

ESTUDIO DE MERCADO
Joyería y Bisutería en Ecuador

Proexport Colombia
y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática

www.proexport.gov.co

www.proexport.com.co

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

Tel: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

Tel: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

Equipo Consultor

Consultor Senior: Diego Dorado (diegodorado@novadorado.com)

Consultores Junior:

Liliana Gómez

Víctor Rodríguez

Juliana Yunis

Cra. 13 A # 90-21 Of. 304

Tel: (571) 218 5410 / 218 5047

info@novadorado.com

Bogotá, Colombia

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado Ecuador – Sector de Joyería y Bisutería. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 186 páginas.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	1
1 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	3
1.1 Tamaño del mercado	3
1.1.1 Producción Nacional.....	4
1.1.2 Comercio Internacional.....	5
1.2 Características de la Demanda	10
1.2.1 Segmentación de la demanda.....	11
1.2.2 Productos.....	13
1.2.3 Tendencia de productos.....	15
1.2.4 Estacionalidad.....	16
2 ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN	19
2.1 Producción nacional	19
2.1.1 Técnicas usadas.....	20
2.1.2 Materias Primas.....	21
2.2 Costos de Producción	24
2.3 Centros de Producción	25
2.3.1 Azuay.....	25
2.3.2 Pichincha.....	27
3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	29
3.1 Productores Nacionales	29
3.1.1 Joyería Guillermo Vásquez S.A.....	29
3.1.2 Mora & Kochman Cia. Ltda.....	29
3.1.3 Talleres Guayasamín S.A.....	30
3.2 Principales importadores de Joyería	30
3.2.1 Almacenes Juan Eljuri.....	31
3.2.2 Cadromell S.A.....	31
3.3 Principales importadores de Bisutería	31
3.3.1 Productos Avon Ecuador S.A.....	32
3.3.2 Productos Nardal.....	32
3.3.3 Casa Moeller Martínez.....	33
3.4 Precios	33
3.5 Ranking de ventas	34
4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	37
5 ACCESO AL MERCADO	39
5.1 Aranceles	39
5.2 Impuestos y Otros Gravámenes	40
5.2.1 Impuesto al valor agregado (IVA).....	40
5.2.2 Cuota de Contribución para la CORPEI.....	40
5.2.3 Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA).....	41
6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA	43
7 CULTURA DE NEGOCIOS	49
8 PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES	51
8.1 Perspectivas	51

8.2	Oportunidades	52
9	DIRECCIONES ÚTILES EN INTERNET	55
9.1	Organismos Multilaterales.....	55
9.2	Entidades Gubernamentales	56
9.3	Ongs, Cámaras y Agremiaciones	56
9.4	Otras Direcciones Útiles	57
	ANEXOS.....	59
	ANEXO 1 DEFINICIONES	59
	ANEXO 2: INFORMACIÓN DE QUITO Y GUAYAQUIL.....	61
	ANEXO 3: DIRECTORIO DE JOYERÍAS	65
	APENDICES.....	69
	APENDICE 1: INFORMACION GENERAL DEL ECUADOR	71
	Principales Provincias	71
	Guayas	71
	Pichincha	72
	Azuay.....	72
	Economía Ecuatoriana	73
	Balanza Comercial	74
	Balanza Comercial con Colombia	77
	APENDICE 2: INFORMACION JURIDICA PARA EMPRESAS.....	79
	CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS EN EL ECUADOR	79
	Tipo de sociedades en el Ecuador.....	79
	Compañía en nombre colectivo.....	79
	Compañía en comandita	80
	Compañía de responsabilidad limitada	80
	Compañía de economía mixta.	81
	Compañía anónima	81
	Pasos para la constitución de una sociedad	81
	Duración	82
	Gastos	82
	Conformación Jurídica de Empresas Extranjeras.....	82
	Sociedad constituida en el Ecuador.....	83
	Domiciliación de la compañía extranjera en el Ecuador	84
	PROPIEDAD INDUSTRIAL -MARCAS-	85
	Patentes de Invención.....	86
	Modelos de Utilidad.....	86
	Esquema de Trazado y Circuitos integrados.....	87
	Diseños Industriales.....	87
	Marcas de productos o servicios.....	88
	Lemas Comerciales	88
	Marcas Colectivas	88
	Marcas de Certificación	88
	Nombre comercial	89
	Indicaciones Geográficas	89
	Costos del trámite	89
	SISTEMA GENERAL DE TÍTULOS DE CRÉDITO	90

Letra de cambio	90
Pagaré a la orden.....	91
Cheque.....	92
Carta de porte	94
APENDICE 3: CENTRO COMERCIALES DEL ECUADOR Y MERCADOS POPULARES	
DE QUITO	95
Centros comerciales de Quito.....	97
Quicentro Shopping.....	98
Mall el Jardín	99
Centro Comercial El Bosque.....	100
Centro Comercial Iñaquito -CCI	101
Centro Comercial el Recreo	102
Centro Comercial Plaza Cumbayá.....	103
Centro Histórico de Quito	104
Centros Comerciales de Ambato	104
Centros Comerciales de Cuenca.....	105
Millenium Plaza	106
El Vergel.....	107
Plaza de las Américas.....	107
Mall del Río Shopping Center	108
Centros Comerciales en Guayaquil	109
San Marino Shopping.....	109
Policentro.....	111
Malecón 2000.....	112
Albanborja	112
Mall del Sol.....	113
Río Centro Los Ceibos y Entre Ríos	114
Mercados Populares de Quito	116
Mercado San Roque	116
Calle Ipiales.....	116
Centro Comercial Hermano Miguel.....	117
APENDICE 4: DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL	119
PROCESO IMPORTADOR	120
Regímenes de importación.....	120
Actores en el proceso	120
Procedimiento de despacho aduanero.....	121
Flujo del proceso de despacho aduanero.....	123
Regímenes especiales	124
Tipos de Importadores	126
Documentos soporte de importación	126
Pago de los tributos	129
Distritos Aduanales	129
Agentes de Aduanas	130
Depósito Aduaneros.....	131
TRANSPORTE TERRESTRE	133
Infraestructura	133
Servicios de Transporte Terrestre de Colombia a Ecuador	134
Normatividad.....	134
Empresas.....	136
TRANSPORTE MARÍTIMO.....	138

Infraestructura	138
Puerto de Guayaquil.....	142
Puerto Bolívar.....	142
Puerto de Manta.....	143
Puerto de Esmeraldas.....	143
Servicios y Fletes de Transporte Marítimo de Colombia a Ecuador	144
Normatividad.....	144
TRANSPORTE AÉREO	147
Infraestructura	147
Servicios y Fletes de Transporte Aéreo de Colombia a Ecuador	149
Normatividad.....	149
ANEXOS APENDICE DFI	151
Anexo 1: Glosario.....	151
Anexo 2: Documento Único de Importación.....	154
Anexo 3: Directorio de Consolidadores	155
Anexo 4: Directorio de Couriers.....	158
Anexo 5: Directorio Distritos aduaneros del Ecuador.....	159
Anexo 6: Agentes afianzados con oficina en Tulcán.....	160
Anexo 7: Directorio de depósitos aduaneros	161
Anexo 8: Empresas Colombianas con Certificado de Idoneidad Para el Transporte Internacional de Mercancías por Carretera.....	166
Anexo 9: Empresas transporte terrestre Ecuador.....	168
APENDICE 5: CULTURA EMPRESARIAL	170
DE LAS REUNIONES DE NEGOCIOS.....	170
Vestido.....	170
El Saludo	170
La Hora.....	170
El idioma.....	171
Temas de conversación	171
Tarjetas de presentación.....	171
Material de apoyo.....	171
Formalidades.....	171
Perfil del empresario	172
Otros aspectos	172
DEL CALENDARIO Y LOS HORARIOS	172
DE LA INFORMACIÓN PARA EL VIAJERO.....	173
Acceso terrestre	173
Frecuencia aérea	173
Permiso Andino y Visas	174
Llamadas por teléfono.....	174
Movilización en la ciudad	175
Moneda.....	175

Tablas

Tabla 1: Consumo Aparente 2002	3
Tabla 2: Principales empresas fabricantes de Joyas, 2002	4
Tabla 3: Posiciones Arancelarias Estudiadas	5
Tabla 4: Importaciones y Exportaciones de Joyería, 1998 - 2002	7
Tabla 5: Importaciones y Exportaciones de Orfebrería, 1998 - 2002	8
Tabla 6: Importaciones y Exportaciones de Bisutería, 1998 - 2002	10
Tabla 7: Tipo de producto según población objeto	15
Tabla 8: Días Festivos y Vacaciones	17
Tabla 9: Importaciones por mes de joyería y bisutería 2002.	18
Tabla 10: Capacidad productiva mensual de joyas, 2000	19
Tabla 11: Importación de insumos para la joyería (kgs -2002)	21
Tabla 12: Producción de Oro por zonas, Explotación primaria	22
Tabla 13: Importadores de insumos para la joyería, 2002	23
Tabla 14: Principales empresas fabricantes de Joyas, 2002	29
Tabla 15: Empresas importadoras de Joyería, 2002.	30
Tabla 16: Empresas importadoras de Bisutería, 2002.	32
Tabla 17: Precios de los artículos de joyería, US \$, 2003.	33
Tabla 18: Ranking de ventas de joyerías y bisuterías, 2002	34
Tabla 19: Cuadro resumen de acceso al mercado	39
Tabla 20: Aranceles Efectivos de Importación	40
Tabla 21: Principales medios de transporte según producto	43
Tabla 22: Vías de transporte desde Colombia por producto	47
Tabla 23: Población de Quito	62
Tabla 24: Población de Guayaquil	63
Tabla 25 Balanza Comercial Ecuador – Colombia.	78
Tabla 26: Costos de los trámites de propiedad industrial	90
Tabla 27: Los centros comerciales más destacados del Ecuador.	97
Tabla 28: Almacenes más representativos C.C Quicentro	99
Tabla 29: Almacenes más representativos del Mall el Jardín	100
Tabla 30: Almacenes más representativos del Centro Comercial Iñaquito	102
Tabla 31: Almacenes más representativos del Centro Comercial el Recreo	103
Tabla 32: Almacenes más representativos del Centro Comercial plaza Cumbayá	104
Tabla 33: Centros Comerciales Ambato.	105
Tabla 34: Centros comerciales de Cuenca	105
Tabla 35: Almacenes más representativos del Centro Comercial Millenium	107
Tabla 36: Almacenes más representativos del Centro Comercial el Vergel	107
Tabla 37: Almacenes más representativos del Centro Comercial Plaza de las Américas.	108
Tabla 38: Almacenes más representativos San Marino Shopping	110
Tabla 39: Almacenes más representativos del Centro Comercial Policentro.	111
Tabla 40: Almacenes más representativos del Centro Comercial Malecón 2000	112
Tabla 41: Almacenes más representativos del Centro Comercial Alban Borja	113
Tabla 42: Almacenes más representativos del Mall del Sol	113
Tabla 43: Almacenes más representativos de los Centros Comerciales Río Centros	115
Tabla 44: Horarios	172
Tabla 45: Días Festivos y Vacaciones	172

Tabla 46: Frecuencia aérea	173
Tabla 47: Principales aeropuertos de Ecuador	173
Tabla 48: Discado directo nacional	175
Tabla 49: Monedas acuñadas por el Banco Central del Ecuador	176

Gráficas

Gráfica 1: Importaciones y Exportaciones de Joyería, 1998-2002	6
Gráfica 2: Importaciones y Exportaciones de Orfebrería, 1998-2002	8
Gráfica 3: Importaciones y Exportaciones de Bisutería, 1998-2002.	10
Gráfica 4: Población Racial, 2001.	11
Gráfica 5: Estructura etárea de la población, 1990 - 2020	13
Gráfica 6: Estacionalidad de la importación de joyería y bisutería, 2002.	17
Gráfica 7: Costo de producción de la joyería	25
Gráfica 8: Canales de comercialización de joyería y bisutería.	38
Gráfica 9: Vías de transporte de Artículos de Joyería y Bisutería	44
Gráfica 10 Principales Proveedores y Puertos de Entrada Artículos de Joyería.	45
Gráfica 11: Principales Proveedores y Puertos de Entrada de Bisutería	46
Gráfica 12: Vías de transporte más utilizadas desde Colombia	46
Gráfica 13: Población de Quito por estratos, 2002.	62
Gráfica 14: Población de Guayaquil por estratos, 2002.	64
Gráfica 15: Crecimiento del PIB	73
Gráfica 16: Comercio Exterior Ecuatoriano	76
Gráfica 17: Mapa de los centros comerciales en Quito	98
Gráfica 18: Distritos de la Aduana del Ecuador.	130
Gráfica 19: Mapa vial del Ecuador.	133

INTRODUCCIÓN

El mercado ecuatoriano ha sido y será uno de los mercados con mayor afinidad para los empresarios colombianos, debido a su cercanía, identidad cultural, e incluso por los fuertes lazos familiares que se poseen.

En los últimos años, como consecuencia de la crisis venezolana, Ecuador se ha convertido en el tercer socio comercial de Colombia, a la vez que decisiones internas del país como la dolarización han incidido en la demanda de productos internacionales, por lo que un minucioso conocimiento del mercado, se convierte en una herramienta estratégica para el empresario colombiano que desee penetrar o posicionar sus productos.

El presente estudio de mercado, elaborado dentro del programa de información al exportador por Internet, desarrollado por Proexport Colombia con el apoyo de Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo Multilateral de Inversiones, se convierte en un paso a favor del exportador colombiano que desee ahondar sus conocimientos del mercado ecuatoriano.

Para su desarrollo, el programa desplazó un equipo de consultores por espacio de seis meses al Ecuador, los cuales tuvieron contacto con los diferentes empresarios, consumidores y canales de comercialización entre otros, de manera que se pudiera tener un conocimiento lo más fidedigno posible de las actuales condiciones comerciales del país.

El estudio está dividido en nueve capítulos, en los que se hace referencia a diferentes aspectos que el productor y exportador colombiano deben tener en cuenta para el envío de joyería y bisutería al Ecuador. En el primer capítulo se presenta un análisis del mercado ecuatoriano de joyas y bisutería, determinando el tamaño del mismo.

El segundo capítulo, analiza la producción nacional de joyas y de bisutería, presentando el comportamiento de las materias primas, principal elemento del costo de producción, y los principales centros de producción.

El tercer capítulo presenta un análisis de la competencia, resaltando información de los principales productores nacionales e importadores, así como precios de los productos.

El cuarto, quinto y sexto capítulos, ofrecen información para determinar la estrategia de acceso al mercado, tal como canales de comercialización, normas de acceso y estructura de distribución física internacional.

El séptimo, octavo y noveno capítulos, presentan a manera de conclusiones y sugerencias al empresario, las perspectivas de las oportunidades comerciales de la joyería y bisutería, así como consejos para el manejo de los negocios y algunas direcciones de Internet sugeridas previo al desplazamiento al mercado ecuatoriano.

Adicionalmente, se acompaña este documento de cinco apéndices: Información general del Ecuador, con una descripción de las principales provincias y de la economía del país; Información jurídica para empresas, con información pertinente para crear empresa en

Ecuador y para registrar marcas; Centros Comerciales, el cual presenta una descripción de los principales centros comerciales del país y de los mercados populares de Quito, de manera que tenga puntos de referencia para conocer actitudes del consumidor; Distribución Física Internacional, en el cual se hace una amplia descripción del proceso importador en el Ecuador, así como de las vías de acceso de los productos colombianos y las principales empresas vinculadas en la logística internacional; y Cultura empresarial, con unas indicaciones para el manejo de los negocios en Ecuador y la actitud a manejar en las citas de negocios.

1 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El mercado de la joyería y la bisutería¹ en Ecuador se caracteriza por una producción fundamentada en esquemas artesanales y altos niveles de importación tanto de producto final como de materia prima para la producción de joyas y bisutería. Sin embargo, se encuentran algunas empresas fabricantes de joyas, con niveles de venta significativos, las cuales posicionan sus productos en el exterior.

La media de la producción nacional, es de tipo artesanal e informal, basándose en técnicas como la filigrana, chapado, grabado, troquelado y otros², lo que les permite cubrir el mercado de las principales ciudades del país (Quito, Guayaquil y Cuenca), no dejando a estos productores mayores excedentes para la exportación, a excepción del mercado del turismo. Los grandes productores, por el contrario concentran su producción para el mercado internacional, con lo cual la oferta para el mercado nacional queda delegada en los pequeños productores y los importadores.

Otra característica del mercado es la informalidad del mismo, tanto en producción como en comercialización, la cual se manifiesta a través del contrabando de joyas, la no sujeción a las normas contables y formalidades comerciales, y el alto número de establecimientos y comercializadores que operan como persona natural³.

En los últimos años y como resultado de la dolarización la capacidad adquisitiva del Ecuatoriano a productos de lujo como las joyas se vio incrementada, lo que ha ayudado a hacer crecer el mercado nacional en aproximadamente tres veces entre 1998 y el 2002, considerando solo las cifras oficiales. Sin embargo, y a partir del año 2002, debido a la inflación interna del país, lo cual se ha visto en la reducción del consumo de los hogares, ha llevado a que el consumidor prefiera adquirir bisutería en vez de joyas.

1.1 Tamaño del mercado

El mercado Ecuatoriano, compuesto por 12 millones de personas, de las cuales solo 18% poseen un ingreso promedio mensual superior a los US\$300 dólares, se estima que tiene un tamaño cercano a los US\$6 millones para el año 2002, del cual la bisutería representa 67,1% del mercado.

Tabla 1: Consumo Aparente 2002

	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente
Joyería	5.754.015	1.646.683	5.411.000	1.989.698
Bisutería	138.508	3.929.801	6.000	4.062.309
Total	5.892.523	5.576.484	5.417.000	6.052.007

Fuente: Supercompañías - CAE - ALADI
Elaboración: Grupo Consultor

¹ Ver definiciones de estas actividades en el Anexo 1

² En el capítulo de producción se presentan las definiciones de estas técnicas

³ Según se pudo observar en el mercado, tanto en Quito como en Guayaquil, en el centro se identificaron cerca de 200 pequeñas joyerías, las cuales no se encuentran registradas ante la Superintendencia de Compañías. Adicionalmente, y según se pudo indagar con las personas consultadas, la forma más habitual de acceder a joyas es a través de comerciantes a domicilio, referenciados por alguna persona conocida..

El tamaño de este mercado, en términos generales ha venido creciendo desde el año 2000, pasando el consumo aparente de US\$2,6 millones a US\$6,0 millones en el 2002, como resultado del incremento en las importaciones de bisutería, las cuales responden a tendencias de moda femenina y a las políticas del Estado que han hecho interesante este mercado para este tipo de productos.

La producción nacional de joyería, que concentra 97,6% del total de la producción Nacional de Joyería y Bisutería, está orientada fundamentalmente a la exportación (se exporta 94% de la producción nacional de Joyería), mientras que la producción de bisutería se orienta en su mayoría al mercado nacional.

1.1.1 Producción Nacional

La producción nacional de Joyería para 2002, ascendió a US\$5,7 millones según la Superintendencia de Compañías, la cual está liderada por la empresa Joyería Guillermo Vázquez, la cual es una de las más tradicionales del país y posee representaciones de marcas como OMEGA.

Tabla 2: Principales empresas fabricantes de Joyas, 2002

Empresa	Ventas US\$
Joyería Guillermo Vázquez SA	3.664.118
Mora & Kochman Cia. Ltda.	734.326
Importadora, Exportadora Y Comercializadora Saint Joseph Cia. Ltda.	376.649
Bauer & Co. S.A.	349.374
Manucrisa Manufacturas S.A.	304.440
Joyas Astudillo & Delgado Cia. Ltda.	198.195
Manufacturas de Metales Preciosos Cia. Ltda. Mademp	67.268
Lucio & Montero Tejedora De Cadenas Cia. Ltda.	36.211
Tallermon Cia. Ltda.	16.865

Fuente: Supercompañías
Elaboración: Grupo Consultor

Los fabricantes de joyas, exportan la mayoría de sus productos hacia los Estados Unidos (99,22% en el 2002, se destacan como exportadores directos Mora & Kochman y Manucrisa), son a su vez los principales importadores de oro, plata y piedras preciosas, insumos para la producción de joyas.

Para el año 2002, el principal importador de oro, fue Mora y Kochman Ltda, con una importación de 849 kg de oro, por valor de US\$5,3 millones, mientras que el principal importador de perlas y segundo de diamantes fue la Joyería Guillermo Vázquez, por valor de US\$96 mil, lo que muestra el enfoque hacia joyería fina que tiene la producción nacional.

Se estima que la producción nacional de joyería en oro, asciende a niveles entre los 6,9 y 8,6 toneladas al año, liderados por la provincia de Azuay y el Oro, las cuales poseen unos niveles de producción mensuales entre 100 a 200 y 80 a 90 kilos de oro.⁴

⁴ Federación de orfebres, relojeros y afines

La producción nacional de Bisutería, la cual es liderada por la empresa Talleres Guayasamín S.A. ascendió a US\$138 mil. Sin embargo, y según se observó en el mercado, este valor no es significativo del tamaño de la producción nacional de bisutería, pues ésta es producida informalmente, destacándose los grupos indígenas como unos de los principales productores informales. Así mismo, se identificó una tendencia creciente en el número de diseñadores de joyas y bisutería ecuatorianos, aspecto que seguramente aumentará la producción nacional.

1.1.2 Comercio Internacional

El análisis del comportamiento del mercado internacional de la Joyería y Bisutería, debe dividirse en tres grupos: Joyería, la cual se concentra en la elaboración de joyas de alto valor, comúnmente en oro y plata con adornos de piedras preciosas; en orfebrería, que según el arancel de aduanas considera objetos para el servicio de mesa, escritorio, tocador, entre otros; y bisutería.

Para realizar el análisis de comercio exterior, se tuvieron en cuenta las siguientes posiciones arancelarias que incluyen la joyería y orfebrería, tanto en oro como en plata, además de la bisutería.

En términos generales, el sector de la Joyería presenta un cambio de tendencia como resultado de la dolarización del país, en la que por un lado, aumentó la capacidad de compra de productos internacionales, razón principal del aumento de importaciones, y por otro, la identificación de ineficiencias del país, reducen la competitividad de la industria nacional, en especial la artesanal, favorecen las importaciones y la reducción de las exportaciones.

Tabla 3: Posiciones Arancelarias Estudiadas⁵

Posición Arancelaria	Descripción
Joyería	
7113190000	Artículos de joyería y sus partes, de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos, excepto de plata
7113110000	Artículos de joyería y sus partes, de plata, incluso revestidos o chapados de otros metales preciosos
Orfebrería	
7114190000	Artículos de orfebrería y sus partes, de metales preciosos, excepto de plata, incluso revestidos o chapados de metales preciosos
7114119000	Artículos de orfebrería y sus partes, excepto de plata, de ley 0,925, incluso revestidos o chapados de metales preciosos
7114111000	Artículos de orfebrería y sus partes, de plata, de ley 0,925, incluso revestidos o chapados de metales preciosos
7113200000	Artículos de joyería y sus partes, de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común
Bisutería	
7117190000	Bisutería, excepto los gemelos y similares, incluso plateados, dorados o platinados

Elaboración: Grupo Consultor

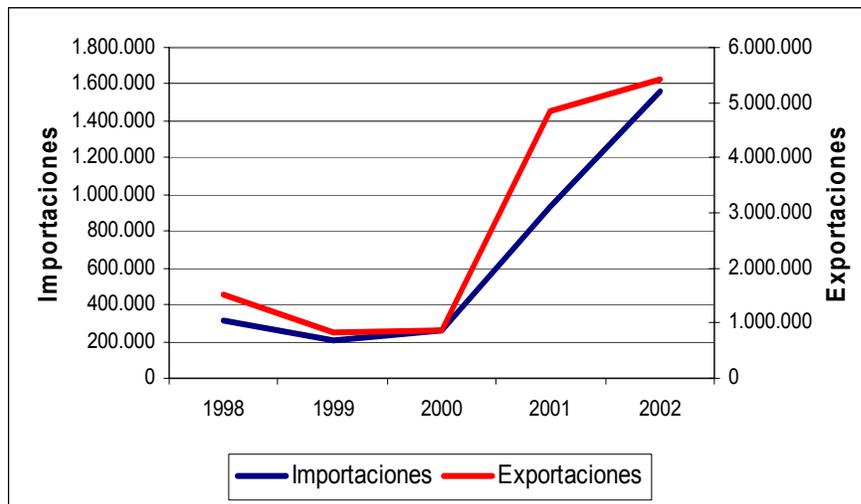
⁵ Estas posiciones arancelarias fueron definidas por el Macrosector de Servicios de Proexport Colombia, la oficina de Proexport en Quito y el grupo consultor Ecuador.

Joyería

La cual presenta una balanza positiva, como resultado de la significativa producción de oro del Ecuador, responde a las medidas del 2002, con un aumento más que proporcional de las exportaciones, lo que lleva a que la balanza comercial de estas posiciones pase de un promedio de US\$600.000 a un valor record de US\$3.900.000. La dolarización del Ecuador, en su primera etapa (2000 - 2001) le permitió a éste mejorar su balanza comercial en muchos productos debido a la mejora en las condiciones de negociación, la reducción del efecto devaluación, así como el resentimiento de las importaciones que venía desde 1999; sin embargo, en su segunda etapa (2002 en adelante) identificó ineficiencias de la producción y en general de la economía, que generó pérdida de competitividad de las exportaciones, con lo cual se ha detectado una reducción de éstas y un aumento de las importaciones, en la mayoría de los rubros de consumo, entre los cuales se encuentra la joyería. El anterior aspecto, explica el sostenimiento de tasas de crecimiento por encima del 50%.

Se resalta que el principal socio comercial, tanto para exportaciones como para importaciones es Estados Unidos (99% exportaciones, 66% de las importaciones).

Gráfica 1: Importaciones y Exportaciones de Joyería, 1998-2002



Fuente: BCE
Elaboración: Grupo Consultor

Tabla 4: Importaciones y Exportaciones de Joyería, 1998 - 2002

Posición	Descripción	1998	1999	2000	2001	2002
Importaciones						
71131100	Artículos de joyería y sus partes, de plata, incluso revestidos o chapados de otros metales preciosos	23.712	22.000	48.044	12.589	89.671
71131900	Artículos de joyería y sus partes, de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos, excepto de plata .	277.572	165.000	64.079	705.132	797.759
71132000	Artículos de joyería y sus partes, de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	10.248	24.000	142.796	209.860	676.424
Exportaciones						
71131900	Artículos de joyería y sus partes, de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos, excepto de plata	1.535.000	846.000	880.000	4.832.000	5.411.000

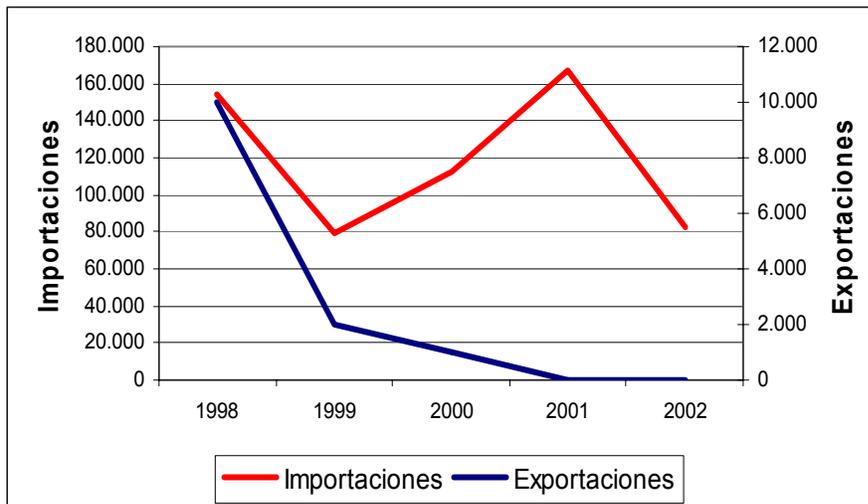
Fuente: BCE
Elaboración: Grupo Consultor

Orfebrería

La orfebrería es una actividad con poca demanda en el Ecuador, debido a su dependencia de la plata, mineral del cual Ecuador posee pocas reservas⁶, a la vez que no se posee una tradición en el uso de este tipo de productos. Sin embargo, el comportamiento del mercado exterior de estos, se ve afectado por las medidas económicas del año 2000, llevándola a ser totalmente dependiente de las importaciones, por dos razones fundamentales: el incremento del costo de la mano de obra y de los insumos, lo que sumado a la devaluación comparada de las monedas extranjeras frente al dólar, ha permitido la mejora de competitividad de los productos provenientes de Panamá (Noritex es la principal empresa despachadora) y Perú (Platería del Pilar, principalmente), especialmente.

⁶ Según estadísticas del INEC y el Ministerio de Minas, la producción de plata en Ecuador es nula.

Gráfica 2: Importaciones y Exportaciones de Orfebrería, 1998-2002



Fuente: BCE
Elaboración: Grupo Consultor

Tabla 5: Importaciones y Exportaciones de Orfebrería, 1998 - 2002

Posición	Descripción	1998	1999	2000	2001	2002
Importaciones						
71131100	Artículos de joyería y sus partes, de plata, incluso revestidos o chapados de otros metales preciosos	23.712	22.000	48.044	12.589	89.671
71131900	Artículos de joyería y sus partes, de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos, excepto de plata .	277.572	165.000	64.079	705.132	797.759
71132000	Artículos de joyería y sus partes, de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	10.248	24.000	142.796	209.860	676.424
71141110	Artículos de orfebrería y sus partes, de plata, de ley 0,925, incluso revestidos o chapados de metales preciosos	85.267	65.000	58.112	103.145	56.635
71141190	Artículos de orfebrería y sus partes, excepto de plata, de ley 0,925, incluso revestidos o chapados de metales preciosos	30.874	14.000	41.178	58.848	25.843

Posición	Descripción	1998	1999	2000	2001	2002
71141900	Artículos de orfebrería y sus partes, de metales preciosos, excepto de plata, incluso revestidos o chapados de metales preciosas	37.774	0	13.604	5.451	351
Exportaciones						
71131900	Artículos de joyería y sus partes, de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos, excepto de plata	1.535.000	846.000	880.000	4.832.000	5.411.000
71141190	Artículos de orfebrería y sus partes, excepto de plata, de ley 0,925, incluso revestidos o chapados de metales preciosos	10.000	2.000	1.000	0	0

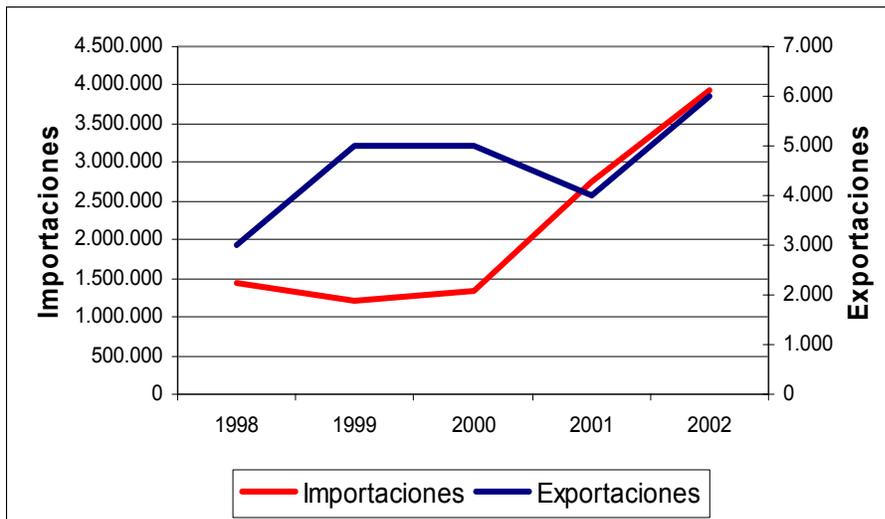
Fuente: BCE
Elaboración: Grupo Consultor

Bisutería

El comportamiento de la Bisutería, se caracteriza por un predominio del producto importado sobre la oferta exportable nacional. Este predominio, que se desarrolla en una relación de 1:100.000, es decir por cada dólar exportado, Ecuador importa 100.000, en promedio, es el resultado del posicionamiento de la bisutería proveniente de Perú (61% de las importaciones del 2002) y Colombia (31% en el 2002), principalmente, así como del mejoramiento de la capacidad adquisitiva de este tipo de productos como resultado de las medidas de dolarización de la economía en el año 2000, lo que genera un efecto inmediato sobre las importaciones de estos productos, con crecimientos promedio de 73% entre 2000-2002.

Sin embargo, el comportamiento de la bisutería en el país está determinada por dos empresas: Avon y Yambal (Nardal), las cuales importan el 75% de estos productos, principalmente de sus plantas en Perú y Colombia.

Gráfica 3: Importaciones y Exportaciones de Bisutería, 1998-2002.



Fuente: DIAN, BCE⁷
Elaboración: Grupo Consultor

Tabla 6: Importaciones y Exportaciones de Bisutería, 1998 - 2002

Posición	Descripción	1998	1999	2000	2001	2002
Importaciones						
7117190000	Las demás bisutería.	1.446.907	1.201.000	1.343.815	2.751.069	3.929.801
Exportaciones						
7117190000	Las demás bisutería de metal común incluso plateado.	3.000	5.000	5.000	4.000	6.000

Fuente: BCE
Elaboración: Grupo Consultor

1.2 Características de la Demanda

El nivel de consumo del mercado, está determinado por el tamaño y las características de la población potencialmente demandante de los productos. En el caso ecuatoriano, el tamaño de la población es una limitante para alcanzar unos altos niveles de consumo, pues el país solo cuenta con 12 millones de habitantes, los cuales están altamente afectados por la raza a la que pertenecen, aspecto de tipo étnico, que tiene incidencia cultural en el comportamiento del consumidor.

Así mismo, el género es otro factor determinante para el consumo de joyería y bisutería, debido a la tendencia natural a que sean las mujeres las que usen en mayoría este tipo de productos. Adicionalmente, otras variables como la edad, la ubicación y la capacidad económica, determinan el comportamiento del consumidor.

Las anteriores variables, permiten calcular que la población potencial en materia de joyería para Ecuador es cercana a 72.789 habitantes, mientras que para bisutería

⁷ Banco Central de Ecuador

asciende a 126.708⁸, ofreciendo un consumo per capita al año del orden de US\$27 para la joyería y US\$32 para la bisutería.

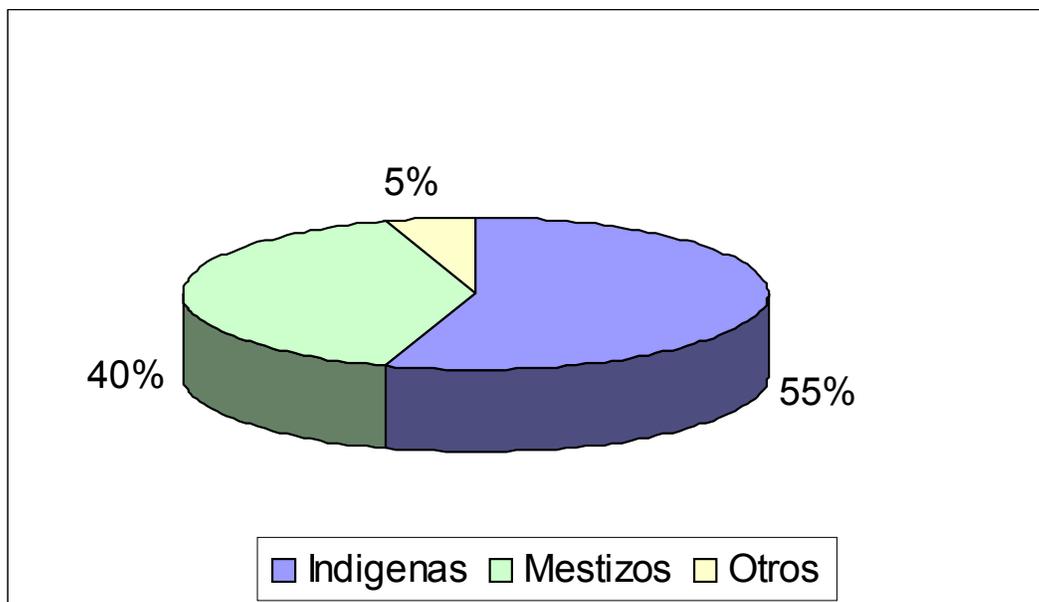
1.2.1 Segmentación de la demanda

La población ecuatoriana, asciende a 12.156.608, según el censo del 2001, distribuida en 6.018.353 de hombres y 6.138.255 de mujeres; concentrada principalmente en el área urbana (61%) y en especial en la provincias de Guayas (21%), Pichincha (14%) y Manabí (5%).

Tanto la joyería como la bisutería son productos demandados únicamente por la población urbana, la joyería es demandada tanto por hombre como por mujeres. Sin embargo, en la mayoría de los productos como aretes, pulseras, dijes y joyería con piedras preciosas son adquiridas con exclusividad por las mujeres, mientras los hombres demandan argollas y cadenas pero en una dimensión menor a las mujeres. En cuanto a la bisutería el consumo solo es realizado por mujeres.

La estructura étnica del país está concentrada en la población indígena (55%), la cual se caracteriza por condicionar el uso de joyas a la cultura propia de la etnia, que con frecuencia promueve que sea la persona la encargada de elaborar su propia joya o aderezo. El grupo de mestizos (44%), con presencia mayoritaria en las zonas urbanas, se caracteriza por ser un consumidor mas frecuente de estos productos, condicionado fundamentalmente por el nivel de ingresos del mismo.

Gráfica 4: Población Racial, 2001.



Fuente: Encarta
Elaboración: Grupo Consultor

⁸ Este dato parte del número de mujeres, y se tuvieron en cuenta las siguientes variables: Mujeres mestizas de las áreas urbanas con segmentación étnica, y con un poder adquisitivo de US \$300 o más.

El alto porcentaje de población indígena limita la capacidad de ingreso de productos, esto se debe básicamente a que las costumbres de la población indígena no se encuentran influenciadas por la moda. Esta población dedica sus actividades a la agricultura, la mayor parte de su tiempo la pasan en sus cultivos y en muy pocas ocasiones llegan a las ciudades o los cantones, ni siquiera para vender sus productos. El resto de los indígenas que no se encuentran en el campo, sino en las ciudades, son población dedicada al comercio de productos que ellos mismos hacen como las artesanías, algunos trabajan en el sector público y privado, sin embargo esto no indica que hayan dejado de lado sus costumbres o cultura, aún siguen conservando su vestuario y su idioma.

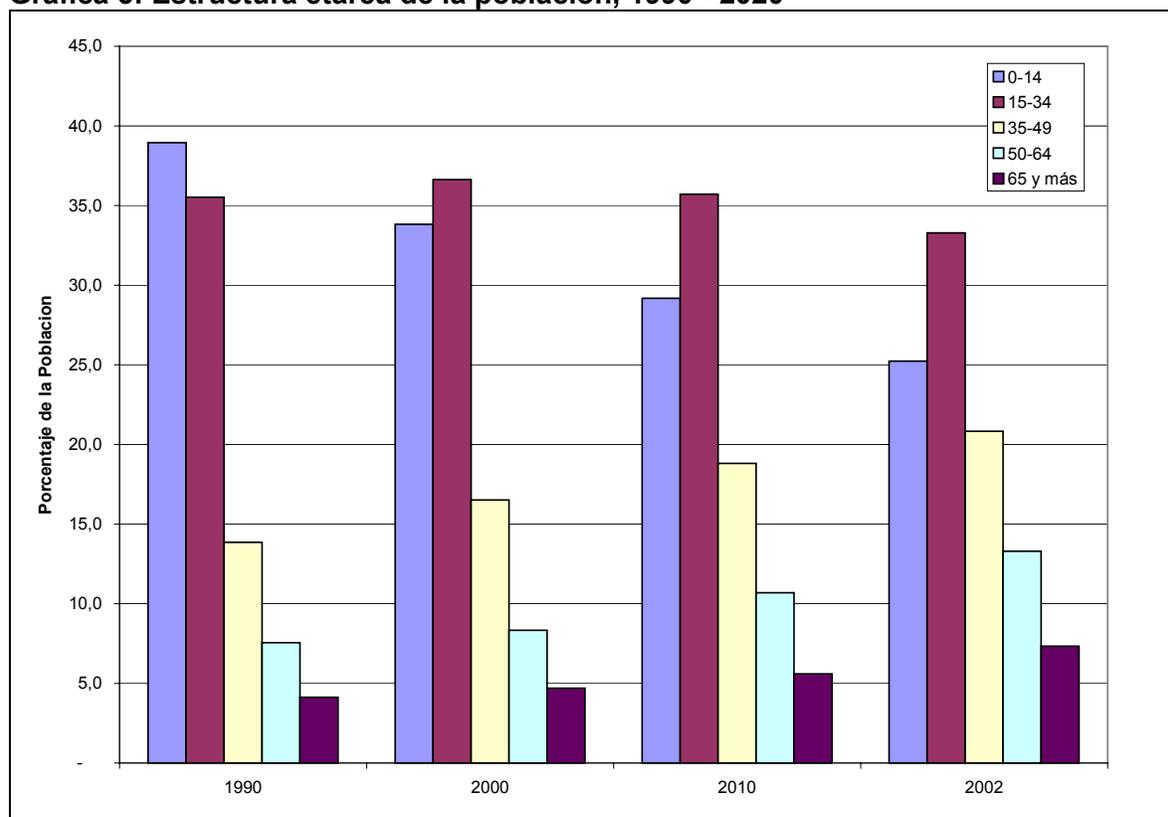
De tal forma que al encontrar un país como Ecuador en el que el índice de población indígena es tan alto, es evidente que la joyería y bisutería no son productos dirigidos a la población indígena. Y si se tiene en cuenta que la mayoría de la población indígena reside en las zonas rurales, se puede deducir que el nicho de la joyería y bisutería debe dirigirse a las áreas urbanas.

