada
- grado 2 es 12 pajas en 1 pulgada y así sucesivamente



La forma de tejer de la clásica chola cuencana es en una posición un poco más cómoda que la del estribo; Azuay y Cañar son los grandes centros de producción de sombreros que tiene la región andina.

Un sombrero común puede tomar 1 día completo de labor en tejerse mientras que un sombrero fino toma de 2 a 3 meses.

Los sombreros que son comprados como materia prima cuando simplemente están terminados de tejer, tienen que pasar por varios procesos hasta quedar listo para usarse; primer proceso es asocado, luego lavado, blanqueado, secado, tinturado y prensado.



Todos los procesos funcionan con vapor y se utilizan calderos que son las máquinas que producen el calor necesario para el blanqueo, lavado, tintura, etc.

Asocado

Asocado es apretar el remate del sombrero tejido para que no se abra y cortar el exceso o pajas finales para que pueda pasar a los siguientes procesos.



Lavado

Se realiza en tanques con agua bien caliente y detergente normal para quitar la grasa e impurezas.

Blanqueo

Hace 30 años se utilizaba el molino de azufre que era una máquina que servía para hacer la molida de la lechada que era un producto que se ponía a los sombreros para que se logre un blanco artificial con el azufre.

Esta técnica se usaba mucho pero el color no era muy agradable.

En la actualidad se utiliza un proceso óxido-reductor para realizar el Blanqueo. Este proceso quita los grupos cromóforos que impurifican la paja y forman la auxocromo o ausencia de color, deja un tono Blanco marfil, más agradable que un blanco demasiado blanco, el cual de acuerdo a la experiencia no es muy bueno y debilita el material.

Se utilizan tanques rectangulares de acero inoxidable. El trabajo es manual, el obrero mueve los sombreros dentro del tanque para que de esta manera penetre mejor la solución blanqueadora que básicamente es agua oxigenada o peróxido de hidrógeno con otras sustancias (secreto de fabricación). Este proceso podría hacerse en máquinas pero el problema es que se puede eliminar la película protectora que lo recubre y cuya naturaleza química es diferente a la naturaleza química interna. Al eliminarse esta película protectora pierde la dureza y queda como sombrero viejo y de mal aspecto.

Una vez que salen los sombreros de los tanques de blanqueo se los ponen en una centrífuga para sacar el exceso de agua y se puedan secar más fáciles al sol. La centrífuga no daña el sombrero y es la misma que se usa en industrias de ropa.

Secado

Se realiza con la ayuda del sol; no se utilizan hornos de secado por temor a secar demasiado y dañar el producto ya que se puede bajar el agua de cristalización de la paja por subir demasiado la temperatura y en lugar de quedar flexible puede perder resistencia y quedar como en almidón. Si esto sucede no es reversible, una vez que se quita el agua de cristalización se daña el sombrero. Se puede obtener un blanco total o blanco medio dependiendo del siguiente proceso, es decir si pasan al proceso de tintura o se llevan a los talleres donde los artesanos hacen la compostura.

Talleres

Los obreros llevan los sombreros y realizan los procesos de:

- planchado (con planchas que utilizan carbón caliente; son artefactos usados desde hace muchos años y se siguen usando, tienen el peso adecuado para que la fibra se planche mejor. Los artesanos han probado con planchas eléctricas pero prefieren las antiguas por costumbre. Utilizan la fragua para darle aire y calentar la plancha
- el maseteado, para esto utilizan un mazo, pueden poner varios sombreros y con el maseteo mejoran la fibra, se suaviza y queda más agradable al tacto. Y,
- la compostura. Es decir, hacer del sombrero recién tejido un sombrero al que solo le falte el último paso que es llevarlo a la prensa que es una máquina a vapor con una horma de aluminio que tiene en la parte alta un caucho que da la forma al sombrero.

Tintura

Hay colorantes que son buenos para el algodón o para la lana pero no para este material; el tinte que utilizan es orgánico.

Cuando es totalmente blanco lo llaman blichado. El tinturado no le resta dureza al sombrero, esto puede pasar con el blanqueo; cuando es demasiado blanco.

Si el sombrero no va a pasar por el proceso de tintura se envía a los obreros para que hagan el planchado, maseteo, cortado del final de las pajas para que quede listo para entrar a la prensa donde se le da la forma requerida de acuerdo al pedido y está listo para ser exportado.

Prensa

Todos los procesos son manuales excepto la prensa que es la única máquina que se utiliza.

Son máquinas que trabajan a vapor; se pone el caucho (conocido como macho) en el sombrero, se coloca en la mejor posición y se lleva a la prensa.

La parte baja de la prensa está caliente por el vapor pero la parte alta tiene agua y un caucho que la empuja a través de la bomba. La temperatura está a 100 o 110°C; el proceso dura de 20 a 30 segundos por sombrero para que salga con la forma deseada.

Producto terminado

El sombrero está totalmente listo cuando está hormado, con cinta, tafilete, marca, etiqueta que explica que es producto hecho a mano en Ecuador, con etiqueta que explica como fue hecho el sombrero y la manera de cuidarlo.

Embalaje

El embalaje clásico de exportación de sombreros terminados es en cajas de cartón que pueden contener hasta 400 unidades dependiendo del tipo de sombrero, mientras que los sombreros que se exportan como materia prima para ser terminados en el país de destino se exportan en sacos o bultos de 240 unidades; esta forma de embalaje permite abaratar costos de envío.

Rendimiento y costos de producción

Cada planta de paja toquilla puede dar aproximadamente de 15 a 20 cogollos aproximadamente.

Importancia del producto en la realidad nacional

Empleo, desarrollo de industrias conexas

En la fabricación de sombreros de paja toquilla y otros adornos hechos con el mismo material, no se utiliza una tecnología industrial avanzada. El proceso de fabricación de sombreros y adornos es hecho de manera manual. Los artesanos que se dedican a exportar un gran número de sombreros tienen a su haber un número considerable de tejedores, dependiendo del tamaño de su empresa y la cantidad de sombreros que exporte; sin embargo en Cuenca, a diferencia de Montecristi, Pile, Jipijapa y San Lorenzo hay empresas que tienen prensadoras es decir máquinas que dan la forma de la copa o casco, éstas prensadoras traen las medidas de las copas, es decir las tallas de los sombreros. En Montecristi, y en otros lugares de Manabí como Jipijapa y Pile la obra es manual, se utilizan planchas (las antiguas planchas que son calentadas en fuego) para ir dándole la forma a la plantilla y a la falda del sombrero. Por otro lado, los exportadores de la provincia de Cuenca realizan este proceso de manera diferente. Ellos compran a las artesanas los sombreros dependiendo del tipo, modelo, calidad, cantidad y el tiempo que inviertan en la fabricación de sombreros. Aquí los intermediarios son los que más ganan, las tejedoras ganan cantidades irrisorias, siendo ellas las que tejen el sombrero. Después los intermediarios venden a los exportadores y estos los venden tanto en el mercado interno como externo, siendo este último mercado el que ofrece mayores ganancias

Base de datos de empresas del sector

Productoras, procesadoras, distribuidoras, exportadores, gremios y asociaciones

ALEXANDRA BECERRA

Leonidas Plaza #4028 y calle C esquina
GUAYAQUIL - GUAYAS
Telf.: 042581833 / 097238476 / 099426549
Fax: 042581833
alexabecerra@hotmail.com
abecerra@ecuaenlace.com
angel_gustavo@hotmail.com

ARTESANIAS DEL AUSTRO ARTEAUSTRO CIA.LTDA.

M.LAMAR 380 EDIF.ORTEGA
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072820058 / 072450197
Fax: 072842936
arteauastro@hotmail.com

EXP.DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA AVILA

ABELARDO ANDRADE Y VIA LAZARETO
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072836691 / 072837712
Fax: 072837712
avilahno@etapa.com.ec
<http://www.exportadoravila.org>

EXP.SOMBREROS JAIME ORTEGA R.EXPORJOR C.

MARISCAL LAMAR 3-80
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072842936 / 072838126-07

EXPORTADORA KURT DORFZAUN CIA. LTDA.

RAMIREZ DAVALOS NO.434 Y ALCABALAS
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072807537
Fax: 072807608
kurtd@cue.satnet.net
<http://www.kdorfzaun.com>

GARCES ORBE EXPORTACIONES CIA. LTDA.

TOREADOREA 2-79
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072804135
Fax: 072800074
hgc@etapaonline.net.ec

HOMERO ORTEGA P. E HIJOS CIA. LTDA.

AV.GIL RAMIREZ DAVALOS 3-86
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072809000 / 072801288
Fax: 072867600
info@homeroortega.com
<http://www.homeroortega.com>

HUGO RODRIGO BERNAL CAMPOVERDE

Calle José Arízaga 1-57
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072843982 / 072846995
Fax: 072843982
hatsber@agilweb.net
<http://www.bernalhats.com>

IND EXP DE SOMBREROS ECUATORIANOS CIA LT

PIO BRAVO 557 Y HNO MIGUEL
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072823212 / 072831371
Fax: 072831371

PROCESADORA DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA

BENIGNO VASQUEZ 412 S/N, LA PARROQUIA RICAURTE
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072890070 / 072891633
Fax: 072890370
proson@etapaonline.net
<http://www.proson.com>

SERRANO HAT EXPORT CIA. LTDA.