Como se menciona, el determinante de consumo de la población mestiza, es el nivel de ingresos, que en el caso ecuatoriano, presenta una pirámide de ingresos familiares mensuales con una amplia base (37%) con ingresos promedio inferiores a los US\$100, mientras que la punta superior (18%) presenta ingresos mayores a los US\$300 dólares mensuales⁹. Lo que determina que solo un pequeño grupo de la población está en capacidad de comprar estos productos, mas si se tiene en cuenta que la canasta familiar para el 2002, se estima en US\$216.

La distribución etárea es otra de las variables, que si bien no determina el consumir o no, determina el tipo de productos a consumir. Ecuador, posee una población con tendencia a ir envejeciendo, esperándose que el segmento comprendido entre los 35 y 49 años, el que mayor crecimiento presente en los próximos diez años.

⁹ Fuente: Markov

Gráfica 5: Estructura etárea de la población, 1990 - 2020



Fuente: CEPAL
Elaboración: Grupo Consultor

Las preferencias del cliente a la hora de adquirir joyería o bisutería está marcada por la edad, a partir de los 25 años se empieza a tener preferencia y poder adquisitivo para adquirir una joya hasta los 44 años. Sin embargo la bisutería es adquirida desde los 15 años hasta los 65, este rango es bastante amplio, y se ha ampliado más en los últimos tiempos debido a la moda y a que la bisutería dejó de ser una copia de la joya y comenzó obtener un espacio en los accesorios de la mujer, es por esto que la etapa de edad que más adquiere bisutería se encuentra entre los 15 y los 44 años, situación que tiende a mantenerse en el mercado ecuatoriano, que adicionalmente presenta unas mayores tasas de crecimiento poblacional femenina en estas edades¹⁰.

1.2.2 Productos

La población ecuatoriana en general tiene la característica de ser bastante tradicional, por lo que los productos comercializados mantienen esta tendencia. Sin embargo, los productos con diseño moderno se están posicionando rápidamente, en especial en las poblaciones jóvenes.

De manera general, los productos comercializados en la línea de joyería son:

¹⁰ Información tomada de las estadísticas sociales de la CEPAL.

- Anillos: de matrimonio, graduación, diseños exclusivos para hombres y mujeres y solitarios para mujeres, principalmente en oro de 14 y 18 kilates y plata.
- Aretes: existen algunas variedades de diseños como, botones (asa y asegurador); colgantes, pueden ser solo en oro o plata, o con incrustaciones de piedras preciosas, semipreciosas o sintéticas; aros, pueden ser solos en oro o plata, los tamaños y diseños varían de acuerdo con la moda y los catálogos internacionales.
- Cadenas: Se realizan en variedad de diseños, su tamaño y grosor pueden servir para enlazar algunos modelos de gargantillas.
- Pulseras: se elaboran para ser usadas por hombres y mujeres. Se utilizan con placas para grabar los nombres o iniciales, con piedras preciosas o semipreciosas.
- Pendientes: son la especialidad de los artesanos, pues les permite desarrollar todo su talento y creatividad. Encontrándose desde una simple piedra o perla colgada en un cordel hasta pendientes con apliques de oro blanco y engastado de brillantes.
- Dijes: se elaboran variedad de modelos, desde una simple letra hasta variedades de figuras, como animales, talismanes, signos zodiacales, cruces, medallas, etc.

Mientras que en materia de bisutería se identifican:

- Juegos de collares y aretes en materiales como canutillos, semillas, piedras semipreciosas, los hilos de colores, los broches en plata, perlas, hilo de nylon, cuero, madera, pepas sintéticas, entre otros.
- Collares en cordón de cuero natural y encerado, monedas en acrílico, piedras y cubos plateados.
- Pepas en acrílico de colores con piedras de ojo de gato, cordón en cuero natural y encerado y cubos plateados.
- Cubos y bolas de madera, con tejido en crochet en nylon.
- Madera en formas de cubos y esferas, de cerámica en cubos con conchitas de caracol, tejidos en nylon.
- Concha de nácar y cuero, con herrajes en plata.
- Piedras de cristal en guaya.
- Cristal en colores, tejido en hilo de colores y herrajes en plata.
- Collar en cuarzo y murano tejido en crochet.

Considerando los anteriores productos, y el tipo de consumidor, se puede realizar una tabla indicativa que muestra características de producto para el tipo de población.

Tabla 7: Tipo de producto según población objeto

	Joyería	Bisutería
Jóvenes (menores 20 años)	Joyas sencillas: cadena, dijes, aretes tipo topos o aros. Predominio del el oro y piedras semipreciosas como el circón.	Preferencia por collares, aretes y anillos de gran tamaño con diseños modernos. Aderezos con incrustaciones en imitación plata. Gustan piedras semipreciosas.
Adulto Joven (21 - 40 años)	Cadenas, pulseras en oro. Aretes y anillos con piedras preciosas de menor tamaño. Joyería moderna, con base de plata.	Aderezos con algunas incrustaciones de plata. Collares. Gustan combinaciones de materiales finos con materiales naturales o sintéticos.
Adulto (Mayores 41 años)	Joyería tradicional con alto contenido de oro y piedras preciosas. Gustan productos en técnicas como filigrana.	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Grupo consultor

Con respecto a los productos de orfebrería, predominan bandejas, trofeos y otros productos de mesa, elaborados en diferentes metales con baños en plata. Los productos elaborados en plata, como: bandejas, jarras, juegos de té, entre otros, poseen una baja demanda principalmente por el alto precio, debido a la exigua producción de plata del país y por ende a la necesidad de importarlos.



Una de las características más destacadas de la platería en el mercado, es la presencia de producto peruano, de acuerdo con los empresarios, este producto no es de buena calidad. Sin embargo, sus bajos costos hacen que la producción local no sea competitiva, factor que influye para que la fabricación de estos productos sea mínima.

1.2.3 Tendencia de productos

La demanda de artículos de joyería y bisutería ha presentado una tendencia creciente, como resultado de los cambios de hábitos y de la moda, lo que se observa en el comportamiento de las importaciones y exportaciones, el cual demuestra que hay una tendencia creciente a desplazar las joyas por la bisutería, a la vez que en el mercado interno se evidencia un aumento de la demanda de bisutería.

Esta situación, lleva a que la industria nacional comience a experimentar con materiales y diseños generándose lo que los medios de comunicación han llamado como la “nueva joyería” refiriéndose a la joyería y bisutería con diseño, de la cual se destacan los diseñadores Nicole Jaramillo, Gustavo Kamachi y Maja Schulz.

Los diseños de Nicole Morillo, diseñadora que estudio en Italia, se caracterizan por las grandes piezas de cristal de Murano, los colores rojo, naranja y verde y el uso de la plata. Gustavo Karachi, por su lado se destaca por el uso de la resina de poliéster y el manejo de materiales naturales como la concha de spondilus¹¹, los cuales coloca sobre plata. Y Maja Shulz, se caracteriza por el uso de las perlas y las combinaciones de plata, nácar, oro y vermeil¹², en diseños multifuncionales¹³.

Con base en las piezas de estos tres diseñadores, así como en lo observado en el mercado, la tendencia son las joyas de gran tamaño, con incrustaciones en piedras semipreciosas y material vegetal o animal (conchas, tagua), predominando la plata como metal básico. En materia de bisutería, la cual responde a la moda internacional, se evidencia la copia de este tipo de joyas.



Es de destacar que si bien los diseños están basados en el arte precolombino, las piezas tienen características modernas, en las que combinaban materiales clásicos como la plata y el ópalo, también se utilizó el cuero, semillas, lazos, entre otros, todo con el fin de modernizar la joya para que ésta sea más comercial.

En materia de comercialización la tendencia es el uso de los centros comerciales para la promoción de los productos (islas o kioscos en los corredores), en especial collares y aretes.

La joyería y bisutería en Ecuador, están buscando nuevos horizontes que permitan rescatar técnicas de orfebrería, en esta tarea se encuentra especialmente CFTARE¹⁴ (programa educativo de la UNESCO) este centro de formación actualmente busca el resurgimiento de arte precolombino, esto forma parte de un programa educativo en donde diecisiete nuevos orfebres de Quito se reencuentran con los diseños precolombinos. Estas muestras se expusieron en el museo del Banco Central de Ecuador bajo el nombre de "Raíces", en ella se mostraron 130 piezas, entre collares, gargantillas y anillos que recuerdan las técnicas aborígenes y la belleza de las piedras que brotan de los volcanes andinos¹⁵.

1.2.4 Estacionalidad

El comportamiento de la demanda en el país, está influenciado por el calendario comercial y de eventos de cada región del país, marcándose una clara diferencia entre la región de la costa, liderada por Guayaquil y la región de la Sierra, liderada por Quito.

¹¹ Es la concha de un marisco muy común en la costa pacífica ecuatoriana.

¹² Es un metal a base de plata y oro. Según la diseñadora este metal mantiene las cualidades de los otros dos metales.

¹³ Información tomada de entrevistas realizadas por la revista Fucsia, Ecuador. Edición de Julio-Agosto 2003.

¹⁴ Centro de formación, capacitación y tecnificación del artesano.

¹⁵ José Zamora, Director de CFTARE

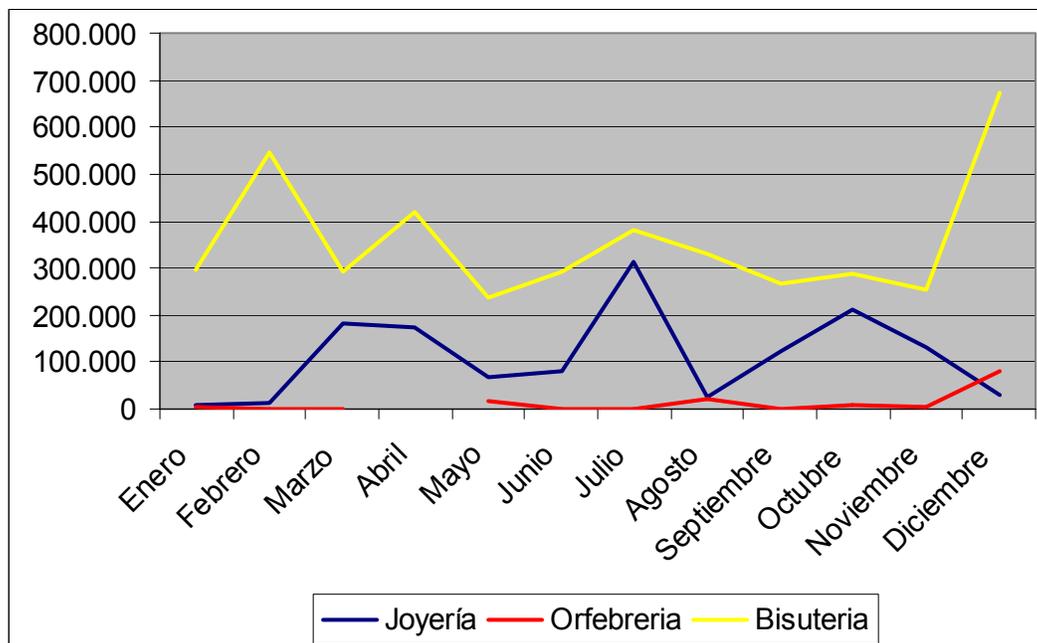
Tabla 8: Días Festivos y Vacaciones

	Quito (Sierra)	Guayaquil (Costa)
Temporada de Vacaciones	Junio - Septiembre	Diciembre - Marzo
Independencia de Guayaquil		Octubre 9 (Sólo Guayaquil)16
Día de los difuntos		Noviembre 2
Independencia de Cuenca		Noviembre 3
Fundación de Quito	Diciembre 6 (Sólo Quito)	
Navidad		Diciembre 25
Año Nuevo		Enero 1
Carnaval		Marzo 6-7
Viernes Santo		Abril 21
Día del Trabajo		Mayo 1
Batalla de Pichincha		Mayo 24
Fundación de Guayaquil		Julio 25 (Sólo Guayaquil)
Día Nacional de la Independencia		Agosto 10

Elaboró: Grupo Consultor.

Estas fechas se ven reflejadas en el comportamiento mensual de las importaciones las cuales, para el caso de la bisutería y la orfebrería repuntan en el mes de diciembre como respuesta a la temporada de navidad. Mientras que las importaciones de joyas, las cuales repuntan en el mes de junio y octubre, responden a las fiestas de las ciudades (Guayaquil en julio y Quito en Diciembre), temporadas que son aprovechadas por las sociedades de las ciudades para fiestas de gala y formalidades sociales¹⁷.

Gráfica 6: Estacionalidad de la importación de joyería y bisutería, 2002.

Fuente: Corporación de Aduanas del Ecuador
Elaboración: Grupo Consultor

¹⁶ A partir de este año se usa el festivo para toda la nación y también han comenzado a correrlo para el lunes o viernes.

¹⁷ Según se pudo determinar, estas fechas son usadas para la presentación en sociedad de las hijas en los diferentes clubes de las ciudades. Tradición que se da cuando la niña cumple los 15 o 18 años.

Tabla 9: Importaciones por mes de joyería y bisutería 2002.

Mes	Joyería	Orfebrería	Bisutería
Enero	9.908	5.188	297.711
Febrero	11.141	52	546.462
Marzo	184.118	510	290.486
Abril	171.857	0	418.588
Mayo	69.101	17.722	237.104
Junio	81.774	1.862	290.019
Julio	311.278	140	381.483
Agosto	27.336	19.237	332.218
Septiembre	121.321	20.457	268.631
Octubre	210.598	6.872	289.940
Noviembre	129.683	4.239	252.376
Diciembre	28.105	79.880	672.773

Fuente: Corporación de Aduanas del Ecuador
Elaboración: Grupo Consultor

2 ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN

La producción de joyas, la cual supera los 8,6 toneladas de joyas promedio año, por un valor cercano a los US\$5,7 millones de dólares, se concentra principalmente en la provincia de Azuay, específicamente en Cuenca y Chordeleg¹⁸, zonas reconocidas por la técnica del filigranado, la cual es transmitida de manera oral entre los artesanos.

La producción de joyas en Ecuador, se ve limitada por la dependencia de materia prima importada en especial metales como la plata, y el platino, y piedras de diferentes tipos. A nivel nacional se explota el oro, el cual ha sido el soporte para la producción nacional, sin embargo, este metal está siendo importado en proporciones que superan la producción nacional.



2.1 Producción nacional

La producción de joyas en el Ecuador, está concentrada en la provincia de Azuay (26,7%), seguida por la provincia de El Oro (12%) y las provincias de Guayas y Pichincha (10,7% cada una). Distribución que en las dos primeras provincias se relaciona con la fuente de producción y con las segundas con el origen de la demanda y la ubicación de los puertos de despacho para exportación.

Tabla 10: Capacidad productiva mensual de joyas, 2000

Provincia	Producción en Kilos de 24 Kilates
Pichincha	60 a 80
Guayas	60 a 80
Azuay	100 a 200
El Oro	80 a 90
Chimborazo	50

¹⁸ Chorro de oro

Provincia	Producción en Kilos de 24 Kilates
Imbabura	40 a 50
Tulcán	40 a 50
Tungurahua	40
Cotopaxi	30
Milagro	30
Esmeraldas	30
Quevedo	20

Fuente: Federación de Orfebres, relojeros y afines.

2.1.1 Técnicas usadas

De acuerdo a Asociación de Joyeros del Azuay y con base en el libro Joyería del Azuay, promovido por esta asociación y escrito por María Leonor Aguilar de Tamariz, las principales técnicas de joyería utilizadas en el Ecuador son:

- Filigrana

La filigrana es una de las técnicas de la orfebrería más difíciles de elaborar, esta técnica se trata de un entorchado de hilos, formando con ellos una variedad de figuras. Se trabaja en oro y plata, más con la segunda debido a que su valor es menor y porque la filigrana en oro es de difícil venta.

Los orfebres dedicados a la filigrana elaboran flores, hojas, animales de gran variedad, también confeccionan guitarras, aviones, carros, portarretratos, cigarreras, cofres, hebillas y pequeñas carteras.

- Chapado

Esta técnica es un invento francés del siglo XVII, el proceso consiste en acoplamiento de una lámina muy delgada de oro a una chapa de metal, esta operación recibe el nombre de "plaque", que en francés significa chapado.

Este proceso es utilizado en los trabajos de bisutería fina, especialmente para la fabricación de cajas o mallas de los relojes y de gargantillas.

- Grabado

La técnica del grabado es dentro de la opinión de los joyeros una técnica fundamental, afirmando que si ésta faltase la joyería no estaría completa en toda su dimensión, por cuanto este proceso la distingue y hasta cierto punto constituye la parte más significativa del orfebre.

Dentro del grabado, el diseño y el dibujo desempeñan un papel fundamental. El grabado se hace sobre las piezas confeccionadas en metal, un adorno cualquiera, como flores, paisajes, letras, siluetas humanas o aves. Primero se hace un dibujo o patrón en papel para luego ser pasado a la pieza elaborada.

- Troquelado

Esta técnica consiste en moldear el oro en unas cuñas de acero mediante la utilización de una herramienta conocida con el nombre de prensa. En suma son pedazos de acero templados al rojo vivo.

Se acostumbra a hacer el templado en agua mezclada con sal. La confección de los cuños la hace el propio orfebre, existiendo un número muy reducido de artesanos dedicados a esta actividad.

- Tallado y Calado

El tallado es la operación consistente en cortar trozos de metal de la superficie, formándose entonces líneas o bajos relieves. Con líneas finas se esboza el diseño y se crea un dibujo sobre el mismo metal.

El bajo relieve se obtiene levantando el metal en las partes más profundas indicadas en el diseño. Cuando todo el diseño es en bajo relieve se cortan primero los trazos y luego se van perfilando los detalles contenidos en el dibujo o modelo.

- Repujado y Cincelado

Son procedimientos a través de los cuales se da relieve a los trabajos realizados en oro, plata o en cualquier otro metal. El repujado es muy semejante al tallado y el cincelado se podría definir como todas aquellas decoraciones realizadas en los trabajos de chapa.

- Engaste y Enjoe de piedras preciosas

En el proceso de colocación de las piedras preciosas en las diferentes joyas u objetos confeccionados, la técnica del enjoe, afirman los artesanos que es algo innato, y que no es otra cosa que la capacidad para lograr o no destacar o resaltar el montaje de piedras preciosas.

Muchas veces se prestan a confusión los procesos de engaste y enjoe, que si bien están estrechamente ligados, no forman parte de una misma técnica, el enjoe es el arte de engastar una piedra, valiéndose únicamente de la habilidad manual. Mientras que el engaste es la elaboración de los lugares en los cuales más tarde se depositan las piedras preciosas.

2.1.2 Materias Primas

Los principales insumos para la producción de joyería y bisutería son el oro, la plata, las piedras preciosas, semipreciosas y sintéticas, los cuales provienen en bajo porcentaje de la minería nacional y mayoritariamente de las importaciones. El caso del oro, es el único metal que proviene de diferentes regiones del país, alcanzando para el 2001 una producción cercana a las 3 toneladas, las cuales en su mayoría son consumidas por el mercado nacional.

Tabla 11: Importación de insumos para la joyería (kgs -2002)

País de Origen	Piedras					Metales		
	Diamante	Perlas	Preciosa	Sintética	Polvo	Oro	Plata	Platino
Hong Kong								3.885,6
Estados Unidos	105,4		52,0	96,2		1.698,8	990,3	14,6
Chile							1.428,4	
China						544,3	0,2	
España						216,9	0,7	33,3
Brasil			212,4					

País de Origen	Piedras					Metales		
	Diamante	Perlas	Preciosa	Sintética	Polvo	Oro	Plata	Platino
Italia							146,6	
Belgica							130,8	
Holanda							32,8	
Alemania					2,2		8,7	
Perú							10,0	
Canada							4,0	
India			2,8				-	
Japón		0,5						
Total general	105,4	0,5	267,2	96,2	2,2	2.459,9	2.752,3	3.933,5

Fuente: CAE
Elaboración: Grupo Consultor

La producción de oro, tiene como fuentes primarias de explotación, las zonas de: Nambija (Zamora-Chinchipe), Chinapitza (Zamora-Chinchipe), Porovelo (El Oro) y Pacto (Pichincha). Además, el país cuenta con 5 fuentes secundarias (aluviales) para la extracción de oro, conocidos como distritos auríferos aluviales. El potencial aurífero ecuatoriano, se encuentra ubicado en la región sur del país, en las provincias de Cañar, Azuay y el Oro. Existen alrededor de 200 ríos auríferos, que ubican a Ecuador como uno de los más ricos en este metal.

Tabla 12: Producción de Oro por zonas, Explotación primaria

Zona	Ubicación	Tipo	Proceso	Producción
Nambija	Zamora Chinchipe	Oro de 23 quilates	-	5 Toneladas/ año
Chinapitza	Zamora Chinchipe	Oro de 12 quilates	-	1.2 Toneladas /año
Ponce Enríquez	Limites Azuay, El Oro y Guayas	Oro en estado libre	Amalgamación	2 Toneladas/ año
Portovelo	El Oro	Oro mezclado con Zinc, cobre y plomo	Amalgamación y cianuración	3 Toneladas /año
Pacto	Pichincha	Filoleano angosto, con ventas auríferas	Molienda con chancadora artesanal.	0.8 Toneladas año.

Fuente: CORPEI, perfil de producto joyería 2003

La producción de plata, por su lado, es baja en el Ecuador, y de hecho no se registra estadísticamente ninguna producción por lo que el metal en su totalidad se importa. En el año 2002, se importaron 2,7 toneladas de plata en plaqué para ser utilizadas por la joyería, provenientes principalmente de Chile. Sin embargo, según se pudo comprobar en las entrevistas con el mercado, si existe producción nacional de Plata, la cual durante el primer semestre del 2003, ascendía a un promedio de 100 kilos por semana, en las minas de Zaruma, en la provincia de Azuay.

Con respecto a las piedras preciosas y semipreciosas, estas que se obtienen a través de las cadenas de distribuidores ubicados en la ciudad de Guayaquil y de Quito, aunque existen subdistribuidores en ciudades como Ambato y Riobamba. Se importan en su totalidad, principalmente de Estados Unidos y Europa. Entre las principales que se comercializan están:

- Diamantes: son adquiridos principalmente de Estados Unidos.
- Esmeraldas: son importadas especialmente de Estados Unidos¹⁹, lamentablemente el comercio más comúnmente utilizado por los comerciantes para este tipo de piedra es el comercio informal (contrabando), comprándose las esmeraldas de mayor calidad de Brasil, y de menor calidad de Colombia.
- Perlas: en su gran mayoría son importadas de Estados Unidos (US\$14.000 en el año 2001²⁰) y de Japón en el año 2002.

En Ecuador también existen lapidadores (talladores) de piedras preciosas, pero estos trabajan solamente para componer esmeraldas caras que se rompen al trabajar o también otras piedras preciosas de alto valor.

Tabla 13: Importadores de insumos para la joyería, 2002

Materia Prima	Importador	US\$
Diamantes	Oro y Diamantes Flores & Chalco Cia Ltda	141.669
	Joyería Guillermo Vásquez	90.213
	Artejoy	78.782
	Ladioro Cia Ltda	41.615
	Tabacalera Andina S.A.	510
Oro	Moras y Kochman Cia. Ltda.	5.343.333
	Joyería Internacional	1.889.211
	Manucrisa S.A.	1.686.748
	Oro Y Diamantes Flores & Chalco Cia Ltda	880.759
	Enrique Ricardo	316.869
	Artejoy	137.743
	Ladioro Cia Ltda	121.943
Vendolar Imports S.A.	1.012	
Iglesia De Jesucristo	293	
Perlas	Joyería Guillermo Vásquez	6.416
Piedras	Artejoy	131.245
	Gurmit Bopa Rai	6.459
	Piedras Brasileiras/Repoles Passos Maria	1.782
	Enrique Ricardo	1.284
Piedras Sintéticas	Enrique Ricardo	12.743
	Naranjo Muñoz Edgar Esteban	482
	Vásquez Iniguez Pablo Roberto	58
Plata	Indurama S.A. (Ensambladora Y Ofc)	26.081
	Ecuatoriana De Artefactos S.A. Ecasa.	16.484
	Aga S.A.	10.897
	Moras Y Kochman Cia. Ltda.	8.816
	Enrique Ricardo	7.318
	Megafrio S.A.	3.647
	Artejoy	2.056
	Oxidos De Plomo Cia.Ltda.	1.872
	Indurama S.A.	1.673
	Centuriosa S.A.	1.185

¹⁹ En el año 2001 se registraron importaciones por US \$3.000, todas provenientes de Estados Unidos

²⁰ ALCA

Materia Prima	Importador	US\$
	Trepaco Cia.Ltda.	951
	Equalbrize Cia. Ltda	924
	Aceros Boehler Del Ecuador S.A	830
	A.C. Tech S.A.	548
	Rochem Del Ecuador S A	319
	El Kiosko	317
	Quemco Cia Ltda	223
	Centro Electromecanico C.A.	185
	Galpacifico Turs S A	115
	Jarvani Consorcio Distribuidor	98
	Marmoles Andino Cia	56
Platino	Supermercados La Favorita	19.703
	Pintulac Pinturas De Calidad S.A	243
	Copece-Corp,Para La Educacion Y Cultura	239
	Amazonline S.A	53
Polvo De Piedras	Aceria Del Ecuador C.A. Adelca	1.993

Fuente: CAE
Elaboración: Grupo Consultor

La adquisición de las materias primas, suele realizarse a través de intermediarios, los cuales, que tienen un capital propio, que les permite adquirir oro en grandes cantidades y por lo cual ellos son quienes fijan el volumen de la oferta, de acuerdo a sus intereses económicos. Otra manera que utilizan los joyeros de adquirir oro y plata es a través de la compra de joyas, a precios inferiores del mercado, dependiendo el valor principalmente por kilataje del objeto. De acuerdo a la habilidad del joyero, éste puede obtener oro a través de la merma, que es el porcentaje de oro que se pierde en la elaboración de cada joya, dicha merma puede ser reutilizada a través de los métodos que existen para recuperar oro.

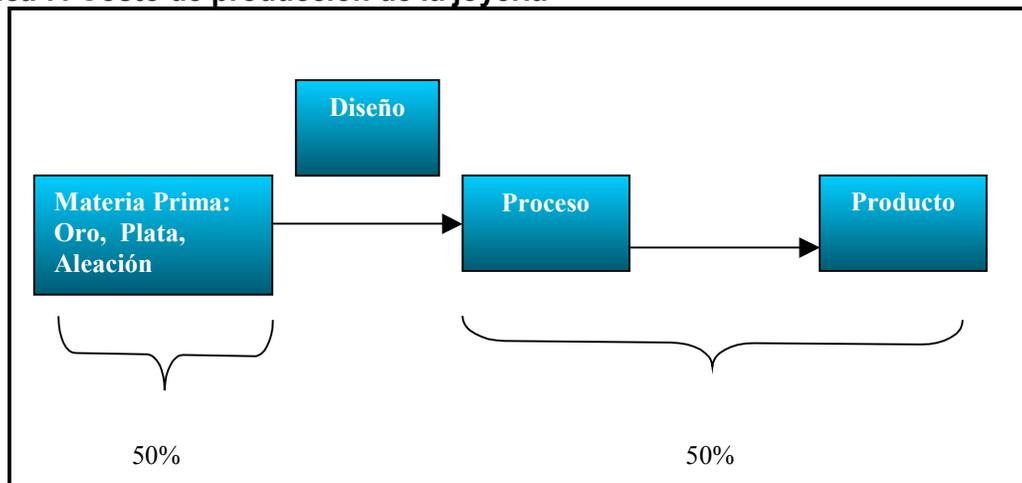
En algunas ocasiones los artesanos, adquieren la materia prima del mercado negro, es decir, compran la materia prima en forma de contrabando de los países vecinos como Perú y Colombia, aunque la calidad de estos materiales no es buena, pero sin embargo les brinda la oportunidad de realizar el negocio entre el intermediario y el joyero.

2.2 Costos de Producción

El costo de producción de la joyería, se encuentra dividido en tres partes, la primera corresponde a la materia prima utilizada, la que en promedio representa el 50% del valor final de la joya; la segunda, correspondiente al proceso de elaboración de la misma, que junto con la comercialización llegan a representar otro 50%. Según se indago, el margen que manejan los productores, está entre el 10 y el 15%, dejando para la comercialización entre 35 y 40% del precio de venta al público.

Los costos relacionados con los diseño, suelen no tenerse en cuenta en la cadena de producción normal, debido a que la costumbre es la copia de diseños mundialmente conocidos y estandarizados. La inclusión de diseño propio o exclusivo, puede hacer crecer el valor de la pieza entre un 30% a 40%.

Gráfica 7: Costo de producción de la joyería



Fuente: Corpei, Perfil de producto: joyería mayo 2003.

2.3 Centros de Producción

El principal centro de producción de joyas es la provincia de Azuay, concentrando el 26,7% de la producción nacional, especialmente en la ciudad de Cuenca y el cantón de Chordeleg.

La producción de bisutería, la cual no es muy alta en el país, se centra principalmente en la provincia de Pichincha, como sede de la mayor concentración indígena (principales productores de bisutería informal). A continuación, se hace una breve mención de las características de estas dos provincias, con relación a su producción.

2.3.1 Azuay

Esta provincia, con una producción en joyería cercana a los 200 Kilos promedio mes, es reconocida como el emporio nacional de artesanías. Esto se debe a que su gente está dotada de una extraordinaria habilidad, es constante y trabajadora. La artesanía va desde la antigua actividad del tejido de sombrero de paja toquilla, hasta la elaboración de finas joyas que han colocada la orfebrería azuaya en el primer rango dentro de la artesanía.



El trabajo artesanal de los metales en el Azuay se transforma en un verdadero arte. El valor de la artesanía azuaya ha sido reconocida en el ámbito americano hasta el punto de que la OEA resolvió establecer en Cuenca el Centro Interamericano de Artes Populares (CIDAP).

Cuenca es la capital del Azuay, ya la tercera ciudad en importancia del Ecuador. La joyería en Cuenca ha sido una herencia legada por los antepasados de los artesanos en la orfebrería, sin embargo las técnicas han cambiado y se han modernizado.

Cuenca es una ciudad muy religiosa, por lo que la confección de las joyas eran destinadas a la Virgen y los Santos, sin embargo este tipo de joyas solo se hace por

encargos, pues en la actualidad la joya es elaborada y confeccionada con fines comerciales.



Aunque Cuenca es uno de los puntos de abastecimiento de la joyería en el Ecuador, solo 3 joyerías son las que tienen la capacidad productiva, económica y logística para distribuir a las demás ciudades²¹. Las otras joyerías de Cuenca se han dedicado a abastecer el mercado local y al arreglo de joyas, dejando la producción artesanal en el cantón de Chordeleg. Estas joyerías comercializan en un 80% producción local, el 20% restante es producto importado en especial de Italia y Brasil, aunque estas joyerías no son importadoras directas, sino que los mismo intermediarios que les compran el producto llevan mercancía extranjera a estos cantones y ciudades.

Chordeleg, es un cantón de la provincia de Azuay ubicado a 30 minutos de Cuenca con aproximadamente diez mil habitantes, es uno de los centros de actividad artesanal sobresaliente del país, en especial es reconocido por la joyería, cuya característica principal sobresale por su técnica artesanal en su elaboración tanto en oro como en plata. El trabajo más artesanal y reconocido es la filigrana, entre los principales objetos que se realizan, existen aretes, anillos, collares, prendedores y aros, esta última es la más representativa del lugar.

Chordeleg constituye el punto de encuentro de comerciantes y joyeros. El mayor movimiento se registra los fines de semana; gente principalmente de la Costa y del resto del país llega al lugar, más que por los precios por la variedad del producto. Allí se consiguen joyas de todo tamaño, modelo y peso. Alrededor de 60 joyerías le brindan la posibilidad de escoger el artículo de su preferencia y calidad en oro de 18 quilates y plata.

El artesano era considerado como una persona privilegiada por su habilidad para hacer las joyas. Sin embargo, hoy en día el orfebre corre el peligro de desaparecer junto con técnicas como la filigrana, pues el precio de sus joyas no alcanza a cubrir la mano de obra. Además, hay en el mercado productos que entran de países como Perú a mitad de precio aunque su calidad no sea la misma.



De otro lado la industrialización de la joyería ha optimizado el tiempo, la materia prima y la mano de obra, de esta forma una joya hecha por las manos de un artesano ya no tiene ningún valor agregado, se podría decir que estas máquinas están desplazando al orfebre.

De hecho en este cantón famoso por la orfebrería en especial la de filigrana ya no cuenta sino con 3 artesanos que conocen esta técnica, pues ninguno de los jóvenes joyeros ha

²¹ Entrevista con el presidente de la Asociación de Joyeros del Azuay. Sr Fausto Barrera

querido aprenderla. Si se tiene en cuenta que estos joyeros son de edad, se podría decir que la filigrana desaparecería, por lo menos de Cuenca y Chordeleg en uno 15 años.

Chordeleg es un lugar visitado por turistas los cuales adquieren algunas piezas de joyería. Sin embargo, la mayoría de las ventas se hace a través de mayoristas que van hasta el cantón y adquieren la joya para luego distribuirla en el país. Solo 2 o 3 personas del cantón distribuyen la joya directamente, pues la inversión económica es alta y la inseguridad no lo hace atractivo para los joyeros.

Se pensaría que en este cantón caracterizado por la producción de joyas no se encuentra producto importado. Sin embargo, esto no es así, en el caso de las joyas de plata, se pueden encontrar algunas importadas de Italia, y en cuanto a la joya de oro se puede encontrar producto importado de varios países de Europa.

Actualmente, están produciendo anillos, aros y cadenas en acero, estos productos ya se empiezan a ver en algunos almacenes de Quito y Guayaquil, sin embargo su segmento está dirigido a un estrato bajo. De igual forma sucede con las joyas en oro goldfield²² las cuales son importadas en especial del Brasil.

2.3.2 Pichincha

Quito es la ciudad capital del país y de la provincia de Pichincha, pero no es la de mayor población dentro del país, allí converge toda la zona de Sierra ecuatoriana. La ciudad se encuentra dividida de manera muy marcada en norte y sur. En el norte habitan la clase media, media alta y alta, mientras en el sector del sur alberga las clases más populares.

En cuanto a la parte socioeconómica, se puede decir que en Quito reside un grupo humano con alto poder adquisitivo que proviene de los sectores políticos y gubernamentales; y de los altos dirigentes de multinacionales y grandes empresas del país.



Quito es una ciudad que alberga diferentes grupos sociales, en este orden de ideas en el norte de la ciudad se encuentran ubicadas las principales joyerías de la ciudad y del país, las más reconocidas se encuentran en los centros comerciales o en almacenes cercanos a los hoteles. Sin embargo, en ninguno de los dos casos venden joyería ecuatoriana, toda es importada, pues de acuerdo con lo manifestado por los empresarios sus joyas están dirigidas a estratos altos o a los turistas extranjeros, a quienes no les interesa la joyería artesanal sino el nombre y garantía que le ofrece la joyería.

²² Son productos con baño en oro.

En el centro de la ciudad se encuentran ubicadas entre las calles Guayaquil y Venezuela un número bastante considerable de joyerías, aunque la mayoría de estas son pequeñas y no ofrecen una gran variedad de joyas pues no tienen la capacidad económica para mantenerla. Por lo general trabajan por encargo y de acuerdo al presupuesto acordado. También existen algunas joyerías reconocidas, sin embargo estas venden muy poco o no venden joyas ecuatorianas, en su gran mayoría son importadas.

Dentro de la reestructuración y reubicación de los vendedores ambulantes del centro de la ciudad se construyó el Centro Comercial Montufar ubicado en las calles Juan José Flores y Eugenio Espejo, este centro comercial destina un 80% de sus locales a la joyería, los cuales ofrecen básicamente joyas en oro como anillos, aretes y cadenas, la mayoría con piedras semipreciosas o con perlas. Estos son locales de venta de joyas en poca cantidad y con poca variedad, las joyas no son elaboradas en el local, es decir no hay orfebres en ese centro comercial.

Sin embargo, ninguno de los sitios descritos anteriormente alberga una cantidad de productos similares a los que se pueden encontrar en Bogotá en los San Andresitos, en principio porque la cantidad de joyería no es la misma, segundo porque la calidad y variedad de los productos no son tan amplios y en último lugar porque ninguno de estos centros alberga la cantidad de joyerías que si lo hacen los San Andresitos.

Existe otro lugar que reúne a varios joyeros, aunque este es más pequeño que lo anteriores, es un cantón de Sangolquí en la provincia de Pichincha a 40 minutos de Quito, allí se encuentran artesanos por lo general proceden de la provincia de Azuay.

Este cantón se encuentra ubicado al sur de Quito, es una pequeña población en donde se encuentran algunos artesanos joyeros de diferentes regiones del país, especialmente de la provincia de Cuenca. Los joyeros no se encuentran agrupados alrededor de la plaza como sucede en Chordeleg, cada uno tiene su taller en diferentes puntos del cantón. La mayoría de los artesanos son reconocidos por sus diseños y su amplia trayectoria en la joyería.

Sin embargo, la producción en Sangolquí no es muy amplia debido especialmente a que la joyería que se ofrece allí artesanal y poco industrializada. Las joyas ofrecidas son especialmente en oro y plata con algunas incrustaciones en perlas y piedras semipreciosas.

La producción se dirige básicamente hacia Quito, a través de intermediarios que llegan al cantón y compran las joyas, para llevarlas después a las joyerías de la capital. Otra opción que se presenta, especialmente por los diseños y la experiencia de los joyeros son las joyas por encargo, de acuerdo con las características que el comprador desea o demanda.

3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La oferta de joyas y bisutería en el país, se concentra en los productores nacionales, y los importadores de productos terminados, los cuales distribuyen sus productos a los diferentes canales de comercialización o de manera directa al consumidor. El presente capítulo, concentra su atención en identificar estos grupos de empresas, así como el presentar información sobre los precios.

3.1 Productores Nacionales

La producción nacional de Joyería para 2002, según la Superintendencia de Compañías, ascendió a US\$5,7 millones, la cual está liderada por la empresa Joyería Guillermo Vázquez, y Mora & Kohnman, concentrando entre estas 73% del total del grupo de productores.

Tabla 14: Principales empresas fabricantes de Joyas, 2002

Empresa	Ventas US\$
Joyería Guillermo Vázquez Sa	3.664.118
Mora & Kochman Cia. Ltda.	734.326
Importadora, Exportadora Y Comercializadora Saint Joseph Cia. Ltda.	376.649
Bauer & Co. S.A.	349.374
Manucrisa Manufacturas S.A.	304.440
Joyas Astudillo & Delgado Cia. Ltda.	198.195
Manufacturas de Metales Preciosos Cia. Ltda. Mademp	67.268
Lucio & Montero Tejedora De Cadenas Cia. Ltda.	36.211
Tallermon Cia. Ltda.	16.865

Fuente: Supercompañías
Elaboración: Grupo Consultor

3.1.1 Joyería Guillermo Vázquez S.A.

Principal productor de Joyas del país, con ventas cercanas a los US\$3,6 millones en el año 2002. Esta joyería, especializada en joyas de alto valor, es el único importador de perlas del país, las cuales las trae de Japón. También importa orfebrería de plata proveniente de Perú. La empresa fue constituida en 1974. Su sede principal está en Cuenca, en la provincia de Azuay, pero posee almacenes en Cuenca, Guayaquil y Quito. La empresa cuenta con cerca de 46 personas en el área de producción. Son los representantes de Omega para Ecuador.