CALLE VIEJA 6-38 Y LAS ALCABALAS
CUENCA - AZUAY
Telf.: 072801605 / 072809364 / 072809409
Fax: 072862119

ENFOQUE DEL PRODUCTO DESDE LA PERSPECTIVA MUNDIAL

Información arancelaria

Nomenclatura de clasificación

Para abarcar los datos de comercio exterior sobre **paja toquilla** para el presente estudio, se tomará como subpartidas las siguientes:

Partida	Descripción
140190	Paja Toquilla
460120	Monederos, carteras, cestas y hamacas de paja toquilla
460191	Esteras de paja toquilla
460199	Cestas de paja toquilla
460210	Bolsos y trenzas de paja toquilla
460290	Tapetes de paja toquilla
650200	Cascos para sombreros y formas similares de paja toquilla
650400	Sombreros, y gorras de paja toquilla

Oferta

Producción mundial

La producción mundial de paja toquilla se ha mantenido relativamente constante en los últimos 5 años pasando de 23,352.99 toneladas en el 2000 a 28,782.87 toneladas en el 2005. Los únicos años donde se registraron disminuciones fueron en 2002 y 2005 con un decremento de 8.88% y 2.80% respectivamente. Las toneladas producidas se mantienen por encima de 23,000,000 toneladas. La variación promedio del período 2000-2005 es 4.80%, siendo el 2004 el año que presentó mayor incremento (20.59%) con respecto al año anterior.

Producción Mundial		
Año	Tm	Variación
2000	23,352.99	
2001	25,880.24	10.82%
2002	23,582.58	-8.88%
2003	24,556.58	4.13%
2004	29,613.16	20.59%
2005	28,782.87	-2.80%

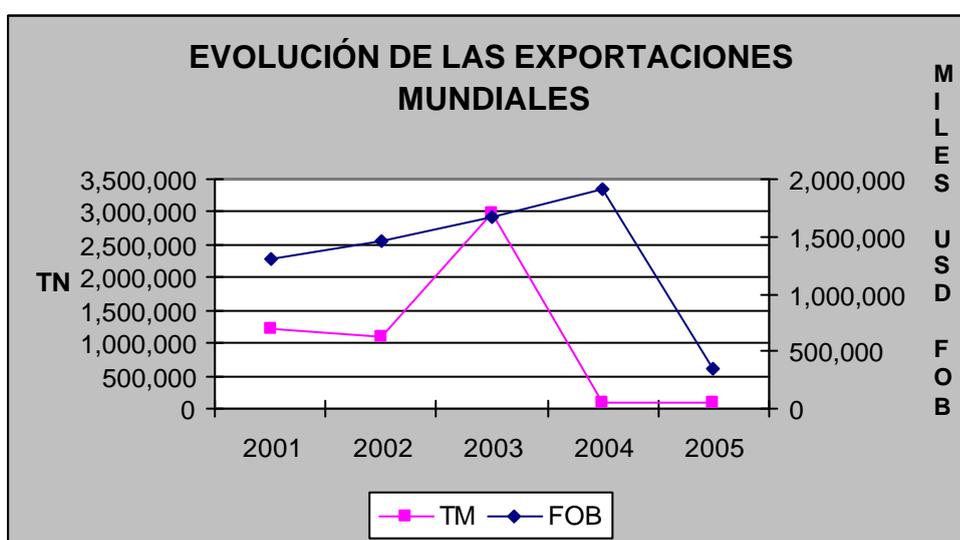
Fuente: Food and Agriculture Organization
Elaborado por: CICO – CORPEI

Evolución de las exportaciones a nivel mundial

Las exportaciones mundiales tuvieron un promedio de crecimiento equivalente al 10% de variación del valor FOB para el periodo 2001-2005. En el año 2005 se exportaron 343,705,000 dólares, el valor más bajo del periodo representado por un descenso del 80% respecto al 2004. La mayor variación se registró en el 2005 con el 80% de incremento comparado al 2004, sin embargo el máximo valor FOB está en el 2004 con 1,904,579,000 USD.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES*				
AÑOS	TONELADAS**	VALOR FOB	VARIACIÓN FOB	USD/TN
		(MILES USD)	%	
2001	1,232,537	1,309,271		1062.26
2002	1,092,658	1,465,344	12%	1341.08
2003	2,996,364	1,677,379	14%	559.80
2004	95,790	1,904,579	14%	19882.86
2005	95,790	343,705	-80%	3588.11

Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI



Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Participación del Ecuador en las exportaciones mundiales

La posición relativa de Ecuador en las exportaciones mundiales de paja toquilla en el 2004 es 34 entre 119 países, con una participación de 0.12% en el contexto de las exportaciones mundiales de éstos productos. En ese año Ecuador exportó 3,142,000 de dólares equivalentes a un volumen de 2,675 toneladas.

2004 País exportador	Miles USD FOB	Toneladas	Precio en Miles USD/TON	%
China	1,106,081	6,533	169.31	40.94
Vietnam	129,471	0	0.00	4.79
Filipinas	80,724	0	0.00	2.99
Indonesia	71,986	34834	2.07	2.66
Hong Kong (RAEC)	66,311	18544	3.58	2.45
Bélgica	47,811	13915	3.44	1.77
Países Bajos (Holanda)	45,598	1,239,744	0.04	1.69

Alemania	39,682	10898	3.64	1.47
Polonia	38,292	29133	1.31	1.42
Estados Unidos de América	33,366	412	80.99	1.23
México	24,681	43,422	0.57	0.91
Italia	19,951	1085	18.39	0.74
Francia	18,683	3122	5.98	0.69
Reino Unido	13,422	1207	11.12	0.50
Taiwan, Provincia de (China)	13,100	5114	2.56	0.48
España	12,446	4879	2.55	0.46
Madagascar	10,510	4256	2.47	0.39
Tailandia	10,400	125	83.20	0.38
Hungría	9,639	20379	0.47	0.36
Canadá	8,955	188,582	0.05	0.33
Dinamarca	6,197	2153	2.88	0.23
Rumania	6,047	12735	0.47	0.22
Suecia	5,332	1079	4.94	0.20
Marruecos	5,186	1250	4.15	0.19
Corea, Rep De (del Sur)	5,127	556	9.22	0.19
Austria	4,649	4826	0.96	0.17
Bangladesh	4,508	0	0.00	0.17
Myanmar (Birmania)	4,282	10	428.20	0.16
Argentina	4,092	120	34.10	0.15
Sudafrica	4,092	2512	1.63	0.15
Sri Lanka	3,978	284	14.01	0.15
Turquía	3,926	7868	0.50	0.15
India	3,912	1930	2.03	0.14
Ecuador	3,142	2675	1.17	0.12
Lituania	2,746	1610	1.71	0.10
Senegal	2,625	870	3.02	0.10
Japón	2,385	197	12.11	0.09
Croacia	2,111	618	3.42	0.08
Ucrania	1,801	7197	0.25	0.07
Australia	1,626	168,883	0.01	0.06
Bosnia y Herzegovina	1,320	496	2.66	0.05
Singapur	1,305	88	14.83	0.05
República Checa	1,233	287	4.30	0.05
Emiratos Árabes Unidos	1,218	1554	0.78	0.05
Zona franca	1,140	3	380.00	0.04
Ghana	930	0	0.00	0.03
Egipto	925	72	12.85	0.03
Portugal	880	79	11.14	0.03
Serbia y Montenegro	739	1295	0.57	0.03
Finlandia	732	122	6.00	0.03
Estonia	726	767	0.95	0.03
Colombia	682	162	4.21	0.03
Túnez	641	71	9.03	0.02
El Salvador	627	67	9.36	0.02
República Árabe Siria	529	534	0.99	0.02
Irlanda	523	56	9.34	0.02
Federación de Rusia	505	177	2.85	0.02
Honduras	458	3	152.67	0.02
Guatemala	456	41	11.12	0.02

Chile	455	876	0.52	0.02
Kenya	454	505	0.90	0.02
Suiza y Liechtenstein	446	38	11.74	0.02
Corea, Rep Pop. Dem. De (del Norte)	435	0	0.00	0.02
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	428	358	1.20	0.02
Bulgaria	392	11	35.64	0.01
Nueva Zelandia	380	4,000	0.10	0.01
Pakistán	366	29,131	0.01	0.01
Venezuela	342	206	1.66	0.01
Guyana	325	918	0.35	0.01
Brasil	321	104	3.09	0.01
República Dominicana	310	64	4.84	0.01
Togo	301	182	1.65	0.01
Belarús	291	248	1.17	0.01
Malí	291	233	1.25	0.01
Haití	284	66302	0.00	0.01
Panamá	261	29	9.00	0.01
Malasia	258	131	1.97	0.01
Nepal	247	0	0.00	0.01
Grecia	233	44	5.30	0.01
Unión Europea Nep	225	103	2.18	0.01
Paraguay	216	6	36.00	0.01
Eslovaquia	193	28	6.89	0.01
Eslovenia	163	29	5.62	0.01
Nigeria	153	127	1.20	0.01
Perú	149	22	6.77	0.01
Mauricio	126	55	2.29	0.00
Chipre	122	40	3.05	0.00
Luxemburgo	109	19	5.74	0.00
Micronesia	102	51,288	0.00	0.00
Noruega	99	11	9.00	0.00
Uganda	99	19	5.21	0.00
Níger	96	12	8.00	0.00
Samoa	90	0	0.00	0.00
Tonga	87	33,312	0.00	0.00
Zimbabwe	67	33	2.03	0.00
Polinesia Francesa	51	2	25.50	0.00
Suazilandia	49	11,133	0.00	0.00
La ex Rep. Yugoslava de Macedonia	47	26	1.81	0.00
Camerún	44	0	0.00	0.00
Tanzanía, Rep. Unida de	44	16	2.75	0.00
Bolivia	39	21	1.86	0.00
Fiji	38	10	3.80	0.00
Letonia	32	26	1.23	0.00
Omán	32	26	1.23	0.00
Sierra Leona	31	1	31.00	0.00
Burkina Faso	30	17	1.76	0.00
Uzbekistán	30	4	7.50	0.00
Malawi	27	10	2.70	0.00
Jordania	26	24	1.08	0.00