JOYERÍA GUILLERMO VÁSQUEZ S.A.	
Representante Legal	Ángel Vázquez Astudillo
Dirección	GRAN COLOMBIA 7-97 LUIS CORDERO
Telefono	(593-7)831583
Fax	(593-7)831478

3.1.2 Mora & Kochman Cia. Ltda.

Es la principal importadora de oro del país, con niveles cercanos a los 849 kilogramos. Es a su vez el único importador de Candela Jewelry Inc. tanto de sus sedes de Miami como de España.

La empresa fue constituida en 1996, con sede principal en Quito. Hoy en día cuenta con cerca de 84 personas en el área de producción.

MORA & KOCHMAN CIA. LTDA.	
Representante Legal	Eduardo Mora Rosas
Dirección	DEL BATAN 8-133 SANTA CRUZ
Teléfono	(593-7)880531
Fax	(593-7)888246

3.1.3 Talleres Guayasamín S.A

La producción nacional de Bisutería, la cual es liderada por la empresa Talleres Guayasamín S.A. ascendió a US\$138 mil. Esta empresa, ubicada en la ciudad de Quito, fue constituida en 1977, y posee cerca de 26 empleados.

TALLERES GUAYASAMIN SA	
Representante Legal	Verenice Guayasamin Monteverde
Dirección	JOSE BOSMEDIANO 543 Y JOSE CARBO
Teléfono	(593-2)2446455
Fax	(593-2)2446277

3.2 Principales importadores de Joyería

La empresa que más importó joyas en el año 2002 fue almacenes Juan Eljuri, por más de US\$500.000, esta empresa es importadora de una gran gama de productos desde licores hasta automóviles, son dueños de 3 tiendas de cadena especializadas en perfumería, cosméticos y artículos para el baño.

De otro lado se puede observar que figuran como importadores las joyerías más reconocidas del país como por ejemplo, Joyería Guillermo Vásquez, Joyería Bauer y Joyería Cuenca entre otras. Estas joyerías son de estrato alto, su producto es totalmente importado de Europa o Estados Unidos, se ubican en los Centros Comerciales más prestigiosos o cerca de los hoteles 5 estrellas en donde los turistas adquieren el producto.

Tabla 15: Empresas importadoras de Joyería, 2002.

Empresa	Valor de la Importación US\$
Almacenes Juan Eljuri Cia. Ltda.	526.039
Cadromell S.A.	402.004
Darell Gibb Ivor James	253.272
Joyería Guillermo Vásquez	184.073
Corporación La Favorita C.A.	65.508
Marcana C.A.	57.080
Productos Avon Ecuador	56.915
Mena Hage Roberto	41.821
Bauer Co. S.A.	32.891

Fuente: Corporación de Aduanas del Ecuador
Elaboración: Grupo Consultor

3.2.1 Almacenes Juan Eljuri



Los almacenes Juan Eljuri conforman uno de los grupos económicos más importantes de Ecuador, con inversiones que van desde el sector financiero hasta el comercial, pasando por el automotriz y el hotelero entre otros.

El grupo tiene sus inicios en 1921, con sede principal en Cuenca, pero posee almacenes en todo el país y en otros países, lo que le permite tener una red de empleados que sobrepasan los 3.000.

En el área de la joyería y bisutería, el grupo posee la representación de Cartier y MontBlanc para el Ecuador, a la vez que maneja otras marcas como Bulgari y Van Cleef. Esto le permite tener una Boutique Cartier y una Boutique MontBlanc en Guayaquil, y tres almacenes llamados Boutique Vendome, ubicados dos en Guayaquil y uno en Quito.

La Boutique Vendome, está concebida como un almacén multi-boutique en el que se puedan encontrar marcas de prestigio

ALMACENES ELJURI Y CIA LTDA		
	Sede Principal	Casa Matriz
Representante Legal		
Dirección	Av.C.J. Arosemena Km 2½	Alcabala 1-90 y Gil Ramírez Dávalos
Teléfono	(593-4) 201-000	(593-7) 808-980
Fax	(593-4) 200-751	(593-7)862-022
Ciudad	Guayaquil	Cuenca

3.2.2 Cadromell S.A.

Esta empresa es una de las principales comercializadoras de joyas en el país, alcanzando un nivel de ventas en el 2002, de US\$1,1 millones, en diversos productos, todos provenientes de Brasil. Cadromell posee la representación de Rommanel, empresa productora de joyería del Brasil.

Cadromell, y Cadro, son dos empresas filiales, constituidas en 1993 y 1996, respectivamente.

CADROMELL S.A.	
Representante Legal	Cesar Augusto Delgado Willington Bravo
Dirección	VELEZ 000821 E/L DE GARAICOA Y 6 DE MARZO
Teléfono	(593-4)0452255
Fax	(593-4)2511922

3.3 Principales importadores de Bisutería

La empresa que más importó bisutería en el año 2002 fue Avon por más de 2 millones de dólares, esto demuestra que las ventas por catalogo son uno de los fuertes a la hora de comercializar la bisutería. En este mismo sistema de distribución se encuentra Oriflame en el 6 lugar de importaciones con US\$67.000.

Otras empresas que se destacan por ser importadoras de bisutería son, casa Moller Martínez, son importadores y distribuidores de cosméticos y productos de aseo personal. Aromas y Recuerdos son una cadena de almacenes especializados en perfumería y cosméticos. Almacenes de Prati es una de las tiendas por departamentos más grande del país. Venetto es de los pocos almacenes exclusivos de accesorios, en donde se encuentran muy buena bisutería. Importadora el Rosado, son dueños de varios centros comerciales, cinemas, ferreterías y uno de los supermercado más grandes del país Mi Comisariato.

Tabla 16: Empresas importadoras de Bisutería, 2002.

Empresa	Valor de la Importación (US\$)
Productos Avon Ecuador S.A	2.317.400
Nardal S.A.	1.082.284
Casa Moeller Martinez C.A.	279.036
Ku Hyun Na	78.638
Oriflame Del Ecuador	67.726
Mercantil Ecuatoriana S.A.	66.381
Aromas Y Recuerdos S.A.	60.846
Almacenes De Prati S.A.,	60.617
Venetto S.A.	50.069
Ruth Jacqueline Quevedo Pérez	50.069
Peluquería Vivet Unisex	48.964
Byron Núñez Núñez.	41.487
Importadora Privanzza S.A.	35.593
Heredia Zamora Ruth Josefina De Los	35.237
Botris Cia. Ltda.	33.174
Aerolibre Ecuatoriana S A	29.408
Importadora Y Exportadora Sánchez Cargo	28.654
Freddy Muñoz Bravo	28.625
Importadora El Rosado(Mi Comisariato)	27.131
Denoir S.A.	26.426
Fund. Jesús De La Misericordia	23.102
Colors From The World	21.604
Pluf Sa	13.150
Trodisa S.A.	12.790

Fuente: Corporación de Aduanas del Ecuador
Elaboración: Grupo Consultor

3.3.1 Productos Avon Ecuador S.A.

Avon Ecuador es una empresa del grupo AVON la cual posee representantes en 143 países. En Ecuador, la empresa está constituida desde 1991, y en 2002 alcanzo ventas por valor de US\$30 millones, de las cuales en Bisutería se estima no sobrepasan el 20%, debido a la diversidad de productos manejados por la empresa y a la reciente introducción de la línea de bisutería, la cual aun se encuentra en fase de lanzamiento. Las importaciones de bisutería realizadas por esta empresa, ascienden a US\$2,3 millones, provenientes de Colombia (US\$1,2 millones) y Perú (US\$0,7 millones) despachados por sus empresas filiales: Pronova Ltda en Colombia y Fidenza Disegno S.A. en Perú.

3.3.2 Productos Nardal

Esta empresa, perteneciente al grupo de empresas de la multinacional Yambal, importa cerca de US\$1,3 millones, principalmente de su filial en Perú Unique S.A.

3.3.3 Casa Moeller Martínez

La casa Moeller Martínez es una empresa constituida en 1963, con sede en Quito, que promociona, mediante la venta por catálogo diferentes tipos de productos, especialmente cosméticos y perfumería. El nivel de ventas total alcanzado por esta empresa en 2002, alcanzo los US\$12 millones. En ese mismo año, el total de bisutería importado por esta empresa ascendió a los US\$353 mil, proviniendo de Colombia y Perú principalmente.

CASA MOELLER MARTINEZ CA	
Representante Legal	Hermann Moeller Flores
Dirección	CAP. RAFAEL RAMOS E2-210 10 DE AGOSTO
Teléfono	(593-2)2401480
Fax	(593-2)2401603
Ciudad	Quito

3.4 Precios

Los precios de la joyería y bisutería son difíciles de unificar debido a que sus costos dependen de la materia prima, el diseño, piedras y materiales, de igual forma los precios son diferentes de acuerdo con el origen de las piezas.

Otro aspecto que influye en la fijación de precios es el número de pedidos y a la acogida que tengan los artículos, pues de acuerdo a esto se compra la materia prima. Por ejemplo el bloque de plata vale US\$300 en Quito. Esto significa que un gramo está fijado en US\$0,30 sin procesar. El material ya trabajado cuesta US\$1,50.

Algunos precios de joyas conseguidos en el trabajo de campo:

- Joya en Oro Goldfield entre US\$1 a US\$2 el gramo.
- Joya en Plata entre US\$1 y US\$1,50 el gramo.
- Joya en Oro entre US\$11 y US\$14 el gramo.
- La filigrana en plata el gramo hecho en Ecuador US\$0,55 y artículos provenientes de Perú US\$0,45.
- Broche en forma de flor en filigrana de 6 cm de US\$8 en Chordeleg y US\$10 en Quito.
- Juego de 2 jarras en Plata de 10 cm y 1 bandeja de 50 cm, US\$550.

De acuerdo con la oferta exportable de los artículos de joyería en el Ecuador proporcionada por el Corpei, los artículos, más destacados son los anillos, collares, aretes y pulseras, especialmente en oro blanco y oro amarillo. El rango de precios se encuentra entre los US\$70 y US\$680, de acuerdo con la pieza.

Tabla 17: Precios de los artículos de joyería, US \$, 2003.

Artículo	Descripción	Precio
Anillos	Oro blanco con piedras	405
	Oro blanco con brillantes y piedras	415
	Solitario con brillantes	225
	Oro con topacio azul	185
	Anillo oro liso	70
Collares	Oro blanco con piedras y brillantes	680
	Oro con brillantes	450
	Oro con topacio	415
	Oro blanco con brillantes	350

Artículo	Descripción	Precio
Aretes	Media argolla	200
	Colgantes	190
Pulsera	Oro amarillo	320
	Oro blanco y amarillo	290

Fuente: Corpei

3.5 Ranking de ventas

La superintendencia de compañías, tiene en sus bases de datos el reporte de 18 empresas cuya actividad económica es la fabricación de joyas, sin embargo solo 11 de ellas reportaron ventas en el año 2002. La Joyería Guillermo Vázquez fue la empresa que más reportó ventas en esta actividad económica por valor de US\$3.664.118

Bajo la actividad económica de joyerías, relojerías y fantasía, están registradas 28 empresas, de las cuales 12 reportaron ventas en el año 2002, Cadromell fue la empresa que más ventas reporto en esta actividad por valor de US\$1.119.928.

En la fabricación de platería solo se encuentra registrada la platería Narváez, sin embargo, no hay registro de sus ventas para el año 2002. En cuanto a la fabricación de joyas de fantasía y bisutería en general, aparecen 3 empresas registradas, de las cuales solo Talleres Guayasamín, reportó ventas por valor de US\$138.508.

De acuerdo con los datos reportados en la superintendencia de compañías, acerca de las ventas realizadas en el año 2002, el ranking de ventas es el siguiente:

Tabla 18: Ranking de ventas de joyerías y bisuterías, 2002

Actividad Económica	Empresa	Valor US\$
Fabricación de Joyas	Joyería Guillermo Vázquez S.A.	3.664.118
Joyería, Relojería y fantasía	Cadromell S.A.	1.119.929
Fabricación de Joyas	Mora & Kochman Cia. Ltda.	734.326
Joyería, Relojería y fantasía	Alphatrading Cia. Ltda.	483.895
Fabricación de Joyas	Importadora, Exportadora y Comercializadora Saint Joseph CIA.	376.649
Fabricación de Joyas	Bauer & Co. S.A.	349.374
Fabricación de Joyas	Manucrisa Manufacturas S.A.	304.440
Joyería, Relojería y fantasía	Joyería Cevallos -J.C- S.A.	208.617
Fabricación de Joyas	Joyas Astudillo & Delgado Cia. Ltda.	198.195
Joyería, Relojería y fantasía	González Moscoso C Ltda.	150.298
Joyas de fantasía y Bisutería	Talleres Guayasamín S.A.	138.508
Joyería, Relojería y fantasía	Joyería Fina Turismo Y Artesanías Selectas Jofituris Cia Ltda.	113.520
Joyería, Relojería y fantasía	Oro Gem S.A.	100.920
Joyería, Relojería y fantasía	Prestige Ecuatoriana S.A.	93.817
Fabricación de Joyas	Fantasías Del Cotillon Cia. Ltda.	79.869
Fabricación de Joyas	Manufacturas De Metales Preciosos Cia. Ltda. Mademp	67.268
Fabricación de Joyas	Lucio & Montero Tejedora De Cadenas Cia. Ltda.	36.211
Joyería, Relojería y fantasía	Ovide S.A.	34.446

Actividad Económica	Empresa	Valor US\$
Fabricación de Joyas	Tallermon Cia. Ltda.	16.865
Joyería, Relojería y fantasía	Joyería Cuenca C Ltda.	12.118
Joyería, Relojería y fantasía	Joyería Valancia Joyval S.A.	7.532
Joyería, Relojería y fantasía	Merchán C Ltda.	6.949
Fabricación de Joyas	Politimos Manufacturas S.A.	6.570

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Grupo Consultor

4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La comercialización final de la joyería y bisutería se da de tres formas, a través de: grandes almacenes, joyerías y kioscos en los centros comerciales, los cuales comercializan tanto joyería como bisutería, y a través de las personas naturales, que promueven joyería y bisutería importada principalmente.

Entre los grandes almacenes, se destacan en bisutería: De Prati, Mi Comisariato y almacenes Estuardo Sánchez, en Joyería: los Almacenes Juan Eljuri en Cuenca, y en Orfebrería los almacenes del grupo La Favorita (Megamaxi y Supermaxi).

Las joyerías, las cuales se ubican dependiendo del segmento y calidad del producto, destacándose las ubicadas en centros comerciales, hoteles y en casos puntuales en la calle, pero en zonas o vías prestigiosas de cada ciudad, como la zona de Urdesa en Guayaquil o en el inicio de la Avenida Río Amazonas en Quito. Entre las Joyerías mas destacadas, se identifican la Joyería Guillermo Vásquez, Bauer, Cadromell y Mora & Kochman; en las cuales no se encuentra producto colombiano, sino principalmente provenientes de Italia²³ y Tailandia. Con relación a los kioscos, estos se presentan en todos los centros comerciales, incluso en las ciudades de menor tamaño como Cuenca.

La venta realizada por las personas naturales está influenciada principalmente por las ventas por catalogo, en las que Ebel, Avon y Yanbal, dominan ampliamente el mercado, en especial lo que se refiere a la joyería fina y bisutería. Estas empresas, no mandan a elaborar el producto localmente, sino que lo importan en su totalidad, principalmente de Perú y Colombia.

Bajo estas características, se pueden definir los siguientes canales de comercialización:

- **Productor al cliente final:** este comercio es directo entre el productor y el cliente, esto sucede cuando el usuario acude al joyero para encargarle la elaboración de joya. Sin embargo, esto solo ocurre con clientes con poder adquisitivo.
- **Importador - distribuidor e Importador - consumidor:** las importaciones de joyería las hacen directamente las joyerías más grandes, reconocidas y pudientes, estas contactan a sus distribuidores extranjeros o acuden a ferias internacionales en donde adquieren el producto y lo llevan a sus joyerías para ofrecerlo al cliente final. La bisutería tiene una canal de distribución que es conformado por la importación directa de empresas como lo son las tiendas por departamento y las empresas que ofrecen ventas por catalogo, una buen porcentaje de la bisutería es vendido a través de esta forma de comercialización. En este grupo se destacan: Joyería Mora & Kochman, Almacenes Jual Eljuri, Avon Ecuador, entre otros.
- **Agentes Intermediarios o distribuidores - joyerías - consumidor:** La mayoría de los joyeros, se encuentran desvinculados de la comercialización de su producción,

²³ Una característica común del mercado de la joyería es que los productos italianos sean exportados desde Estados Unidos, donde centran operaciones las principales comercializadoras de estos productos. Esto se evidencia con la participación de Italia como origen de la importación y el tipo de empresas que despachan desde Estados Unidos.

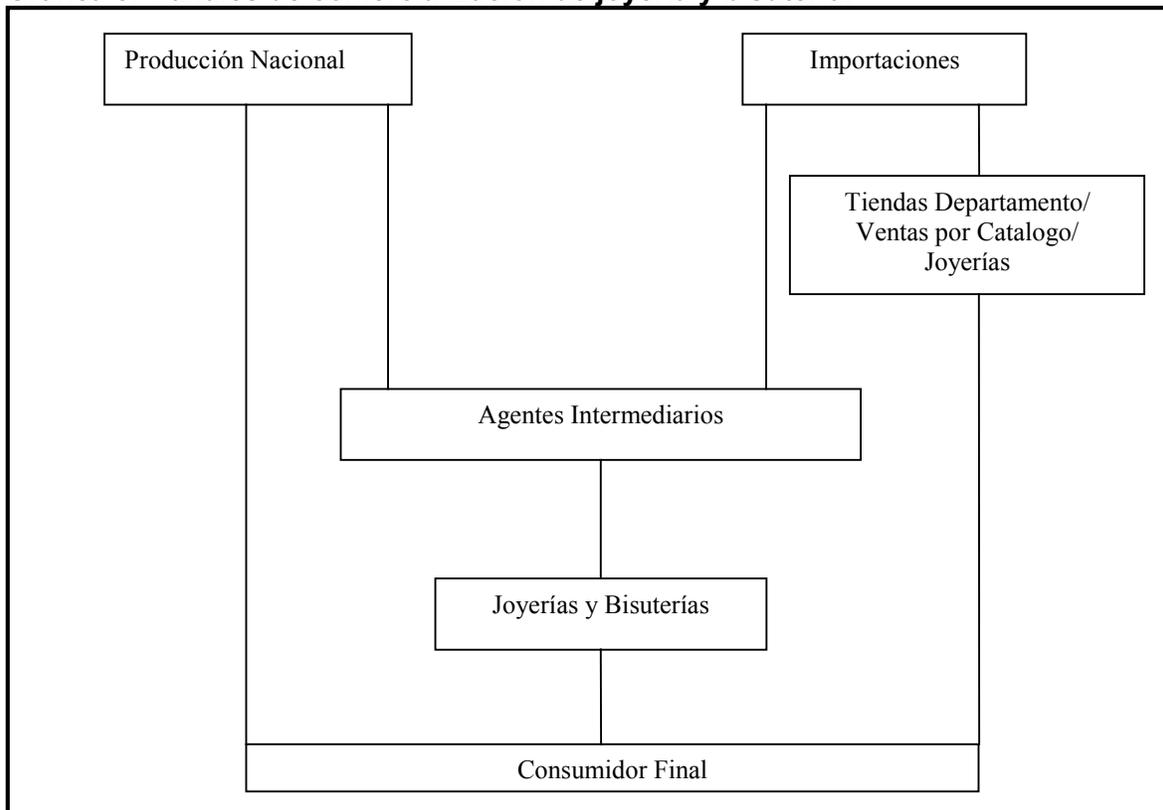
debido a que no disponen del capital necesario para comprar las joyas y posteriormente distribuirlas.

Dentro de este tipo de comercialización de joyas, se encuentran los intermediarios independientes, quienes no tienen ningún tipo de relación con los propietarios de las joyerías. Los agentes intermediarios independientes adquieren en las joyerías grandes cantidades de joyas a través de créditos, pagarés o cheques postfechados (postdatados).

Estos intermediarios cuando compran a crédito suelen reconocer los intereses a treinta, sesenta, noventa y ciento veinte días de plazo. Los intermediarios realizan siempre las compras al por mayor.

De esta forma aparece una forma de comercialización a través de agentes intermediarios, en está el aspecto económico juega un papel fundamental, de acuerdo al monto, los intermediarios acaparan todo el trabajo de los artesanos. Estos agentes son los que llevan las joyas a ciudades como Quito, Guayaquil, Manta, Machala y Esmeraldas. La comercialización a través de intermediarios se da tanto para la producción nacional como en la importación de joyas.

Gráfica 8: Canales de comercialización de joyería y bisutería.



Fuente: Trabajo de Campo

5 ACCESO AL MERCADO

La introducción de joyería y bisutería al Ecuador de forma legal, se ve afectada por la fuerte tradición que existe de realizar el comercio internacional de manera informal, en especial cuando de bajas cantidades se trata. Sin embargo, estas prácticas no formales, desde el punto de vista de permisos, tasas y aranceles, proviniendo desde Colombia no tienen sentido a excepción del tipo que el trámite puede tomar, ya que tanto aranceles como permisos, han sido eliminados en pro de fomentar el comercio interregional.

Tabla 19: Cuadro resumen de acceso al mercado

Partida	Descripción	Arancel	Tasas	Impuestos	Cuotas	Trámite	Norma INEN
		Efectivo	Fodinfra ²⁴	IVA	Corpei		
Joyería							
711320000	Artículos de joyería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
711319000	Artículos de joyería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
711311000	Artículos de joyería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
Orfebrería							
711419000	Artículos de orfebrería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
711411900	Artículos de orfebrería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
711411100	Artículos de orfebrería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No
Bisutería							
711719000	Bisutería	0%	0,5%	12%	0%	Ninguno	No

Fuente: ALADI
Elaboración: Grupo Consultor

El presente capítulo, presenta información de utilidad para el exportador colombiano en materia de condiciones de acceso como aranceles, tasas e impuestos. Sin embargo, esta información se sugiere sea complementada con el Apéndice de Distribución Física Internacional, en el cual se describe el procedimiento completo de importación en Ecuador, teniendo en cuenta que estos productos pertenecen al régimen común.

5.1 Aranceles

El arancel nominal para la exportación desde Colombia de joyería y bisutería hacia Ecuador es del 20% del valor CIF de la exportación, este arancel se aplica para todos los países que exporten estos productos hacia Ecuador.

Sin embargo Ecuador ha firmado algunos acuerdos comerciales que han disminuido el arancel nominal, es el caso de los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones, por medio de la cual los productos de joyería y bisutería se encuentran con 0% arancel. Este es el caso de los productos colombianos exportados hacia el Ecuador.

²⁴ Sobre el valor CIF de la importación

De igual forma Ecuador ha firmado acuerdos con algunos países de la ALADI, por lo cual la exportación de productos de joyería y bisutería de estos países no se encuentra gravada con el 20% del valor CIF, sino que han tenido una liberación en el porcentaje, tal como lo indica la Tabla 20.

Tabla 20: Aranceles Efectivos de Importación

País	Arancel Efectivo	Mecanismo	% Liberado
Perú	0%	Ac Bilateral	100%
Paraguay	12%	ALADI	40%
Chile	0%	ALADI AAP	100%
Uruguay	10%	ALADI	50%
Bolivia	0%	CAN	100%
Venezuela	0%	CAN	100%
Colombia ²⁵	0%	ALADI	100%
Argentina	18.4%	ALADI	8%
Brasil	18.4%	ALADI PAR	8%
México	18.4%	ALADI PAR	8%

Fuente: Arancel de Importaciones de Ecuador. Ed. Pudeleco

La anterior tabla refleja el arancel para las posiciones arancelarias objeto del estudio, sin embargo, en la posición arancelaria 7117190000 (bisutería, excepto los gemelos y similares, incluso plateados, dorados o platinados), Argentina tiene un arancel efectivo diferente de las otras posiciones arancelarias, esta posición se encuentra gravada con un 10%.

No obstante las preferencias arancelarias con estos países, solo Perú y Colombia figuran como origen de algunas de las importaciones de joyería y bisutería en el 2002, aprovechando de esta forma las preferencias arancelarias ofrecidas por las diferentes negociaciones entre los países.

5.2 Impuestos y Otros Gravámenes

5.2.1 Impuesto al valor agregado (IVA)

La importación de los productos de joyería y bisutería al igual que el valor de la transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como el valor de los servicios prestados o utilizados en el territorio nacional.

A partir del 1 de enero de 2000 se aplica una tarifa del 12% (doce por ciento). La base imponible en caso de importaciones es el valor CIF adicionado de los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes.

5.2.2 Cuota de Contribución para la CORPEI

La cuota se recauda como contribución a los recursos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) aplicándose alícuotas de US \$5 por importaciones menores de veinte mil dólares; y 0,25 por mil por importaciones iguales o mayores de

²⁵ Este acuerdo es regulado mediante el Acuerdo No 524 de la CAN

veinte mil dólares, siendo la base imponible el valor FOB de toda importación. Los productos provenientes de la CAN están exentos de esta cuota.

5.2.3 Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA)

Por Ley N° 4-A de 1997 se asignaron recursos adicionales al Fondo de Desarrollo para la Infancia estableciéndose una alícuota del 0,5% (medio por ciento) sobre el valor CIF de las mercaderías de importación.

Normas legales: Ley N° 92 de 12/5/88; Ley N° 4-A de 25/11/96; Decreto N° 76 de 25/02/97.

6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA

El presente capítulo da a conocer los principales medios de transporte utilizados por los grupos de producto del presente estudio, así como los puertos de entrada más frecuentados para cada uno de los productos, con sus respectivos orígenes, de acuerdo a los registros de la Corporación Aduanera del Ecuador para el año 2002. Para mayor información con respecto a los procedimientos aduanales y el esquema de distribución física internacional, se sugiere revisar el Apéndice de Distribución Física Internacional.

En términos generales, las importaciones de artículos de joyería y bisutería, entre las cuales se incluyen artículos de orfebrería como bandejas, artículos de escritorio, entre otros, se dirigen principalmente por el medio aéreo, con una relación cercana al 56% del valor de las importaciones, seguida por el marítimo 43% y 1% por terrestre, porcentajes que varían de acuerdo al producto y origen específico.

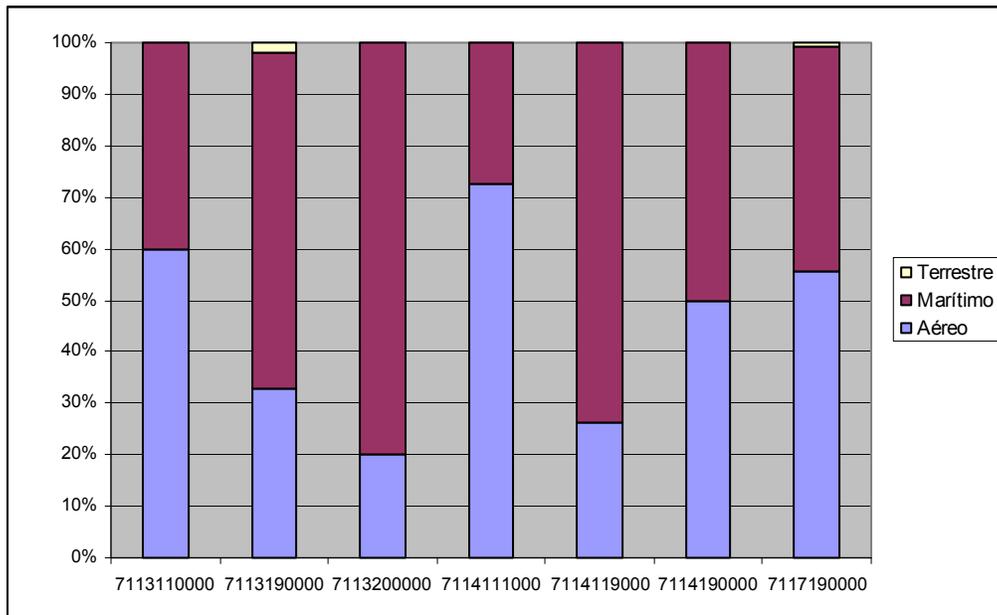
Tabla 21: Principales medios de transporte según producto

Partida	Productos	Aéreo	Marítimo	Terrestre
7113110000	Artículos de Joyería	60,00%	40,00%	0,00%
7113190000	Artículos de Joyería	32,65%	65,31%	2,04%
7113200000	Artículos de Joyería	20,00%	80,00%	0,00%
7114111000	Orfebrería	72,73%	27,27%	0,00%
7114119000	Orfebrería	26,09%	73,91%	0,00%
7114190000	Orfebrería	50,00%	50,00%	0,00%
7117190000	Bisutería	55,56%	43,59%	0,85%

Fuente: CAE
Elaboración: Grupo Consultor

Los artículos de joyería se dirigieron por vía marítima el 60%, mientras que por aérea fue del 39% y la terrestre no supero el 1%., procedentes de Estados Unidos, Francia, Colombia, Perú, Panamá, Reino Unido e India.

Gráfica 9: Vías de transporte de Artículos de Joyería y Bisutería



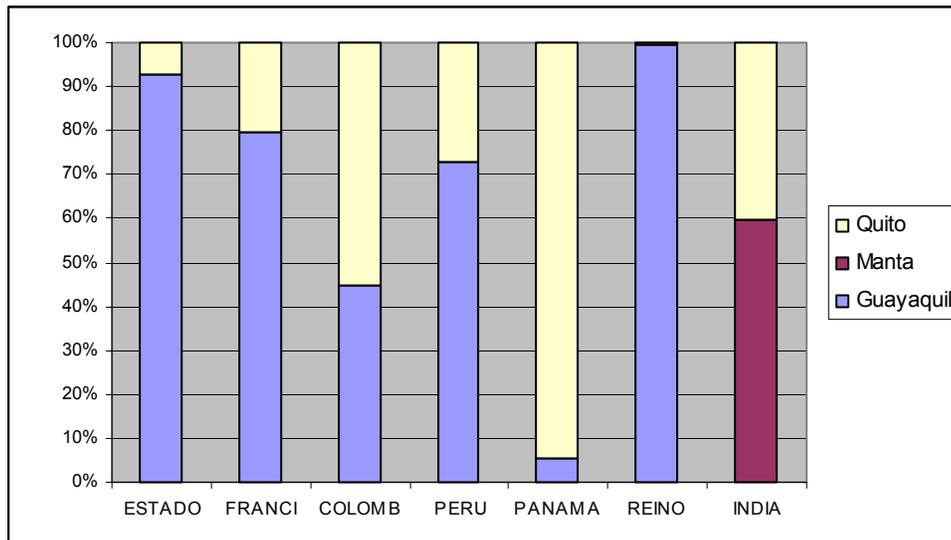
Fuente: CAE. Elaboración Grupo Consultor

A nivel de puertos de entrada, predominó el puerto de Guayaquil (99%), con la mercancía proveniente la de Estados Unidos desde los puertos de Miami, Port Everglades, desde Paris las de Francia, desde Buenaventura la de Colombia, desde Lima las de Perú, desde Cristóbal las de Panamá, de Londres las de Reino Unido y de las provenientes de India no se tiene registro, pero cabe destacar que ingresaron por el puerto de Manta.

por vía aérea a Quito ingresaron las importaciones provenientes de Miami-Estados Unidos, Paris-Francia, Medellín-Colombia, Lima-Perú, Tocumen-Panamá, y Londres-Reino Unido.

Con respecto a la vía terrestre, ésta no fue utilizada para el envío de estos productos.

Gráfica 10 Principales Proveedores y Puertos de Entrada Artículos de Joyería.



Fuente: CAE. Elaboración Grupo Consultor

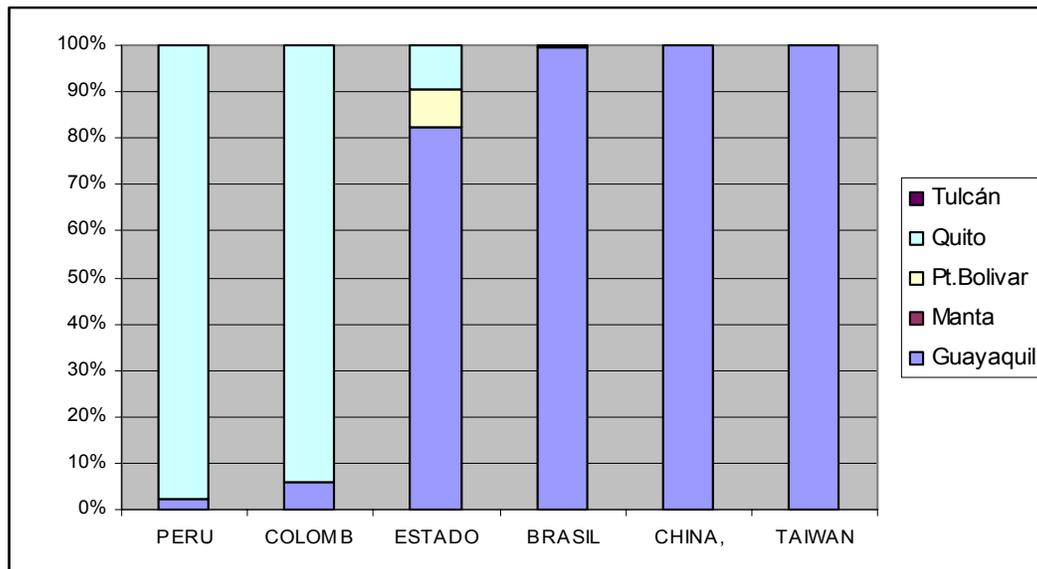
Las importaciones bisutería, presentaron como principal procedencia Perú, Colombia, Estados Unidos, Brasil, China y Taiwán. La principal vía fue la aérea (55%) luego la marítima (44%) y la aérea no supera 1%.

Las mercancías ingresaron básicamente por el puerto de Guayaquil, y los principales puertos de origen de las mercancías fueron: desde Lima las de Perú, Buenaventura, en Colombia; Port Everglades las de Estados Unidos, Guarulhos las de Brasil y desde Hong Kong las de China y Taiwán.

Las importaciones que ingresaron por vía aérea Quito, provinieron principalmente de Lima las de Perú, de Medellín las de Colombia, desde Miami las de Estados Unidos y de Sao Paulo las de Brasil.

Colombia, utilizó el puerto terrestre de Tulcán, con un mínimo porcentaje que no alcanzó el 1%, proveniente de la ciudad de Medellín

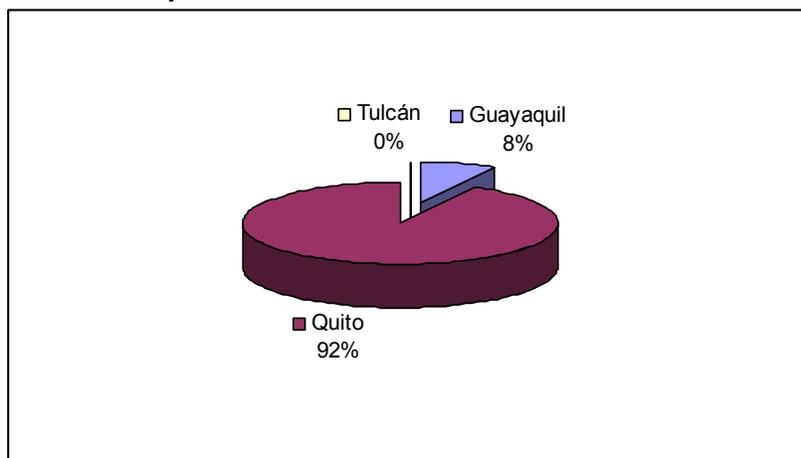
Gráfica 11: Principales Proveedores y Puertos de Entrada de Bisutería



Fuente: CAE.
Elaboración Grupo Consultor

Para el caso específico de Colombia, para este tipo de productos, la vía más utilizada es la aérea (92%), especialmente para los productos enviados desde Bogotá y Medellín, seguida por la marítima (8%) con los productos enviados desde Buenaventura, mientras que la vía terrestre presenta una mínima participación que no alcanza el 1%.

Gráfica 12: Vías de transporte más utilizadas desde Colombia



Elaborado: Grupo Consultor

Para el caso específico de productos, los artículos de joyería se envían en mayor medida por vía aérea Quito 55% desde Medellín y por vía marítima Guayaquil el 45% proveniente de Buenaventura. Mientras que la bisutería se dirigió en mayor medida por la vía aérea 94%, 6% por marítima.

Tabla 22: Vías de transporte desde Colombia por producto

Partida	Producto	Aéreo	Marítimo	terrestre
7113110000	Artículos de Joyería	60,00%	40,00%	0,00%
7113190000	Artículos de Joyería	32,65%	65,31%	2,04%
7113200000	Artículos de Joyería	20,00%	80,00%	0,00%
7114111000	Orfebrería	72,73%	27,27%	0,00%
7114119000	Orfebrería	26,09%	73,91%	0,00%
7114190000	Orfebrería	50,00%	50,00%	0,00%
7117190000	Bisutería	55,56%	43,59%	0,85%

.Fuente: Corporación Aduanera del Ecuador. Elaboración grupo consultor.

A nivel de fletes, el costo promedio del envío de un kilogramo por vía aérea suele ser el doble del flete normal, por razones de riesgo de la joya²⁶.

²⁶ Información suministrada por el equipo de logística de Proexport.

7 CULTURA DE NEGOCIOS

La cultura de negociación en materia de joyas y bisutería en Ecuador, es bastante similar a la colombiana, destacándose en la honradez, sencillez y claridad a la hora de hacer negocios, por parte del ecuatoriano. A continuación se presentan algunas recomendaciones que se deben tener en cuenta al momento de negociar con empresarios ecuatorianos este tipo de productos. Sin embargo, algunos aspectos más generales del proceso de negociación como actitud frente al cliente, horario de trabajo, manejo del dinero, entre otros, son presentados en el Apéndice de Cultura Empresarial, adjunto a este documento.

- Los detallistas ecuatorianos suelen recibir la mercancía con preferencia a la consignación o con cheques posfechados, los cuales van en tres contados, a 45, 60 y 90 días, sin embargo el pago en cheques no es garantía de venta, sino es considerado mas un respaldo por la mercancía, siendo frecuente el cheque sin fondos, cuando la mercancía no ha rotado.
- El ecuatoriano es una persona muy honrada, sin embargo el detallista suele responder a sus obligaciones, sobre la base de los ingresos de la semana, por lo que es común que el día de pago de una obligación este corto de dinero y realice un avance y no el pago de toda la obligación. Esto implica, que el distribuidor, deba programar dos o tres visitas para cobrar el 100% de una cuenta.
- Debido a que el mercado ecuatoriano es muy cerrado y se encuentra concentrado en pocas manos se recomienda al empresario colombiano pedir referencias de las personas con las cuales va a realizar negocios, con el fin de asegurarse que la empresa tenga el suficiente respaldo y reconocimiento para colocar el producto en el mercado.
- Las negociaciones de joyas y bisutería con las joyerías suelen realizarse directamente en la joyería, con el propietario, lo que permite agilizar la toma de decisiones. En el caso de los almacenes por departamento, estas suelen hacerse en las oficinas administrativas, directamente con el jefe de departamento, tomando más tiempo el proceso de toma de decisiones, pues está sujeto a la decisión de un comité.
- Los horarios de negociación de joyas, en especial, suelen realizarse de lunes a jueves entre las 10:00 am y 4:00 pm.
- El empresario debe estar en posición de responder preguntas como la capacidad de la empresa para exportar, el respaldo y la garantía.
- Otra pregunta que preocupa a los empresarios ecuatorianos es el transporte de la mercancía, especialmente del oro y plata, pues estos son artículos de lujo que cuestan mucho dinero y no se acostumbra a manejarlos como carga, por lo tanto el empresario colombiano debe estar en capacidad de ofrecer alternativas a esta duda.

- De igual forma en el caso de la joyería ya sea de oro o plata, un factor muy importante es la procedencia de la materia prima, la cual es uno de los signos de garantía del producto.
- En cuanto a la bisutería, son importantes los catálogos con fotos que puedan mostrar la variedad en los diseños y materiales.

8 PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

El análisis del mercado ecuatoriano de joyas y bisutería permite concluir que existen oportunidades para comercializar producto, con bajo precio y alto contenido de diseño, a pesar que en el consumo interno se este viendo contraído debido a la perdida del poder adquisitivo del dólar en el mercado. A manera de conclusión del estudio, se presentan algunas consideraciones de perspectivas y oportunidades a tener en cuenta por parte del exportador.

8.1 Perspectivas

El mercado ecuatoriano ha encontrado en la exportación de joyería un nicho de mercado, que les ha permitido crecer en exportaciones en este capítulo comercial, el cual marca una tendencia de fomento a la producción nacional con miras a exportar. Situación que incide en el descuido del mercado local por parte de las empresas manufactureras.

Sin embargo, la perdida de poder adquisitivo del dólar dentro del mercado ecuatoriano, conduce al consumidor a cambiar sus hábitos, orientándose al consumo de productos de menor valor, como puede ser la bisutería fina y la bisutería en general, aspecto que está siendo aprovechado por las empresas especializadas en venta directa o por catalogo, las cuales además de ofrecer un producto a unos precios razonables ofrecen oportunidad de trabajo informal a personas que no estaban acostumbradas a trabajar antes de la crisis de finales de los años 90.

Adicionalmente, la especialización que está teniendo la producción nacional a producto elaborado sobre la base de técnicas industriales como el casting, marca una tendencia a que la joyería artesanal, y en especial la basada en técnicas como el filigranado, tienda a desaparecer, lo que significaría una perdida de identidad para regiones como Chordeleg, en la provincia de Azuay. De hecho, ya hoy en día se evidencia el cambio de producción en esta zona, en la que se encuentra mayoritariamente producto importado.

Con respecto a la tendencia en diseño, la internacionalización de la economía ecuatoriana ha traído consigo la introducción de la moda, manifestándose en ciudades como Quito y principalmente Guayaquil, donde se está incursionando en nuevos diseños, tendencias y el uso de aderezos para el vestuario.

En materia de productos, la tendencia del país se está concentrando en bisutería con diseño, como collares tejidos en crochet, con nylon, hilos y piedras sintéticas, los lazos, el coral, semillas, la tagua entre otros. Así mismo, se identifica una tendencia a especializar más el estilo de bisutería, colocarle marcas y sobre todo diseño. En este último punto se encuentra la clave de este mercado, las revistas, programas de televisión, exposiciones y los artículos de prensa en los últimos meses presentan diseñadores estudiados en Europa que se han dedicado al diseño no de joyas sino de bisutería, llamándola la “nueva joyería”.

De igual forma las escuelas de joyería han comenzado a enseñar como parte integral de sus cursos el diseño como una herramienta de moda, en la que se utilizan materiales como la plata, las piedras sintéticas, lazos, cuero y vidrio, con el fin de crear joyas modernas que se encuentran dentro de los cánones de la moda actual.

8.2 Oportunidades

El mercado ecuatoriano de joyería y bisutería es desconocido para las empresas colombianas, a excepción de algunas como AVON y Yambal, las cuales responden más a políticas de multinacionales en búsqueda de economías de escala; por lo que la penetración en este mercado para los diseñadores de joyas y bisutería colombianos, se convierte en una oportunidad, teniendo en cuenta la fortaleza que es Colombia en materia de moda femenina.

Entre las oportunidades identificadas se resaltan:

- Comercialización de piedras preciosas, especialmente Esmeraldas, con miras a soportar las crecientes exportaciones de joyas del Ecuador hacia mercados como Estados Unidos.
- Comercialización de bisutería acompañada de productos de ropa. En Ecuador la confección colombiana es muy bien acogida, lo que le ha permitido a marcas reconocidas y producidas en Colombia como Jeans and Jackets, Naf-Naf (marca francesa) y Pronto, lo que genera una oportunidad de acompañar la comercialización de los productos de estas marcas con bisutería y aderezos colombianos; concepto que se comienza a ver en algunas boutiques y que podría ser un ancla para fomentar producto y diseños nacionales.
- La orfebrería en Ecuador, en especial la de Plata es bastante incipiente, de manera que explotar este mercado a través de la promoción, creación de tiendas especializadas, podría generar utilidades, siempre y cuando estos productos se logren conectar con la alta sociedad de Guayaquil, Quito y Cuenca.

Así mismo, el diseño de la estrategia de penetración de productos de este tipo, debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

Joyería

- La comercialización de joyería debe estar dirigida a grupos poblacionales de estrato medio-alto y alto, introduciendo piezas de calidad pero de bajo precio, como dijes, cadenas, pulseras, aretes y aros, con piedras semipreciosas. Esto en respuesta a la caída de la demanda nacional de joyería de alto valor.
- Se sugiere promover el producto en zonas como Chordeleg y Cuenca, donde se puede aprovechar una tradición joyera. Sin embargo, estas zonas exigen de un bajo precio debido a la actual situación económica.
- Promover joyería con alto valor agregado en las joyerías de hoteles, aeropuerto y en general en zonas de alta concentración turística²⁷.
- En el año 2004 se realizará en Quito el certamen de Miss Universo, evento que se espera atraiga turismo con alto nivel adquisitivo, convirtiéndose en una oportunidad comercial para diseños colombianos.

²⁷ El turismo receptivo en Ecuador ha venido creciendo a tasas del 5% en los últimos años (2000 - 2002). Ministerio de Turismo

Orfebrería

- La orfebrería, entendida como artículos de mesa, tocador y otros, en metales finos, es poco difundida en el país, lo que implica invertir en publicidad y promoción.
- Las empresas más adecuadas para la promoción de estos productos son las tiendas de decoración, regalos o los almacenes de departamentos.
- La oferta peruana a pesar de no contar con el gusto de los comercializadores ecuatorianos debido a la calidad de la plata y terminado que manejan, son una competencia considerable debido al precio que se maneja, el cual se vende más por su contenido de material que por valor agregado en diseño.

Bisutería

- El mercado está altamente relacionado con el mercado de la moda, por lo que la promoción debe hacerse vinculada a estos medios.
- La comercialización de estos productos a través de venta directa, especialmente para la bisutería fina, es mucho más atractiva para el consumidor ecuatoriano, por lo que se recomienda promover el producto a través de empresas que posean el canal establecido.
- La principal plaza para este tipo de productos es Guayaquil, que a diferencia de Quito es más abierto a los nuevos diseños²⁸.

²⁸ De acuerdo al diseñador de joyas, Gustavo Kamachi, "El guayaquileño está abierto a las nuevas propuestas de diseño". Revista Fucsia Ecuador. Julio/ Agosto 2003.

9 DIRECCIONES ÚTILES EN INTERNET

9.1 Organismos Multilaterales

AREA DEL LIBRE COMERCIO DE LAS AMERICAS (ALCA)

En esta página encuentra información sobre los países ALCA, documentos e entidades de este acuerdo, contactos gubernamentales, base de datos hemisférica y noticias de interés.

<http://www.ftaa-alca.org>

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION –ALADI

Es un organismo intergubernamental que tiene como objetivo final el establecimiento de un mercado común. En esta página encuentra información socioeconómica, publicaciones de interés y el Sistema de Informaciones de Comercio Exterior, que ofrece, en módulos interrelacionados, datos actualizados de todos los países miembros de la ALADI, a nivel de ítem arancelario nacional, información completa sobre cualquier producto, con datos de su comercio exterior, aranceles nacionales y las preferencias negociadas en el marco de los acuerdos suscritos al amparo del TM80.;asimismo, encuentra información sobre las normas reguladoras de comercio exterior.

<http://www.aladi.org>

BANCO MUNDIAL

En esta página encuentra información regional y por país en lo referente a perfil socioeconómico, indicadores sociodemográficos, proyectos y operaciones, además de noticias sobre temas de actualidad.

<http://www.bancomundial.org/regiones.html>

COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES –CAN

Organización subregional compuesta por los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración (SAI), Colombia, Perú, Venezuela, Ecuador, y Bolivia tiene como objetivo profundizar la integración subregional andina, y promover su proyección externa. En esta página encuentra información general sobre países andinos, órganos e instituciones de la SAI, comercio de bienes y servicios, información útil al empresario al emprender una operación comercial entre los países andinos; además el empresario encontrará información estadística completa sobre los países miembros de la CAN del año 93 en adelante.

<http://www.comunidadandina.org>

COMISION ECONOMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE- CEPAL

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas encargadas de promover el desarrollo económico y social de su respectiva región del mundo. En esta página encuentra antecedentes de la CEPAL, servicios de información (centro de prensa), análisis e investigaciones sobre aspectos sociales del desarrollo, inserción internacional, macroeconomía. Gobernabilidad económica, información estadística proyecciones económicas, población, transporte, regional, económica y social.

<http://www.eclac.cl>

9.2 Entidades Gubernamentales

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Es el encargado del funcionamiento del régimen monetario del Ecuador. En esta página encuentra información macroeconómica del país, indicadores bursátiles, estadísticas del sector real, fiscal y de comercio exterior.

<http://www.bce.fin.ec>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS – INEC

Es un órgano del Sistema Estadístico Nacional, en esta página encuentra estadísticas sectoriales, información socio económica del Ecuador, empleo y datos poblacionales. En esta página además puede acceder a la información de los censos nacionales.

<http://www.inec.gov.ec>

CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA-CAE

Es la encargada de facilitar las operaciones de Comercio exterior en el Ecuador; en esta página encuentra el sistema de información aduanero que contiene información sobre recaudos, declaraciones, importaciones, noticias de actualidad y el diccionario aduanero.

<http://www.cae.gov.ec>

MINISTERIO DE TURISMO

La función de esta Cartera de Estado es fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador. En esta página encuentra una completa guía turística del Ecuador, hoteles, planes y destinos turísticos.

<http://www.vivecuador.com/>

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR –MAG-

Es la encargada de controlar la actividad societaria del Ecuador, en esta página encuentra estadísticas de las empresas ecuatorianas, mercado de valores, esta información está disponible y anual; además encuentra el análisis económico societario y del mercado de valores en el país.

<http://www.supercias.gov.ec>

9.3 Ongs, Cámaras y Agremiaciones

CAMARA DE COMERCIO DE QUITO

La Cámara de comercio de Quito, tiene como objetivo promover el comercio, representar los intereses de sus afiliados y contribuir al desarrollo de Quito y del Ecuador. En esta página encuentra información sobre el país, economía, comercio exterior, medio ambiente, guías al exportador e importador ecuatoriano, oferta exportable del país, un completo boletín de comercio exterior, legislación de comercio exterior, eventos, noticias de actualidad y enlaces de interés.

<http://www.ccq.org.ec/>

CAMARA DE INDUSTRIALES DE PICHINCHA

Tiene como objetivo prestar servicios de información, actualización, capacitación a sus afiliados, además de representar sus intereses e impulsar la modernización y expansión de la industria ecuatoriana. En esta página encuentra información acerca de comercio

exterior, desarrollo industrial, formación profesional, oferta industrial, información acerca y para afiliados.

<http://www.camindustriales.org.ec>

CAMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL

En esta página encuentra información industrial, estadísticas de indicadores económicos, noticias de actualidad, información sobre el TLC, boletines con información tributaria, comercial, industrial y jurídica; publicaciones e información acerca de la cámara.

<http://www.cig.org.ec>

CORPEI

La CORPEI es una institución privada, sin fines de lucro, creada con el fin de contribuir al crecimiento económico y sustentable del país, por medio del diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, liderando y coordinando la acción del sector público y privado. En esta página encuentra información de prensa internacional, cómo exportar, ferias y misiones comerciales, legislación comercial en el Ecuador, productos de exportación, y porque invertir en el país.

<http://www.corpei.org>

9.4 Otras Direcciones Útiles

PROEXPORT COLOMBIA

Es la entidad encargada de la promoción de las exportaciones no tradicionales colombianas, en esta página se encuentra: bases de datos, directorios, información de comercio exterior por países y sectores, información sobre oportunidades comerciales, noticias de interés, empaques y embalajes, entre otros.

<http://www.proexport.com.co>

ANEXOS

ANEXO 1 DEFINICIONES

- **Joyería:** personas que trabajan los metales en especial el oro y la plata, sin embargo, el joyero no es la persona que transforma los metales hasta convertirlos en joya, el joyero solo trabaja sobre una joya ya hecha realizando algunos cambios en ella.
- **Orfebrería:** El verdadero arte lo realizan los orfebres, quienes son trabajadores del oro y la plata. El título de orfebres se otorga sólo a aquellas personas conocedoras tanto de las propiedades físicas y químicas de los metales como la serie procedimientos de manufactura de las joyas: soldadura, laminado, cincelado, repujado etc.
- **Bisutería:** Este nombre es designado a la fabricación de toda clase de prendas de adorno, artículos que imitan joyas hechas con metales y piedras finas. La bisutería como tal es la confección de joyas de imitación con materiales baratos sin emplearse piedras ni metales preciosos, sino vidrios, piedras semipreciosas, metales de bajo precio o materiales sintéticos. La bisutería se encuentra totalmente ligada a la moda, debido a esto no existen técnicas ni materiales explícitos.

ANEXO 2: INFORMACIÓN DE QUITO Y GUAYAQUIL

Quito

Hace parte de la Provincia de Pichincha junto con otros cantones como Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Rumiñahui, Santo Domingo de los Colorados, San Miguel de los Bancos. Esta provincia se destaca por sus recursos naturales en ganadería, café, cebada, caolines. Industria de Alimentos, bebidas, textiles, madera, maquinaria. Y por el comercio de Alimentos, bebidas, maquinaria, minerales.

Quito es la ciudad capital, pero no es la de mayor población dentro del país, allí converge toda la zona de Sierra ecuatoriana. La ciudad se encuentra dividida de manera muy marcada en norte y sur. En el norte habitan la clase media, media alta y alta, mientras en el sector del sur alberga las clases más populares.

Como resultado de esa división, en la parte norte se encuentran ubicados los principales centros comerciales y turísticos, aunque el centro comercial más visitado está ubicado en el sur de la ciudad. (Centro comercial el recreo).

En cuanto a la parte socioeconómica, se puede decir que en Quito reside un grupo humano con alto poder adquisitivo que proviene de los sectores políticos y gubernamentales; y de los altos dirigentes de multinacionales y grandes empresas del país.

De cada cien quiteños activos 23 trabajan en transporte, artes gráficas, tratamiento de madera, fabricación de alimentos y bebidas, tabaco, cartón, papel y textiles; 15 como profesionales y técnicos; 13 en comercio y ventas al por mayor y menor; 11 como zapateros, ebanistas, mecánicos, electricistas, relojeros y operadores de radio y televisión y el resto como empleados públicos y bancarios²⁹.

Una de cada cuatro mujeres activas trabaja en servicios hoteleros, domésticos, bares, lavanderías y peluquerías. Una de cada cinco es comerciante y vendedora y una de cada seis labora en tareas administrativas. El resto, en la burocracia estatal y privada. De la población no activa, el 21 % estudia. Cerca de la mitad de quiteños vive en vivienda alquilada, prácticamente todos tienen acceso a la electricidad, más del 70% a agua potable y alcantarillado y 39% a teléfono.

Por ser la capital de la República, Quito está dada a dejarse influir más por la moda, publicidad y mercadeo, en este orden de ideas, es posible encontrar en los supermercados y tiendas especializadas, oferta de toda la gama de productos de aseo personal.

En cuanto a la población, el 44% de los habitantes de la ciudad capital viven en un estrato medio bajo, y solo el 7% en estrato alto. La inflación nacional en septiembre del año 2002 fue del 0.58%, Quito fue la tercera ciudad con inflación más baja con 0.28%. En diciembre del mismo año la inflación nacional fue del 0.35%, y la de la capital del 0.55%.

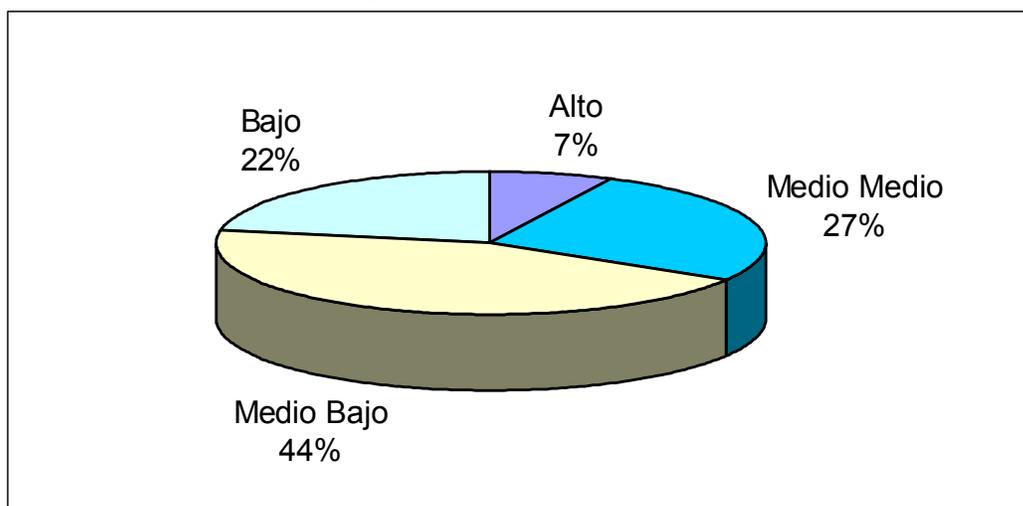
²⁹ Distrito Metropolitano de Quito

Tabla 23: Población de Quito

Población de Quito 1.858.792	
Hombres	Mujeres
49%	51%
Urbana	Rural
76%	24%

Elaboración: Grupo consultor.

En cuanto a la canasta básica familiar para la ciudad de Quito en septiembre del 2002 se ubicó en US\$353,82 y en diciembre del mismo año estuvo en US\$365,46.

Gráfica 13: Población de Quito por estratos, 2002.Fuente: Markop
Elaboración: Grupo consultor.

La estratificación de acuerdo a las zonas se hace muy evidente en Quito debido a la división norte – sur de la ciudad. El sur de la ciudad es considerado de estrato bajo, sin embargo identificarla capacidad adquisitiva de la población es muy complicado, pues los habitantes de esta zona de la ciudad hacen sus compras especialmente en plazas o mercados populares en donde se adquieren productos con menor valor fruto en muchos casos del contrabando y el no pago de impuestos. Además las compras se hacen en efectivo y no se maneja ningún tipo de crédito, factura o relación comercial.

Guayaquil

Guayaquil, pertenece a la provincia de Guayas, junto con los cantones de Daule, Yaguachi, Balzar, Santa Elena, Milagro, Salinas, Naranjal, Samborondón, El Triunfo, Naranjito, Urbina, Jado, El Empalme, Eloy Alfaro, Baquerizo Moreno, Pedro Carbo, Santa Lucía, Palestina, Balao, Colimes, Playas, Simón Bolívar, Coronel. Marcelino Maridueña, Lomas de Sargentillo, Nobol.

Esta provincia tiene recursos naturales en agricultura, ganadería y pesca en gran escala. En cuanto a la industria se destacan la manufacturera y productos del mar (Puerto Marítimo). El comercio se basa en la parte turística por las playas y balnearios, museos y paseos de Guayaquil.

Esta ciudad se encuentra en el occidente ecuatoriano, en la margen derecha del río Guayas, a 50 Km. de su desembocadura. Es considerado como el último puerto del Caribe, se perfila como una moderna metrópoli con amplia capacidad hotelera de primer nivel.

La metrópoli es hoy la ciudad más destacada del Ecuador por sus modernos centros comerciales y pujante actividad económica en la cual le han dado prioridad a la reconstrucción del Centro Histórico y construcción del nuevo Malecón 2.000, una obra gigantesca que alberga almacenes, galerías, restaurantes, museos. Estas obras han permitido la reactivación de la actividad turística y la generación de nuevos empleos para decenas de miles de trabajadores.

El reconocimiento para Guayaquil es mundial, la Revista América Economía en su edición de Abril del 2002, incluye el ranking 2003 de ciudades de América, del que se destaca la aparición de Guayaquil en el sexto puesto entre las ciudades que prestan mayores facilidades para emprender negocios (Ciudades Emprendedoras) alcanzando un índice de 3.88 ubicándose después de ciudades como: Monterrey (5.34), Sao Paulo (4.56), Santiago (4.45), Bogotá (4.40) y Ciudad de México (4.26).

Otra característica importante de Guayaquil es el puerto marítimo, primero del Ecuador, uno de los más importantes de la cuenca del Pacífico. El porcentaje del movimiento de carga internacional por el puerto es aproximadamente el 78% del total nacional con excepción del petróleo y sus derivados. El puerto está orientado especialmente a recibir las importaciones. Alrededor del 80% de éstas se desembarca en este puerto. El área del puerto es de 95,40 has.; los muelles de carga general disponen de 6.750 contenedores de 20 pies que representan un total de 101.250 toneladas métricas.

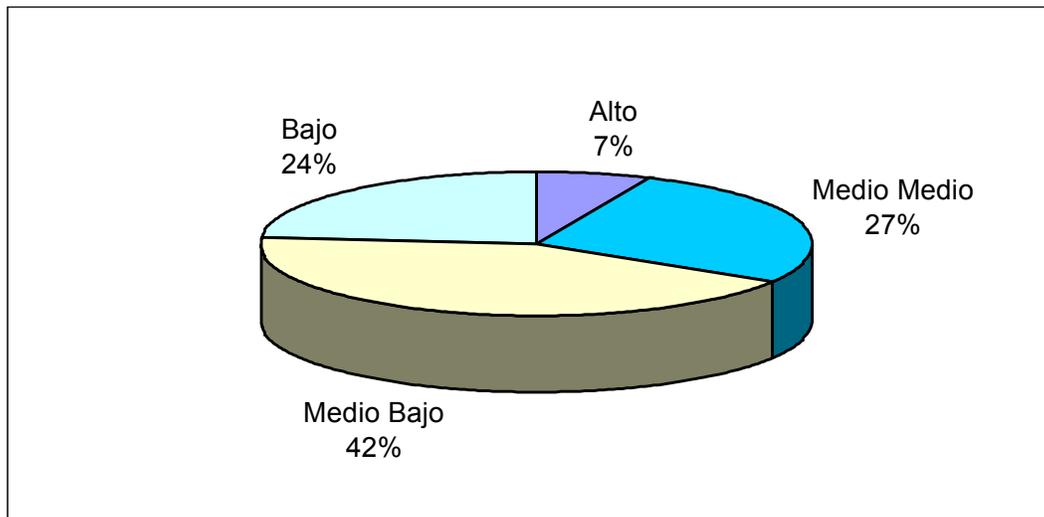
En cuanto a la población, el 42% de los habitantes de Guayaquil viven en un estrato medio bajo, y solo el 7% en estrato alto. la inflación nacional en septiembre del año 2002 fue del 0.58%, Guayaquil tuvo una inflación del 0.70%. En diciembre del mismo año la inflación nacional fue del 0.35%, y la de Guayaquil del -0.22%.

Tabla 24: Población de Guayaquil

Población de Guayaquil		2.060.786	
Hombres	49%	Mujeres	51%
Urbana	97%	Rural	3%

Elaboración: Grupo consultor.

La canasta básica familiar para la ciudad de Guayaquil en septiembre del 2002 se ubicó en US\$337,71 y en diciembre del mismo año estuvo en US\$349,45.

Gráfica 14: Población de Guayaquil por estratos, 2002.

Fuente: Markop
Elaboración: Grupo consultor.

Es importante destacar de Guayaquil la baja población rural que tiene, de las cuatro ciudades contempladas en el estudio, Guayaquil es la única que presenta esta situación, la cual es bastante evidente a simple vista en las calles de la ciudad, esto se debe en especial a su condición de puerto, lo que ha llevado a una alta migración de población.

ANEXO 3: DIRECTORIO DE JOYERÍAS

Joyería	Dirección	Teléfono	Fax	Ciudad
Alphatrading Cia. Ltda..	Antonio Borrero 10-91 Mariscal Lamar	(593-7)820902	(593-7)841533	Cuenca
Aqua Diseños Aqd Cia. Ltda	Francisco Robles 653 Av. Amazonas	(593-2)550969	(593-2)550969	Quito
Bauer & Co. S.A.	12 De Octubre 1820 Luis Cordero	(593-2)2559207	(593-2)2559208	Quito
Cadro S.A.	Velez 000821 Seis De Marzo	(593-4)522255		Guayaquil
Cadromell S.A.	Velez 000821 E/L De Garaicoa Y 6 De Marzo	(593-4)0452255	(593-4)2511922	Guayaquil
Centro De Precision Cezi C Ltda	P Carbo Y 000927 Sucre	(593-4)324882	(593-4)323640	Guayaquil
Citinvest S.A.	Av.Contituc.Km.2 Y Av.J.T.Marengo	(593-4)691860	(593-4)691860	Guayaquil
Compañía Artejoy Cia. Ltda.	Unidad Nacional 4-72 Cuba	(593-7)883912	(593-7)883912	Cuenca
Demalsa S.A.	Km. 7.5 Via Daule	(593-4)250729		Guayaquil
Ecuavizzon S.A.	Av. Las Monjas 000129 Av. Victor Emilio Estrada	(593-4)886716	(593-4)381172	Guayaquil
El Palacio Del Goldfilled Cia. Ltda.	Veintimilla E3-35 Y 9 De Octubre	(593-2)221311		Quito
Exclusividades M. Cevallos C Ltda	Av El Periodista Juan Bautista Arzube	(593-4)204183	(593-4)201771	Guayaquil
Fantasias Del Cotillon Cia. Ltda.	Garcia Moreno 1512 Y Eloy Alfaro	(593-4)970686		Guayaquil
Figo S.A.	Calle Quinta 000105 Av. Tercera	(593-4)382923	(593-4)382080	Guayaquil
Gonzalez Moscoso C Ltda	Nn.Uu. 77 Entre Los Shyrys Y Rep. Salvador	(593-2)2451524	(593-2)2438290	Quito
Goodart Cia. Ltda.	Panamericana Sur Km. 7 1/2	(593-7)860031	(593-7)838035	Cuenca
Importadora, Exportadora Y Comercializadora Saint Joseph Cia. Ltda.	Armenillas 2-114 Calle Vieja	(593-7)862428	(593-7)806585	Cuenca
Jeritsa Sociedad Anonima	Amazonas 000234 Y Republica	(593-2)2980194		Quito
Joyas Astudillo & Delgado Cia. Ltda.	Del Retorno 5-50 Av. Gil Ramirez Davalos	(593-7)805908	(593-7)805908	Cuenca

Joyería	Dirección	Teléfono	Fax	Ciudad
Joyas Baron Cia Ltda	Culebrillas S/N El Altar	(593-7)807366	(593-7)860956	Cuenca
Joyas Fantasivel Velecela Cia. Ltda.	Nicanor Aguilar 3-71 Roberto Crespo	(593-7)814036	(593-7)815279	Cuenca
Joyas Nacionales Joyna S.A.	Boyaca 001401	(593-4)518842		Guayaquil
Joyeria Cevallos -J.C- S.A.	Av. Amazonas 001013 Y Wilson	(593-2)2560750	(593-2)250939	Quito
Joyeria Cuenca C Ltda	Sucre 0511 Martinez	(593-3)821056		
Joyeria Emperador Cia Ltda	Velez 000216 Chile	(593-4)530435		Guayaquil
Joyeria Fina Turismo Y Artesanias Selectas Jofituris Cia.Ltda.	Pedro Gualolmedo Y Morales	(593-5)633994	(593-5)633945	
Joyeria Guillermo Vazquez Sa	Gran Colombia 7-97 Luis Cordero	(593-7)831583	(593-7)831478	Cuenca
Joyeria Torresback Compañia Limitada	Antonio Vega Muñoz 15-15 Coronel Talbot	(593-7)823377	(593-7)823377	Cuenca
Joyeria Valancia Joyval Sa	Aguirre 000515 Escobedo	(593-4)320830		Guayaquil
Joyerias Luxe Sa	Cdla Kennedy Centro Comercial Las Vitrinas 000600 Entre La Xcalle H Y G	(593-4)392245		Guayaquil
Joyklor Artesania Y Comercio Sa	Av. Patria 625260 Av. Amazonas	(593-2)501060	(593-2)501060	Quito
Korchak Montenegro Cia. Ltda.	Paseo Rio Machangara 000777	(593-7)861761		Cuenca
Liumbe S.A.	V.E. Estrada 000123 Datiles	(593-4)884388		Guayaquil
Lucio & Montero Tejedora De Cadenas Cia. Ltda.	Armenillas 2-114 Calle Vieja	(593-7)862428	(593-7)806585	Cuenca
Maclap S.A.	Av. Francisco Boloña 000109	(593-4)284688	(593-4)285673	Guayaquil
Manucrisa Manufacturas S.A.	Cornelio Vintimilla 13-14 Octavio Chacon	(593-7)807366	(593-7)860956	Cuenca
Manufacturas De Metales Preciosos Cia. Ltda. Mademp	Nuñez De Bonilla 4-69 Las Pencas	(593-7)861139	(593-7)821269	Cuenca

Joyería	Dirección	Teléfono	Fax	Ciudad
Merchan C Ltda	Arizaga 814 10 Agosto Y Napoleon Mera	(593-7)933678	(593-7)933592	Cuenca
Mora & Kochman Cia. Ltda.	Del Batan 8-133 Santa Cruz	(593-7)880531	(593-7)888246	Cuenca
Novagems S.A.		(593-4)2850614	(593-4)2207301	Guayaquil
Oro Ecuatoriano Cia Ltda	Pichincha 000402	(593-4)524349		Guayaquil
Oro Gem S.A.	A. El Periodista 0000000 Dr.Juan Bautista Arzube	(593-4)391089		Guayaquil
Oro Y Diamantes Flores & Chalco Cia. Ltda.	Av. De Las Americas 36-179 Cornelio Crespo	(593-7)888496	(593-7)888496	Cuenca
Ovide S.A.	Av. Francisco De Orellana	(593-4)250729	(593-4)250212	Guayaquil
Plateria Narvaez Cia. Ltda.	Av. Octavio Chacon 4- 104 Av. Del Toril	(593-7)800751	(593-7)806619	Cuenca
Politimos Manufacturas S.A.	Cornelio Vintimilla 13- 14 Octavio Chacon	(593-7)807366	(593-7)860956	Cuenca
Prestige Ecuatoriana S.A.	Fosh E7-81 Diego De Almagro	(593-2)2541047	(593-2)2509983	Quito
Talleres Guayasamin SA	Jose Bosmediano 543 Y Jose Carbo	(593-2)2446455	(593-2)2446277	Quito
Tallermon Cia. Ltda.	Armenillas 2-114 Calle Vieja	(593-7)862428	(593-7)806585	Cuenca
Terranova C Ltda.	Av. Al Parque Alonso De Torres	(593-2)2437255	(593-2)2467394	Quito
Gorffin	C.C San Marino	(593-4)2083307		Guayaquil
Atomic Girl	C.C El Jardín	(593-2)449461		Quito

APENDICES

APENDICE 1: INFORMACION GENERAL DEL ECUADOR



República del Ecuador

Área Geográfica: 256.370 km².
Limita al norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico.

Capital Quito.

Idioma Oficial Español, sin embargo algunos grupos hablan diferentes dialectos del quechua.

Población 12'156.608 habitantes en el 2001 calculado por el INEC.

Hora la misma colombiana (excepto Islas Galápagos una hora atrás).

Moneda Dólar Americano

Principales Provincias

Las principales provincias de Ecuador son Guayas, Pichincha y Azuay. Sus capitales por ende son consideradas las ciudades principales para la comercialización y producción de artículos del sector de línea blanca.

Guayas

Esta provincia tiene una extensión de 20.902 Km², la capital es Guayaquil, en el 2001 población ascendía a 3'309.034 habitantes³⁰, según las proyecciones³¹ para el año 2004 se tendrán en esta provincia 3.4121.833 habitantes de los cuales el 81% residirá en el área urbana.

En la capital se encuentra ubicado el principal puerto del país que se considera uno de los más importantes contribuyentes del desarrollo del país por la actividad comercial que genera. En Guayas las industrias líderes son la tabacalera, alimenticia, maderera, química y metalmeccánica. El sector de agroindustria y manufacturero son los que más afectan la actividad comercial en la región, inciden principalmente el cacao, banano, azúcar, la industria camaronera y pesquera; en lo referente a ganadería sobresale la crianza de ganado bovino y porcino. Para el 2001 la Superintendencia de Compañías tenía registradas 1.267 empresas con actividad industrial (41% de las registradas en esta actividad en todo el país).



30 Fuente: Datos definitivos VI Censo de población 2001 INEC.

31 Fuente: Markop (Servicios de Marketing y Opinión)

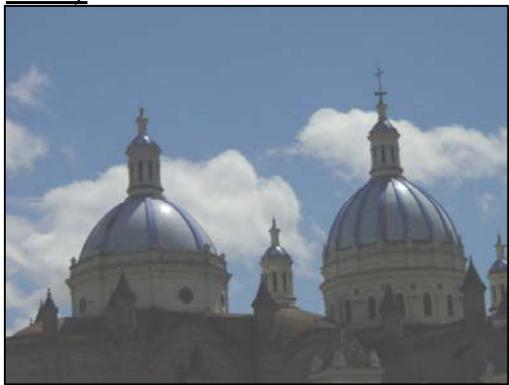
Pichincha



Cuenta con una extensión de 16.599 Km², la capital es Quito, en el 2001 población ascendía a 2.388.817 habitantes³², según las proyecciones³³ para el año 2004 se tendrán en esta provincia 2.463.255 habitantes de los cuales el 72% habitará en el área urbana. La producción agropecuaria de la provincia está compuesta por cultivos de papa, cebada, haba, y en algunas zonas: café, banano, yuca, etc. En cuanto a Ganadería la crianza de ganado bovino es vital para mantener el nivel de producción de carne y leche.

La ciudad de Quito reúne un importante número de industrias, según la superintendencia de compañías existían para diciembre del 2001 en Pichincha 1.356 compañías societarias con actividad económica industrial (44% del total de industrias a nivel nacional).

Azuay



La capital de la provincia es Cuenca. La superficie que ocupa es de 7.701 Km². Su población en el 2001 era de 599.546 habitantes, y se espera según las proyecciones del INEN que llegue a los 617.992 habitantes para el año 2004 (52% en el área urbana). El suelo de la provincia es considerado muy fértil por lo tanto adecuado para las actividades agrícolas, es tradicional el cultivo cereales, hortalizas y variedad de frutas, en el occidente en los valles tropicales y semitropicales se cultiva caña de azúcar, café y cítricos. En actividad ganadera se trabaja con

vacuno, porcino, equino, cuy, conejo y aves de corral. En minería cuenta con yacimientos de mármol, arcilla, minas de plata y otros minerales como el oro, el zinc y el plomo explotados desde la antigüedad. Se ha detectado la existencia de cobre, molibdeno, calcopirita, cal, caolín, caliza, etc.

La industria está dirigida a los sectores: textil, llantero y de la cerámica principalmente, a más de la producción alimenticia, artesanal y licorera. El Azuay ha tenido siempre tradición de comercio de exportación, ejemplo de ello es la producción de línea blanca y muebles cuyo eje principal a nivel nacional se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca.

Esta ciudad a diferencia de las demás ciudades de Ecuador tiene un nivel socioeconómico alto generalizado al compararla con los demás centros de desarrollo más importantes del país como lo son las ciudades de Quito y Guayaquil, a pesar de observarse las diferencias de estrato socioeconómico no se observa como en las demás pobreza tan marcada casi al límite de miseria.

32 Fuente: Datos definitivos VI Censo de población 2001 INEC.

33 Fuente: Markop (Servicios de Marketing y Opinión)

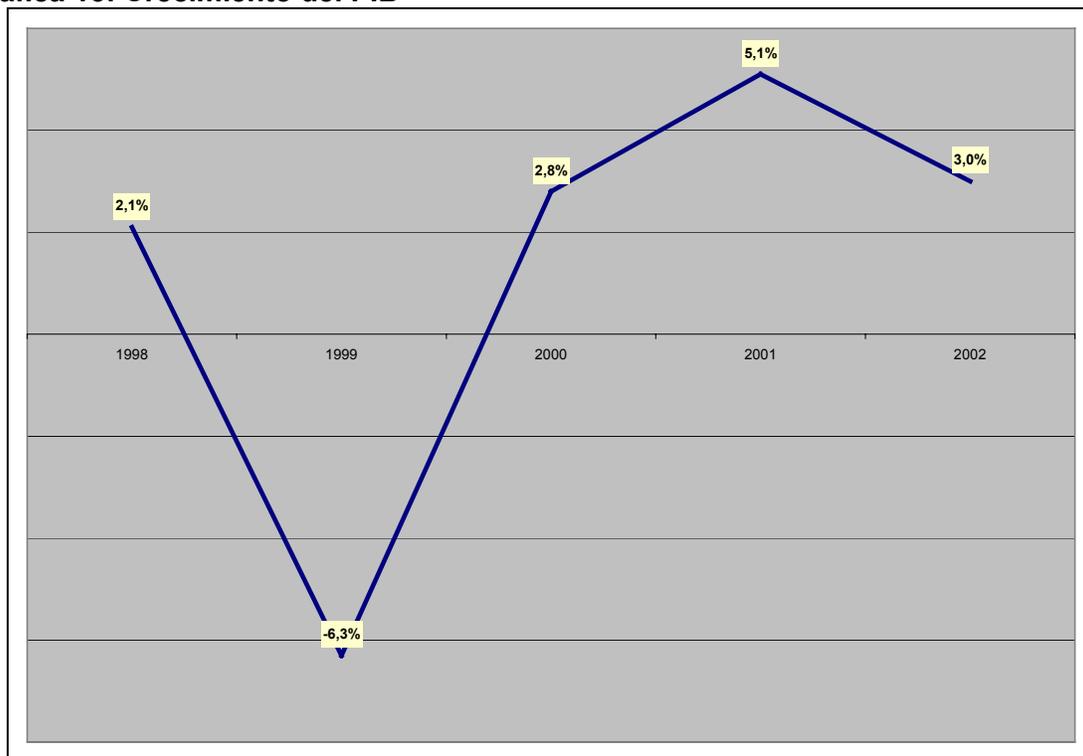
Economía Ecuatoriana

La economía ecuatoriana, atraviesa por una etapa de transición fruto de las medidas de estabilización económica adoptadas como resultado de la crisis del año 1999, causada por la caída de los precios del petróleo en 1998, el fenómeno del Niño, las enfermedades en la industria del camarón y la consecuente crisis del sector financiero; llevo a que las autoridades del momento tomaran la decisión de dolarizar la economía.

Esta medida la cual se augura traiga consigo grandes beneficios para el país, ha permitido identificar algunas rigideces del aparato productivo, las cuales han hecho que los productos pierdan competitividad frente al mercado internacional, como son: los altos costos de mano de obra, el déficit energético, la ineficiencia del aparato estatal, la iliquidez de las finanzas públicas, entre otros.

Los resultados de la medida, permitieron que el país se recuperara de la crisis del 1999, presentando unas tasas de crecimiento sobresalientes frente a la mayoría de países latinoamericanos. Este crecimiento se debió principalmente a las inversiones realizadas por el país en la construcción del Oleoducto de Crudos Pesados –OCP-. Sin embargo el efecto de la construcción del OCP, se ha comienza a sentir de manera negativa a finales del 2002 y 2003, especialmente por la obligación de iniciar los pagos de los créditos contraídos para su construcción.

Gráfica 15: Crecimiento del PIB



Fuente: FMI – March 2003
Elaboración: Grupo Consultor

Esta situación de pago de obligaciones internacionales, que puede ascender a 200% de las exportaciones del país, generó una voz de alerta, lo que llevó a que el gobierno estableciera un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional –FMI–, que planea entre otros los siguientes puntos:

- Reducción del nivel de endeudamiento de Sector Público (59% al 52% en 2003)
- Mantenimiento de políticas fiscales y la continuidad de las reformas estructurales
- Ingresos provenientes de las exportaciones adicionales de petróleo se destinarán en gran medida a la reducción de la deuda pública.
- Reducir el nivel de las tasas de interés y el diferencial de riesgo del índice EMBI³⁴
- Unificación de la estructura salarial del sector público
- Reducir subsidios
- Eliminar los recortes de los aranceles de importación
- Continuarán los esfuerzos para fortalecer el sistema de seguridad social.
- Ley de reforma de la administración aduanera
- Ley para la unificación salarial del sector público y reforma de la administración pública
- Ley integral de reforma tributaria

Adicional a los cambios concertados con el FMI, los cuales el gobierno hace esfuerzos para poderlos sacar adelante, pese a la tensa situación política que se vive, debido al rompimiento de la coalición que llevo al actual presidente a la presidencia, se da en el país otra serie de factores, que afectan la competitividad de los productos en el contexto nacional e internacional.