Arabia Saudita	25	0	0.00	0.00
Bahamas	24	0	0.00	0.00
Camboya	24	12	2.00	0.00
Afganistán	17	40	0.43	0.00
Libano	14	2	7.00	0.00
Albania	13	3	4.33	0.00
Irán (República Islámica del)	13	22	0.59	0.00
Jamaica	13	0	0.00	0.00
Mozambique	11	190	0.06	0.00
Papua Nueva Guinea	11	8	1.38	0.00
Totales	2,702,005	4,092,483	1.51	100.00

Fuente: Trademap

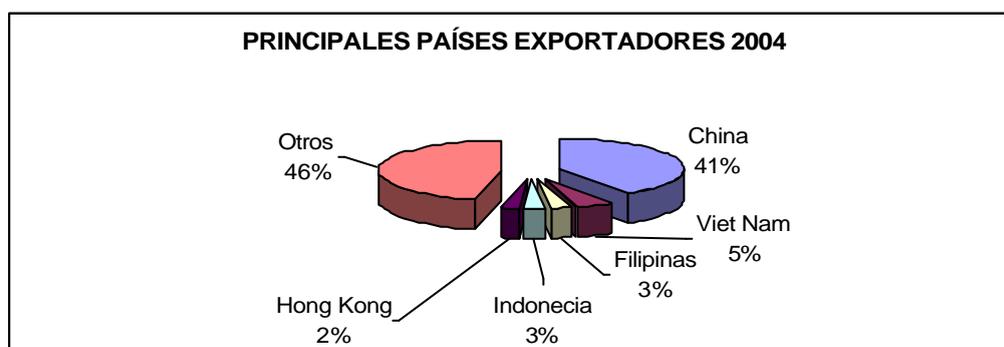
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países exportadores

China es el principal país exportador de paja toquilla a nivel mundial con 41% de participación habiendo exportado 1,106,081,000 USD y 6,533 toneladas en el 2004.

El segundo exportador de este producto es Vietnam con 5% de participación en el contexto mundial, seguido muy cerca por Filipinas e Indonesia con una participación de 3% cada uno y un 2% Hong Kong. En cuanto a toneladas, podemos ver una marcada diferencia en el volumen exportado por éstos países pese a su aproximación en términos FOB.

Finalmente, en términos de valores exportados, las exportaciones de Indonesia representan un 1% más que Hong Kong con un volumen exportado cuatro veces mayor al de ese país, sin embargo el precio referencial por tonelada de Hong Kong es superior al de Indonesia.



Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales destinos de las exportaciones

El principal destino de las exportaciones del mercado chino (primer exportador del mundo) de paja toquilla es Estados Unidos puesto que capta el 26% del total exportado por este país, seguido muy de cerca está Japón con una participación del 23%, mientras que Hong Kong representa casi la mitad que Japón con un porcentaje del 12%. Lo siguen otros mercados como: Alemania y Reino Unido, ambos con el 5%.

El porcentaje restante (30%) está distribuido entre otros países que suman 323,099 miles USD.

Para el caso de Vietnam (segundo exportador del mundo), tiene como mercado más importante a Alemania con una participación de 17%, seguido por Estados Unidos con el 12%, Japón con un 11%, y para Francia con 10% para Francia. El 50% restante se divide entre otros 107 mercados proveedores.

Filipinas (tercer exportador mundial) al igual que China tiene como principal socio comercial a Estados Unidos destinando más de la mitad de sus exportaciones de productos de paja toquilla hacia ese mercado, es decir, representa el 57% del total; mientras que el 43% restante está distribuido entre Japón con 12% de participación, Italia con 6%, Reino Unido con 4%, España y Canadá el 3% y finalmente el 15% de participación entre otros países.

En el siguiente cuadro se detallan los destinos de las exportaciones de paja toquilla realizadas por los principales países exportadores en el año 2004:

DESTINOS DE LOS PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES			
Año 2004			
País Exportador	Países de Destino	Miles de USD	% Participación
CHINA	Estados Unidos	281,325	26.02%
	Japón	245,093	22.67%
	Hong Kong	134,202	12.41%
	Alemania	48,886	4.52%
	Reino Unido	48,664	4.50%
	Otros	323,099	29.88%
VIET NAM	Alemania	22,411	17.32%
	Estados Unidos	15,437	11.93%
	Japón	14,251	11.01%
	Francia	12,636	9.77%
	Otros	64,665	49.97%
FILIPINAS	Estados Unidos	45,732	56.79%
	Japón	9,457	11.74%
	Italia	5,305	6.59%
	Reino Unido	3,226	4.01%
	España	2,178	2.70%
	Canadá	2,042	2.54%
	Otros	12,593	15.64%

Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Demanda

Evolución de las importaciones a nivel mundial

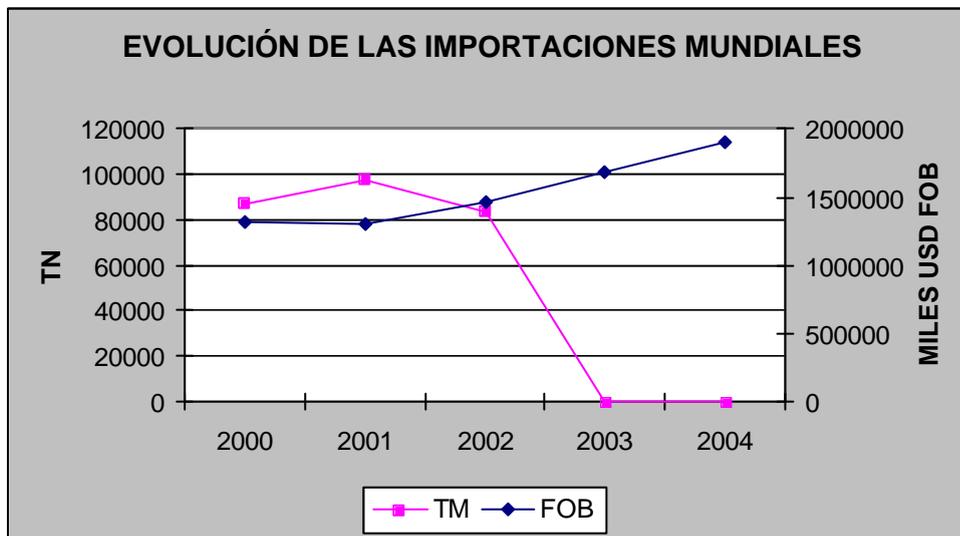
El valor CIF de las importaciones mundiales de paja toquilla ha aumentado a lo largo de los últimos años, pasando de 1,324,830,000 dólares en el 2000 a 1,904,579,000 dólares en el 2004. La variación CIF entre los años 2002-2004 ha sido relativamente constante, sin embargo entre el 2000 y 2001 existe una mínima variación ya que el valor CIF de sus Importaciones están entre 1,324,830 miles de dólares y 1,309,271 miles de dólares respectivamente.

En cuanto a toneladas, la tendencia en los dos primeros años es positiva, sin embargo en el siguiente año (2002) existe un ligero decrecimiento en cuanto a los años anteriores, adicionalmente se puede ver que con relación a valores CIF es superior a

los años 2000 y 2001. Finalmente para los dos últimos años 2003 y 2004 la fuente no registra cantidades en toneladas.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES*				
AÑOS	TONELADAS**	VALOR CIF	VARIACION CIF	USD/TN
		(MILES USD)	%	
2000	86,652	1,324,830		15289.09
2001	97,072	1,309,271	-1%	13487.63
2002	83,709	1,465,344	12%	17505.21
2003	0	1,677,379	14%	-
2004	0	1,904,579	14%	-

Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI



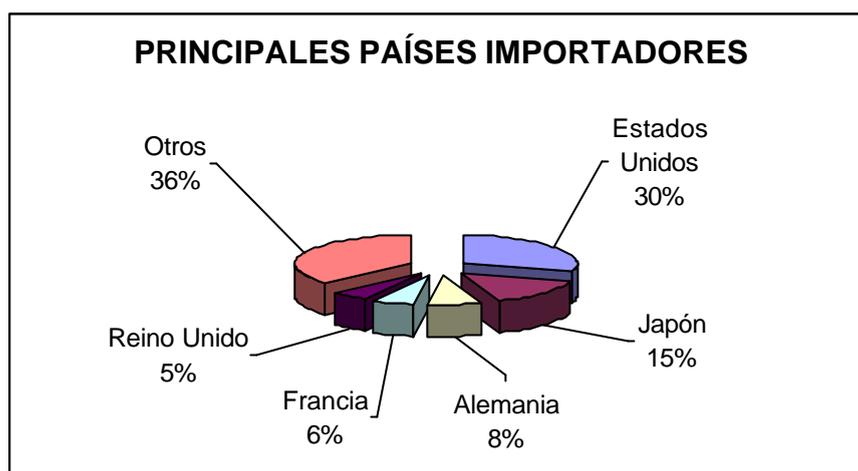
Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países importadores

Estados Unidos de América es el principal mercado importador de paja toquilla a nivel mundial con 30% de participación equivalente a un total importado de 596,458,000 de dólares por un monto importado de 221,537 toneladas en el 2004.

Japón es el segundo mayor importador de productos de paja toquilla a nivel mundial, representado un 15% de participación en la actividad importadora mundial en función de los montos exportados de 299,314,000 de dólares y 135,132 toneladas.

Alemania, Francia y Reino Unido ocupan las siguientes posiciones con 8%, 6% y 5% de participación respectivamente. Finalmente, basándose en términos de dólares CIF, las importaciones de otros países representan el 36% del total mundial.



Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Participación del Ecuador en las importaciones mundiales

Ecuador ocupa el puesto 77 entre 173 países que participaron en las importaciones mundiales de paja toquilla en el 2004. El porcentaje de participación ecuatoriano en éste contexto no alcanza el 1%. En este año Ecuador importó 540 mil dólares de un total de 2,010,674,000 USD CIF; lo cual en volumen representa 138 toneladas de un total de 229,054,065 toneladas.

2004 País Importador	Miles USD CIF	Toneladas	%
Estados Unidos de América	596,458	221,537,252	30%
Japón	299,314	135132	15%
Alemania	152,683	67406	8%
Francia	116,190	43588	6%
Reino Unido	110,516	38533	5%
Italia	80,762	29608	4%
España	68,765	32123	3%
Países Bajos (Holanda)	67725	835,556	3%
Canadá	57,820	1,746,732	3%
Bélgica	54462	21004	3%
Hong Kong (RAEC)	49,494	20177	2%
Australia	29,430	2,632,169	1%
Dinamarca	23257	13059	1%
Corea, Rep De (del Sur)	21152	21262	1%
Suiza y Liechtenstein	17,514	3405	1%
Austria	16,608	4370	1%
Suecia	16459	5228	1%
Turquía	15098	5728	1%
Polonia	14684	4567	1%
México	12,864	42,353	1%
Grecia	12593	4573	1%
Taiwan, Provincia de (China)	10613	16249	1%
Sudafrica	9,744	4410	0%
Finlandia	8978	2443	0%

Portugal	8923	2382	0%
China	8883	1	0%
Noruega	8154	1824	0%
República Checa	7498	3017	0%
Hungría	7107	2920	0%
Irlanda	7091	1838	0%
Israel	6765	0	0%
Federación de Rusia	6461	3904	0%
Emiratos Árabes Unidos	5783	180	0%
Nueva Zelanda	5473	2490	0%
Arabia Saudita	4511	132	0%
Brasil	4148	1578	0%
Singapur	3772	204	0%
Argentina	3366	916	0%
Malasia	3165	2942	0%
Croacia	2722	862	0%
Chile	2632	600	0%
Eslovenia	1789	643	0%
Lituania	1762	796	0%
Eslovaquia	1689	851	0%
Viet Nam	1485	0	0%
Serbia y Montenegro	1470	589	0%
Panamá	1452	29	0%
Chipre	1432	488	0%
Filipinas	1352	17	0%
Rumania	1283	697	0%
Tailandia	1260	31	0%
Luxemburgo	1224	142	0%
Estonia	1154	311	0%
Líbano	1152	90	0%
Omán	1124	1550	0%
Sudán	1,086	0	0%
Guatemala	1076	201	0%
Kuwait	1035	10	0%
India	935	448	0%
Angola	872	116	0%
Burkina Faso	858	663	0%
Islandia	811	144	0%
Bulgaria	788	351	0%
Sri Lanka	773	737	0%
Mauritania	761	253	0%
Argelia	728	637	0%
Letonia	726	269	0%
República Dominicana	707	26	0%
Marruecos	703	326	0%
Ucrania	698	104	0%
Qatar	667	304	0%
Benin	626	0	0%
Madagascar	613	571	0%
Indonesia	612	363	0%
Mauricio	602	221	0%
Costa Rica	600	212	0%

Ecuador	540	138	0%
Chad	530	166	0%
Bosnia y Herzegovina	529	251	0%
Colombia	493	129	0%
Egipto	474	0	0%
Venezuela	465	257	0%
Bahrein	438	178	0%
Jamaica	425	901	0%
Polinesia Francesa	422	118	0%
Barbados	419	76	0%
Perú	416	115	0%
Irán (República Islámica del)	413	22	0%
Nueva Caledonia	407	109	0%
Túnez	407	144	0%
Malta	386	3775	0%
Jordania	382	166	0%
Seychelles	377	42	0%
Andorra	363	77	0%
Gambia	347	135	0%
El Salvador	330	184	0%
Ghana	291	1	0%
Nigeria	289	68	0%
Maldivas	283	1,716,114	0%
Tanzanía, Rep. Unida de	267	226	0%
Uruguay	250	96	0%
Fiji	241	80	0%
Guinea-Bissau	221	97	0%
Aruba	196	33	0%
Malí	195	94	0%
Afganistán	194	433	0%
Kenya	174	153	0%
Guinea	172	66	0%
Mozambique	161	271	0%
Bahamas	157	6	0%
Islas Feroe	156	24	0%
Honduras	150	442	0%
Congo	134	15	0%
Albania	131	50	0%
Antillas Holandesas	128	54	0%
La ex Rep. Yugoslava de Macedonia	126	75	0%
Paraguay	122	118	0%
Trinidad y Tobago	119	2	0%
San Vicente y las Granadinas	114	9	0%
Islas Turks y Caicos	111	0	0%
Níger	109	67	0%
Islas Cook	108	0	0%
Estados Unidos Minor periferico Islas	91	3,542	0%
Belarús	87	34	0%
Santa Lucía	86	14	0%
Libia (Jamahiriya Arabe)	83	0	0%

Bangladesh	80	0	0%
Pakistán	79	74	0%
Nicaragua	73	25	0%
Comoras	69	23	0%
Bolivia	62	28	0%
Senegal	60	28	0%
Uganda	58	16,839	0%
Zambia	56	0	0%
Sierra Leona	50	2	0%
Camboya	49	192	0%
Azerbaiyán	48	28	0%
Macao	46	95	0%
Brunei Darussalam	44	0	0%
Gabón	41	23	0%
Liberia	41	17	0%
Zimbabwe	41	8	0%
Cuba	40	0	0%
Bermudas	39	3	0%
Burundi	35	36	0%
Etiopía	35	17	0%
Nepal	34	334	0%
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	31	0	0%
Groenlandia	31	4	0%
Islas Vírgenes Británicas	31	0	0%
Anguila	29	0	0%
Belice	29	17	0%
Myanmar (Birmania)	27	4	0%
Kazajstán	26	0	0%
Yemen	26	32	0%
Guyana	25	13	0%
Tayikistán	23	3	0%
Iraq	22	3	0%
Kirguistán	21	0	0%
Samoa	21	0	0%
Suriname	21	0	0%
Mongolia	20	0	0%
Palestina	19	20	0%
Malawi	18	1	0%
Papua Nueva Guinea	17	4	0%
Zona franca	17	0	0%
Dominica	16	7	0%
Togo	15	57	0%
Camerún	14	0	0%
Palau	12	2	0%
Turkmenistán	12	0	0%
Isla Norfolk	10	2,050	0%
Moldova, Rep.de	10	2	0%
Total general	2,010,674.00	229,054,065.00	100%

Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Requisitos arancelarios, para arancelarios y de calidad

Requisitos arancelarios

UNIÓN EUROPEA

Partida Arancelaria	Arancel	SGP	IVA
650200	0%		21% DEL (CIF + ARANCEL)
650400	0%		21% DEL (CIF + ARANCEL)
140190	0%		21% DEL (CIF + ARANCEL) - Una reducción de la tarifa del f 6% puede aplicarse
4602109910	3.7% DEL CIF - La suspensión de la tarifa puede aplicarse	0%	21% DEL (CIF + ARANCEL)
4601209000	2.2% DEL CIF - La suspensión de la tarifa puede aplicarse	0%	21% DEL (CIF + ARANCEL)
460290	4.7% DEL CIF - La suspensión de la tarifa puede aplicarse	1.2%	21% DEL (CIF + ARANCEL)
4601990500	1.7% DEL CIF - La suspensión de la tarifa puede aplicarse	0%	21% DEL (CIF + ARANCEL)
460191	0%	0%	21% DEL (CIF + ARANCEL)

Fuente: Tradewizards

Elaborado por: CICO – CORPEI

Requisitos para-arancelarios y de calidad

Regulaciones de Importación: Todas las regulaciones obligatorias de limitación de importaciones concernientes a la seguridad, calidad, salud, medio ambiente, etc., están incluidas en este encabezado. No hay regulaciones de importación específicas para regalos y artesanías en madera, con una posible excepción para el uso de cadmio en pinturas y lacas. Sin embargo, es sensible a desarrollos de chequeo regularmente.

Requerimientos del mercado: Hay muchos temas relacionados con el comercio que no son obligatorios, pero son importantes para considerar cuando se exporta a la UE. Éstos son temas ambientales y sociales, al igual que requerimientos de calidad.

Temas ambientales: En el mercado europeo, se da mucha atención a los temas de la disminución de la selva tropical y el uso de madera tropical. Aunque el consumo de madera (tropical) en la producción de artesanías y regalos es relativamente pequeño, comparado con otros usos de la madera noble, la industria de las artesanías y regalos aún puede ser responsable por la deforestación (local o regional).