Uno de estos factores es el actual esquema de estructuración de precios, el cual hace evidente las ineficiencias de los canales de distribución, los altos costos de producción, los altos niveles impositivos y los altos márgenes de ganancia por unidad.

En los primeros seis meses de 2003, la inflación anual fue del 7,6%, la tasa de desempleo 10%, la de subempleo del 47.8%. El consumo final registro un descenso del 0,1%, por la reducción en el consumo de bienes de consumo.

Balanza Comercial

Ecuador a pesar de tener una deuda externa bastante alta no cuenta con una balanza comercial positiva lo que ha dificultado en algunas ocasiones el pago del servicio a la deuda. La balanza comercial ecuatoriana en los últimos años (1998, 2001 y 2002) ha sido negativa, en el primero, el déficit ascendió a \$900 millones de dólares, causado principalmente por la reducción de exportaciones agrícolas, como resultado del fenómeno del niño. En el 2001 el déficit alcanzó los \$200 millones de dólares y en el 2002 llegó a 944 millones de dólares; el creciente déficit comercial de los dos últimos años se le atribuye básicamente al incremento de importaciones por la dolarización a partir del 2001, la construcción del OCP (Oleoducto Crudo Pesado que va desde el Oriente hasta la Costa) y a la reducción del monto de las exportaciones por la caída de los precios del petróleo entre los años 2000 y 2001.

³⁴ Es un indicador del riesgo países en que se compara Spread entre los rendimientos de los títulos de deuda de un país versus los títulos de referencia del gobierno norteamericano.

Esto evidencia que Ecuador no solo depende de las exportaciones del sector agrícola sino también del sector petrolero, sin embargo a lo largo de la última década las exportaciones de productos manufacturados han crecido pasando de representar 9.3% en 1992 a 21% en el 2002.

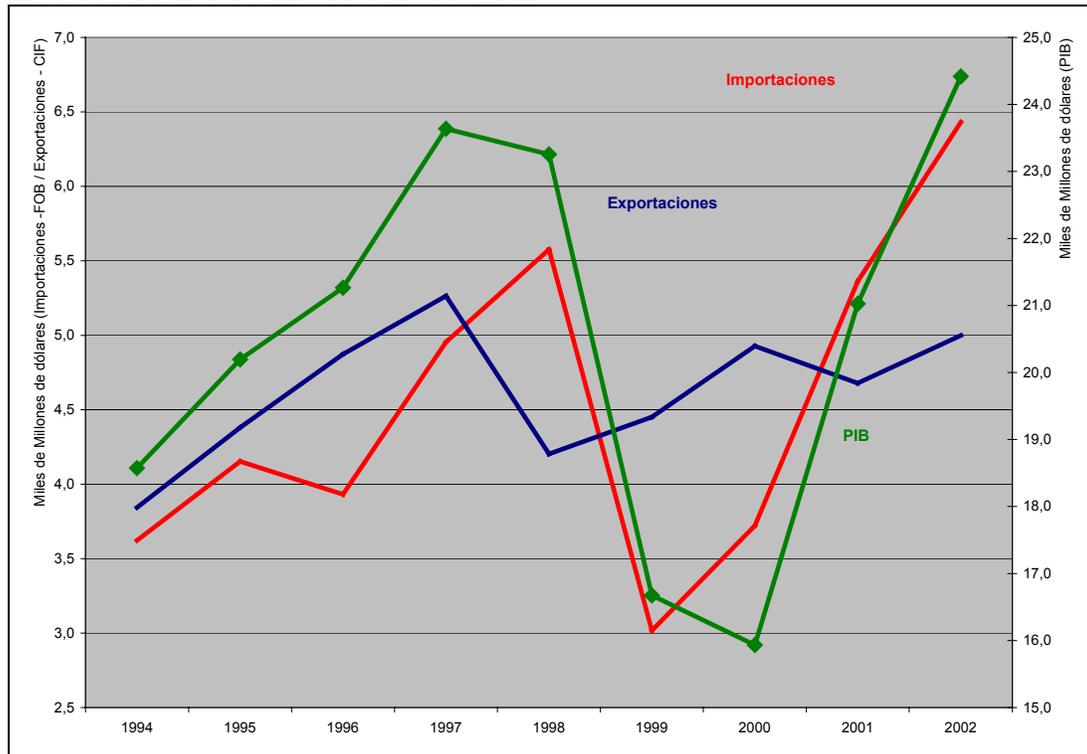
El entorno económico ecuatoriano durante el periodo de estudio (1998-2002) fue bastante difícil, resintiéndose el comercio multilateral, específicamente en los años 1998, 1999 y 2000. Los factores que incidieron en mayor medida son de orden político y económico. En 1997, la idea de corrupción que se tenía sobre el gobierno de Bucaram sumado a la falta de gobernabilidad permitió una cohesión política para realizar profundas reformas al sector financiero y a las finanzas públicas, generando un entorno de alta desconfianza para los inversionistas y exportadores. Es así como a finales de ese año estalló la crisis con la declaración por parte del congreso de que Bucaram no era apto mentalmente para estar en el cargo, desatando una lucha entre éste organismo, la Corte Suprema de Justicia y el Vicepresidente por el poder. El “desacuerdo” político llevó a que en menos de año y medio se tuvieran tres presidentes (Bucaram, Alarcón y Mahuad) y que además la crisis social se acentuará generando un clima de anarquía fatal para el comercio.

Por su parte, el sector financiero dio señales de debilitamiento ya que algunos bancos de mediano tamaño fueron objeto de retiros masivos hacia los bancos más fuertes (Filanbanco y Banco del Pacífico) y tuvieron que ser intervenidos por el gobierno para proteger los depósitos de la población.

Sin embargo, el desordenado manejo de las entidades financieras y el escaso control existente sobre éstas, derivó en un desbordamiento de los problemas bancarios ya que las instituciones fuertes tenían problemas de solvencia para con los ahorradores y éstos con el fin de recuperar sus depósitos nuevamente hicieron retiros masivos ésta vez de Filanbanco, Banco del Progreso y Banco del Pacífico. A nivel macroeconómico, el déficit fiscal llegaba al 6% del PIB mientras que el déficit en cuenta corriente era 11% del PIB. Como consecuencia de la inestabilidad que se percibía los inversionistas comenzaron a retirar capitales del país haciendo inevitable una tendencia devaluacionista es decir que por cada dólar se necesitaban más sucres, situación poco favorable para los importadores.

Fue así como en 1999 y con el propósito de proteger las reservas internacionales, el gobierno decide eliminar el sistema de bandas cambiarias dejando el dólar flotante. El ataque especulativo que se dio una vez tomada la medida presionó al alza la divisa y ésta se ubicó en niveles históricos de 20.000 sucres por dólar con lo cual la inflación empezó a subir para poder mantener la paridad del tipo de cambio. Al subir la inflación las tasas de interés se ven afectadas directamente deprimiendo la producción y el comercio nacional. El siguiente cuadro muestra claramente el descenso en el valor total de las importaciones y exportaciones ecuatorianas durante la crisis.

Gráfica 16: Comercio Exterior Ecuatoriano



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE, Boletín Anuario (varios números), Cuentas Nacionales del Ecuador No. 17, e Información Estadística Mensual
Elaboración: Grupo Consultor

Como se observa en el cuadro las importaciones se vieron más afectadas que las exportaciones, ya que el efecto es doble para las primeras, por un lado los empresarios de otros países percibían como riesgoso realizar ventas hacia el Ecuador suponiendo un alargamiento en los pagos o hasta incumplimientos definitivos. Así mismo, a los importadores les salía demasiado costoso considerando que las ventas en el mercado eran en sucres y la compra de productos o insumos se hacía en dólares.

La devaluación constante permitió una mejora transitoria en la competitividad de las exportaciones, sin embargo a medida que ésta era mucho más fuerte, el país sufrió un desbalance económico que lo llevó rápidamente a la recesión, perjudicando directamente a los productos exportables. De otra parte, la demanda interna del mercado se resintió disminuyendo la capacidad de endeudamiento de la población con lo cual el crédito (incluido el hipotecario) tendió a contraerse. A nivel del estado, el alto déficit fiscal y el cierre de las líneas de crédito por parte de los inversionistas y de la banca extranjera implicó que los recursos se destinaran a cubrir el faltante fiscal con lo cual la promoción de obras civiles que incentivarían la producción y/o importación de insumos relacionados se estancó. El resultado para el sector de la construcción fue una disminución en el PIB del sector.

La magnitud de la crisis exigió un ajuste macroeconómico drástico. En ese sentido, una vez el dólar llegó a 25.000 sucres, el gobierno declaró la dolarización de la economía, frenando el desbalance cambiario y disminuyendo la tendencia alcista de la inflación pero

perdiendo la capacidad de hacer política monetaria. Se dio inicio a un difícil ajuste fiscal que requirió de un gran esfuerzo de concertación, a tal punto que los inversionistas que tenían bonos³⁵ de deuda interna y externa se vieron forzados a aceptar la reestructuración de los pagos de capital e intereses a plazos más largos y en algunos casos perdonar deudas hasta del 40% del valor nominal. Las pérdidas generadas por el sector financiero fueron asumidas por el gobierno en gran parte y por los depositantes.

En materia política, una vez terminó el gobierno de “transición” de Noboa se convocó a elecciones donde obtuvo el poder el coronel Lucio Gutiérrez, situación que generó una tensa calma. Esta fue la oportunidad para que los empresarios reanudaran sus negocios ya que la confianza estaba regresando, el gobierno era estable y el ajuste económico estaba dando resultados.

Por la dolarización Ecuador ha sufrido una enorme pérdida de competitividad, este problema es generalizado para todos los sectores productivos del país; hecho que acentúa las posiciones que hay en Ecuador en relación con su visión hacia Colombia y la relevancia del acuerdo de comercio preferencial vigente, la Comunidad Andina de Naciones (CAN), las percepciones observadas de los empresarios ecuatorianos son: ver a Colombia como una país potencial para crecer con la introducción de sus productos manufacturados y con mayor valor agregado como los que ofrece la industria que está de alguna manera consolidada en el país como es el caso de línea blanca; o ver a Colombia como una amenaza por sentir que será atacada su industria, por lo general para bienes tradicionales de exportación que depende de mercados mundiales y se ven poco o nada afectados por el mercado Colombiano.

El consumidor ecuatoriano en la actualidad debido a las crisis económicas que ha tenido que afrontar se ha visto obligado a adquirir solo lo necesario para subsistir, esto ha afectado la inversión interna y externa por la incertidumbre que genera el hecho de no tener un patrón de consumo y a cambio gran inestabilidad en el comportamiento de los consumidores. Sin embargo el gobierno ecuatoriano está trabajando en políticas que permitan reactivar la demanda, tal es el caso de la estabilización económica que permita al sector financiero promover créditos de consumo, la inversión extranjera y créditos externos, esto ayudará a generar confianza y los empresarios del país mejoraran sus relaciones de negocios al permitir relaciones comerciales diferentes a las basadas en la confianza. Un claro ejemplo de las políticas sociales del actual gobierno es el programa “Ecuador Para Todos” que busca que los ecuatorianos tengan acceso a ciertas líneas de producto que se consideran prioritarias en el comercio social: Alimentos, línea blanca, zapatos, muebles y oficina popular.

Balanza Comercial con Colombia

Ecuador es el tercer socio comercial en importancia de Colombia, el desarrollo del comercio binacional desde 1992 cuando Colombia, Venezuela y Ecuador conformaron la zona de libre comercio en el marco de la liberación comercial de la CAN, dicha zona generó incremento tanto en las exportaciones ecuatorianas como en las importaciones colombianas, esto hasta 1999 cuando Ecuador entra en crisis y sus exportaciones hacia Colombia caen casi 40% , posteriormente en el año 2000 cuando se adopta la política de

35 Los Bonos son títulos de deuda emitidos por un país con el propósito de conseguir recursos para financiar inversión o funcionamiento.

dolarización las mismas crecen mas de 320%³⁶ con respecto al año 1999. Al analizar la balanza bilateral con Colombia para los años 1996 – 2002, las exportaciones e importaciones crecieron 331%% y 623%, respectivamente, manteniendo un déficit comercial para Ecuador. Es necesario mencionar que las importaciones del periodo de análisis han presentado crecimiento excepto en el año 1999 dónde con respecto al año anterior decrecen 47.2%.

Los principales productos exportados a Colombia son Carne de pollo, pescado, huevos, cebollas, frijol, plátano, arroz, aceite, grasas, conserva de pescado, cacao, alcohol, neumáticos, madera, libros, mantas de fibra sintética, vehículos entre otros, los principales importados son azúcar, caramelos, confites, medicamentos, preparaciones tensoactivas, insecticidas, polímeros, polipropileno, neumáticos, vehículos etc.

Tabla 25 Balanza Comercial Ecuador – Colombia.

Años	Exportaciones	Importaciones	Saldo
1996	78.1	124.8	-46.7
1997	96.2	144.1	-47.9
1998	102.2	198.6	-96.4
1999	63.9	104.9	-41
2000	267.9	500.3	-232.4
2001	324.3	770.4	-446.1
2002	342.6	902.3	-559.7

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración Grupo Consultor.

Otra de las causas para que Ecuador tenga déficit comercial con Colombia es que los productores en Colombia gozan de beneficios: al exportar con Plan Vallejo que ofrece la posibilidad de reducir costos por la exoneración de gravámenes a insumos, materias primas y bienes de capital, al tener como respaldo un seguro al crédito de exportaciones y menores costos fijos como servicios y mano de obra, de esta manera tiene desventajas en productividad y competitividad y le será más difícil mejorar su oferta exportable.

³⁶ Fuente: Federación Ecuatoriana de Exportadores- Fedexport- Boletín informativo No. 44. 2003.

APENDICE 2: INFORMACION JURIDICA PARA EMPRESAS

La creación y posicionamiento de empresas Colombianas en el mercado Ecuatoriano es una de las actividades más frecuentes, pero a la vez más complicadas para el empresario colombiano, debido a la diferencia de normas y procedimientos que existen entre los dos países. A título informativo y con el ánimo de servir de orientación inicial, se escribe este apéndice de como constituir una empresa y registrar una marca en el Ecuador. Este apéndice no busca en ningún momento ser considerado una guía para la constitución de empresas y registro de marcas, por lo que la asistencia de un Abogado especializado en estos procedimientos es fundamental.

CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS EN EL ECUADOR

Tipo de sociedades en el Ecuador

Las sociedades en el Ecuador están regidas por la Ley de Compañías en la cual se reconocen cinco:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía de economía mixta; y,
- La compañía anónima.

No obstante cada una de estas sociedades permite realizar el comercio en el Ecuador, algunas de ellas han caído en desuso y rara vez son constituidas dentro del país.

La compañía anónima es la más usada en toda clase de actividad económica, seguida por la compañía de responsabilidad limitada. La compañía en nombre colectivo y en comandita son tan pocas y de tan reducida importancia, que la Superintendencia de Compañías no las ha tomado en cuenta.

Compañía en nombre colectivo

Se establece entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social, formada por los nombres de los socios.

El contrato de constitución se celebrará por escritura pública que será aprobada por el juez de lo civil quien ordenará la publicación de un extracto de la misma y su inscripción en el Registro Mercantil.

El capital de la compañía se compone de los aportes de los socios y se deberá pagar al momento de la constitución al menos el 50% del capital suscrito.

A falta de estipulación expresa en el contrato constitutivo, se entiende que la administración de la compañía podrá estar a cargo de todos los socios.

En este tipo de compañías los socios responden personalmente con todo su patrimonio y se consagra solidaridad entre ellos por todos los actos de la sociedad.

Compañía en comandita

1 Comandita Simple:

Existe bajo una razón social y se establece entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La compañía en comandita se constituye en la misma forma y con las mismas características señaladas para la compañía en nombre colectivo.

La administración de la compañía correrá por cuenta del o los socios ilimitadamente responsables y regirá respecto de ellos las mismas reglas de la compañía en nombre colectivo.

2 Comandita por Acciones:

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus aportaciones se les entregará certificados nominativos intransferibles.

La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados, quienes no podrán ser removidos de la administración social. El socio comanditado, si fuere uno, o la mitad más uno de ellos, si fueren varios, tiene derecho de veto sobre las resoluciones de la Junta General.

Esta compañía se regirá por las disposiciones relativas a la compañía anónima, salvo lo referente a los derechos y obligaciones de los socios solidariamente responsables, que se regirán por las disposiciones de las compañías en nombre colectivo.

Compañía de responsabilidad limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada deberá constituirse con al menos tres socios, o con un máximo de quince.

El capital de la compañía está conformado por participaciones, las cuales son transferibles en beneficios de otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La transferencia se hará por escritura pública.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares (US \$400), el cual deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario o en especies muebles o inmuebles. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objetivo de la compañía

La administración de la compañía corresponde a la Junta General formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Una compañía de responsabilidad limitada puede constituirse para cualquier tipo de negocio o profesión, con excepción de la banca, seguros y finanzas, por expresa prohibición legal.

Compañía de economía mixta.

El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, conjuntamente con el capital privado pueden formar este tipo de compañía. Se aplica a esta compañía todas las disposiciones referentes a la compañía anónima.

En los estatutos se establecerá la forma de integrar el directorio, en el que deberá estar necesariamente representados tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción del capital aportado por uno y por otro. Así mismo, en los estatutos se expresará claramente la forma de distribución de las utilidades entre el capital privado y público.

Las escrituras de constitución, transformación, reforma y modificaciones de estatutos, así como los registros de esta clase de compañía se hallan exonerados de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o estatales.

Compañía anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones libremente negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Deberá constituirse con al menos dos accionistas.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de ochocientos dólares (US \$800), el cual deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos el 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies, siempre que éstas correspondan al género de la actividad de la compañía.

La propiedad de las acciones se transfiere mediante endoso que deberá constar en el título correspondiente o en una hoja adherida al mismo y se deberá inscribir en el correspondiente libro de Acciones y Accionistas.

La compañía anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del capital suscrito.

Pasos para la constitución de una sociedad

- Aprobación de la denominación o razón social
La razón o denominación social debe ser previamente aprobada por la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la Cuenta de Integración de Capital
En el Ecuador, el capital de las compañías puede tener, en su totalidad, origen extranjero.

En Compañías Anónimas debe estar pagado al momento de la constitución, al menos el veinticinco por ciento (25%) del capital suscrito; en Compañías de Responsabilidad Limitada, al menos el cincuenta por ciento (50%) del mismo.

Los porcentajes antes referidos, según el tipo de sociedad a constituirse, deberá depositarse en una cuenta denominada "De Integración de Capital", la misma que permanecerá congelada hasta tanto la Compañía se entienda legalmente constituida.

- Cierre de la escritura contentiva de los Estatutos Sociales
Posteriormente se procederá a firmar la escritura contentiva de los Estatutos Sociales adjuntando a los mismos el Certificado de Apertura de la Cuenta de Integración de Capital.
- Estudio por parte de la Superintendencia de Compañías.
La correspondiente escritura se presentará para estudio de la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una Resolución aprobatoria.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
Aprobada la constitución de la compañía por parte de la Superintendencia de Compañías, deberá a) afiliarse a una de las Cámaras de la Producción (Cámara de Comercio, Construcción, etc.) de acuerdo con su objeto social, b) obtener Patente Municipal (permiso de funcionamiento) e c) inscribirse en el Registro Mercantil, momento en el cual se entenderá legalmente constituida la compañía.
- Nombramiento de Administradores y obtención del RUC
Una vez constituida la Compañía, se procederá, mediante Junta General de Accionistas, a la elección de Administradores (Gerente, Presidente o como haya sido denominado por los Estatutos Sociales), quienes podrán ser nacionales o extranjeros, residentes o no en el Ecuador.

Inscritos los nombramientos en el Registro Mercantil, se obtendrá el Registro Único de Contribuyentes, identificación frente al Servicio de Rentas Internas.

Duración

El trámite de constitución de una compañía en el Ecuador tiene una duración aproximada de entre treinta (30) a cuarenta y cinco (45) días.

Gastos

Los gastos aproximados en que debe incurrirse sin tener en cuenta los honorarios del Abogado, ascienden a la suma aproximada de seiscientos cincuenta dólares (US \$650) para constituir una Compañía Anónima con capital mínimo de ochocientos dólares (US \$800) ó una Compañía de Responsabilidad Limitada con un capital mínimo de cuatrocientos dólares.

Conformación Jurídica de Empresas Extranjeras.

Para ejercer actividades empresariales en el Ecuador, una persona natural o jurídica extranjera, puede optar por diversas formas de conformación jurídica, eligiendo aquella

que más se ajuste a sus necesidades particulares. Las opciones más utilizadas se reseñan a continuación:

- Sociedad constituida en el Ecuador
- Domiciliación de la Compañía Extranjera en el Ecuador
- Designación de Agente o Representante

Sociedad constituida en el Ecuador

La sociedad se registrará para su constitución y funcionamiento por las disposiciones de la Ley de Compañías.

Las formas societarias más utilizadas en el Ecuador son la compañía anónima y la de responsabilidad limitada, cuyas principales características son:

- **Capacidad:** para intervenir en la constitución de una compañía anónima o de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar, esto es la capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones. Sin embargo de ello, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges; pero una vez constituida pueden intervenir como socios o accionistas.

Un ciudadano o una sociedad extranjeros pueden ser socios o accionistas de esta clase de empresas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras que no pueden ser socias de una compañía de responsabilidad limitada.

- **Socios y accionistas:** la compañía anónima requiere de un mínimo de dos accionistas para su constitución, sin embargo puede funcionar con un solo socio, sin que exista un máximo.

La compañía de responsabilidad limitada requiere un mínimo de tres y un máximo de 15 socios.

- **Responsabilidad de los accionistas y socios:** en una compañía anónima los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones. Así mismo, en una compañía de responsabilidad limitada los socios responden solamente hasta por el valor de sus participaciones sociales.
- **Capital:** en los dos casos el capital está integrado con los aportes de los socios o accionistas. Los aportes pueden efectuarse en numerario, en bienes, tanto muebles como inmuebles. Si es en numerario deberá depositarse en una cuenta de integración de capital abierta en un banco de la localidad. Al momento de la constitución, el capital deberá estar pagado en un 50% si se trata de una compañía limitada y del 25% si es anónima.
- **Capital mínimo:** en la compañía anónima es de US \$800,00; en la compañía de responsabilidad limitada es de US \$400,00.
- **Fundación:** tanto la compañía anónima, como la de responsabilidad limitada, se constituyen mediante escritura pública autorizada por un notario. La constitución de la

compañía debe ser aprobada por la Superintendencia de Compañías, que es el órgano de control de las sociedades en el Ecuador. Posteriormente debe inscribirse en el Registro Mercantil, fecha a partir de la cual tendrá vida jurídica.

- **Administración:** los accionistas o socios, dentro del marco general establecido en la Ley de Compañías, determinarán en los estatutos sociales la forma de administración de la sociedad, la que estará acorde con sus necesidades específicas. Es indispensable que se establezca a quien corresponderá la representación legal. El órgano supremo de las compañías es la junta general, formada por los accionistas o socios.
- **Afiliación a una Cámara de la Producción:** toda sociedad deberá afiliarse a la Cámara de la Producción que sea afín con su objeto social.
- **Obligaciones Tributarias:** existe similitud de obligaciones tributarias tanto para la compañía anónima, como la compañía limitada.
- **Transferencia de acciones y participaciones:** las acciones de una compañía anónima son libremente transferibles sin necesidad de ninguna autorización. La transferencia se efectúa mediante el endoso del título correspondiente y se anota en el Libro de Acciones y Accionistas a cargo del representante legal de la compañía. Para la transferencia de las participaciones de una compañía de responsabilidad limitada se requiere el consentimiento unánime del capital social reunido en junta general de socios y la transferencia tiene que efectuarse por escritura pública, inscrita en el Registro Mercantil. También deberá anotarse en el libro de participaciones y socios.
- **Corrección monetaria:** Las sociedades están obligadas a ajustar sus balances de acuerdo con el sistema de corrección monetaria integral de los estados financieros, según el cual se reajustan en relación con el índice inflacionario determinado por el organismo competente del Estado.

Domiciliación de la compañía extranjera en el Ecuador

Para que una compañía constituida en el extranjero pueda ejercer habitualmente sus actividades en el Ecuador puede domiciliarse en el país efectuando el trámite correspondiente ante la Superintendencia de Compañías, que le otorgará el permiso de operación.

Para obtener el permiso deberá comprobar que se encuentra legalmente constituida en su país de origen y que tiene la facultad de negociar en el exterior. Además de contar permanentemente con un representante o mandatario en el Ecuador de manera que pueda cumplir las obligaciones contraídas en el territorio ecuatoriano.

Así mismo, deberá destinar un capital mínimo de USD \$2.000,00 para el desarrollo de su actividad en el Ecuador, y se deberá sujetar a las normas legales ecuatorianas y estará sometida al mismo tratamiento tributario que las sociedades nacionales.

Si una compañía extranjera va a ejecutar obras públicas, va a prestar servicios públicos o explotar recursos naturales en el país, necesariamente deberá domiciliarse en el Ecuador.

Si la empresa no desea optar por la constitución de una persona jurídica, puede designar un mandatario o representante, que actúe a nombre de ella. Para el efecto puede otorgar un poder a una persona natural o jurídica domiciliada en el Ecuador que realice transacciones por cuenta de la compañía extranjera. Esta persona, será responsable frente a la administración tributaria del Ecuador por las operaciones comerciales de la empresa representada.

PROPIEDAD INDUSTRIAL -MARCAS-

En el Ecuador , como país miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), en materia de Propiedad Industrial, le rige la Decisión # 486 – Régimen Común de Propiedad Industrial- publicado en el Registro Oficial #258 del 2 de febrero del 2001.

La oficina autorizada en el Ecuador para conocer de las solicitudes que se derivan del presente Régimen, está a cargo del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Industrial –IEPI-, ente con autonomía jurídica.

Consideraciones generales aplicables al trámite de obtención de registro de los derechos conferidos por el Régimen de Propiedad Industrial.

- La solicitud debe presentarse ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Industrial, bajo el formulario aceptado por la misma autoridad.
- Documentación específica solicitada respecto de derechos en particular.
- Pago de tasa correspondiente
- El solicitante debe ser persona autorizada, en representación del titular, a ello se debe adjuntar la documentación necesaria que acredite tal calidad; al respecto hay que diferenciar el caso:
 1. Persona jurídica nacional o extranjera domiciliada en el Ecuador:
 - Copia del nombramiento de representante legal.
 - Copia del poder especial notariado que lo faculte, de ser el caso.
 - La solicitud debe ser firmada por el solicitante y abogado patrocinador.
 2. Persona jurídica extranjera:
 - A través de apoderado en el Ecuador:
 - Poder otorgado en el exterior debidamente legalizado en un consulado ecuatoriano.
 - Documento que acredite que el compareciente es el Representante Legal de la compañía poderdante (nombramiento, certificado Cámara de Comercio, otro.)
 - Solicitud firmada por el apoderado y abogado patrocinador.
 - A través del propio Representante Legal:
 - Documento que acredite que el compareciente es el Representante

Legal de la compañía. (nombramiento, certificado Cámara de Comercio, otro.)

- Copia del poder especial notarizado que lo faculte, de ser el caso.
- La solicitud debe ser firmada por el solicitante y abogado patrocinador.

Este régimen ampara los derechos vinculados a:

- Patentes de Invención
- Modelos de Utilidad
- Esquema de Trazados y Circuitos Integrados
- Diseños Industriales
- Marcas
- Lemas Comerciales
- Marcas Colectivas
- Marcas de Certificación
- Nombres Comerciales
- Rótulos o enseñanza
- Indicaciones Geográficas
- Indicación de Procedencia

Patentes de Invención

Se otorga patente de invención al producto o procedimiento, en todos los campos de la tecnología, siempre que estos cumplan con las siguientes consideraciones:

- Novedad: No se encuentre en el estado de la técnica, no haya sido accesible al público, que no haya sido usado o comercializado.
- Nivel inventivo: que para una persona calificada cuyo oficio habitual sea el mismo del objeto que se pretende patentar, éste no resulte obvio ni derive de manera evidente del estado de la técnica.
- Susceptibles de aplicación industrial: que sea capaz de ser producido o utilizado en la industria.

El derecho que confiere la patente de invención corresponde a su inventor, salvo que éste la haya realizado en razón de un contrato de obra, o bajo relación de dependencia laboral, cuyo caso corresponderá al contratante o empleador.

El titular de la patente está obligado a la explotación de ésta, u otorgará licencia de producción o comercialización a un tercero. La patente de invención dura veinte años.

Requisitos:

- Descripción del objeto de la invención.
- Una o más reivindicaciones de prioridad extranjera, de ser el caso.
- Dibujos, de ser necesario para comprensión de la invención.
- Resumen del procedimiento, de ser el caso.
- Los poderes que fueren necesarios.

Modelos de Utilidad

Toda nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento o mecanismo; siendo que este permita un mejor o diferente

funcionamiento, utilización o fabricación de un producto. Este se protege a través de la concesión de patentes, la misma que tiene una duración de diez años. Son aplicables las disposiciones comunes a la patente de invención.

Esquema de Trazado y Circuitos integrados

Los circuitos integrados, se conciben como el producto final o intermedio, cuyos elementos son parte integrante de una pieza que realiza una función electrónica; mientras que los esquemas de trazado, son la disposición tridimensional de circuitos integrados, o una base preparada para un circuito integrado que será posteriormente fabricado.

Para su registro se debe considerar:

- Originalidad: un esquema de trazado será considerado como original cuando sea el resultado del esfuerzo intelectual propio de su creador y no fuese corriente en el sector de la industria de los circuitos integrados. Si el esquema de trazado es compuesto por uno o más elementos comunes en la industria de los circuitos integrados, ésta se considerará original cuando la combinación de tales elementos, como conjunto, cumpla con esta condición.
- Dibujo del esquema de trazado o muestra del circuito integrado cuando este ya ha sido comercializado.
- Declaración indicando la fecha de la primera explotación comercial del circuito integrado
- Declaración indicando la fecha de la creación del circuito integrado.
- Descripción que defina la función electrónica que realiza el circuito integrado que incorpora al esquema de trazado.
- De ser el caso copia de solicitudes o registros obtenidos en el exterior.

Diseños Industriales

Se considera un diseño industrial a la apariencia particular de un producto que resulte de cualquier reunión de líneas o combinación de colores o de cualquier otra forma externa bidimensional o tridimensional, línea contorno, configuración textura o material, sin que cambie la finalidad o destino de dicho producto. El plazo de vigencia de este derecho es de diez años.

Para su registro se debe considerar:

- Novedad: no será considerado nuevo si antes de la fecha de la solicitud o de la fecha de la prioridad válidamente invocada, se hubiere hecho accesible al público, por su descripción, utilización, comercialización o cualquier otro medio. Tampoco se entenderá por nuevo, por el hecho que presente diferencias secundarias respecto a realizaciones anteriores o porque se refiera a otra clase de productos.
- Representación gráfica o fotográfica del diseño industrial; de tratarse de un diseño bidimensional incorporado en un material plano, la representación podrá sustituirse por una muestra del producto que incorpora el diseño.

- Solicitud o registro anterior que se hubiese obtenido en el extranjero.

Marcas de productos o servicios

Todo signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marca los signos susceptibles de representación gráfica, sin importar la naturaleza del producto o del servicio. El derecho que se confiere por la marca registrada, posee una duración de diez años.

Se entiende por marca: una palabra o combinación de palabras, imágenes, figuras, símbolos gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas o escudos, sonidos, olores, letras, números, color delimitado por la forma, o la combinación de colores, la forma de los productos, sus envases o envolturas o cualquier combinación de signos y medios indicados en los anteriores.

Lemas Comerciales

La palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca, se considera un lema comercial. Para su registro se debe tener en cuenta:

- La especificación de la marca que complementa, la misma que puede estar solicitada o ya registrada.
- De ser el caso, la transferencia del lema comercial o la marca que complementa, debe hacerse en forma conjunta.
- La vigencia del lema comercial está sujeta a la de la marca.

Marcas Colectivas

Se considera marca colectiva, todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que los utilicen bajo el control de un titular.

Las entidades autorizadas para solicitar el registro de una marca colectiva son:

- Asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios.
- Organizaciones legalmente establecidas.
- Grupos de personas.

Para el registro debe tenerse en cuenta:

- Indicación de que la marca es colectiva
- Copia legalizada de los Estatutos de la asociación, organización y grupo de personas que solicitan el registro.
- Lista de integrantes.
- Indicación de las condiciones y forma como la marca colectiva deberá utilizarse en los productos y servicios.
- La normatividad a aplicar será la misma que la de más marcas.

Marcas de Certificación

Una marca de certificación, podrá ser un signo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han sido certificadas por el titular de la marca. Podrá ser titular de ésta una empresa o institución, de derecho privado o público o un organismo estatal, regional o internacional.

Para su trámite, se debe tener en cuenta:

- Reglamento de uso, el cual será inscrito conjuntamente con la marca, el cual debe contemplar lo siguiente:
- Indicación de que producto o servicio pueden ser objeto de la certificación por su titular.
- Definición de las características garantizadas por la presencia de la marca.
- Descripción del control que se ejercerá respecto de las características antes y después de autorizarse el uso de la marca.

Nombre comercial

Cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento de comercio, podrá ser considerado nombre comercial. Una empresa podrá tener más de un nombre comercial, el cual puede ser su denominación o razón social u otra designación inscrita en un registro de sociedades.

Se debe tener en cuenta que las denominaciones o razones sociales son distintas e independientes al nombre comercial. El derecho al nombre comercial se adquiere por el primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o las actividades de la empresa o establecimiento que lo usa.

El periodo de vigencia del registro del nombre comercial es de diez años, el mismo que podrá ser renovado en periodos consecutivos de diez años, la misma que deberá ser solicitada dentro de los seis meses anteriores a la fecha de su expiración. La misma protección se dará a lo pertinente a rótulos y enseñas.

Indicaciones Geográficas

Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, región o lugar determinado; o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras consideraciones se deban exclusiva y esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

Para su trámite se debe tener en cuenta:

- Demostración de su legítimo interés
- Denominación de origen objeto de la declaración.
- Zona geográfica delimitada de producción, extracción o elaboración del producto que se designa por la denominación de origen.
- Los productos designados por la denominación de origen.
- Reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen.

Costos del trámite

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Industrial, fija por concepto de tasa administrativa según el siguiente detalle:

Tabla 26: Costos de los trámites de propiedad industrial

Concepto	Solicitud US \$	Emisión de Título US \$
Marca	54	28
Nombre Comercial	54	28
Lema Comercial	54	28
Apariencia Distintiva	54	28
Indicación geográfica	54	28
Patentes	108	54
Modelos de Utilidad	108	54
Modelos Industriales	108	54
Esquemas Trazados	108	54

Fuente: Trabajo de Campo

SISTEMA GENERAL DE TÍTULOS DE CRÉDITO ³⁷

El Código de Comercio del Ecuador, presenta como modalidades de títulos de crédito, la Letra de cambio, el Cheque, el Pagaré y la Carta de Porte, definiendo sus elementos, características y requisitos esenciales.

Sobre el particular, es importante mencionar que la legislación ecuatoriana a diferencia de la Colombiana, inicia su exposición sobre títulos de crédito, desarrollando las distintas especies o modalidades de títulos de crédito, sin establecer una normativa general, sin embargo, es de mencionar que en la letra de cambio es en donde se establecen los principios generales aplicables a los demás títulos de crédito.

Letra de cambio

De conformidad con lo establecido en el artículo 410 del Código de Comercio ecuatoriano, la letra de cambio deberá contener los siguientes requisitos:

- La denominación de letra de cambio inserta en el texto del documento, las que no llevaren la referida denominación serán, sin embargo, válidas, si llevaren la indicación expresa de ser a la orden;
- La orden incondicional de pagar una cantidad determinada;
- La indicación del vencimiento;
- La expresión del lugar y del día, mes y año en que se suscribe;
- El nombre de la persona que debe pagar (Librado o girado);
- El lugar donde debe efectuarse el pago;
- El nombre de la persona a quien o a cuya orden deba efectuarse el pago;
- La firma del girador o de la persona que suscriba a su ruego o en su nombre.

De igual forma se establece que no será válido como letra de cambio el documento en el cual falten algunas de las especificaciones indicadas anteriormente, salvo en los siguientes casos:

- Cuando la letra de cambio no indica el vencimiento será considerada como pagadera a la vista.

37 Santiago Marroquín Velandia y María del Pilar Ulloa Diez

- Cuando falte indicación especial sobre la localidad designada junto al nombre del girado, ésta se considerará como el lugar en que habrá de efectuarse el pago y, al mismo tiempo, como el domicilio del girado.
- Cuando en la letra de cambio no se indica el lugar de su emisión, se considerará como suscrita en el lugar expresado junto al nombre del girador.

Por otra parte, la legislación Ecuatoriana señala que la letra de cambio puede ser girada a la orden del propio librador, contra el librador mismo o por cuenta de un tercero, es de resaltar que en la legislación Colombiana se contemplan las dos primeras posibilidades.

En cuanto al domicilio del pago la ley faculta para que una letra de cambio pueda ser pagada en el domicilio de una tercera persona, sea que ésta se halle en el mismo lugar del domicilio del girado, o en otro lugar cualquiera (letra de cambio domiciliada).

Respecto del pacto de intereses, es de mencionar que la ley ecuatoriana señala que estos solo podrán pactarse en las letras de cambio pagadas a la vista o a cierto plazo de vista, en cualquier otra modalidad se tendrá por no escrita cualquier estipulación de intereses, es decir, no se podrán pactar intereses remuneratorios, ni moratorios.

La tasa del interés deberá estar indicada expresamente en la letra; si llegara a faltar esa indicación, será del cinco por ciento (5%). Se establece a su vez, que los intereses correrán desde la fecha de la emisión de la letra de cambio, a no ser que en la misma esté indicada otra fecha distinta.

Sobre el particular, es de mencionar que la legislación Colombiana no establece limitación alguna frente al pacto intereses y por el contrario señala expresamente que la letra de cambio podrá contener cláusulas de intereses y de cambio a una tasa fija o corrientes. La letra de cambio cuyo monto esté escrito a la vez en letras y en cifras, en caso de diferencia valdrá, por la suma escrita en letras. Así mismo, la letra cuyo monto esté escrito varias veces ya sea en letras o en cifras no valdrá, sino por la suma menor.

En el evento en que una letra de cambio lleve la firma de personas incapaces de obligarse, la ley ecuatoriana dispone que no afectara la validez de las obligaciones contraídas por los demás signatarios.

Quien firme una letra de cambio, en representación de una persona de quien no tenga poder, quedará obligado personalmente según los términos de la letra y lo mismo aplica para el representante que se haya extralimitado en el uso de sus poderes.

La norma ecuatoriana es clara al disponer que el girador garantiza la aceptación y el pago. Al respecto, también dispone que el girador podrá exonerarse de la garantía de la aceptación en cualquier momento; pero en cambio, toda cláusula por la cual se exonere de la garantía del pago, se estimará no escrita.

Pagaré a la orden

De acuerdo con el artículo 486 el pagaré deberá contener los siguientes requisitos:

- La mención de ser pagaré, inserta en el texto del documento
- La promesa incondicional de pagar una suma determinada;
- La indicación del vencimiento;
- La del lugar donde debe efectuarse el pago;
- El nombre de la persona a quien o a cuya orden debe efectuarse el pago;
- La indicación de la fecha y el lugar donde se suscribe el pagaré; y,
- La firma del que emite el documento (suscriptor).

Los pagarés que no lleven la referida denominación, serán válidos, si contienen la indicación expresa de ser a la orden.

El documento en el que llegue a faltar una de las enunciaciones indicadas, no valdrá como pagaré a la orden, salvo en los casos determinados.

Si el pagaré no menciona la fecha de su vencimiento, se considerará pagadero a la vista; si no indica el lugar de su pago, se tendrá como tal el del domicilio del que lo suscribe. Por su parte, el pagaré en el cual no se indique el lugar de su emisión, se entenderá como suscrito en el lugar designado al lado del nombre del suscriptor.

Para cualquier evento, serán aplicables al pagaré, en cuanto no sean incompatibles con la naturaleza de dicho documento, las disposiciones relativas a la letra de cambio.