Ejemplos son la producción de sheesham en India y el uso de ébano en Tanzania . En ambos casos, los programas de reforestación se vuelven inevitables. Cuando se usan maderas nobles tropicales de crecimiento lento, siempre es necesario tomar en cuenta este asunto y más y más compradores pedirán garantías de producción amigable con el ambiente.

Un desarrollo mayor es la marca del Consejo de Administración de la Selva, FSC (por sus siglas en inglés), la cual puede adjuntarse a los productos en madera de bosques administrados responsablemente. En este momento, su uso principal es para vigas, pero se está extendiendo a productos terminados, también.

El eco-etiquetado va aún más allá que una marca FSC y es posible en varios países, cada uno con diferentes requisitos. Para más información, nos referimos a la encuesta de mercado del CBI “Regalos y Artículos Decorativos 2005”.

Asuntos sociales: Al lado de la creciente conciencia de los temas ambientales, en el mercado europeo hay una percepción cada vez mayor sobre los aspectos sociales de la producción. El tema más importante es el uso de mano de obra infantil, un tema que un creciente número de compradores tiene en cuenta en su elección de socios comerciales. Salarios justos y circunstancias de producción saludables están volviéndose también más importantes para un creciente número de clientes.

Estándares de calidad: Debido a que los regalos y las artesanías en madera tienen una función decorativa, el valor (y precio) están cercanamente relacionados con todos los asuntos que tienen que ver con la calidad. Se debería prestar cercana atención a los siguientes aspectos:

- Escoger el tipo de madera apropiado para el artículo: La variedad, derecho y uniformidad deben armonizar con el producto a hacerse.
- La madera debe secarse bien, para evitar el encorvamiento, especialmente para artículos grandes, delgados o planos. Tenga cuidado con que un cambio de clima, por ejemplo de país de producción seco a un país comprador húmedo, puede tener efectos desastrosos sobre productos de madera insuficientemente secados.
- Construcción: Solidez, partes bien conectadas.
- Acabado: A través del lijado y pulimento; pintura, tintura o lacado parejos y evitación de manchas y marcas.
- Usar los muebles y accesorios correctos: Tornillos y clavos no oxidados, y bisagras, cerraduras y pestillos que funcionen suavemente.
- Cuando se usen forros: Escoger material de alta calidad, que encaje con la madera, evitando manchas de pegamento.
- Para marcos de fotos: Lijar de los bordes del vidrio y prestar atención al acabado de la parte posterior.
- Para estatuas, jarrones y apoya-libros: Que sean derechos y estables cuando se paren.
- Para estuches, cajas y ataúdes: Tapas que encajen bien. En el caso de formas triangulares, cuadradas, pentagonales y hexagonales, la tapa debe encajar en todas las posiciones.

Otro aspecto importante es el uso del tamaño correcto:

- Para marcos de fotos: Los tamaños estándar de las fotos son 4 x 5 cms, 9 x 13 cms, 10 x 15 cms, 13 x 18 cms, A5: 21 x 15 cms, A4: 30 x 21 cms.
- Para porta-tarjetas: Tarjetas de crédito, 8.0 x 5,4 cms. Tarjetas comerciales, 9.5 x 6.0 cms.

Empaque, marcación y etiquetado: Se puede encontrar información general sobre empaque, marcación y etiquetado en la encuesta de mercado del CBI “Regalos y Artículos Decorativos 2005”. Los comentarios específicos para regalos y artesanías de madera son:

- Los artículos de madera deben secarse muy bien antes del empaque, para evitar el enmohecimiento y el encorvamiento durante el transporte. Cuando no se pueda hacer el secado al aire libre (por ejemplo, por la estación lluviosa), es inevitable un secado mecánico.
- Las pinturas, manchas y lacas se deben secar a fondo antes del empaque, para evitar que el material de empaque se pegue al producto y deje marcas.

- Tenga cuidado con que los adhesivos no dejen marcas sobre los artículos de madera, así que sólo deben ser anexados en lugares no visibles.

Fuente: CBI

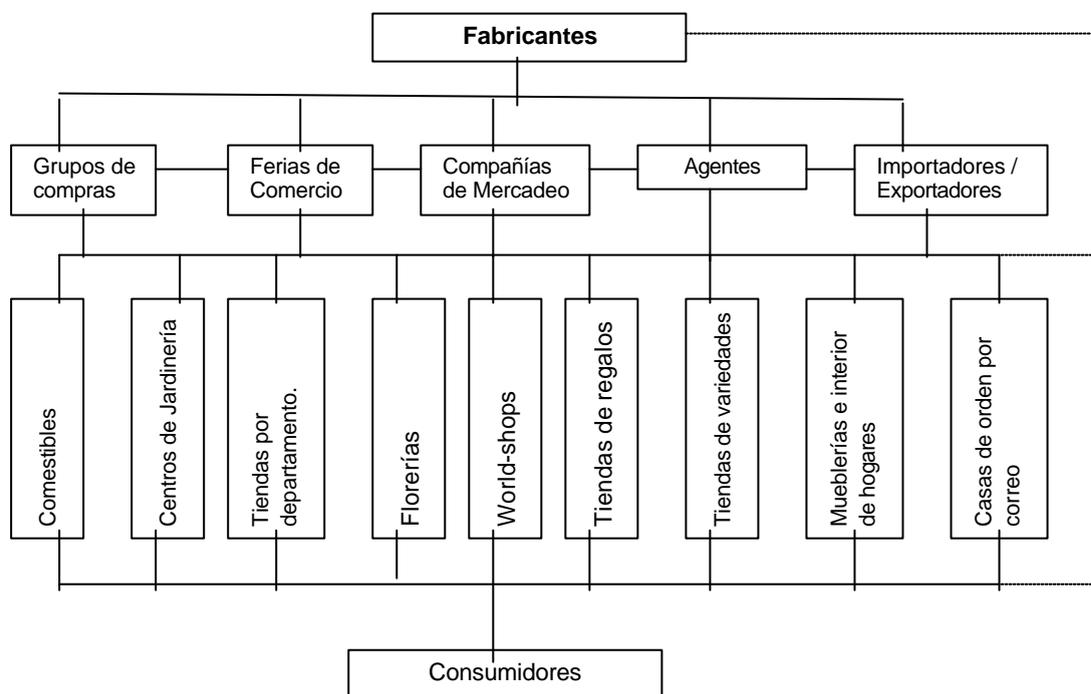
Elaborado por: CICO- CORPEI

Logística internacional

Canales de Distribución de la UE para regalos y artículos decorativos

Los regalos y artículos decorativos son distribuidos a través de diferentes intermediarios y minoristas. El gráfico muestra las funciones básicas de varios tipos de intermediarios, como agentes, importadores o mayoristas, minoristas, etc.

Canales de intercambio y distribución de regalos y artículos decorativos

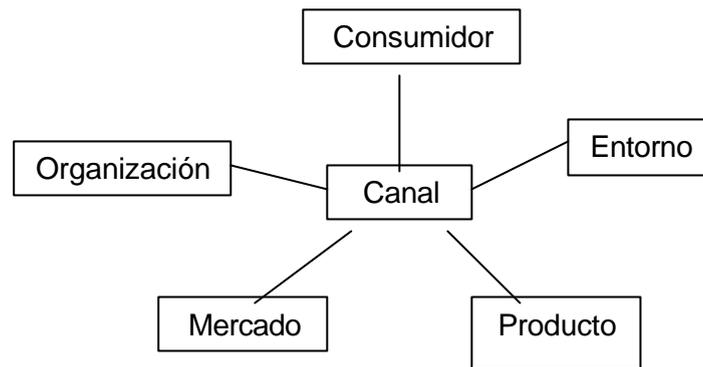


A pesar del flujo de distribución, es esencial para un exportador saber en qué producto/mercado se encuentra su producto (o en qué clase de negocio se encuentra), también como familiarizarse con las características de mercadeo y distribución de esa combinación producto/mercado. Ellas pueden variar significativamente de combinación en combinación.

Factores que influyen la estructura del canal

La ruta que sigue un producto hasta llegar al consumidor puede seguir canales simples hasta estructuras más complejas de distribución. Un ejemplo de una ruta compleja puede ser desde el productor a través de un agente hasta un importador/mayorista, luego a un minorista y por último al consumidor final. La duración y la ruta seleccionada dependen generalmente de cinco factores: organización, características del consumidor, el entorno cambiante, características del producto y características del mercado.

Factores que influyen la estructura del canal



Características de la organización

La ruta seleccionada debe ser compatible con la organización del exportador, sus objetivos, capacidades y recursos. Exportar por sí mismo generalmente requiere más recursos de la compañía que exportar a través de un agente importador/mayorista. Un beneficio adicional de usar un intermediario es su conocimiento del desarrollo y tendencias del mercado a exportar. Ello es de vital importancia cuando se desea exportar exitosamente a la Unión Europea.

Características del mercado

En la UE hay profundas diferencias en los canales de distribución de regalos y artículos decorativos. Incluso hay diferencias dentro de cada país. En Italia, por ejemplo, el norte y el sur son muy diferentes tanto en términos sociales como económicos. En el Reino Unido, hay una división similar donde el sur, situado alrededor de grandes ciudades como Londres, se preocupa más de la exclusividad que del precio.

Intermediarios en el mercado de regalos y artículos decorativos

Muchos tipos de intermediarios están envueltos en el movimiento físico de bienes y la transferencia legal de títulos, aunque ambos suele estar separados. A medida que los bienes avanzan en la cadena de distribución, cada intermediario añade un margen al precio de los productos. Cada uno desempeña diferentes funciones, algunos compran al por mayor de varios proveedores y luego añaden valor guardándolos, distribuyéndolos y agregando servicios como crédito y entrega.

En el mercado de regalos y artículos decorativos, el importador/mayorista es el intermediario más importante cuando se trata de distribución. Muchos tienen una función de distribución nacional o regional. Los grandes minoristas generalmente se proveen directamente del productor.

Agentes

Los agentes son intermediarios que tienen autoridad legal para actuar en representación del productor, aunque no tienen posesión legal sobre los bienes. Su principal función es hacer contacto entre el comprador y el vendedor y servir de intermediario y recibe una comisión del productor. Esta comisión varía generalmente entre el 3 y 15 por ciento de la facturación. Muchos agentes representan a más de un productor, aunque se evita la competencia. Muchos conocen bien la estructura de

distribución y el comportamiento del consumidor y algunos extranjeros tienen sus propias oficinas en Europa.

Importadores / Mayoristas

El importador mayorista es otro importante canal de distribución para regalos y artículos decorativos; éstos generalmente distribuyen los artículos a toda clase de minoristas, desde locales especializados hasta tiendas por departamento. Aparte de su función de comprar, almacenar y vender, ellos pueden dar bastante información al productor. Así que desarrollar una relación de trabajo exitosa con el importador / mayorista puede llevar a un mejor desempeño, uso de materiales y requerimientos de calidad.

Muchos importadores y mayoristas ofrecen una amplia gama de productos, que puede ir de 15 000 hasta 20 000 artículos. Los importadores / mayoristas no tratan directamente con los usuarios finales, sino principalmente con otros intermediarios, usualmente minoristas. El importador / mayorista compra a los productores y toma posesión legal y física de los productos. El aumento del precio del mayorista es aproximadamente del 20 por ciento.

Grupos de compra

El rol de los grupos de compra es de considerable importancia en el mercado de regalos y artículos decorativos. Los grupos de compra son negociadores/mayoristas/minoristas individuales que se unen y cooperan como un único comprador y fuerza de mercadeo.

Al convertirse en miembro de esta organización, el minorista individual busca reducir sus costos. La principal función de un grupo de compra es reducir costos mediante la centralización de la logística y las compras. Sin embargo, esto puede conllevar una restricción de decisión ya que el propósito del grupo es maximizar el volumen de compra.

Forma de compra de regalos y artículos decorativos en los Países Bajos

Forma de compra:	% de facturación
De proveedores nacionales	44
De proveedores extranjeros	12
Grupo de compras	19
Ferias de negocios	16
Otros	9
Total	100

Ferias de negocios

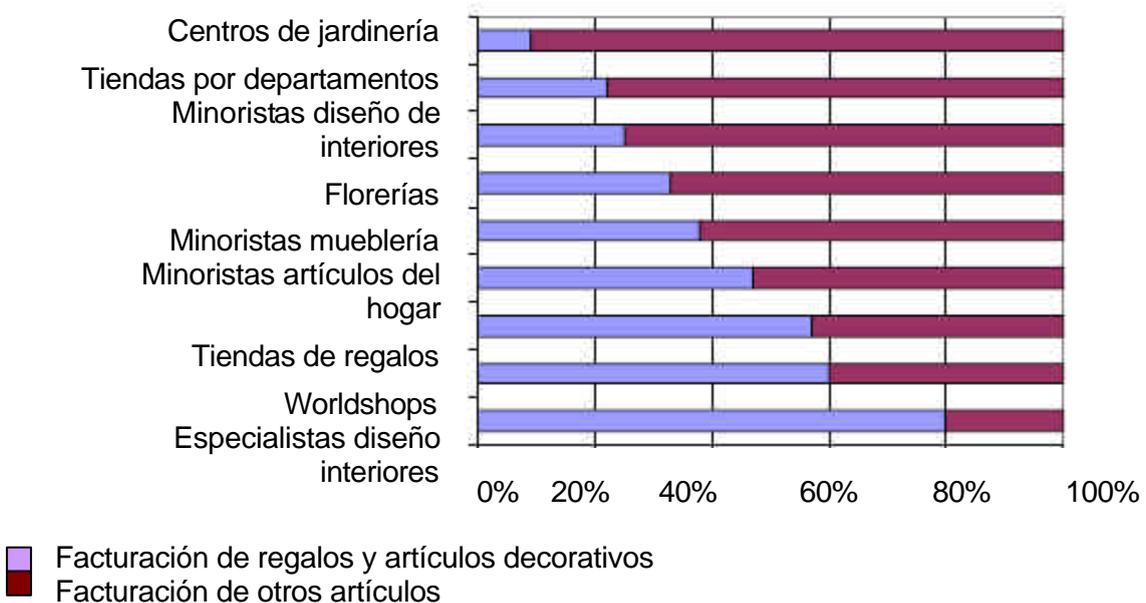
Las ferias de negocios son un importante intermediario para los minoristas de regalos y artículos decorativos para promocionar sus productos. Las grandes ferias de comercio internacionales concernientes a jardinería y decoración del hogar en Frankfurt y París son aprovechadas por los minoristas para ganar compradores a largo plazo, aunque en las ferias nacionales más pequeñas los minoristas suelen obtener órdenes de productos directamente.

Minoristas de regalos y artículos decorativos

Los minoristas constituyen el último nivel antes de que los productos lleguen al consumidor. El sector de regalos y artículos decorativos cubre una amplia variedad de productos, lo cual se traduce en una gran variedad de locales para venta desde tiendas que venden productos en masa muy variados. Otros formatos para vender regalos y artículos decorativos son por catálogo y salas de exposiciones.

Aunque hay un cierto número de tiendas que se concentran principalmente en vender regalos y artículos decorativos, la mayoría de negocios los venden sólo para complementar su rango de productos. El porcentaje de las ventas en tiendas de jardinería, mientras que en las tiendas especializadas, estas pueden llegar al 80 por ciento.

Participación de los regalos y artículos decorativos en la facturación de minoristas específicos



Minoristas de variedades

Basado en la información de la agencia de investigación holandesa E.I.M., las tiendas de variedades son uno de los formatos más importantes para las ventas de regalos y artículos decorativos. De acuerdo a su estudio, las ventas de estos productos componen cerca del 45 por ciento de la venta de los locales. No obstante, estas tiendas están perdiendo popularidad y pasando de moda. Esto se da por la feroz competencia que dan los supermercados/hipermercados; por lo cual, las tiendas de variedades necesitan redefinirse.

Tiendas por departamento

Tradicionalmente, las tiendas por departamentos fueron uno de los pocos minoristas localizados en los centros de las ciudades que ofrecieran una amplia variedad de regalos y artículos decorativos. Por naturaleza, las tiendas por departamentos pueden ser vistas como generalistas, teniendo todo bajo un mismo techo. Actualmente, los consumidores ya no buscan sólo productos, sino soluciones completas de vida. Estas zonas se dividían en por temas como cocina, moda, y multimedia, en lugar de grupos de productos relacionados. A pesar de la creciente competencia, las tiendas por departamento aún tienen una gran participación en la venta de regalos y artículos decorativos.

Tiendas de Orden por correo

Este canal de distribución juega un papel más bien menor en las ventas de regalos y artículos decorativos, aunque en países como Francia, Alemania, y el Reino Unido, este canal de distribución muestra altas cifras de ventas. Las tiendas de orden por correo envían catálogos ilustrados de sus mercancías a posibles consumidores, quienes pueden hacer sus compras en casa, en lugar de ir a una tienda. Todo lo que se tiene que hacer es llenar la orden y enviarla, o hacerla por teléfono, fax o correo electrónico y el producto será entregado en sus casas en un par de días. Las "mail-order houses" operan principalmente en rangos bajos y medios de precio, calidad y diseño

De acuerdo a Euromonitor, los cambiantes estilos de vida y demográficos cambiarán la industria de orden por correo, así como la familiarización con la tecnología aumentará los nichos de mercado.

Tiendas de comestibles

Los supermercados e hipermercados están cada vez más inmersos en el mercado de regalos y artículos decorativos. La influencia de importaciones baratas desde Asia y Europa del Este ha incrementado las posibilidades para formatos de tiendas de comestibles.

Tanto los supermercados como los hipermercados dan más y más espacio para artículos no comestibles como discos compactos, servilletas, velas, ollas y cacerolas, y utensilios de cocina. Estas tiendas no tienen un inventario permanente de regalos y artículos decorativos, pero a menudo los introducen como promociones. Las tiendas colocan los artículos decorativos entre los comestibles para inducir la compra por impulso.

Organizaciones alternativas

Además del entorno comercial, hay otros entornos alternativos. Organizaciones dentro del entorno mantienen una actitud idealista para los países en desarrollo. Su mayor objetivo es mejorar la situación socio-económica de esos países y despertar la conciencia en el mundo occidental. Las organizaciones importan y venden productos de países subdesarrollados con esta base ideal. Ellas compran sólo de cooperativas y grupos de productos y tratan de asegurarse de que los productores y cooperativas reciban una justa proporción de las ganancias.