Son también aplicables al pagaré las disposiciones concernientes al domicilio, a la estipulación de intereses, a las diferencias de enunciación respecto a la suma que debe pagarse, a las consecuencias de la firma de una persona incapaz, o de una persona que obra sin poderes o se extralimita en ellos.

El suscriptor de un pagaré se obliga del mismo modo que el aceptante de una letra de cambio.

Los pagarés que sean pagados a cierto plazo de la vista, deberán ser presentados al suscriptor dentro del término fijado para la letra de cambio, para dar en ellos su visto bueno. El plazo de vista correrá desde la fecha del visto bueno firmado por el suscriptor en el pagaré. La negativa del suscriptor a dar su visto bueno fechado, se hará constar por medio del protesto, cuya fecha servirá de punto de partida al plazo de la vista.

Cheque

El Título X, del Código de Comercio ecuatoriano, denominado "DEL CHEQUE" y contenido en los Artículos 490 a 525 fue derogado y reemplazado por la Ley No. 70 del 9 de Mayo de 2002.

La Ley de Cheques en actual vigencia no da una definición sobre el Cheque, por lo tanto recurrimos a la doctrina y a la jurisprudencia ecuatoriana para dar una definición, la Corte Suprema de Justicia al respecto establece que "El Cheque es un efecto de comercio a la orden que contiene un mandato puro y simple, de pagar una suma determinada y que se encuentra indicada en su contexto a la vista, a quien determine como beneficiario y como título ejecutivo ostenta la presunción de autenticidad (Diccionario de Jurisprudencia Tomo III, Pág. 219 del Dr. Galo Espinosa)."

El Cheque es el título de crédito que permite al librador disponer del dinero de su propiedad, que tiene depositado en el Banco librado, quien para entregarlo exige que el beneficiario se presente con el Cheque que lo identificará como acreedor en su cuenta.

Otra definición, que plantea la jurisprudencia establece que "El cheque es un instrumento de pago que según el artículo 3° de la Ley de Cheques se gira contra una Institución Bancaria autorizada para recibir depósitos monetarios que tengan fondos del girador. Esta operación por tanto es propia de los Bancos, ya que el Cheque debe servir, como reconoce la doctrina para la circulación organizada del dinero

El artículo 1° de la Ley de Cheques señala que este instrumento debe contener:

- Denominación del Cheque Inserta en el texto mismo del documento y expresada en el idioma empleado para su redacción. En el caso de que falte este requisito el documento es nulo, esto es no tiene validez como Cheque.
- El mandato puro y simple de pagar una suma determinada de dinero. De este modo el Cheque debe ser pagado a la vista, aún cuando en él conste una fecha posterior; no tiene valor alguno, la cláusula que trate de desvirtuar su pago a la vista.
- El nombre de quien debe pagar o girador.
- La indicación del lugar del pago. El Art. 2o. de la Ley de Cheques, señala que, "a falta de indicación especial, el lugar designado al lado del nombre del Girador se reputará ser el lugar del pago. Cuando estén designados varios lugares al lado del nombre del Girado, el cheque será pagadero en el primer lugar mencionado. A falta de estas indicaciones o de cualquiera otra, el Cheque deberá pagarse en el lugar en el que ha sido emitido y si en él no tiene el Girado ningún establecimiento, en el lugar donde el Girado tenga el establecimiento principal".
- La indicación de la fecha y del lugar de la emisión del Cheque. Si no existe fecha en el Cheque, éste es nulo, carece de validez como tal y esto porque no sería factible establecer si a esa fecha el Girador tenía fondos suficientes y más aún no se podría computar los plazos de presentación a cuyo término el Banco deja de tener obligación de pago.
- El Cheque debe contener la indicación del lugar en que se expide, porque este instrumento debe reunir los requisitos exigidos por la Ley del lugar de la creación y además solo así es posible fijar el plazo para la presentación al cobro, que varía según las circunstancias enunciadas en el artículo 25 de la Ley de Cheques.
- La firma de quien expide el Cheque o Girador. La omisión de este requisito acarrea la ineficacia del título; no olvidemos que el Girador está obligado tanto con el Banco, como con el beneficiario y las obligaciones son dos esenciales: el depósito y el pago. El Banco girado debe exigir la identidad entre la firma que aparece en el Cheque y la registrada en el contrato de cuenta corriente.

Carta de porte

La legislación mercantil define la carta de porte como aquel documento que las partes otorgan para acreditar la existencia y las condiciones del contrato y la entrega de las mercancías al porteador.

Los remitentes de mercancías, los comisionistas de transporte y los porteadores pueden exigir mutuamente, como comprobante de su convenio, una carta de porte, fechada y firmada, que se extenderá por duplicado y que expresará:

- El nombre, apellido y domicilio del cargador, del porteador y del consignatario;
- La naturaleza, cantidad y marca de los objetos que se remiten;
- El lugar en que debe hacerse la entrega;
- El plazo en que ella ha de efectuarse;
- El precio de la conducción; y,
- La indemnización a cargo del porteador por algún retardo, si se pactare, y cualesquier otros pactos y condiciones que acordaren los contratantes.

La carta de porte puede ser nominativa, a la orden, o al portador. La omisión de alguna de las enunciaciones ya mencionadas, puede suplirse con cualquier especie de prueba, pero en ningún caso, podrá el cargador hacer responsable al porteador, de pérdidas o averías de efectos que no se han expresado en la carta de porte, ni pretender que los efectos expresados en ella tengan una calidad superior a la estipulada.

El cesionario, endosatario o portador de la carta de porte se subroga en todas las obligaciones y derechos del cargador.

Por último, contra el tenor de la carta de porte no se admitirán otras excepciones que las de falsedad, omisión y error involuntario.

El mercado ecuatoriano, a pesar de la cercanía con Colombia posee características culturales y comerciales diferentes, que el exportador colombiano debe conocer para evitar inconvenientes en sus negociaciones. Una de las características propias del Ecuador es su marcada división regional, entre la Costa y la Sierra, que tiene incidencias en comportamientos comerciales, actitudes, cultura e incluso en calendario comercial.

APENDICE 3: CENTRO COMERCIALES DEL ECUADOR Y MERCADOS POPULARES DE QUITO

La industria de los centros comerciales en Ecuador tiene una trayectoria de más de 30 años, lo que la convierte en un negocio que, aún cuando se encuentra en su etapa de crecimiento, tiene ya una madurez de desarrollo que le permite ubicarse en una posición competitiva importante en la región.

La historia ecuatoriana de centros comerciales inicia en la década del 60, impulsada por una economía en auge, a raíz de la explotación del petróleo. El Centro Comercial Ñaquito fue el primero en construirse y se ubicó al norte de Quito, capital del país, en una explanada adyacente al parque la Carolina, lo que dio la posibilidad de una distribución amplia y holgada, con espacios de estacionamiento cómodos.

Como respuesta necesaria, se inauguró luego en la ciudad de Guayaquil el Policentro, un mall que se convirtió en un icono de la nueva imagen del puerto principal del Ecuador, y que se caracterizó por la incorporación de entretenimiento, salas de cine y cafetería central.

Durante casi 10 años, el Centro Comercial Ñaquito (CCI) y el Policentro, fueron los referentes únicos de la industria del Ecuador. A inicios de la década de los 80, el éxito del CCI hizo que su grupo accionista construyera el primer megacentro, bajo el concepto de "Ciudad Comercial". Fue así que se inauguró en un lugar apartado del noroeste capitalino el centro comercial el Bosque. Como reflejo, en la Ciudad de Guayaquil se construyó el Centro Comercial Alban Borja.

A mediados de la década de los 80, nació en Quito el Quicentro Shopping. Siendo el primero en adoptar el esquema de comercialización de espacios bajo el sistema de concesión. La ventaja de contar con el manejo integral del concepto, permitió al mall un crecimiento vertiginoso, a partir de una gestión estratégica focalizada en la mezcla de sus instrumentos de captura de clientes. El centro cuenta en la actualidad entre sus 220 almacenes con más de 80 cadenas internacionales, lo cual lo convierte en uno de los centros comerciales de mejor oferta comercial de la parte norte de Sudamérica.

En tanto, el crecimiento de las ciudades aportó nuevos segmentos de mercado para ser atendidos, el sur de la ciudad de Quito desarrolló una nueva clase socioeconómica, con menor poder adquisitivo, pero que aportaba volumen de consumo, lo que generó la construcción del centro comercial el Recreo, el cual se convirtió rápidamente en un exitoso lugar de encuentro para la clase media típica de una ciudad que, para principios de la década de los 90, contaba con un millón de habitantes.

La ciudad de Cuenca, tercera en importancia como mercado de demanda comercial, tuvo también su propio desarrollo en la industria de centros comerciales. Guardando las proporciones con el tamaño y lo conservador de su población, Cuenca aceptó salir del centro histórico como lugar de comercio y observó la construcción de dos centros comerciales, los cuales se terminaron en la primera mitad de los 90. El Vergel se convirtió pronto en el centro comercial de clase media, y Plaza de las Américas complementó la

oferta a través, de un centro comercial más pequeño ubicado para servir a los habitantes del barrio más exclusivo de la ciudad.

Simultáneamente en Quito y Guayaquil, el crecimiento de la población permitió la ubicación de los nuevos centros comerciales, los cuales se diseñaron para servir centros poblacionales específicos. En los valles de las afueras de Quito, se construyeron centros comerciales, los cuales fueron anclados a través de supermercados que aseguraron la afluencia semanal de los compradores familiares. Tal es el caso de Plaza del Valle y el Centro Comercial Cumbayá, ubicados en los valles de su mismo nombre.

Algo parecido sucedió en la ciudad de Guayaquil, en donde la nueva alcaldía promovió la modernización del puerto principal, luego de dos décadas de poco desarrollo urbanístico. Los Shoppings Riocentros fueron concebidos como centros comerciales focalizados para servir a grupos de mercado geográficos. Diseñados bajo un concepto de sencillez arquitectónica, pero con una importante presencia de marcas en su mezcla de instrumentos de captura de clientes, los Riocentros se posicionaron en Guayaquil como representantes comerciales de un estilo propio de una ciudad que crece y se moderniza.

En Guayaquil se incorporó a mediados de los 90 una importante corporación económica de la zona para promover y realizar la construcción del Mall del Sol, anclado por el mayor supermercado que había en el país, Megamaxi.

En Quito, el crecimiento del segmento medio alto de la población del norte, y la existencia de una base de establecimientos propios permitieron a la cadena Supermaxi desarrollar un centro comercial adicional, basado en almacenes de su propia representación y marca, el cual se llama Mall el Jardín.

En el transcurso de la década pasada, ciudades más pequeñas de Ecuador demostraron poseer segmentos de clase media, con cultura suficiente como para atender a la oferta de centros comerciales. Con el conocimiento y la experiencia ya desarrollados por las implantaciones realizadas en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, las principales empresas promotoras de centros comerciales se volcaron a servir a estos mercados emergentes. Así, en los últimos años se construyó un nuevo Riocentro Salinas y dos versiones parecidas bajo un nuevo nombre: Paseo Shopping en Manta y Portoviejo.

Atendiendo la tendencia internacional de centros de entretenimiento, en las principales ciudades del país se desarrollaron proyectos comerciales en ese sentido. Plaza de las Américas en Quito promueve espacios de entretenimiento con una importante oferta de cines y restaurantes, mientras en Cuenca el Centro Comercial Millenium tiene éxito con su propuesta híbrida de centro comercial y de entretenimiento. En Guayaquil, el proyecto Malecón 2000, es un esfuerzo urbanístico que incorpora espacios comerciales y de entretenimiento temático a lo largo de los dos kilómetros de obras realizadas en la escollera de la ciudad.

El panorama para el futuro de los centros comerciales en el Ecuador se muestra alentador. Empresas desarrollistas están detrás de nuevos y ambiciosos proyectos. Un ejemplo de ello es que la Urbanizadora Naciones Unidas (propietaria de Quicentro Shopping) acaba reinaugurar el centro comercial San Marino Plaza, ubicado en la esquina más estratégica de la ciudad de Guayaquil. Su especialización en moda, entretenimiento y

restaurantes, junto a la organización promotora, lograron que un año antes de inauguración, el centro hubiera concesionado el 85% de sus 180 espacios comerciales, lo que refleja el éxito del centro comercial.

Otro ejemplo del auge de los centros comerciales en Ecuador se encuentra en la ciudad de Cuenca, en donde el Grupo Ortiz, dueños de Coral Centros y Super Stock se encuentran construyendo el Mall Entre Ríos, un ambicioso proyecto que promete convertirse en el Centro Comercial más grande de Cuenca.

Tabla 27: Los centros comerciales más destacados del Ecuador.

Centro Comercial	Cantidad de Locales	ABL (M2)	Flujo Mensual de Público	Ciudad
Quicentro Shopping	220	38.000	650.000	Quito
El Bosque	411	47.000	245.000	Quito
Mall El Jardín	154	22.800	290.000	Quito
Iñaquito	140	24.000	315.000	Quito
El Recreo	350	60.000	690.000	Quito
Villa Cumbayá	105	9.300	120.000	Quito
Plaza de las Américas	30	7.529	230.000	Quito
San Marino	160	28.000	----- ³⁸	Guayaquil
Mall del Sol	230	38.000	1.400.000	Guayaquil
Río Centro Los Ceibos	151	27.000	300.000	Guayaquil
Río Centro Entre Ríos	70	16.000	100.000	Guayaquil
Policentro	150	30.000	650.000	Guayaquil
Alban Borja	50	25.086	50.000	Guayaquil
Plaza de las Américas	44	5.310	60.000	Cuenca
El Vergel	54	7.180	75.000	Cuenca
Millenium Plaza	31	12.500	82.500	Cuenca
El Caracol	117	8.325	27.000	Ambato
Paseo Shopping	130	20.000	155.000	Manta
Paseo Shopping	135	24.000	120.000	Portoviejo
Paseo Shopping La Península	70	15.000	----- ³⁹	Salinas
La Plaza	37	5.862	30.000	Ibarra

Fuente: Shopping Centers Today

Centros comerciales de Quito

Los Centros Comerciales de Quito cuentan con una extensa gama de productos y servicios, que suelen comprender boutiques de ropa, calzado, perfumería, almacenes de electrodomésticos, farmacias, librerías, peluquerías y supermercados.

Igualmente, cuentan con lugares de diversión y entretenimiento como: cines, cafés Internet, pistas de patinaje, zonas de juegos y en el de comidas restaurantes (patios de comidas), heladerías y las pastelerías.

Quito es una ciudad que ha evolucionada a través de los años, logrando crecer como ciudad y metrópoli, en la actualidad la ciudad se mercadea como destino turístico, aprovechando el contenido histórico de la misma, lo que le ha significado ser declarada

³⁸ Aún no se puede medir su flujo mensual, pues abrió sus puertas en Agosto de 2003

³⁹ Aún no se puede medir su flujo mensual, pues abrió sus puertas en Octubre de 2003

patrimonio histórico de la humanidad, y sus desarrollos arquitectónicos y comerciales, que la convierten en una ciudad moderna dentro del contexto latinoamericano, en lo que los centros comerciales juegan un rol importante.

En Quito existen aproximadamente 20 centros comerciales, sin embargo, solo seis cumplen con un concepto moderno de centro comercial en el que se fusionan el comercio, el entretenimiento y los servicios, los otros no son más que conjuntos de locales comerciales, carentes de concepto y servicios alternos.

Gráfica 17: Mapa de los centros comerciales en Quito



Quicentro Shopping

Datos Generales		Logo	
Dirección	Naciones Unidas y 6 de Diciembre		
Teléfono:	(593-2) 2464526 / 464527 / 464528		
Horario	Lunes a jueves 09h30 a 20h00 Viernes y sábado: 09h30 a 21h00 Domingo: 10h00 a 19h00		
Numero de Locales	220		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines		No
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El centro comercial Quicentro es uno de los más representativos, grandes y organizados de la ciudad. De acuerdo con la opinión de los empresarios, es uno de los más rentables por la afluencia de público. En su interior cuenta con aproximadamente 60 almacenes internacionales además de bancos, droguerías, supermercados, patio de comidas, zona de juegos, parqueadero y bolos.

Tabla 28: Almacenes más representativos C.C Quicentro

Nombre	Servicios	Origen
Boots & Bags	Accesorios en Cuero	Colombia
Prosubanco	Banco	Ecuador
Unión Banco	Banco	Ecuador
KFC	Comidas Rápidas	Multinacional
Burger King	Comidas Rápidas	Multinacional
Pizza Hut	Comidas Rápidas	Multinacional
Taco Bell	Comidas Rápidas	Multinacional
El Griego	Delicatessen	Ecuador
La Española	Delicatessen	Ecuador
Tower Records	Discos y Libros	Multinacional
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Ferrisariato	Ferretería	Ecuador
Baskin Robins	Heladería	Multinacional
Mi Juguetería	Juguetes	Ecuador
Super Paco	Papelería	Ecuador
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
Crepes & Waffles	Restaurante	Colombia
Fridays	Restaurante	Multinacional
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Liz Clairbone	Ropa Formal	Multinacional
Armi	Ropa Informal	Colombia
Pronto	Ropa Informal	Colombia
Tommy Hilfiger	Ropa Informal	Multinacional
Lee	Ropa Informal	Colombia
Jeans & Jackets	Ropa Informal	Colombia
Levis	Ropa Informal	Multinacional
Mi Comisariato	Supermercado	Ecuador
Burbujas Xpress	Tienda Especializada en artículos de Belleza	Ecuador
Secretos del Baño	Tienda Especializada en Artículos para el Baño	Ecuador
Eta Fashion	Tienda por Departamento	Ecuador
Río Store	Tienda por Departamento	Ecuador
De Prati	Tienda por Departamento	Ecuador
Bosi	Zapatos	Colombia
Payless shoes	Zapatos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Mall el Jardín

Datos Generales		Logo	
Dirección	Amazonas N6-114 y República		
Teléfono:	(593-2) 2980298 - 2980300 – 2980302		
Horario	Lunes a sábado 10h00 a 20h30 Domingo 10h00 a 19h30		
Numero de Locales	154		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines	No	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El Mall El Jardín, calificado como uno de los más modernos de Quito, el cual opera tal como fue concebido, centra su fortaleza en una amplia zona de comidas y aunque no tiene salas de cine, si se encuentra enfocado a ser un lugar que invita más al esparcimiento que los otros centros comerciales.

Tabla 29: Almacenes más representativos del Mall el Jardín

Almacén	Servicios	Origen
Boots & Bags	Accesorios en Cuero	Colombia
Banco Pichincha	Banco	Ecuador
Banco del Pacífico	Banco	Ecuador
Produbanco	Banco	Ecuador
Taco Bell	Comida Rápida	Multinacional
Burguer King	Comida rápida	Multinacional
KFC	Comida Rápida	Multinacional
Pizza Hut	Comida Rápida	Multinacional
American Deli	Comida Rápida	Multinacional
El Juguetón	Juguetería	Ecuador
El Juguetón	Juguetería	Ecuador
Baskin Robbins	Heladería	Multinacional
Cinnabon	Pastelería	Multinacional
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
La Mina	Platería	Ecuador
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Hugo Boss	Ropa Formal	Italia
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Lacoste	Ropa Informal	Multinacional
Lee	Ropa Informal	Colombia
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Hallmark	Tienda de Regalos	Multinacional
Burbuja Xpress	Tienda especializada en artículos de belleza	Ecuador
Sukasa	Tienda por Departamento	Ecuador
SuKasa	Tienda por departamento	Ecuador
Ninacuro	Velas y Jabones	Ecuador
Bosi	Zapatos	Colombia

Fuente: Trabajo de Campo

Centro Comercial El Bosque

Datos Generales		Logo	
Dirección	Occidental y Edmundo Carvajal	N.A.	
Teléfono:	(593-2) 2456333		
Horario	Lunes a sábado 10h00 a 20h00 Domingo 10h00 a 17h00		
Numero de Locales	411		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines	No	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

Considerado uno de los más tradicionales, al parecer fue el primer lugar que albergó el concepto de locales continuos reunidos en una misma edificación y trasladó el comercio de la calle a lugares más cómodos, seguros y dedicados a una labor específica. No obstante, por tratarse de una edificación surgida ya hace varios años y que no ha contado con la reestructuración necesaria para adaptarse a los nuevos conceptos, el centro comercial no es estéticamente agradable de hay que no sea considerado una plaza representativa para empresas multinacionales, de hecho no se encuentran almacenes representativos ni franquicias en la plaza de comidas.

El concepto que maneja en la mayoría de los casos es de locales que se abastecen con mercancía proveniente de Panamá, Colombia, China y Estados Unidos.

Cabe destacar que este centro comercial se encuentra ubicado en uno de los sectores residenciales más lujosos de la ciudad, y por tal motivo su connotación se enfoca a aquellos negocios como peluquerías, sitios de Internet, lavanderías, videotiendas, etc.

Centro Comercial Iñaquito -CCI

Datos Generales		Logo
Dirección	Amazonas No.3918 y Naciones Unidas	
Teléfono:	(593-2) 225 3508 /225 9024	
Horario	Lunes a sábado 10h00 a 21h00 Domingo 10h00 a 19h00	
Numero de Locales	140	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	Si
	Comidas	Si
	Parqueadero	Si
		N.A.

El Centro Comercial Iñaquito, conocido como el CCI, es con el Bosque, el centro comercial más tradicional de la ciudad. Se caracteriza por su localización, en una esquina del parque de la Carolina, la cual es de fácil acceso.

Este centro comercial, el cual aparenta ser un mall tipo galería, siendo su eje el parqueadero, ha venido creciendo con la demanda, por lo que a su interior encuentran zonas con diferentes dimensiones. De hecho a juicio de un constructor, este centro comercial ha adaptado su concepto a las características de mercado.

A diferencia del Mall el Jardín y Quicentro Shopping, el CCI cuenta con salas de cine haciéndolo uno de los más completos de Quito.

Servicios: Patio de comidas, parqueadero, pista de patinaje en hielo, zona de juegos, bolos y salas de cine.

Tabla 30: Almacenes más representativos del Centro Comercial Iñaquito

Almacenes	Servicios	Origen
Hallmark	Tienda de Regalos	Multinacional
Produbanco	Banco	Ecuador
Banco del Pichincha	Banco	Ecuador
Mc Donalds	Comida Rápida	Multinacional
American Delf	Comida Rápida	Multinacional
Burguer King	Comida Rápida	Multinacional
KFC	Comidas Rápidas	Multinacional
Fybeca	Farmacia	Ecuador
American Hardware	Ferretería	Ecuador
Juan Marcet	Papelería	Ecuador
Tony Romas	Restaurante	Multinacional
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Reebok	Ropa Deportiva	Multinacional
Arturo Calle	Ropa Formal	Colombia
Lee	Ropa Informal	Colombia
Pronto	Ropa Informal	Colombia
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Casa Tosi	Tienda por Departamento	Ecuador
Eta Fashion	Tienda por Departamento	Ecuador

Fuente: Trabajo de Campo

Centro Comercial el Recreo

Datos Generales		Logo	
Dirección	Av. Pedro Vicente Maldonado 14-205.	N.A.	
Teléfono:	(593-2) 266 6500 / 298 0300.		
Horario			
Numero de Locales	350		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

Es el único centro comercial representativo de la zona sur de la ciudad. Debido a esto tiene muy buena afluencia de público y los productos para segmento medio se venden muy bien. Sin embargo en su interior se puede encontrar almacenes de nivel alto, los cuales también tienen muy buena acogida.

Servicios: 10 salas de Cine, Plaza de Comidas, Parqueaderos, Salón de juegos.

Tabla 31: Almacenes más representativos del Centro Comercial el Recreo

Almacenes	Servicios	Origen
Hallmark	Tienda de Regalos	Multinacional
Banco Jaramillo Arteaga	Banco	Ecuador
Banco Solidario	Banco	Ecuador
Banco Pichincha	Banco	Ecuador
Uni Banco	Banco	Ecuador
KFC	Comida Rápida	Multinacional
Pizza Hut	Comidas Rápidas	Multinacional
American Deli	Comidas Rápidas	Multinacional
Fybeca	Farmacia	Ecuador
El Juguetón	Juguetería	Ecuador
Super Paco	Papelería	Ecuador
Super Éxito	Ropa	Ecuador
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Reebok	Ropa Deportiva	Multinacional
Tommy Hilfiger	Ropa Informal	Multinacional
Lee	Ropa Informal	Colombia
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Tía	Supermercado	Ecuador
Burbujas Xpress	Tienda Especializada en artículos de Belleza	Ecuador
Eta Fashion	Tienda por Departamentos	Ecuador
Payless Shoes	Zapatos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Centro Comercial Plaza Cumbayá

Datos Generales		Logo
Dirección	Valle de Cumbayá	
Teléfono:	(593-2) 289 1182	
Horario		
Numero de Locales	105	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	Si
	Comidas	Si
	Parqueadero	Si
		N.A.

Cumbayá es un sector periférico a Quito donde residen familias adineradas y el objetivo básico de este lugar es convertirse en un punto de encuentro alternativo a ir a la ciudad. Por ello, es fuerte en oferta de restaurantes y su mayor afluencia de visitantes son familias y los grupos de adolescentes.

Este centro comercial surgió ante la creciente demanda habitacional que ha sufrido el sector desde los últimos 3 años para viviendas estrato alto. Debido a esto, los locales están enfocados a consumidores de este rango socio-económico. En general puede decirse que las instalaciones de plaza Cumbayá cuentan con los principales locales que existen igualmente en los tres centros comerciales más conocidos y concurridos de la ciudad (Quicentro, Jardín y CCI).

Servicios: Tiendas de mascotas, un gimnasio, local de instrumentos musicales y de discos, papelerías (cerca queda la Universidad San Francisco).

Tabla 32: Almacenes más representativos del Centro Comercial plaza Cumbayá

Almacenes	Servicios	Origen
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Kivi	Ferretería	Ecuador
KFC	Comidas Rápidas	Multinacional
Banco del pichincha	Banco	Ecuador
Baskin Robbins	Heladería	Multinacional
Marathon sport	Ropa Informal	Ecuador
Juan Marcett	Papelería	Ecuador
American hardware	Ferretería	Ecuador
Mc Donalds	Comidas Rápidas	Multinacional
Las fragancias	Perfumería	Ecuador
De Pratti	Tienda por Departamento	Ecuador
Lee	Ropa Informal	Multinacional
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Burbujas Xpress	Tienda especializada en artículos de belleza	Multinacional
Cinnabon	Pastelería	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Centro Histórico de Quito

Si bien el centro no es un centro comercial cerrado, su concentración comercio de todo tipo, hacen de él una competencia directa de los centros comerciales. El centro, tiene una extensión de 300 hectáreas, incluidos el área colonial y los barrios aledaños, en la actualidad ha sido objeto de proyectos de restauración y urbanismo, lo que le han permitido mejorar sus índices de seguridad y niveles comerciales.

Uno de los proyectos comerciales del centro, han sido el Centro Comercial Hermano Miguel, el cual es el resultado de la reubicación de vendedores en pro de la recuperación del espacio público. Este centro comercial, cuenta con 1.592 locales, en los que se encuentra todo tipo de mercancía, como: zapatos, artículos de cocina, confecciones de ropa, especialmente los sacos y la ropa de hogar.

Si bien es cierto el centro comercial Hermano Miguel es el más representativo de la zona debido a su extensión y a la reubicación de los vendedores, no es el único de la zona. Esta zona conocida anteriormente como la Calle Ipiales, se distinguía por el desorden, inseguridad y contrabando, a través de los planes de recuperación esta situación a cambiado, dando nacimiento a una serie de centros comerciales que albergan a todos los vendedores ambulantes de la zona.

Centros Comerciales de Ambato

El comercio de Ambato tiene varios Centros Comerciales (edificios de locales), los cuales son muy pequeños y no cumplen con las características de centros comerciales modernos (dos o tres pisos), conteniendo un reducido número de locales máximo 15 (la mayoría de confecciones y peluquerías). Una característica común de estos sitios de comercio son los

locales desocupados, además no se encuentran plazas de comidas o cines, a diferencia de los centros comerciales de Quito y Guayaquil.

Se pudo observar que estos centros comerciales no tienen mucha afluencia de público, a diferencia de los locales ubicados fuera de ellos, lo que da una idea de que no existe una cultura de compra en esta clase de lugares.



El centro comercial más destacado de Ambato es el Caracol, de hecho es el único que alcanza a tener concepto moderno de centro comercial, al poseer parqueaderos, zonas de esparcimientos y un ancla en el supermercado Supermaxi. Sin embargo, la mayoría de sus locales son oficinas y consultorios, presentando muy pocos almacenes. Ambato es una ciudad muy pequeña y conservadora, por el momento no es una ciudad que culturalmente este lista para el concepto general de un centro

comercial. Por lo tanto no se espera que exista una inversión muy alta en la remodelación o construcción de centros comerciales.

Tabla 33: Centros Comerciales Ambato.

Centro Comercial	Ubicación
Caracol	Av. Los Capulies
Cevallos	Av. Cevallos y Montalvo
Colonial	Bolívar y Lalama
Crónica	Lalama y Sucre
Unicentro G.T.	Mera y Sucre
Guerra	Lalama Y Sucre
Multicentro Mera	Mera y Bolívar
Palacios	Bolívar y Espejo
Del Salto	Mera y Sucre

Fuente: Trabajo de Campo

Centros Comerciales de Cuenca

Cuenca es una de las ciudades más conservadoras del Ecuador, aspecto que se ve reflejado en el comercio, el cual se encuentra el comercio disperso alrededor del centro histórico. La penetración de centros comerciales es reciente en la ciudad, sin embargo este concepto se considera está en auge, lo cual se evidencia con los proyectos de construcción de centros comerciales que se adelantan.

Tabla 34: Centros comerciales de Cuenca

Centro Comercial	Ubicación
Millenium Plaza	
El Vergel	Avenida Alfonso Cordero y Avenida Manuel J. Calle
Plaza de las Américas	

Elaboró: Grupo Consultor.

Los centros comerciales el Vergel y Plaza de las Américas, son más conceptos de agrupación de locales comerciales al lado de un supermercado, en este caso Supermaxi. Sin embargo no ofrecen servicios de entretenimiento ni esparcimiento como cinemas, restaurantes o zona de juegos. Por lo que se puede afirmar, que el primer concepto de centro comercial es el Millenium Plaza, inaugurado en 2002.

Este primer experimento resultó bueno y se logro la acogida del público, por esta razón se habla de la construcción de centros comerciales más amplios que le ofrezcan a la población todas las comodidades necesarias.

Actualmente se construye por parte del Grupo Ortiz Jácome el centro comercial Entre Ríos.

Millenium Plaza

Datos Generales		Logo	
Dirección		N.A.	
Teléfono:	(593-7) 882-223/ 882-237		
Horario			
Numero de Locales	31		
Servicios	Bancos		No
	Supermercados		No
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El centro comercial Millenium Plaza, construido en el año 2002, cuenta con tres plantas, una semi-subterránea en la que se ubica el parqueadero, un primer piso, con cerca de 30 locales comerciales, distribuidos en 16 almacenes, y un multicines de cuatro salas y un segundo piso, en el que se encuentra la zona de juegos y la plaza de comidas, en la que se identifican algunos restaurantes de franquicia internacional.

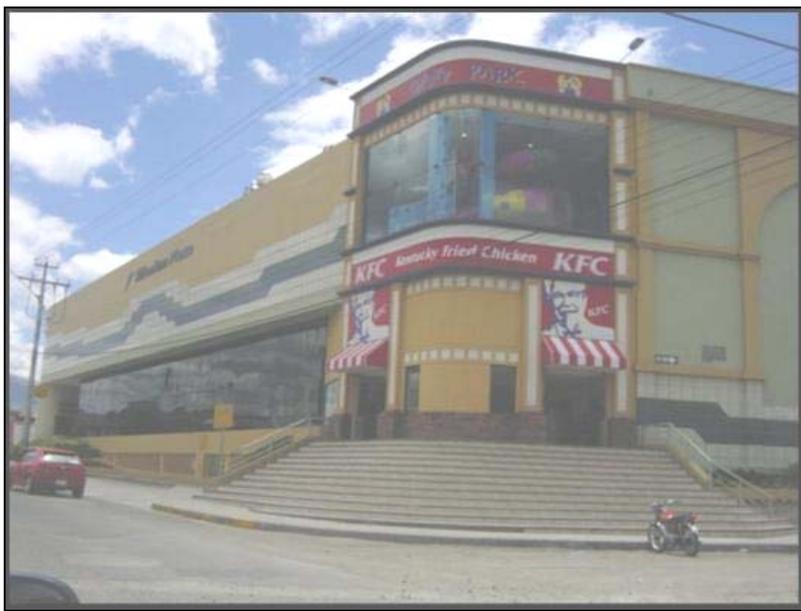


Tabla 35: Almacenes más representativos del Centro Comercial Millenium

Almacenes	Servicios	Origen
Marathon	Ropa deportiva	Ecuador
Azúcar	Ropa informal	Colombia
Burguer King	Comidas rápidas	Multinacional
Hallmark	Tienda de regalos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

El Vergel

Datos Generales		Logo
Dirección	Avenida Alfonso Cordero y Avenida Manuel J. Calle	
Teléfono:	(593-7) 881 373	
Horario		
Numero de Locales	54	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	No
	Comidas	No
	Parqueadero	Si
		N.A.

El centro comercial el vergel es una de las primeras ideas de agrupar el comercio bajo un solo lugar, es una edificación de dos pisos, se destacan básicamente por que la mayoría de sus almacenes tienen vista a la calle a través de un balcón que rodea todo el segundo piso del centro comercial, los parqueaderos se encuentran alrededor del centro comercial, su principal ancla es el supermercado Supermaxi.

Tabla 36: Almacenes más representativos del Centro Comercial el Vergel

Almacenes	Servicios	Origen
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
Burbujas Xpress	Tienda especializada en artículos de belleza	Ecuador
Pasa	Ropa informal	Ecuador
Produbanco	Banco	Ecuador

Fuente: Trabajo de Campo

Plaza de las Américas

Datos Generales		Logo
Dirección		
Teléfono:	(593-7) 836 521	
Horario		
Numero de Locales	44	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	No
	Comidas	No
	Parqueadero	Si
		N.A.

El centro comercial plaza de las americas, es una edificación de un solo nivel, este centro comercial alberga especialmente tres anclas SuKasa, Almacenes Juan Eljuri y Supermaxi,

lo que hace que el centro comercial sea bastante atractivo para el público, los demás son locales pequeños, especialmente de almacenes que ofrecen ropa, artículos para el hogar, juguetes y agencias de viajes.

Tabla 37: Almacenes más representativos del Centro Comercial Plaza de las Américas.

Almacenes	Servicios	Origen
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
SuKasa	Tienda por Departamento	Ecuador
Almacenes Juan Eljuri	Almacén de electrodomésticos, licores, relojes y bolígrafos	Ecuador

Fuente: Trabajo de Campo

Mall del Río Shopping Center

Datos Generales		Logo	
Dirección	Avenida Don Bosco y la Autopista a Cuenca- Azogues	 <p>MALL DEL SOL SHOPPING CENTER</p>	
Teléfono:	(593-7) 887070		
Horario			
Numero de Locales	151		
Servicios	Bancos		N.A.
	Supermercados		N.A.
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El Mall de Río planea tener entre sus instalaciones: 4 Anclas, 36 locales de confecciones y afines, 11 de calzado, 20 de hogar, 31 de Hobbies y regalos, 13 de salud y belleza, 20 de servicios y 16 de comidas.

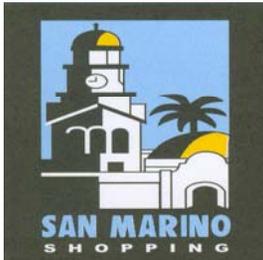


Centros Comerciales en Guayaquil

Al igual que Quito, Guayaquil ha sido pionera en la construcción de centros comerciales, su característica de Puerto, ha hecho que esta ciudad se encuentre a la vanguardia de la moda convirtiéndose en toda una metrópoli.

Sus centros comerciales son modernos y cuentan con excelentes locales y servicios, los consumidores de Guayaquil se encuentran acostumbrados a tener la presencia de marcas internacionales al igual que franquicias.

San Marino Shopping

Datos Generales		Logo
Dirección	Avenida Francisco de Orellana y Carlos Luis Plaza	
Teléfono:	(593-4) 228 9347	
Horario		
Numero de Locales	160	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	Si
	Comidas	Si
	Parqueadero	Si
		

San Marino Shopping es el centro comercial más nuevo del Ecuador, inaugurado en julio de 2003. Su arquitectura evoca los principales lugares de Guayaquil, como el Malecón y Las Peñas, entre otros sitios representativos de la ciudad.

San Marino está compuesto de 5 niveles, los 2 inferiores son de parqueaderos, los 3 siguientes pisos son comerciales. Cuenta con más de 28.500 metros cuadrados de áreas comerciales, patio de comidas para 800 personas. En San Marino están ubicados los principales almacenes del Ecuador, además de las más prestigiosas marcas internacionales.

**Tabla 38: Almacenes más representativos San Marino Shopping**

Almacenes	Servicios	Origen
Boots & Bags	Accesorios en cuero	Colombia
Produbanco	Banco	Ecuador
Banco de Guayaquil	Banco	Ecuador
Banco Bolivariano	Banco	Ecuador
Pizza Hut	Comida Rápida	Multinacional
Taco Bell	Comida Rápida	Multinacional
KFC	Comida Rápida	Multinacional
El Griego	Delicatessen	
El Español	Delicatessen	
Tower Records	Discos y libros	Multinacional
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Baskin Robbins	Heladería	Multinacional
Cinnabon	Pastelería	Multinacional
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
T.G.I Fridays	Restaurante	Multinacional
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Lacoste	Ropa Informal	Multinacional
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Pasa	Ropa Informal	Ecuador
Azúcar	Ropa Informal	Colombia
Lee	Ropa Informal	Colombia
Hugo Boss	Ropa Informal	
Pycca	Tienda por departamento	Ecuador
Eta Fashion	Tienda por departamento	Ecuador
De Prati	Tienda por departamento	Ecuador
Payless Shoes	Zapatos	Multinacional
Bosi	Zapatos	

Fuente: Trabajo de Campo

Policentro

Datos Generales		Logo
Dirección	Avenida del periodista y Juan Bautista	
Teléfono:	(593-4) 228 7250	
Horario		
Numero de Locales	150	
Servicios	Bancos	Si
	Supermercados	Si
	Cines	Si
	Comidas	Si
	Parqueadero	Si
		

Policentro es un centro comercial antiguo, sin embargo es constantemente remodelado permitiendo que se vea moderno y continúe siendo uno de los favoritos de los Guayaquileños. De otro lado Policentro cuenta con 4 de las anclas más importantes del mercado como Pycca, Supermaxi, De Pratti y Casa Tosi, lo que le garantiza una afluencia de público.



Tabla 39: Almacenes más representativos del Centro Comercial Policentro.

Almacenes	Servicios	Origen
Camisería Inglesa		
Pycca	Almacén de artículos para el hogar	Ecuador
Juan Eljuri	Almacén de electrodomésticos, licores, relojes y bolígrafos	Ecuador
Banco de Guayaquil	Banco	Ecuador
Banco del Pichincha	Banco	Ecuador
Burguer King	Comidas Rápidas	
El Juguetón	Juguetes	Ecuador
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
Marathon	Ropa Deportiva	Ecuador
Lee	Ropa informal	Colombia
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Tommy Hilfiger	Ropa Informal	
Nestlé	Servicio al Cliente	Multinacional
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Hallmark	Tienda de Regalos	Multinacional
Secretos para el Baño	Tienda especializada en artículos para el baño	Ecuador
Almacenes De Pratti	Tienda por departamento	Ecuador
Casa Tosi	Tienda por departamento	Ecuador
Payless Shoes	Zapatos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Malecón 2000

Datos Generales		Logo	
Dirección	Malecón, calle Villamil por el sur hasta la Avenida 10 de Agosto por el norte.		
Teléfono:	(593-4) 256 4252		
Horario			
Numero de Locales	238		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		No
	Cines	No	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El centro comercial Malecón 2000 es uno de los más visitados por los turistas debido a su ubicación en el Malecón. Se encuentra ubicado debajo del Malecón con vista al río Guayas, lo que le da un ambiente muy agradable. Si bien es cierto no cuenta con almacenes reconocidos, si cuenta con muy buena variedad de productos enfocados básicamente a los turistas. Es un lugar fresco y moderno que permite caminar por todo el Malecón y adquirir productos a buenos precios, de igual forma los restaurantes ubicados a lo largo del Malecón son otra excelente opción, debido a la gran variedad de restaurantes, desde las más reconocidas cadenas internacionales hasta la comida típica de Ecuador.