Canales de distribución para exportadores de países en desarrollo

Tradicionalmente, las exportaciones de países en desarrollo se daban a través de una serie de importadores que a su vez habían mercadeado el producto a mayoristas, usuarios finales o minoristas. Las desventajas de trabajar a través de un gran número de intermediarios incluía un pobre conocimiento de las tendencias del mercado, incapacidad para ganar ventajas competitivas adaptando el producto a las necesidades específicas del consumidor y, por supuesto, el margen perdido en cada etapa de la cadena de valor. La tendencia a acortar la cadena de distribución crea oportunidades de mercado para exportadores y productores en países subdesarrollados.

Importador / Mayorista

Los canales de distribución más interesantes para los exportadores de regalos y artículos decorativos de países en desarrollo son los importadores. El importador está familiarizado con el mercado local y puede proveer información importante para exportadores al otro lado del océano, además del negocio primario de compra, venta y administración. Además, ellos tienen fuertes relaciones con proveedores y compradores en todo el mundo. Estos intermediarios han establecido vínculos con sus consumidores y están en una mejor posición para saber los requerimientos del mercado local y los usuarios finales individuales.

Agente de compras y ventas

Agentes de compras son compañías que pactan y concretan negocios bajo las instrucciones de sus superiores y que actúan como intermediarios entre el comprador y el vendedor. Ellos no compran o venden por su cuenta y trabajan en base a una comisión. La mayoría de los agentes representan a más de un productor. Lo mismo se aplica a los agentes de ventas. La diferencia entre el agente de compras y el agente de ventas es que el último a menudo vende en base a su inventario para cumplir las demandas a corto plazo de sus clientes.

Tiendas por departamento y otros grandes minoristas

Las tiendas por departamentos y otros grandes minoristas también compran regalos y artículos decorativos directamente de proveedores extranjeros. Esto puede involucrar actividades intermediarias por un agente de ventas en representación del fabricante o un agente de compras en representación del o los minoristas. Este método de hacer negocios se ha hecho más popular debido a que elimina varios intermediarios, reduciendo así, costos y permitiendo al minorista ofrecer más productos a un menor precio. Esto es particularmente bueno cuando algo se pone de moda, con una competencia feroz entre los minoristas ofreciendo precios bajos. Desafortunadamente, este método a menudo resulta en la provisión de grandes volúmenes de baja calidad, mercancía más barata, después de la cual la demanda sube y luego cae.

Hacer negocios con estas super-tiendas no es fácil para los proveedores en los países en desarrollo. Los importadores son estrictos en sus pedidos, ellos ponen los términos, y tienen el control pidiendo precios bajos, gran volumen, y entrega *just-in-time* (justo a tiempo). Sin embargo, siempre están buscando asociarse con proveedores confiables. Su interés es construir relaciones duraderas con proveedores que puedan mantener la imagen de la compañía en el mercado, una imagen de confianza, calidad y altos estándares morales, sociales y medioambientales.

**Fuente: Centre for the Promotion of imports for developing countries (CBI)
Elaborado por: CICO-CORPEI**

Precios a nivel mundial

En el 2004, el precio referencial promedio por tonelada que pagaron todos los países importadores para paja toquilla fue de USD 751; mientras que para otras manufacturas de paja toquilla tales como monederos, carteras, cestas y hamacas de paja toquilla fue de USD 843; así mismo otros productos manufacturados de paja toquilla como esteras de paja toquilla muestran un valor de USD 2,084. De igual manera, el precio referencial promedio para otros subproductos como cestas de paja toquilla se graban en USD 1,209; no obstante, para bolsos y trenzas de paja toquilla tienen un valor de USD 1,489; mientras que para tapetes de paja toquilla tienen un valor de USD 1,510; así mismo, para cascos para sombreros y formas similares el precio es de USD 6,106

y finalmente para sombreros y gorras de paja toquilla según partida arancelaria el precio es de USD 6.657.

Cabe resaltar que el precio promedio de importación más bajo en el mercado mundial le corresponde a la partida arancelaria 140190 y el más alto a la partida arancelaria 650400.

PRECIOS REFERENCIALES DE IMPORTACIÓN								
Año 2004 (USD/Ton)								
Importadores								
/partida arancelaria	140190	460120	460191	460199	460210	460290	650200	650400
Alemania	484	1,433	4,008	4,810	3,320	3,752	64,667	20,488
Arabia Saudita								4,351
Argelia	2,059			1,202				
Argentina	5,448							
Aruba							38,000	
Australia	346	1,644			4,368		3	2
Austria	4,011	1,745	3,913	3,182		4,424		36,700
Bélgica	781	1,615	3,051	3,197	3,428	4,739	20,000	18,098
Bolivia			1,250				3,286	
Brasil	2,480	1,366			2,744	1,673	13,100	
Burkina Faso				1,294				
Canadá								2
Chad		3,193						
Chile					4,728			
China								
China	234	868	859	1,956	430	1,287		1,710
Chipre						4,237		
Colombia			1,262					
Corea, Rep De (del Sur)	150	934		2,701	1,630	907	12,200	3,650
Croacia	1,500	1,986			4,028			8,433
Dinamarca	727	1,800		3,220	2,971	3,125		
Emiratos Árabes Unidos			2,444				6,250	5,920
Eslovaquia			2,364					
Eslovenia	664				3,902			
España	881	931	1,240	3,262	3,462		5,191	8,552
Estados Unidos de América	950				2			15,626
Federación de Rusia		887	1,852		1,897	3,859	2,167	6,580
Finlandia		2,013	11,250		3,982	3,634		31,667
Francia	1,936	2,018	4,517	629	3,871	3,941	24,105	20,846
Grecia	2,000	1,778		2,111	3,551	4,690	9,364	12,718
Guatemala							13,500	5,756
Guinea-Bissau				2,278				
Hong Kong (RAEC)	805	2,622	12,667	2,212	1,913	2,997	16,849	9,652
Hungría		1,493	617		2,946		5,538	10,682
India	1,779		4,333				4,421	
Indonesia			2,296	1,413				
Irlanda	1,007	4,197			4,212	5,657	29,000	34,962
Israel								
Italia	1,999	1,224	21,368	1,810	3,150	3,688	10,333	13,766

Jamaica	330							
Japón	1,649	1,532	13,529	1,855	3,399	4,739	12,329	12,287
Jordania							3,333	
Líbano								
Lituania	423		1,234		2,981			
Luxemburgo			3,357					
Madagascar			3,978	1,074				
Malí				2,074				
Malasia	1,088		1,842			1,376		1,297
Marruecos	3,531						7,000	
Mauricio						2,842		
Mauritania		3,049						
México	1,533	177	1,256	497	158	78	4,551	743
Myanmar (Birmania)			22,750					
Noruega	2,643	2,588		4,414	4,549	5,135	27,000	32,600
Nueva Zelandia		1,274		1,251	3,074	2,353		13,037
Omán				620				
Países Bajos (Holanda)	443	1,484	4,284	3,723	2,783	3,445	1	1
Polonia	1,623	2,548	1,746	3,329	3,442	3,980	34,222	16,667
Portugal	2,790	2,444			4,062	4,747		9,818
Qatar						2,437		
Reino Unido	851	1,885	3,557	2,585	2,963	3,779	22,900	17,775
República Checa	1,895	997	2,636	2,661	3,251	4,324		
Rumania			1,845				28,000	
Serbia y Montenegro			389					6,400
Seychelles				9,000				
Singapur								2,664
Sri Lanka							5,571	36,643
Sudafrica	485	1,602	1,757	2,268	2,056	2,016	10,667	5,620
Suecia	475	2,137	4,529	3,984	3,392	2,300		
Suiza y Liechtenstein	1,504	2,613		9,400	5,709	8,147		37,241
Turquía	1,833	1,808		1,843	3,378	2,929		9,660

Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

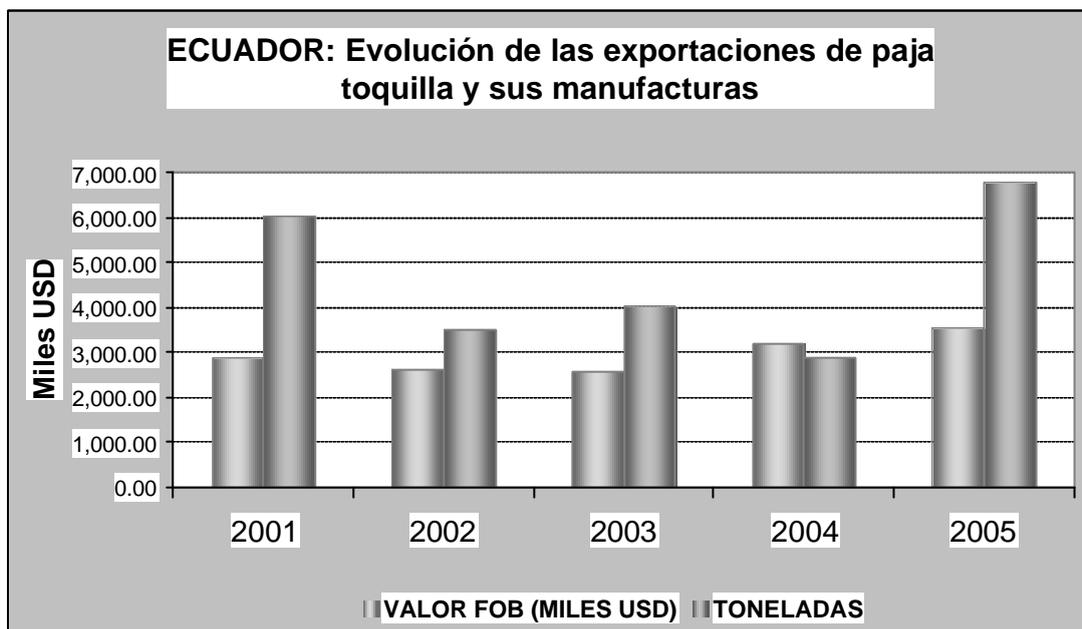
ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN DEL PAÍS EN EL MERCADO MUNDIAL

Evolución de las exportaciones ecuatorianas

Los miles USD FOB generados por las exportaciones ecuatorianas de paja toquilla y sus manufacturas han mantenido una tendencia negativa durante el periodo 2001-2003, no así en los dos próximos años 2004-2005 en donde se puede ver un crecimiento del 24% respecto al periodo 2003-2004 y un 10% en el periodo 2004-2005. Los datos reflejan que el volumen exportado por Ecuador tuvo su punto máximo en el 2005 con un registro de 6,769.49 toneladas y un valor FOB de 3,534,130 de dólares.