**Tabla 40: Almacenes más representativos del Centro Comercial Malecón 2000**

Almacenes	Servicios	Origen
Banco de Guayaquil	Banco	Ecuador
DHL	Mensajería	Multinacional
Servientrega	Mensajería	Colombia
Lee	Ropa Informal	Colombia
Western Union	Transferencia de dinero	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Albanborja

Datos Generales		Logo	
Dirección	Carlos Julio Arosamena Kilómetro 2.7		
Teléfono:	Teléfono: (593-4) 204 113/ 204 418		
Horario			
Numero de Locales	130		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines	No	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

Al igual que Policentro, el centro comercial Alban Borja es antiguo, y aunque su remodelación no ha sido tan moderna, tiene dos características que hacen una buena afluencia de público, la primera es una amplia zona de juegos y la segunda que cuenta con dos anclas muy importantes Supermaxi y Makrohogar.

Tabla 41: Almacenes más representativos del Centro Comercial Alban Borja

Almacenes	Servicios	Origen
Banco Internacional	Banco	Ecuador
Banco del Pacifico	Banco	Ecuador
Banco del Pichincha	Banco	Ecuador
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Cafetería Casa Tosi	Restaurante	Ecuador
Supermaxi	Supermercado	Ecuador
Makro Hogar	Tienda por departamento	Ecuador
Western Union	Transferencia de dinero	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Mall del Sol

Datos Generales		Logo	
Dirección	Avenida constitución y Juan Tanca Morengo	N.A.	
Teléfono:	(593-4) 269 0100		
Horario			
Numero de Locales	230		
Servicios	Bancos		Si
	Supermercados		Si
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

El Mall del Sol es el centro comercial más grande de Ecuador, y su afluencia de público mensual sobrepasa el millón de habitantes, su ancla más importante es Megamaxi único hipermercado del país.

Su arquitectura está basada en los centros comerciales de Norte América



Tabla 42: Almacenes más representativos del Mall del Sol

Almacenes	Servicios	Origen
Boots & Bags	Accesorios en cuero	Colombia
Banco del Pichincha	Banco	Ecuador
Banco del Pacifico	Banco	Ecuador
Produbanco	Banco	Ecuador
Banco de Guayaquil	Banco	Ecuador
Pizza Hut	Comida Rápida	Multinacional

Almacenes	Servicios	Origen
Taco Bell	Comida Rápida	Multinacional
Burguer King	Comida Rápida	Multinacional
KFC	Comida Rápida	Multinacional
El Español	Delicatessen	
Farmamás	Farmacia	Ecuador
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Baskin Robbins	Heladería	Multinacional
Megamaxi	Hipermercado	Ecuador
Juguetón	Juguetería	Ecuador
Entre Papeles	Papelería	Ecuador
Cinnabon	Pastelería	Multinacional
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
La Mina	Platería	Ecuador
Tommy Roma's	Restaurante	Multinacional
Maratón	Ropa Deportiva	Ecuador
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Náutica	Ropa Informal	Multinacional
Azúcar	Ropa Informal	Colombia
Lee	Ropa Informal	Colombia
Tommy Hilfiger	Ropa Informal	Multinacional
SuKasa	Tienda por departamento	Ecuador
Eta Fashion	Tienda por departamento	Ecuador
Payless Shoes	Zapatos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Río Centro Los Ceibos y Entre Ríos

Datos Generales (Los Ceibos)			Logo
Dirección	Km. 6 vía la Costa		
Teléfono:	(593-4) 285 2812		
Horario			
Numero de Locales	151		
Servicios	Bancos	Si	
	Supermercados	Si	
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

Datos Generales (Entre Ríos)			Logo
Dirección	Km. 1.5 vía Samborondón		
Teléfono:	(593-4) 253 4503		
Horario			
Numero de Locales	70		
Servicios	Bancos	Si	
	Supermercados	Si	
	Cines	Si	
	Comidas	Si	
	Parqueadero	Si	

Los centros comerciales Río Centros, son los primeros en manejar el concepto de cadena de centros comerciales en Ecuador, ubicados en dos extremos de la ciudad en medio de zonas de un alto nivel adquisitivo.

El primero de estos centros comerciales, fue Entre Ríos, el cual mantiene un concepto de tiendas exclusivas para gente exclusiva y su área de influencia es directamente las personas que viven en Samborondón, el cual es un corregimiento de Guayaquil, que le presta sus servicios como dormitorio.

El centro de Los Ceibos, el cual por ser más nuevo y por su ubicación de mejor acceso a la totalidad de la población de Guayaquil, posee una mayor afluencia de personas, pero una menor relación de ventas en comparación con el de Entre Ríos también conocido como el de Samborondón.

Tabla 43: Almacenes más representativos de los Centros Comerciales Río Centros

Almacenes	Servicios	Origen
Banco del Pichincha	Banco	Ecuador
Banco del Pacífico	Banco	Ecuador
Produbanco	Banco	Ecuador
Banco de Guayaquil	Banco	Ecuador
Pizza Hut	Comida Rápida	Multinacional
Taco Bell	Comida Rápida	Multinacional
Burguer King	Comida Rápida	Multinacional
KFC	Comida Rápida	Multinacional
El Español	Delicatessen	
Farmamás	Farmacia	Ecuador
Fybeca	Farmacia	Ecuador
Baskin Robbins	Heladería	Multinacional
Mi Juguetería	Juguetería	Ecuador
Cinnabon	Pastelería	Multinacional
Las Fragancias	Perfumería	Ecuador
Maratón	Ropa Deportiva	Ecuador
Pinto	Ropa Informal	Ecuador
Náutica	Ropa Informal	Multinacional
Lee	Ropa Informal	Colombia
Tommy Hilfiger	Ropa Informal	Multinacional
Eta Fashion	Tienda por departamento	Ecuador
Payless Shoes	Zapatos	Multinacional

Fuente: Trabajo de Campo

Mercados Populares de Quito

Mercado San Roque



El mercado San Roque es una plaza de mercado que alberga en su interior distintas galerías de frutas, hortalizas, carnes y pescados, artículos de cocina, y algunas cigarrerías. Sin embargo los fines de semana el mercado se traslada a la calle, en este se puede encontrar los productos de la plaza de mercado.

Este es un lugar que presenta un comercio totalmente informal, desorganizado e inseguro, sin embargo es el sitio de abastecimiento de la mayoría de habitantes del sur de Quito, los cuales

no tienen la costumbre de adquirir productos en los supermercados.

Otra de las galerías que alberga el mercado San Roque tiene diferentes artículos como ropa, ollas, vajillas plásticas y ropa de hogar. En esta galería también se encuentran artículos de segunda y muebles.

El mercado de San Roque, agrupa a 1.700 comerciantes de productos perecibles y hasta donde llegan los vendedores ambulantes, especialmente los martes y fines de semana, está considerado como uno de los puntos más peligrosos del sector, por el desorden con el que se comercializan los productos. Se maneja la extorsión a los comerciantes y la distribución de mercadería de contrabando y robada.

Calle Ipiales



La información secundaria que se puede encontrar acerca de la Calle Ipiales, da cuenta de un sector de la ciudad con un alto índice de inseguridad y comercio informal desorganizado, en el que se puede encontrar producto nacional fabricado en algunos pueblos cercanos a la ciudad, producto de contrabando o imitación extranjera.

Sin embargo y por cuenta de la recuperación del centro histórico los vendedores ambulantes fueron reubicados en centros comerciales muy parecidos a los San Andresitos, lo que hizo de esta calle un lugar transitable y seguro para los compradores, en donde es posible encontrar turistas y habitantes de Quito haciendo sus compras.

Entre los centros comerciales se encuentra el Hermano Miguel, el cual hizo parte de la recuperación de la zona, junto con otros centros comerciales más pequeños como el Portón del Sol, Centro Comercial Los Andes, Centro Comercial Cotopaxi, Centro Comercial Ipiales, Centro Comercial la Merced.

De esta forma el comercio informal de la calle Ipiales ya no se encuentra en las vías, sino dentro de los centros comerciales más grandes de la ciudad, en los cuales se mueve las mayores ventas de Quito. Se debe tener en cuenta que en este sector no existe el pago con tarjetas de crédito, débito o cheques. Todo el comercio se mueve en efectivo.



El comercio que se encuentra en esta zona es de los más grandes de la ciudad, pero su dimensión comercial y de ventas no es cuantificable. Existen tres clases de comerciantes: dirigentes, importadores y vendedores, las relaciones comerciales entre estos permite que se mantenga el préstamo del dinero con tasas de usura, dependencia por el manejo de la mercadería, tráfico de influencias y contrabando de productos, debido a que los vendedores, no son sujetos de crédito, lo que no les permite trabajar en forma independiente, ya que se manejan grandes cantidades de dinero.

Según un registro de la Administración de la Zona Centro, todavía el 80% de las casas circundantes al sector en donde se ubican los centros comerciales populares son utilizadas como bodegas de mercadería, y un 30% de los zaguanes como locales de venta. Los ambulantes retiran la mercadería por la mañana y se la llevan a consignación, mientras que el resto se abastece para la semana y tienen que pagar aunque no hayan vendido. La ganancia bordea 30%, pero los mayoristas consideran que ha sido un buen negocio cuando alcanzan el 150% de utilidades.

A pesar que este sector es considerado peligroso e inseguro, existe mucho flujo de visitantes (alrededor de 300 mil personas) en busca de artículos con precios más bajos, además después de la recuperación y reubicación de los vendedores, el sitio es más seguro y accesible a los compradores.

Entre los productos que se pueden encontrar en la calle Ipiales se destacan las confecciones, zapatos y electrodomésticos, los cuales provienen de la industria nacional, y contrabando de Panamá, China, Perú y Colombia. Los productos de Ropa de Hogar son altamente comercializados, pudiéndose encontrar edredones, juegos de cama, toallas y mantelería en general.

Centro Comercial Hermano Miguel



Dentro de los objetivos planteados en la administración del Alcalde Paco Moncayo, se encontraba el transformar el Centro Histórico en un espacio vivo, seguro, limpio y atractivo.

La idea de la recuperación era crear un sitio donde la gente habite, trabaje y pueda visitar con satisfacción; donde sus espacios públicos son respetados como lugares para todos. Dentro de esta ideología nace el Centro Comercial Hermano Miguel inaugurado en Diciembre del 2002, este

centro comercial alberga a todos los vendedores ambulantes del centro histórico. Es el más grande de la zona y cuenta con 1.592 locales.

Dentro de estos centros comerciales y en las calles aledañas se consiguen muchos productos de Ropa de Hogar, existiendo un gran número de locales que comercializan producto nacional, aunque los productos importados de Colombia y de países competidores es alta.

APENDICE 4: DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

El envío de mercancía desde Colombia hasta Ecuador es uno de los temas vitales para lograr un exitoso proceso exportador. En los últimos años el comercio de Colombia con el Ecuador se ha incrementado gracias a la política colombiana de promover las exportaciones, así como a las diferentes medidas económicas de Ecuador, que han hecho de este, un país con una fuerte tendencia a convertirse en importador de bienes de consumo.

Sin embargo, el comercio entre los dos países se caracteriza por la informalidad, fruto de la cercanía y los diferentes acuerdos comerciales, que llevan a que muchos de los exportadores colombianos intenten abordar el mercado ecuatoriano sin tener en cuenta aspectos básicos de la logística que debe existir al efectuar una negociación.

El presente apéndice busca convertirse en una guía de consulta para el exportador colombiano que le indique los aspectos básicos del proceso importador en Ecuador, las características de los medios de transporte disponibles y directorios de las empresas involucradas en el tema, de manera que permitan seleccionar los agentes e intermediarios mas convenientes al exportador colombiano.

A nivel de distribución física de los productos, Ecuador se caracteriza por ser un país con un alto nivel de importaciones, el cual es canalizado a través de tres vías: Aérea, marítima y terrestre. Siendo la principal para la totalidad del comercio exterior la vía marítima, sin embargo para los productos provenientes de Colombia, la principal vía utilizada es la terrestre

A nivel de infraestructura de transporte, el país cuenta con 28 aeropuertos de los cuales solamente 2 están diseñados para el manejo de carga internacional, Quito y Guayaquil; 7 puertos marítimos, de los cuales 4 son utilizados para comercio internacional (Guayaquil, Manta, Esmeraldas y Puerto Bolívar); y dos grandes entradas terrestres, una con Colombia y la otra con Perú.

La vía de transporte más utilizada en los diferentes sectores es la marítima, debido principalmente a la facilidad que representa para los proveedores de otros países la llegada de sus productos a los diferentes puertos ecuatorianos, manejando volúmenes altos de producto y representando menores costos para el exportador.

A nivel de comercio de mercancías, en el año 2002 Ecuador exportó cerca de 19,7 millones de toneladas por valor de US\$5,0 millones, e importó 6,1 millones de toneladas por valor US\$5,9 millones con lo cual se logró un movimiento de mercancía de 25,9 millones de toneladas, de las cuales el 97,8% se realizaron por vía marítima.

PROCESO IMPORTADOR

La siguiente información es de gran utilidad para conocer los pasos, requisitos y tiempos promedio en el proceso de importación en Ecuador, referenciando a su vez los actores y regímenes expedidos por la Aduana del país en marzo de 2003.

Regímenes de importación

A partir de la apertura ecuatoriana, el Régimen de Aduanas de Ecuador consta de tres regímenes básicos:

- **Régimen común:** Utilizado para la importación a consumo donde la mercadería extranjera ingresa al país para ser “nacionalizada” para su uso o consumo directo⁴⁰.
- **Régimen especial:** Utilizado para la importación con fines de exportación (maquila, zonas francas, ferias, entre otras). Este régimen se subdivide en: suspensivo, liberatorio o compensatorio.
- **Régimen particular:** Se refiere al tráfico postal internacional, correos rápidos, zona de libre comercio, tráfico fronterizo.

Actores en el proceso

El procedimiento de importación de mercancías en Ecuador, requiere de la participación de los siguientes actores:

- **Productor:** Es la empresa productora del bien a importar.
- **Importador:** Es la persona o empresa interesada en el producto. Este puede ser importador frecuente u ocasional. En cualquiera de los casos, este debe estar debidamente registrado ante el Banco Central del Ecuador.
- **Transportador:** Es la empresa encargada del transporte de la mercancía desde el puerto de origen hasta el puerto destino en el Ecuador. En todos los casos estas empresas, en lo competente al transporte en el territorio ecuatoriano, deben ser aprobadas.
- **Almacenista:** Son empresas que ofrecen el servicio de bodegaje de mercancía, previa autorización oficial, las que permanecen almacenadas por un tiempo y por el cual deben cancelar una tasa de almacenaje. El encargado del almacén otorga al dueño de la mercancía un certificado-recibo. Existen varios tipos de almacenes: depósitos comerciales, industriales y los llamados depósitos de aduanas, que funcionan bajo la potestad de la CAE.
- **Agente de Aduanas:** Es la persona o empresa especializada en el manejo de los tramites aduanales, el cual debe poseer licencia otorgada por la CAE. Por las

⁴⁰ El equipaje de viajeros también se incluye en este régimen de aduana, con la diferencia que debe ser declarado como efectos personales del viajero para que pueda ser exento de pago de cualquier tributación de importación, pero esto no quiere decir que pueda ser exento de pago de tasas por servicio aduanero.

características de su trabajo, el Agente es responsable solidario de las obligaciones tributarias que la importación de la mercancía implique. Actualmente la licencia de operación del agente es de carácter nacional y no distrital, como lo fue hace unos años. También son llamados Agentes Aduanales o Aduaneros, Despachantes de Aduanas, Corredores Aduaneros o Agentes afianzados de aduanas.

- **Corporación Aduanera del Ecuador:** Es la autoridad aduanal del Ecuador.

Procedimiento de despacho aduanero⁴¹

El procedimiento de despacho aduanero o nacionalización de la mercancía, inicia en el momento en que el importador solicita a la autoridad aduanal el proceso de despacho, el cual puede solicitarse en un periodo comprendido entre 7 días antes de llegar la mercancía al país, hasta 15 días hábiles después de llegada la misma.

Sin embargo, para proceder en efecto al proceso de despacho aduanero, se requiere que la mercancía se encuentre en un almacén temporal o depósito aduanero autorizado.

Solicitado el procedimiento de despacho, el cual debe ser solicitado por el Agente afianzado de aduana, este debe presentar a la CAE el siguiente listado de documentos:

- Factura comercial
- Certificado de Inspección
- Autorizaciones previas
- Póliza de seguro
- Certificado de Origen
- Copia del RUC actualizado del importador
- Hoja técnica del producto
- Declaración Aduanera juramentada
- Visto bueno
- Conocimiento de Embarque (Documento de transporte)

Hay algunos requisitos básicos que debe tener la mercancía para poder ser despachada, como:

- Debe pertenecer a un solo consignatario.
- Estar declarada en un solo Manifiesto de Carga.

Recibida la documentación por parte de la CAE, ésta procede a la selección del tipo de aforo a aplicar, teniendo en cuenta que cuando el valor CIF de la mercancía es inferior a US\$4.000 el aforo físico es obligatorio, de lo contrario es aleatorio.

El aforo como tal es la verificación de la mercancía o de los documentos soportes de la importación, el cual debe ser realizado por un funcionario aduanero de turno o por la verificadora de turno⁴². Existen cuatro tipos de aforo:

⁴¹ Tomado del Manual de Procedimientos de Despacho Aduanero de la Corporación de Aduanas Ecuatoriana –CAE-

⁴² Se debe tener en cuenta, que los Distritos de Aduanas, tienen un número limitado de técnicos de aforo, a la vez que estos funcionan con un horario que inicia a las 8:30 AM, hasta las 4:00 PM. Esta situación puede llevar a demoras en el procedimiento. Según antecedentes en el mercado, se sugiere al importador estar preparado a calcular 30% más de lo que

Aforo de documentos electrónicos

- Aforo de documentos electrónicos e impresos
- Aforo de documentos electrónicos, impresos y físico de la mercancía⁴³
- Aforo de documentos electrónicos, impresos y físico de la mercancía por parte de una verificadora

Una vez se cumpla con el procedimiento de Aforo, en la categoría que corresponda, el Importador precede a pagar en el banco corresponsal⁴⁴ el monto de los tributos calculados. Con el certificado de pago, la CAE autoriza la salida de la mercancía. Para el pago de los tributos, el importador tiene un plazo máximo de dos días hábiles, so pena de considerar que la mercancía ha sido abandonada.

Los diferentes tipos de aforo, puede arrojar diferencias entre la mercancía solicitada, la despachada, la embarcada y la recibida. En caso que se encuentren algunas diferencias, que no superen el 10% del valor FOB de la mercancía manifestada, el sistema de la CAE ajustará automáticamente la liquidación.

En caso, que el valor supere el 10% del valor FOB, el caso se remitirá a la Gerencia del Distrito Aduanal y se presumirá delito.

presupuesta para nacionalizar la mercadería de contenedores, debido a demoras en el aforo físico. Se calcula que el 70% de los contenedores que llegan al puerto de Guayaquil se extiende más allá de los 15 días hábiles.

⁴³ Hay casos en los que el aforo físico se da, independiente del sorteo, estos son:

Cuando el comprobador de la declaración encuentra alguna discrepancia.

Cuando el bodeguero anuncia que la mercadería llegó en mal estado.

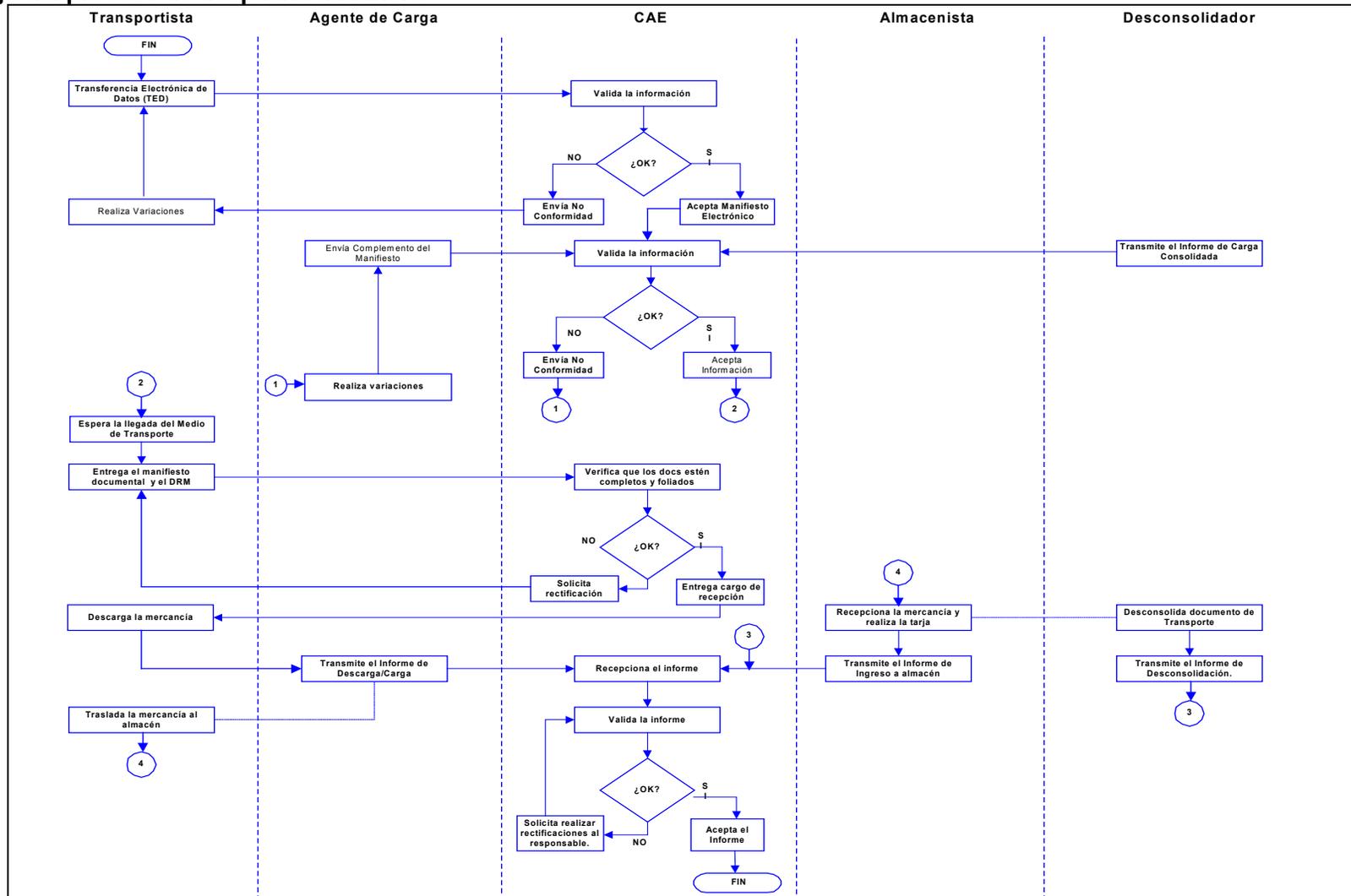
Cuando el comprobador sospecha algo.

Cuando el IVA es cero, es decir, cuando hay exoneración tributaria.

Cuando el comprobador así lo requiera.

⁴⁴ En teoría todo banco comercial puede hacer las veces de corresponsal, sin embargo en la práctica los más recurrentes son: Banco del Pacífico, Banco de Guayaquil, Banco Internacional, Banco del Pichincha, Produbanco y el Banco Bolivariano.

Flujo del proceso de despacho aduanero



Fuente: Tomado de la CAE.

Regímenes especiales

A continuación se relacionan los regímenes especiales los cuales están libres de pago de gravamen. El texto es tomado del Capítulo IV de la Ley de Régimen Aduanero, artículos 57 a 68.

Art. 57.-Tránsito Aduanero.- Tránsito aduanero es un régimen por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero, de una oficina Distrital a otra del país o con destino al exterior.

Art. 58.-Importación Temporal con Reexportación en el mismo Estado.- Importación temporal con reexportación en el mismo Estado es el régimen suspensivo del pago de impuestos, que permite recibir mercancías extranjeras en el territorio aduanero, para ser utilizados con un fin determinado durante cierto plazo y reexportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.

Art. 59.-Importación Temporal para Perfeccionamiento Activo.- Importación temporal para perfeccionamiento activo es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite recibir mercancías extranjeras en el territorio aduanero durante un plazo determinado para ser reexportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

Art. 60.-Depósito Aduanero.- Depósito Aduanero es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías permanecen almacenadas por un plazo determinado en lugares autorizados y bajo la administración aduanera, en espera de su destino ulterior.

Los depósitos aduaneros son: comerciales, públicos o privados, e industriales.

En los depósitos comerciales, las mercancías, de propiedad del concesionario o de terceros, permanecen almacenadas, sin transformación alguna.

En los depósitos industriales, las mercancías de propiedad del concesionario, se almacenan para su transformación.

Podrán ser concesionarios de depósito aduanero, las personas jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras legalmente establecidas en el Ecuador.

Art. 61.- Almacenes Libres y Especiales. -El Almacén libre es el régimen liberatorio que permite, en puertos y aeropuertos internacionales, el almacenamiento y venta a pasajeros que salen del país, de mercancías nacionales o extranjeras, exentas del pago de impuestos.

Bajo el régimen de admisión temporal, podrán habilitarse almacenes especiales de mercancías, destinadas al aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de naves, aeronaves y vehículos de transporte terrestre, internacionales.

Art. 62.-Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado.- La exportación temporal con reimportación en el mismo Estado, es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo con un fin determinado y reimportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.

Art. 63.-Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo.- La exportación temporal para perfeccionamiento pasivo es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

Art. 64.-Devolución Condicionada.- Devolución condicionada es el régimen por el cual se permite obtener la devolución total o parcial de los impuestos pagados por la importación de las mercancías que se exporten dentro de los plazos que señale el Reglamento de esta Ley, en los siguientes casos:

- a) Las sometidas en el país a un proceso de transformación;
- b) Las incorporadas a la mercancía; y,
- c) Los envases o acondicionamientos.

Art. 65.-Reposición con Franquicia Arancelaria.- Reposición con franquicia arancelaria es el régimen compensatorio por el cual se permite importar mercancías idénticas o equivalentes, sin el pago de impuestos, en reposición de las importadas a consumo, que retornan al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de transformación en el país, o se utilizaron para producir, acondicionar o envasar mercancías que se exportaron.

Art. 66.-Zona Franca.- Zona franca es el régimen liberatorio que por el principio de extraterritorialidad, permite el ingreso de mercancías, libre de pago de impuestos, a espacios autorizados y delimitados del territorio nacional. Las mercancías ingresadas a zona franca no están sujetas al control de la administración aduanera.

Las zonas francas son comerciales e industriales:

- a) Comerciales son aquellas en las cuales las mercancías admitidas permanecen sin transformación alguna, en espera de su destino ulterior; y,
- b) Industriales son aquellas en que las mercancías se admiten para someterlas a operaciones autorizadas de transformación y perfeccionamiento, en espera de su destino ulterior.

Este régimen se regulará por las normas especiales contenidas en la Ley de Zonas Francas.

Art. 67.-Régimen de Maquila.- es el régimen suspensivo del pago de impuestos, que permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación ser reexportadas.

El ingreso de las mercancías y la reexportación de los productos terminados, así como el tratamiento de los desperdicios es competencia del Gerente Distrital.

En cuanto al ingreso de mercancías para la participación en ferias, estas se rigen por un régimen especial, el cual "autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de impuestos, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento" (Artículo 68).

Tipos de Importadores

Existen dos tipos de importadores: ocasionales y frecuentes. El ocasional es aquel que realiza una importación a consumo esporádica, y para lo cual solamente debe adjuntar la copia de su cédula a la declaración aduanera del bien que importa.

El importador frecuente, el cual puede ser persona natural o jurídica, es aquel que realiza periódicamente importaciones. Este debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser afiliado a la Cámara de Producción respectiva (Agricultura, Construcción, Comercio, Industrial, Pequeña Industria).
- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- Obtener el Registro de firmas en el Banco Corresponsal (es el banco privado que ha firmado un convenio con el BCE para realizar trámites de importación).
- No haber perdido los derechos de ciudadanía, de lo contrario está inhabilitado como importador.

Documentos soporte de importación

- **Factura comercial (FC) (obligatorio)**
Este documento comercial posee toda la información correspondiente a la mercancía comprada, su precio FOB y sus características. La factura debe ser entregada a la Aduana y sirve de base para la declaración aduanera.
- **Certificado de Inspección (CI) (cuando proceda)**
Es el documento expedido por la Verificadora, en la cual consta de la mercancía que se enviará al Ecuador. Este documento debe ser entregado a la Aduana para el procedimiento de despacho. Según la Ley, si una mercadería ingresa al Ecuador sin el CI, no se puede nacionalizar, presentándose una reexportación.
- **Certificado de Origen (cuando proceda)**
Entregarlo a la Aduana. Es en este momento cuando, si la mercadería así lo exige, se procede a conseguir un Certificado de Origen.
- **Autorizaciones (cuando proceda)**
Entregarla a la Aduana y a al Banco con la Nota de Pedido, si el tipo de mercadería así lo exige, se procederá a obtener las Autorizaciones en el ministerio o entidad pública de acuerdo a lo que dice la ley. El trámite para obtener dicha Autorización tomará entre 10 a 15 días hábiles, y están reseñadas en el capítulo de acceso al mercado del estudio.
- **Manifiesto de Carga (obligatorio)**
Es el documento, que acompaña la mercancía, el cual indica: medio de transporte, lugar determinado y fecha establecida, fecha de embarque. Si el manifiesto de carga llega con la mercadería, la Aduana declara que la mercadería está manifestada.

Se debe tener cuidado con las fechas descritas en el Manifiesto de Carga, pues en caso que la fecha de embarque no sea posterior a la fecha de aprobación de la importación por parte del Banco Corresponsal, esta mercancía deberá ser reembarcada.

- Documento de transporte (obligatorio)
Hay que entregarlo a la Aduana Este documento es entregado al importador, quien debe, a su vez, entregar original o copia a la Aduana. Ahora dependiendo de la vía de transporte se llamará conocimiento de embarque (marítima), guía aérea (aérea, obviamente) o carta de porte (terrestre). Si la mercadería viaja en contenedores, estos tienen un sello de seguridad conocido como precinto; este precinto tiene un código, el cual debe constar en el conocimiento de embarque. Cabe resaltar que este requerimiento del precinto no es de carácter estricto, ya que en muchas ocasiones la aduana o la policía ordena abrir la mercancía y no siempre el sello con el que sale la mercancía es el mismo con el que llega.
- Solicitud de Verificación de Importación (SVI) (cuando proceda)
Entregarla a la Verificadora. Sólo para mercadería cuyo valor FOB es mayor a \$4.000. Se llena esta solicitud y se entrega a la Verificadora (SGS, Bureau Veritas, Cotecna o ITS) junto con la Nota de Pedido. Se debe pagar hasta el 1% del valor FOB, con un mínimo de US\$180, valor que suele pagarse 50% al presentar la solicitud y el 50% restante cuando la Verificadora entrega el Certificado de Inspección (CI). Contacto de Exportador: es muy importante poner el nombre de la persona de confianza quién notificará cuándo la mercadería esté lista para ser verificada.
- Documento Único de Importación (DUI) (obligatorio)⁴⁵
Este documento, que actualmente está en proceso de modificarse por el DUA o Documento Único de Aduanas, es el utilizado por la CAE, para el cálculo de las obligaciones tributarias por la nacionalización de la mercancía, así como para la autorización de la importación.

El DUI debe ser presentado a uno de los bancos corresponsales, previo al embarque para su aprobación, so pena de ser rechazada la importación o incurrir en multas, que puede ascender al 10% del valor CIF de la mercancía.

Existen tres versiones del DUI, el tipo A, para mercancía importación de una sola partida arancelaria; el tipo B, para la importación de más de una posición arancelaria; y el tipo C, que es realmente la liquidación de los impuestos aduanales.

Para diligenciar el DUI, es importante tener presente el trato al que se acoge la mercancía a enviar, las cuales pueden ser:

- TPNE –Trato Preferencial Norma Específica –Ley de Hidrocarburos
 - TPCI - Trato Preferencial por Convenios Internacionales – preferencias arancelarias dentro del SPG (Sistema de Preferencias Generales)
 - SPGA - Sistema de Preferencias Generales Andinas
 - TPNG- Trato Preferencial por Norma Genérica –minusválidos, editores, agregados comerciales
- Declaración Andina del Valor (DAV) (obligatorio)
Entregarla a la Aduana. Para realizar los trámites en la aduana ecuatoriana se requiere el DUI; según la Ley, el DAV no es otra cosa que un juramento de que el valor consignado es el verdadero, juramento que se hace como importadores, y sólo

⁴⁵ En el Anexo 1 presenta una copia del DUI

puede ser firmado por el importador. Esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales.

Por cada factura comercial se debe hacer un DAV.

- **DUI Tipo C (Liquidación)**
Este documento incluye la liquidación de los tributos que el importador deberá pagar por la importación de la mercancía. El DUI Tipo C, como tal, incluye el Tipo A o B, según corresponda.

Este documento, expedido por la Aduana, consta de tres copias, las cuales van dirigidas:

- Para el importador, quien deberá guardarla por 3 años para fines aduaneros, y 5 años para fines tributarios. En caso de estar en medio de ilícito aduanero, esta copia deberá guardarse por 15 años.
 - Para el bodeguero, quien con DUI en mano autorizará la salida de la mercadería.
 - Para el Servicio de Vigilancia Aduanera, quien controla que la mercadería que sale sea la verdadera.
- **Certificado de seguro (cuando proceda)**
Entregarla a Aduana. Si se ha obtenido un seguro, hay que incluir el certificado de seguro expedido por la compañía aseguradora con la cual se contrató la póliza junto con la información a entregar. De acuerdo a la ley ecuatoriana, se debe adquirir el certificado de una aseguradora radicada en el país. Existen tres tipos de seguro:
 - Libre de avería,
 - Libre de avería particular,
 - Contra todo riesgo. Este último tipo puede ser por:
 - fenómenos naturales,
 - choques,
 - oxidación, humedad, exudación del barco, contaminación con olores extraños, contaminación con insectos o plagas del exterior.

Hay dos tipos de seguro de transporte: a) una póliza que se tramita para cada importación; o, b) una póliza “madre”, con un monto grande y preestablecido como suma asegurada, de la cual se desprenden las “hijas” o aplicaciones para cada importación, ésta póliza se llama Seguro Flotante o Global.

- **Declaración de Vistos Buenos**
A partir del 20 de enero de 2003 se exige declarar como un documento de acompañamiento tanto en las declaraciones de importaciones como de exportaciones, la autorización del visto bueno del Banco Central del Ecuador. Para el efecto deberá enviarse la información de la siguiente manera:
 - Deberán declarar los Vistos Buenos como Documentos de Acompañamiento,
 - En el caso de los Vistos Buenos generados por los Bancos Corresponsales, no existe numeración del Visto Bueno, por lo que debe indicarse el Número Preimpreso del Formulario Único de Exportación o del Formulario DUI.

- En caso de no enviar la información de esta forma, las declaraciones serán rechazadas.

Pago de los tributos

El pago de los tributos se debe realizar sobre la base de la liquidación realizada por la CAE una vez se ha superado el proceso de aforo, ante cualquiera de los bancos corresponsales del Banco Central del Ecuador.

En caso de tener impedimento para pagar la totalidad de los tributos, el importador se puede acoger a una Garantía Aduanera, la cual consiste en el pago del 20% de la obligación y un plazo de 60 días para pagar el 80% restante.

Si en la Declaración y entrega de papeles a la CAE sólo falta la factura comercial, por ejemplo, se puede sacar la mercadería con una garantía, pero se tiene 30 días calendario para presentar dicha factura a la CAE.

Los Tipos de Garantía aduanera son:

- Efectiva
- Bancaria
- Póliza de seguro

En caso que la mercancía sea perecedera, la CAE autoriza la desaduanización directa, siempre que se respalde está con un cheque certificado por el 120% del valor de los tributos. A partir del momento de la desaduanización, el importador posee 5 días hábiles para presentar toda la información correspondiente.

Distritos Aduanales

El manejo de aduanas en el Ecuador está dividido en 13 Distritos, los cuales ejercen su autoridad en unas áreas geográficas y unos puertos específicos. Todas las operaciones aduanales se pueden realizar en cualquiera de los distritos, los horarios de atención de los distritos en de 7:30am a 4:30pm de lunes a viernes. Respecto al tipo de mercancía, los medios de transporte y los orígenes más comunes, se podría decir que ciertos distritos presentan algún grado de especialidad, como en el caso de Tulcán, el cual se especializa casi en un 100% en mercancía proveniente de Colombia por transporte terrestre.

La operatividad de los distritos, suele variar de acuerdo al flujo de transporte que estos poseen. Para el caso del exportador colombiano, este debe tener en cuenta que Tulcán se caracteriza por tener un proceso más ágil que el de Quito.

Gráfica 18: Distritos de la Aduana del Ecuador.⁴⁶

Fuente: Corporación Aduanera del Ecuador

Agentes de Aduanas

Son las empresas que llevan a cabo la planificación, ejecución y control de las operaciones de transporte, almacenaje y distribución de mercancías, servicio e información concerniente, desde el punto de origen hasta el punto de destino, con objeto de satisfacer los requerimientos del cliente. Los agentes afianzados de aduanas son las personas autorizadas por la CAE para adelantar los tramites frente a las autoridades de aduanas, con el objeto de nacionalizar una mercancía en especial.

Tabla 1: Agentes de Aduanas del Ecuador

Ciudad	Total
Ambato	1
Cuenca	7
Esmeraldas	5
Guayaquil	191
Huaquillas	6
Machala	2
Manta	14
Puerto Bolívar	1
Quito	66
Tulcán	13
Total general	306

Fuente: Corporación Aduanera del Ecuador

⁴⁶ En el Anexo 4 se encuentra el Directorio de Distritos Aduaneros del Ecuador.

Estas personas o empresas ofrecen asesoría y tramitación relacionada con comercio exterior, realizan el proceso de importación y entrega de la mercancía en la bodega del cliente.

Estas suelen ofrecer los siguientes servicios de manera directa o indirecta mediante alianzas.

- Logística del transporte: incluye planificación del movimiento de la mercancía por tierra, mar y aire, además de seguros, cartas de crédito, trámites aduaneros, documentación bancaria y otras consideraciones.
- Empaque y protección: preparar empaques abiertos, cerrados y sobre medidas, la carga puede ser protegida con empaques de burbujas, plástico u otros materiales
- Gestión de Compras: Locales y en el exterior.
 - Localización en el mercado del material requerido.
 - Cotización.
 - Adquisición.
 - Despacho y/o entrega

Sus tarifas no son reguladas pero de acuerdo a la Asociación de Agentes Afianzados de Aduanas, ésta debe girar en torno a US \$100 por importación ⁴⁷

Depósito Aduaneros

Los depósitos aduaneros y bodegas de almacenamiento temporal, son los establecimientos autorizados por la CAE, para el almacenamiento de la mercancía que se encuentra en proceso de nacionalización.⁴⁸

Estos pueden ser de carácter comercial, industrial, así como de uso público o privado. El depósito comercial es privado cuando las mercancías depositadas son exclusivamente de propiedad del concesionario. Es público cuando las mercancías depositadas son de propiedad de terceros. Estas son almacenadas sin transformación alguna. El depósito industrial almacena mercancías para transformación y es siempre privado.

Las empresas dueñas de los depósitos aduaneros, suelen ser responsables por la pérdida o daño de los productos dados en almacenamiento. En estos casos, la empresa indemniza sobre el valor CIF o FOB de la mercancía, según se trate de importación o exportación, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales a que hubiere lugar.

Igualmente los propietarios o concesionarios serán responsables ante las autoridades fiscales por el pago de los tributos correspondientes, excepto cuando concurren circunstancias fortuitas o de fuerza mayor aceptadas por la administración aduanera.

⁴⁷ En el Anexo 5 se encuentra el Directorio de Agentes Afianzados con oficina en Tulcán.