ECUADOR				
EXPORTACIONES				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACIÓN FOB	VARIACIÓN TONELADAS
2001	2,871.49	6,030.61		
2002	2,638.11	3,524.88	-8.13%	-41.55%
2003	2,584.57	4,026.75	-2.03%	14.24%
2004	3,201.74	2,904.14	23.88%	-27.88%
2005	3,534.13	6,769.49	10.38%	133.10%

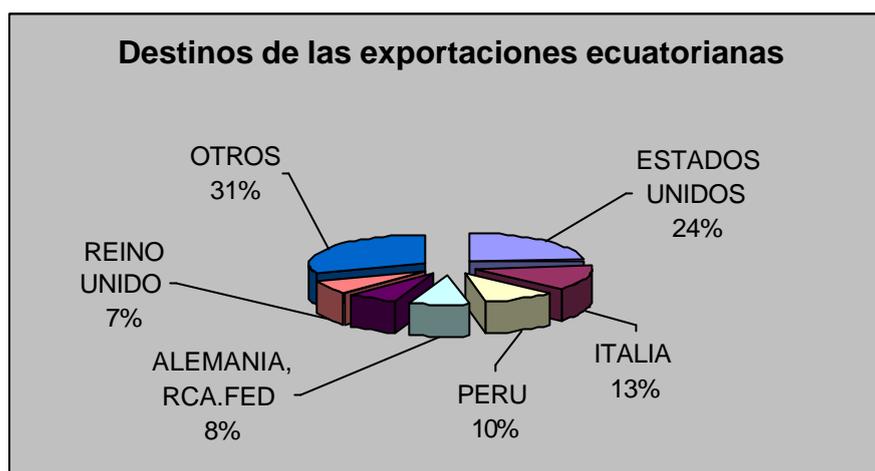
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales destinos de las exportaciones

El portafolio de destinos de exportación de la paja toquilla y sus manufacturas es considerablemente diversificado. Su principal socio comercial es Estados Unidos con una participación del 24% en las exportaciones ecuatorianas, seguido por Italia con una representación del 13%, Perú con el 10%, Alemania 8%, Reino Unido 7% y el porcentaje restante (31%) para otros destinos comprendidos por 31 mercados distribuidos en América y Europa principalmente.



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países importadores

Como se muestra en el cuadro a continuación, Estados Unidos capta la mayor parte de las exportaciones ecuatorianas de paja toquilla y sus manufacturas. Las cifras nos reflejan que 18.43 toneladas fueron importadas por este país en el 2005 con un valor total FOB de 828,210 dólares.

Por otra parte, otros mercados como Italia, Perú, Alemania, México y Reino Unido importan del Ecuador entre 233 mil dólares y 450 mil dólares; mientras que los volúmenes que corresponden a éstos valores oscilan entre 3.6 y 7.79 toneladas.

ECUADOR: EXPORTACIONES 2005		
País importador	Toneladas	Valor FOB (Miles USD)
ESTADOS UNIDOS	18.43	828.21
ITALIA	7.79	450.53
PERU	6,556.67	361.52
ALEMANIA, RCA.FED	8.74	296.77
MEXICO	7.44	236.78
REINO UNIDO	3.64	233.72

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO - CORPEI

Precios generales del producto ecuatoriano a nivel mundial

Los precios de exportación de paja toquilla y sus manufacturas desde Ecuador en el 2005 varían de acuerdo al destino. Considerando un orden de importancia en cuanto al precio FOB por tonelada, tenemos que Reino Unido es el mercado que muestra el precio más alto con USD 64,208.79, seguido de otro mercado Europeo como Italia con un valor de USD 57,834.40. Mientras que para el mercado americano, está Estados Unidos ocupando el tercer puesto con un valor de USD 44,938.14. Y finalmente tanto Alemania como México tuvieron un precio promedio de 32,890 dólares FOB.

PRECIOS ECUATORIANOS A NIVEL MUNDIAL			
Año 2005			
País importador	Toneladas	Valor FOB (Miles USD)	Precio FOB
ESTADOS UNIDOS	18.43	828.21	44,938.14
ITALIA	7.79	450.53	57,834.40
PERU	6,556.67	361.52	55.14
ALEMANIA, RCA.FED	8.74	296.77	33,955.38
MEXICO	7.44	236.78	31,825.27
REINO UNIDO	3.64	233.72	64,208.79

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO - CORPEI

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Principales exportadores

Los principales exportadores de joyería a nivel mundial son China, Vietnam, Filipinas e Indonesia entre otros. China, aisladamente representa casi el 60% de la oferta mundial de paja toquilla y sus manufacturas. El resto de mercados principales representan en conjunto alrededor del 22%. Gran cantidad de éstos mercados son al mismo tiempo compradores de éstos productos en cuyo caso simplemente gran parte de su comercio está destinada a la reexportación.

China, Filipinas e Indonesia constituyen los principales proveedores para Estados Unidos e Italia, los cuales a su vez son los principales compradores a nivel mundial para éstos productos; mientras que Vietnam y Filipinas proveen además de los proveedores mencionados, a Italia y Perú respectivamente.

Destinos de las exportaciones de nuestros competidores

Tomando como referencia los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas de paja toquilla y sus manufacturas, el mercado estadounidense fue provisto de éstos productos principalmente por 4 países asiáticos, los mismos que están considerados como principales proveedores de la paja toquilla y sus manufacturas en el 2004, por lo tanto se observa que China es el primer competidor directo de Ecuador, puesto que Estados Unidos importó desde ese territorio 281,325,000 dólares CIF, es decir el 26% del total de las exportaciones chinas del producto en referencia.

Para el caso de Filipinas, Estados Unidos importó 45,732,000 dólares, es decir, el 57% de las exportaciones totales de ese mercado; mientras que para el caso de Indonesia, sus exportaciones representan el 24% del total de la oferta exportable y finalmente la oferta de Vietnam representa el 12% al mercado estadounidense.

Así mismo en el mercado italiano, China ocupa el primer lugar en ese destino puesto que Italia le importó 41,832,000 dólares CIF, es decir el 4% del total de sus exportaciones. Otros mercados proveedores después de China son: Filipinas, Vietnam e Indonesia representando el 7%, 4% y 3% de sus exportaciones totales al mercado italiano.

Para el caso del mercado peruano, China sigue siendo el principal proveedor a pesar de que solamente asigna casi un 1% de sus exportaciones totales a Perú; y como segundo y último competidor está Vietnam que no satisface más allá del 1% de sus

exportaciones totales al mercado peruano considerado como unos de los más importantes y principales destinos ecuatorianos.

Año 2004		Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de paja toquilla y sus manufacturas		
		Valor CIF Miles USD		
		Estados Unidos	Italia	Perú
Principal	China	281,325	41,832	608
	Viet Nam	15,437	4,650	13
	Filipinas	45,732	5,305	-
	Indonesia	16,874	2,294	-

Fuente: Trademap/ Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO - CORPEI

Precios relativos de los principales competidores

En Estados Unidos, el precio CIF por tonelada de paja toquilla y sus manufacturas proveniente desde la China es de 132,077 USD, mientras que el costo de adquirir la misma cantidad de este producto desde Ecuador es de 44,938 dólares americanos; por otro lado, el valor CIF pagado por Estados Unidos a dos de sus principales proveedores como son Viet Nam y Filipinas en el 2004 tiene como promedio 2,59 USD, y finalmente Indonesia posee en valor más elevado que estos dos últimos de 3,329 USD por tonelada exportada.

Las importaciones italianas del 2004 registran precios superiores a los presentados en Estados Unidos, así se puede ver en el caso de China con 197,321 y para el resto de países proveedores, un promedio de 3,225 USD CIF por tonelada de paja toquilla y sus manufacturas. El valor correspondiente a Ecuador supera a estos tres últimos con 57,834.40.

Finalmente los valores CIF pagados por el mercado peruano proveniente de la China y Vietnam son superiores a los otros mercados importadores, así mismo para el caso de Ecuador, el valor CIF pagado por Perú es de USD 55,14.

Año 2004		PRECIO: CIF/TON		
		Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de paja toquilla y sus manufacturas		
		Estados Unidos	Italia	Perú
Principal	China	132,077	197,321	202,667
	Viet Nam	2.09	3,569	6500.00
	Filipinas	3.09	4,227	-
	Indonesia	3,329	1,879	-

Fuente: Trademap/ Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO - CORPEI