⁴⁸ En el anexo 6 se relacionan algunos Depósitos Aduaneros, Temporales y Comerciales

Tabla 2: Distribución de los depósitos aduaneros

Ciudad	Tipo				Total general
	Almacén Libre	Almacén Temporal	Deposito Comercial	Deposito Industrial	
Ambato				1	1
Cuenca		2	2	7	11
Durán				2	2
Guayaquil	5	21	20	81	127
Huaquillas		2			2
Machala		1	1	3	5
Manta	1	3	1	4	9
Puerto Bolívar		5	1	1	7
Quito	4	8	17	38	67
Tulcán	1	7			8
Total general	11	49	42	137	239

Fuente: CAE
Cálculos: Equipo consultor

Estos depósitos suelen ofrecer servicios como:

- Balanza electrónica
- Montacargas
- Estantería
- Cuarto de seguridad y cuarto frío para pesaje
- Acarreo
- Almacenamiento de bienes valorados y
- Manipuleo de carga seca.

En materia de tarifas, los depósitos no tienen tarifas reguladas, sin embargo, se pudo constatar que las tarifas por almacenamiento giran alrededor de US\$7 por siete días, para cargas inferiores a los 50 kilos, variando, según el tiempo de permanencia.

Tabla 3: Tarifa promedio de almacenamiento para carga general

PESO EN KILOS		TARIFAS DIARIASIN IVA (US\$) (Almacenam. inferior a 7 días)
DESDE	HASTA	
1	50	7
51	100	12
101	300	18
301	500	25
501	750	40
751	1.000	70
1.001	2.000	90
2.001	3.000	120
3.001	5.000	180
5.001	10.000	240
10.001	20.000	350
20.001	30.000	450
30.001	40.000	600
40.001	Mas	750

Nota: estas tarifas son para permanencia inferior a siete días.
Fuente: Bontempi

TRANSPORTE TERRESTRE

Los productos que ingresan al Ecuador por vía terrestre solo lo hacen por el paso de Tulcán en la frontera con Colombia y el paso de Huaquillas en la frontera con Perú. Se resalta que debido al tipo de comercio entre Colombia y Ecuador (donde predomina el transporte terrestre), se presentan mayores volúmenes de mercancía por el paso de Tulcán, mientras que con Perú predomina la vía marítima.

Infraestructura

Ecuador cuenta en la actualidad con una red vial de alrededor de 43.000 Km., de los cuales cerca de 6.500 Km. son carreteras principales y 3.700 Km. son carreteras secundarias asfaltadas en condiciones aceptables de señalización y seguridad, aunque necesitan ser mejoradas y modernizadas. Las carreteras son el principal medio de comunicación del país y existen muchas empresas de transporte terrestre que cubren todo el territorio.

Gráfica 19: Mapa vial del Ecuador.



Fuente: Cideiber

La siguiente tabla presenta las distancias en kilómetros hacia las principales ciudades:

Tabla 4: Distancia entre ciudades (km)

CIUDAD	Ambato	Azoguez	Babahoyo	Cuenca	Esmeraldas	Guayaquil	Huaquillas	Tulcán
Cuenca	306	260	275	-	667	250	242	682
Esmeraldas	390	213	392	667	-	472	670	558
Guayaquil	288	252	83	250	472	-	253	660
Huaquillas	440	520	278	242	670	253	-	818
Machala	382	409	216	188	608	191	73	758
Manta	404	500	281	446	442	196	449	630
Quito	136	405	304	442	318	420	578	240
Riobamba	52	217	182	254	442	233	390	428
Rumichaca	380	649	584	686	562	664	822	4
Tulcán	376	645	580	682	558	660	818	-

Fuente: Ministerio de Turismo

El total de vehículos matriculados de Ecuador para el año 2002 asciende a 392.337 destinados a pasajeros y 270.894 a carga.

Servicios de Transporte Terrestre de Colombia a Ecuador

La oferta de transporte terrestre, con destino a Ecuador está disponible en el Directorio de transporte terrestre nacional e internacional de carga de la página Web Logística Proexport Colombia:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=1521&IDCompany=8>

Normatividad

Uno de los principales inconvenientes para transportar mercancía desde Colombia por esta vía, es la problemática del trasbordo de la mercadería en la frontera terrestre, haciéndose necesario implementar un sistema parecido al que Ecuador tiene con Perú, en donde automotores peruanos pueden ingresar al país al igual que los ecuatorianos lo hacen en Perú, sin tener que hacer trasbordo de la mercadería.

La autoridad de transporte en Ecuador, Consejo Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre, adscrito al Ministerio de Gobierno y Policía, ha adoptado las regulaciones de la Comunidad Andina en materia de transporte terrestre de carga internacional, consignados en la decisión 399 de la CAN, la cual establece:

DECISIÓN 399: Transporte Internacional de Mercancías por Carretera, sustitutoria de la Decisión 257

“Podrán realizar transporte internacional de mercancías por carretera solamente las personas jurídicas constituidas y establecidas en uno de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena.

El transportista autorizado podrá recoger carga en cualquier País Miembro de la Subregión y transportarla a otro País Miembro; así mismo, podrá recoger carga y transportarla desde un País Miembro con destino a un tercer país en tránsito por uno o más Países Miembros distintos del país de inicio de la operación. El transporte internacional se efectuará en vehículos habilitados (ómnibus o autobús), los que deberán registrarse ante los organismos nacionales competentes de transporte y aduana de los Países Miembros por cuyo territorio vayan a transitar o prestar el servicio.

Las operaciones de transporte internacional de mercancías por carretera se realizarán por las rutas que conforman el Sistema andino de Carreteras utilizando los cruces de frontera establecidos en la Decisión 271. Además, dichas operaciones podrán realizarse por las rutas o cruces de frontera que los Países Miembros se autoricen mediante acuerdos bilaterales o multilaterales.

Se llama transporte internacional al porte de mercancías que, amparadas en una Carta de Porte Internacional por Carretera y un Manifiesto de Carga Internacional, realiza el transportista autorizado en vehículos habilitados y en unidades de carga, debidamente registrados, desde un lugar en el cual las toma o recibe bajo su responsabilidad hasta otro designado para su entrega, ubicados en diferentes Países Miembros

El organismo nacional competente expedirá y entregará los Certificados de Habilitación de los ómnibuses o autobuses conjuntamente con el Permiso Originario de Prestación de Servicios⁴⁹

Los Países Miembros permitirán la salida y el ingreso temporal, en su territorio, de los vehículos habilitados y registrados con suspensión del pago de los gravámenes e impuestos a la exportación o importación, cuando tales vehículos se encuentren realizando transporte internacional, o circulen por él como consecuencia de éste.

Los Países Miembros, por intermedio del Organismo Nacional Competente, permitirán cualquiera de las siguientes modalidades para el Transporte Internacional de Mercancías por Carretera:

- Transporte directo, sin cambio de vehículo;
- Transporte directo sin trasbordo de las mercancías, con cambio de la unidad de tracción; y
- Transporte directo con trasbordo de las mercancías.⁵⁰

El transporte de mercancías por carretera desde Colombia hacia Ecuador, está regulado en cada país para garantizar la seguridad en el tráfico de carga.

El transportista debe tener su correspondiente certificado de idoneidad que le permite ejercer su actividad principal y lo acredita como proveedor de transporte internacional por carretera.

A continuación se mencionan los pasos de frontera autorizados por el gobierno de Ecuador con los países vecinos y las ciudades que conectan.

Tabla 5: Pasos de frontera

Paso de Frontera	Ciudades que conecta	Países que conecta
Puente Internacional Rumichaca	Ipiales - Tulcán	Colombia – Ecuador
Puente San Miguel	San Miguel – San Lorenzo.	Colombia – Ecuador
Huaquillas - Aguas Verdes	Huaquillas - Aguas Verdes	Ecuador – Perú
El Alamor	Piura - Loja	Perú – Ecuador
La Balsa	San Ignacio – Zumba	Perú – Ecuador
La Tina	Suyo - Loja	Perú – Ecuador
Huaquillas - Aguas Verdes	Tumbes - El Oro	Perú – Ecuador

Fuente: Ministerio de Obras Públicas

⁴⁹ Anexo 7 presenta el listado de empresas colombianas con certificado de idoneidad para el transporte de carga internacional hacia Ecuador

⁵⁰ Tomado de la página de la Comunidad Andina. www.comunidadandina.org

Empresas

Las empresas que prestan el servicio de transporte terrestre en Ecuador se encuentran concentradas en la ciudad de Quito y Tulcán, lo cual responde a la dinámica del comercio del país.

Las Empresas transportadoras de carga Internacional prestan los servicios de movilización de mercancías, para tal efecto deben encontrarse registradas y habilitadas en el Consejo Nacional de Transito y Transporte de Ecuador.

En la siguiente tabla se menciona el número de empresas de transporte registradas por ciudad.⁵¹

Tabla 6: Empresas de Transporte

Ciudad	Total
Cantón del Carmen	1
El Guabo	1
Esmeraldas	1
Guayaquil	3
Huaquillas	2
Ibarra	1
Machala	2
Quito	20
Tulcán	10
Total general	41

Elaboración: Grupo Consultor

Estas empresas ofrecen principalmente las siguientes rutas, servicios y tarifas en promedio.

Tabla 7: Rutas y Tarifas de Transporte Terrestre US\$.

Rutas De:	Ruta A:	Contenedor 20 Pies	Contenedor 40 Pies
Ipiates	Quito	310.15	469.84
Ipiates	Guayaquil	776.18	970.22
Ipiates	Cuenca	793.95	994.64
Ipiates	Ambato	434.90	543.62
Quito	Guayaquil	491.78	614.72
Quito	Cuenca	522.59	660.49
Quito	Ambato	300.00	375.00
Guayaquil	Cuenca	300.00	379.17
Guayaquil	Ambato	345.69	438.83
Cuenca	Ambato	359.06	453.81
Manta	Quito	462.15	584.11
Manta	Guayaquil	312.00	394.33
Manta	Cuenca	527.33	666.48
Manta	Ambato	478.74	607.73
Esmeraldas	Quito	379.20	483.48
Esmeraldas	Guayaquil	551.03	688.78
Esmeraldas	Cuenca	798.21	986.51

⁵¹ El anexo 8 presenta empresas de transporte ecuatorianas

Rutas De:	Ruta A:	Contenedor 20 Pies	Contenedor 40 Pies
Esmeraldas	Ambato	459.78	574.73
Puerto Bolívar	Quito	600.80	759.34
Puerto Bolívar	Guayaquil	300.00	375.00
Puerto Bolívar	Cuenca	312.00	390.00
Puerto Bolívar	Ambato	437.00	552.65

Fuente: Empresas transportadoras

La siguiente tabla presenta una relación de algunos servicios ofrecidos.

Tabla 8: Servicios ofrecidos por las empresas

Servicios	Observaciones
Cargues y Descargues en origen y destino	Por cuenta y costo del exportador
Almacenamiento en Tulcán	Gratuito durante 15 días en zonas habilitadas como zona primaria aduanera, autorizadas por la Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE, (En caso requerido).
Seguro	Por cuenta y costo del exportador

Elaboración: Grupo Consultor

TRANSPORTE MARÍTIMO

Este es el medio de mayor movilización de carga internacional, no solo por los bajos costos sino adicionalmente por la eficiencia en sus instalaciones portuarias, destacándose el puerto de Guayaquil como uno de los más importantes de Latinoamérica.

Infraestructura

El sistema portuario de Ecuador está compuesto de siete puertos estatales (carga general y petróleos) y de diez muelles privados. Los puertos estatales incluyen tres puertos petroleros (Balao, La Libertad y Salitral) y cuatro de carga general (Guayaquil, Bolívar, Esmeraldas y Manta). Los tres primeros por las características del comercio internacional del país, presentan más actividad pero son de uso exclusivo para el petróleo, mientras los cuatro últimos, son los utilizados para el comercio de bienes.

Los cuatro puertos de carga general o comerciales se distribuyen a lo largo de los 700 Km. de la costa, ofreciendo un cubrimiento total del país.



La situación de los puertos desde el punto de vista geográfico, cubre las necesidades básicas del país. Dos puertos, Esmeraldas y Puerto Bolívar, están ubicados cerca a las fronteras Norte y Sur y los puertos de Guayaquil y Manta cubren la zona central y sur del país.

Las estadísticas comerciales del año 2002 muestran que el 61,7% del tráfico comercial se realizó a través de la Autoridad Portuaria de Guayaquil, convirtiéndolo en el puerto principal del Ecuador. Puerto Bolívar ocupa el segundo lugar, con un 17,7% y sirve, básicamente, a la provincia de El Oro y su área de Influencia. Así mismo, se identifica que la mayoría de la carga del país (57%) es carga general, seguida por la refrigerada, que representa una tercera parte de la carga movida por los puertos y solo 6,06 es granel líquido y 0,87% granel sólido, participaciones que se han mantenido en los últimos años, a excepción de la correspondiente a granel sólido, la cual se ha visto reducida en beneficio de la carga general.

Tabla 9: Movimiento portuario Ecuador (Toneladas movilizadas)

Puerto	Teu 2000	Teu 2001	Teu 2002	Toneladas 2000	Toneladas 2001	Toneladas 2002
Balao	-	-	-	15,633,631	16,237,268	15,199,782
Guayaquil	414,088	453,646	462,609	4,631,106	5,072,885	5,316,481
Puerto Bolívar	18,923	18,576	17,489	1,743,288	1,571,333	1,521,543
Esmeraldas	2,111	2,316	1,443	817,04	1,136,729	1,262,158
El Salitral	-	-	-	989,063	630,504	831,602
La Libertad	-	-	-	339,7	570,916	693,729
Manta	4,585	9,481	18,93	358,272	434,378	517,718

Fuente: Perfil Marítimo CEPAL

Tabla 10: Resumen Tipo de Carga Movilizada por las Autoridades Portuarias

Años	Tipos de Carga								
	Total	Refrigerada	%	granel seco	%	granel líquido	%	carga general	%
1997	8.791.070	2.451.182	27,88	1.198.475	13,63	161.578	1,84	4.979.835	56,65
1998	8.169.000	3.013.254	36,89	1.204.269	14,74	67.785	0,83	3.883.692	47,54
1999	7.618.457	3.001.243	39,39	587.809	7,72	56.984	0,75	3.972.421	52,14
2000	7.549.706	2.779.258	36,81	521.466	6,91	69.129	0,92	4.179.853	55,36
2001	8.215.326	2.896.824	35,26	528.646	6,43	102.814	1,25	4.687.042	57,05
2002	8.617.900	3.081.007	35,75	522.083	6,06	74.746	0,87	4.940.064	57,32

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE LA MARINA MERCANTE DEL LITORAL.
"Estadísticas Portuarias" Años: 1990 a 2002
ELABORACION: Dpto. Estadística

Tabla 11: Ingreso y salida de Naves según Capitanías de Puerto

Capitanías De Puerto	Años											
	1997		1998		1999		2000		2001		2002	
	Naves	%	Naves	%	Naves	%	Naves	%	Naves	%	Naves	%
ESMERALDAS	1688	24,83	1283	17,84	988	19,70	1136	19,00	999	16,84	1099	18,74
GUAYAQUIL	2415,5	35,51	2971	41,29	2288	45,58	2974,5	49,71	3013	50,75	2711,5	46,17
MANTA	208	3,06	256	3,56	119	2,37	179	2,99	208	3,50	228,5	3,89
PUERTO BOLIVAR	1580,5	23,25	1944	27,04	1054	21,01	989,5	16,56	999	16,84	1099	18,75
LA LIBERTAD	848	12,47	653	9,08	503	10,03	659	11,02	668	11,26	601	10,25
BALAO	60	0,88	85	1,18	66	1,32	43	0,72	48	0,81	53	0,90

FUENTES: INEC.- "Anuario de Estadísticas de Transporte", Años: 1997 a 2002
ARMADA DEL ECUADOR, "Estadísticas Portuarias" 1995 a 2001
ELABORACION: Dpto. Estadística

El conjunto de los puertos estatales comerciales del país tiene una longitud total de 3.653 metros de muelles. Ofrecen calados que van desde los 8 hasta los 12 metros.

En términos generales, los cuatro puertos se encuentran bien dotados, y en condiciones óptimas de funcionamiento. Los puertos de Guayaquil y Puerto Bolívar, han superado su capacidad instalada, por lo que se trabaja en su ampliación o mejoramiento de procesos.

La siguiente tabla contiene un resumen de las longitudes de los muelles de los puertos comerciales del Ecuador.

Tabla 12: Conjunto portuario ecuatoriano. Longitud de los muelles (en metros)

Uso	Esmeraldas	Manta	Guayaquil	Pto. Bolívar	Conjunto Portuario Nacional
Carga General	110	150	925	620	1.797
Contenedores	.	.	555	.	555
Multi uso	350	800	.	.	1.150
Gráneles	.	.	151	.	151
Totales Absoluto	460	950	1.631	620	3.653
Total Relativo	12	26	45	17	100

Fuente: Autoridad Portuaria Puerto Bolívar

Con relación a los prestadores del servicio de transporte marítimo en Ecuador, se encuentra la presencia de 17 flotas, con una oferta aproximada de 41 buques, de grandes dimensiones, sin embargo la mayoría de estas son flotas especializadas en el transporte de petróleo.

Las características generales de los cuatro Puertos se indican en la siguiente tabla:

Tabla 13: Características Generales de los puertos

Característica /Puerto	Esmeraldas	Manta	Guayaquil	Puerto Bolívar
Localización.	Provincia Esmeraldas Protegido por rompeolas que enmarcan una dársena 42 ha.	Provincia de Manabí Protegido por rompeolas de 7 m. ancho x 1.600 m. longitud hacia el océano	Provincia del Guayas En el Estero del Muerto frente a la Isla Trinitaria	Provincia del Oro Borde Este del Estero Santa Rosa frente a Isla Jambelí
Acceso marítimo	Acceso es directo desde el mar; Profundidad de m. rente al puerto	Acceso es directo desde el mar; Profundidad de 11 m. Frente al puerto	Canal de 50 millas náuticas; 200m. Y 150m de ancho y profundidad actual mínima de 8,0 Profundidad de diseño 9,3m y 0,7m de tolerancia.	Desde la boya de mar 4,5 millas náuticas hasta el puerto. Profundidad entre 9 y 12 metros, se planifica dragado hasta 10,5 metros.
Tiempo de entrada y salida desde ruta internacional de navegación hasta boya de mar.	4Hrs 15m de entrada o de salida.	1Hrs 33min. de entrada o salida.	2Hrs 42min. De entrada o salida.	3Hrs 45m de entrada o salida.
Tiempos de permanencia en puerto, muelle y operación.	19 Hrs de tiempo permanencia promedio en puerto. 18 horas promedio en muelle y 17 horas operación. (Buque Contenerizado)	19 Hrs de tiempo permanencia promedio en puerto. 18 horas promedio en muelle y 17 horas operación. (Buque Contenerizado)	33Hrs tiempo de permanencia en puerto, 17Hrs tiempo de permanencia en muelle y 16Hrs tiempo de operación. (Buque contenerizado)	71Hrs de tiempo de permanencia promedio. 45Hrs de muelle y 43Hrs de operación. (Buque Bananero) Tiempo en puerto 19 horas Tiempo en muelle 18 horas y tiempo de operación 17 horas para buque contenerizado según proyecto nuevo.
Acceso por Tierra	Se comunica con el sistema vial nacional por medio de dos carreteras de	Está conectado al sistema nacional de carreteras por la vía perimetral nueva de 4 carriles	Está conectado al sistema nacional de carreteras por la vía perimetral. Distancias: Quito y	Conectado con carreteras de primer orden con Guayaquil 182Km, con Cuenca por

Característica /Puerto	Esmeraldas	Manta	Guayaquil	Puerto Bolívar
	primer orden una por el Noroccidente de Quito y otra por el Suroccidente.	y 15 Km. de longitud; además con una carretera de 196 Km. en buen estado hacia Guayaquil, y de 257 Km. hacia Santo Domingo.	Esmeraldas 400km, Manta 190km, Pto. Bolívar 182Km, Cuenca 250km, Salinas 150 Km.	Pasaje y Girón 180km,, con Loja 230km y con Huaquillas 80km. Segundo orden con Zamora 300km y con Macas 440km.

Fuente: Autoridad Portuaria Puerto Bolívar

Las características de infraestructura de los puertos ecuatorianos se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 14: Características Generales de Infraestructura de los puertos

Instalaciones	Esmeraldas	Manta	Guayaquil	Puerto Bolívar
Muelles	2 marginales, 350 m. en total, 12.0 m. calado, delantal de 26 m., buen estado 1 marginal de servicios, 120 m. de largo, delantal 20 m., 8 m. calado , buen estado	2 espigones de 40 m. de ancho de delantal c/u, en total para 4 buques, 400 m. en total 9,6 - 9,0 - 8,4 y 7,8 m. calado 1 marginal, 100 m. largo, 5 m. de calado	5 marginales, 925 m. en total, 10 m. Calado, delantal de 30 m., buen estado para Carga General 3 marginales, 555 m. en total, 10 m. Calado, delantal 30 m., buen estado, dotado rieles grúa pórtico para contenedores. 1 Terminal de carga a Granel, 155m. (30.000 tons.)	1 Espigón de 30 m. de ancho delantal, para 2 buques, 130 m. de largo total cada atracadero, 10,5 m. calado, en mantenimiento.1 Marginal de 25m de delantal unido a tierra por tres pasarelas de 14 m. ancho c/u, 360 m. en total. 10,5 m. Calado
Patios	Área pavimentada al aire libre de 66.000 m ²	Patios al aire libre de 145.348 m ² contiguos al malecón de ciudad y alejados de los espigones	En zona de carga general 176.800 m ² , en el terminal contenedores 185.000 m ² .	Patios de almacenamiento con un total de 163.554 m ²
Áreas de reserva	Área de reserva para carga general: 110.000 m ² Área contigua al puerto de 22 ha. reservada para Zona Libre	No tiene áreas de reserva	Posee un área de reserva de 150 ha. con más de 1.000 ml. Para muelles hacia Estero del Muerto	Posee un área de reserva de 27 ha. Con 530 ml. para muelles hacia Estero Santa Rosa
Almacenes	1 Bodega de tránsito de 7.200 m ² 1 Bodega paletizar banano	5 Bodegas: 9.962 m ² para carga general 1 Bodega: 450 m ² para carga	23 Bodegas: 61.200 m ² para carga general 3 Bodegas: 22.500 m ² área	6 Bodegas: 10.152 m ² para carga general 6 Bodegas para paletizar banano

Instalaciones	Esmeraldas	Manta	Guayaquil	Puerto Bolívar
	1 Bodega carga peligrosa	peligrosa	contenedores CFS 4 Bodegas: 6.000 m ² para carga peligrosa	con un área de 14.576m ² . Total de bodegas 24.728

Fuente: Autoridad Portuaria Puerto Bolívar

Las capitanías de puerto que movilizan mayor volumen de carga son Esmeraldas, Guayaquil y Manta, las cuales han mantenido unos porcentajes similares, destacando un significativo aumento en el puerto de Esmeralda entre los años 1999 hasta el 2001 (de 3.5% en promedio).

Puerto de Guayaquil

El puerto marítimo de Guayaquil está localizado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo de mar, el Estero Salado, a diez kilómetros al sur del centro comercial de la ciudad del mismo nombre y cuya situación geográfica es la siguiente: Latitud 2° 16' 51" S - Longitud 79° 54' 49" O.

Este puerto posee una infraestructura que le permite brindar servicios a todo tipo de naves, así como manipular y almacenar contenedores o cualquier tipo de carga seca o refrigerada.



Puerto Bolívar

Puerto Bolívar constituye la puerta de salida de los productos de exportación de la región de influencia ubicada en la provincia de El Oro y parte de Azuay, Cañar, Guayas y Zamora.

Puerto Bolívar movilizó en el 2002, 1.521.543 Toneladas, 17.7% del total de la carga de exportación de los cuatro puertos comerciales.

El producto de exportación más importante que pasa por Puerto Bolívar es el banano (92% de la carga total), por lo cual es frecuentemente mencionado como puerto bananero.

El Puerto de Guayaquil, solamente a 182 Km de distancia, es el principal competidor de Puerto Bolívar disputando con la carga de importación como de exportación de la zona de influencia de este puerto. El potencial desarrollo del Proyecto Binacional con el Perú convierte a Paita en un puerto competidor a futuro. Puerto Bolívar está unida a su zona de influencia por las siguientes carreteras de 1er orden: Machala-Guayaquil, Machala-Pasaje- Girón- Cuenca, Machala- Huaquillas-Aguas Verdes-Paita, Machala-Santa Rosa-Loja-Zamora.



Puerto de Manta

El puerto de Manta, ubicado en la provincia de Manabí, es uno de los que menores problemas presentan en el acceso de naves, debido a que es un puerto abierto de gran calado, (10 a 12 metros de profundidad).

El puerto está comunicado vía marítima con los puertos principales de la Costa Ecuatoriana, de la Costa oeste de Sudamérica, Centro y Norte América, además de los Puertos de la Costa Asiática, Australiana, Atlántica, etc.

Por su ubicación geográfica, se encuentra a 196 Km. de Guayaquil, 400 Km. de Quito, 687 Km. de la Frontera norte con Colombia y 466 Km. de la frontera sur con Perú.

El puerto está comunicado con la Zona Franca de Manta, 18 hectáreas, Zoframa, 75 hectáreas.

Actualmente, este puerto ha sido incluido en el proyecto de la vía interoceánica Manta-Manaos, lo que le augura un gran potencial como puerto que permita el acceso de mercancía entre el pacífico y Brasil. El proyecto como tal, contempla un inicio en Manta, para continuar con un eje vial hasta Puerto Orellana, continuando con una línea férrea por la ribera del Amazonas hasta Manaos en Brasil.

Puerto de Esmeraldas

El Puerto de Esmeraldas, construido en 1979, está destinado a recibir embarcaciones de diverso tamaño, y que cuenta con facilidades requeridas para carga y descarga de mercadería.

Las instalaciones del puerto comercial están dentro de un recinto completamente cerrado, que cuenta con adecuadas condiciones de seguridad y vigilancia.

El área del puerto marítimo tiene una extensión aproximada de 40 ha., de acuerdo a planos, con una profundidad de 11m.

Dentro de la planificación de las áreas del puerto existe la posibilidad de crecimiento de muelles, vías de circulación, áreas de bodegaje cubiertas y descubiertas, etc.

En la actualidad las instalaciones existentes no están utilizadas al máximo, porque el actual movimiento del puerto no permite el total aprovechamiento de las mismas y porque la tercerización de algunos servicios ha dejado sin uso otras que ahora están desocupadas. Es indispensable señalar que la capacidad operativa instalada del puerto es superior al movimiento actual. El puerto está listo para un crecimiento de actividades futuro.

El puerto desde sus orígenes se ha caracterizado por el manejo de productos como el hierro, acero, equipo y material petrolero, maquinarias, vehículos armados y CKD. En



materia de los productos del sector automotriz manejados en este puerto, se caracterizan por tener como destino, casi exclusivo la ciudad de Quito, donde se concentra la actividad automotriz del país.

Servicios y Fletes de Transporte Marítimo de Colombia a Ecuador

La oferta de transporte marítimo regular, buques y frecuencia con destino a Ecuador está disponible en el siguiente Link de la página Web Logística Proexport Colombia:

<http://local.proexport.com.co/LOGISTICA/TransporteMaritimo/frTransMaritimo.asp?CodPais=239&NomPais=ECUADOR>

La información de tarifas Marítimas se encuentra disponible en el siguiente Link:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=2220&IDCompany=8>

Normatividad

La autoridad de transporte marítimo en Ecuador es la Dirección General Marítima Mercante y del Litoral. El transporte marítimo en Ecuador, se rige por el Convenio Interamericano para facilitar el transporte acuático internacional (Convenio de Mar del Plata) de 1991, y mediante la Decisión 288 de la CAN: Libertad de Acceso a la Carga Originada y Destinada, por Vía Marítima, dentro de la Subregión andina, que establecen “libertad de acceso para la carga originada y destinada, por vía marítima, dentro de la Subregión, a ser transportada por buques de propiedad, fletados u operados por Compañías Navieras de los Países Miembros y de terceros países”.

Así mismo, la Decisión 314: Libertad de Acceso a las Cargas Transportadas por vía marítima y políticas para el desarrollo de la Marina Mercante del Grupo Andino la cual posteriormente es modificada por la Decisión 390: “Libertad de Acceso a las Cargas Transportadas por Vía Marítima y Políticas para el Desarrollo de la Marina Mercante del Grupo Andino”

El artículo 4 “La Junta del Acuerdo de Cartagena, a solicitud de cualquiera de los Países Miembros, podrá establecer transitoriamente y a nivel comunitario restricciones, exclusiones de los tráficos u otras medidas que se juzguen pertinentes a empresas de transporte marítimo de terceros países que, a su vez, restrinjan o discriminen a los buques de propiedad, fletados u operados por empresas de transporte marítimo de los Países Miembros. Dichas medidas serán aplicadas en los Países Miembros, en la forma que establezca la Junta mediante Resolución”.⁵²

En el transporte marítimo de mercancías se promueven la libertad en el tráfico obviamente sujeto a las negociaciones multilaterales que garanticen la igualdad y la fijación de las tarifas sujetas a la oferta y la demanda, al igual que a los tráficos de las líneas regulares y sus frecuencias o en casos especiales a los fletadores de tipo tramping.

⁵² Tomado de la Página del ALCA

Tabla 15: Niveles tarifarios Comparativos

Nomenclatura	PUERTO DE GUAYAQUIL		PUERTO DE MANTA		PUERTO DE ESMERALDAS		PUERTO BOLIVAR	
	En US \$/Unidad	Observación	En US \$/Unidad	Observación	En US\$/Unidad	Observación	En US\$/Unidad	Observación
USO DE FACILIDADES DE ACCESO								
Canales de Acceso al Puerto Marítimo	0,16 TRB *	Entrada y salida	0,04 / TRB *	Entrada y salida	0,12 TRB *	Entrada Y Salida	0,05/TRB *	Entrada Y Salida
USO DE MUELLES POR LAS NAVES								
Muelles de los atracaderos	0,5 Mt Eslora/hora	Muelle del Atracadero 1	0,3 Mts Eslora/Hor	Muelles Aguas Profun	0,3 Mts Eslora/Hor	Muelles Internaciona.	0,36 Mts. Eslora/Hora	Muelle Espigon 1 y 2
Muelles de los atracaderos		1A 1B 1D 2 al 6 3/4	0,05 Mts Eslora/Hor	Muelles Aguas Margin			0,42 Mts. Eslora/Hora	Muelle Margina 3 y 4
USO DE INFRAESTRUCTURA PORTUARIA POR LAS CARGAS								
CARGA EMBARCADA								
General	2,50 Ton.		2,00 Ton		2,18 Ton		2,7/Ton.	
Gráneles Sólidos	2,50 Ton.		2.20 Ton		2,18 Ton		1,65/Ton.	
Gráneles Líquidos	1,50 Ton.		1.50 Ton				1,65/Ton.	
Contenedores	25.00 Teu		15.00 Teu		15Teu		20,00/Teu	
CARGA DESEMBARCADA								
General	3,00 Ton/M3		2.85 Ton o M3		3 Ton		3,4/Ton.	
Gráneles Sólidos	2,50 Ton/M3		2.00 Ton		2,1 Ton		1,65/Ton.	
Gráneles Líquidos	2,00 Ton/M3		1.80 Ton				1,65/Ton	
Contenedores	40,00 TEU		30.00 TEU		35 Teu		40.00/Teu.	
CARGA EN TRANSBORDO								
General	1.25 Ton	Las 2 operaciones	1.20 Ton	Las 2 operaciones	1,53 Ton.	Las 2 Operaciones	1,89 Ton.	Las 2 Operaciones
Contenedores	12,50/Teu.		10.00 TEU.	Las 2 operaciones	10,50/Teu.		14,00/Teu.	
CARGA EN TRANSITO								
General	1,50 Ton		1,3 Ton o M3	Cada operación	3 Ton	Cada Operación	1,7/Ton.	Cada operación
Contenedores		Cada operación	10.00 TEU	Cada operación	35 Teu		20.00/Teu.	
CONTENEDORES VACIOS	10,00 / Unit		5.00 / Unit	+20% sobre tarifa normal	14,00/Unit	Cada Operación	12.00/Unit	
CARGA PELIGROSA	General 3,6 Conten 48,00	Gráneles Sólidos 3,36 Líquidos 2,40	-----		-----	+ 20 % Sobre La Tarifa Normal	+20% Sobre La Tarifa Normal	

Nomenclatura	PUERTO DE GUAYAQUIL		PUERTO DE MANTA		PUERTO DE ESMERALDAS		PUERTO BOLIVAR	
	En US \$/Unidad	Observación	En US \$/Unidad	Observación	En US\$/Unidad	Observación	En US\$/Unidad	Observación
USO DE ZONAS DE ALMACENAMIENTO (El recargo en la Tarifa será únicamente para las mercaderías de importación)								
De 1ra. Línea abiertos (patios)	Privatizado	Privatizado	0.08 Ton-Día	La carga de importación no tendrá días libres de Almacenamiento.	0,14 Ton/ Día	6 Días Libres, 1er Mes Paga 24 Días, Cada Mes Sgte + 20%	0,10 Ton O M3/Día	8 Días Libres, 1er Mes Paga 22 Días, C/ Mes + 50%
De 1ra. Línea cerrados (Bodegas)	Privatizado	Privatizado	0.12 Ton-Día		0,18 Ton/ Día	Ídem	0,10 Ton O M3/Día	8 Días Libres, 1er Mes Paga 22 Días, C/ Mes + 50%
De 2da. Línea abiertos (patios)	Privatizado	Privatizado	0.08 Ton-Día		0,11 Ton/Día	Ídem		
De 2da. Línea cerrados (Bodegas)	Privatizado	Privatizado	0.10 Ton-Día		0,15 Ton/Día	Ídem		
Contenedores llenos	Privatizado	Privatizado	1.00 TEU/Día	La carga de exportación contará con 3 días libres de almacenamiento	1 Teu/Día	6 Días Libres, 1er Mes Paga 24 Días Cada Mes Sgte + 100 %	1,00 Teu/Día	8 Días Libres, 1er Mes Paga 22 Días, C/ Mes + 50%
Contenedores Vacíos	Privatizado	Privatizado	1.00 TEU/Día		1 Teu/Día	Ídem	1,00 Teu/Día	8 Días Libres, 1er Mes Paga 22 Días, C/ Mes + 50%
Movilización de contenedores en puerto	10.00 Unit		20.00 Unit		20 Unit		20,00 Unit	
SERVICIOS Y SUMINISTROS								
Suministros de Telecomunicaciones	+20% Impulso		+30% Impulso	Sobre valor facturado a APM	+30% Impulso	Sobre Valor Facturado A Ape	+30% Impulso	Sobre Valor Facturado A La Appb ***
Suministros de Energía Eléctrica	+20% KWH	Ídem	+30% KWH	Sobre valor facturado a APM	+ 30% x Kwh	Sobre Valor Facturado A Ape	Uso de Tomas Reefer 1,67 Tomas/hora	Valor incluye el consumo de energía eléctrica
Suministros de Agua Potable	+20% M3	Ídem	+30% M3	Sobre valor facturado a APM	+ 30% x M3	Sobre Valor Facturado A Ape	2.50 M3	
Servicio de Lancha Privada			60.00	Por cada maniobra cancela el OPB**			10,00	Por Cada Maniobra Cancela El OPB

*TRB Toneladas Registro Bruto.

**OPB Operador Portuario del Buque

***Applebee's International Inc.

Fuente: Información tomada del Website de cada uno de los puertos
Elaboró: Grupo Consultor

TRANSPORTE AÉREO

La vía aérea es la tercera en importancia en movimientos de carga, liderada por el aeropuerto de Quito. El uso de este medio se restringe por sus altos costos, principalmente a mercancías de alto valor o de pesos y volúmenes inferiores, así como a envíos urgentes.

Infraestructura

Los dos principales aeropuertos de Ecuador son el Mariscal Sucre (Quito) y el Simón Bolívar (Guayaquil), sirviendo ambos vuelos nacionales e internacionales; además el TCNL. Luis A. Mantilla en Tulcán, así como el General Rivadeneira en Esmeraldas también operan vuelos internacionales. De igual forma, existen terminales aeroportuarias en otras ciudades para vuelos internos, como el Base Latacunga en Latacunga, el Eloy Alfaro en Manta y el Mariscal Lamar en Cuenca sumando en total 28 aeropuertos y aeródromos de diversas categorías.

La siguiente tabla presenta la relación de los distintos aeropuertos ecuatorianos según ubicación y categoría; sin embargo, para el comercio internacional, los únicos que sirven como puerto de ingreso son el aeropuerto de Quito y el de Guayaquil, mientras que los otros pueden ser útiles para la distribución de productos a nivel nacional.

Tabla 16: Estructura de los Aeropuertos Según Ciudades de Ubicación y Categoría

Nombre Aeropuerto	Ciudad	Categoría
MARISCAL SUCRE	QUITO	1
SIMON BOLIVAR	GUAYAQUIL	1
MARISCAL LAMAR	CUENCA	2
ATAHUALPA	IBARRA	2
LAGO AGRIO	NUEVA LOJA	2
FCO. DE ORELLANA	NAPO	2
GRAL. M. SERRANO	MACHALA	2
TCNEL. Luis A. MANTILLA	TULCAN	2
GRAL. RIVADENEIRA	ESMERALDAS	2
SANTO DOMINGO	SANTO DOMINGO	3
CHACHOAN	AMBATO	2
BASE LATACUNGA	LATACUNGA	1
CHIMBORAZO	RIOBAMBA	2
CAMILO PONCE	CATAMAYO	2
LA ORQUIDEA	GUALAQUIZA	3
MACAS	MACAS	2
LOS PERALES	BAHIA	2
ELOY ALFARO	MANTA	2
MYOR. GALO TORRES	TENA	2
RIO AMAZONAS	SHELL MERA	2
REALES TAMARINDOS	PORTOVIEJO	2
SEYMOUR	ISLA BALTRA	2
SAN CRISTOBAL	BAQUERIZO MORENO	2
ISABELA	PTO. VILLAMIL	2

Nombre Aeropuerto	Ciudad	Categoría
TAISHA	M.SANTIAGO	3
MONTALVO	PASTAZA-MONTALVO	3
TRES CERRITOS	PASAJE	3
J.M. VELASCO IBARRA	MACARA	2

NOTA: 1 Tráfico Internacional, 2 Tráfico Nacional, 3 S. Militares
 FUENTE: DIRECCION DE AVIACION CIVIL, " Boletín Estadístico", año 2002
 ELABORACION: Dpto. Estadística

Existe un proyecto de construcción de nuevos aeropuertos en Quito y en Guayaquil. De una inversión total prevista de US\$500 millones para los dos aeropuertos, se estima que al menos el 60% corresponderá a inversión privada.

Las compañías nacionales de aviación que operan en rutas internacionales son AECA, ANDES, ECUATORIANA, SAETA Y TAME. Las compañías ecuatorianas de aviación que operan en rutas nacionales son AEROGAL, CEDTA, LANSA, SAN, SAETA, TAME y AECA.

La carga movilizada por vía aérea se dirigió principalmente por el aeropuerto de Quito y ha presentado un leve aumento en el periodo 1998-2001, mientras que el aeropuerto de Guayaquil aunque ha aumentado los volúmenes de salida de mercancías, aún dista mucho de los niveles del aeropuerto de Quito.

Tabla 17: Carga en Kilos Salida del País

Ciudad	1998		1999		2000		2001		2002	
	No. Kilos	%								
Total	102.144.270	100	106.134.490	100	114.287.910	100	125.414.350	100	127.299.110	100
Quito	74.177.790	72,62	80.486.460	75,83	89.116.470	77,98	94.477.460	75,33	91.556.510	71,92
Guayaquil	17.582.920	17,21	23.823.920	22,45	24.915.840	21,80	26.002.120	20,73	30.707.970	24,12
Manta	5.245.400	5,14	909.640	0,86	66.880	0,06	200	0,00	-	-
Otros	5.138.160	5,03	914.470	0,86	188.720	0,17	4.934.570	3,93	5.034.630	3,95

FUENTE: INEC, DAC, División de Transporte Aéreo, Años 1998 a 2002
 ELABORACIÓN: Dpto. Estadística

En cuanto a los volúmenes de carga ingresada por vía aérea la relación entre los aeropuertos no es tan significativa, pero igual indica que Quito moviliza mayores niveles que Guayaquil y que por Manta no ingresan mercancías por esta vía desde el exterior.

Tabla 18: Carga en Kilos Ingresada al País

Ciudad	1998		1999		2000		2001		2002	
	No. Kilos	%	No. Kilos	%						
Total	33.580.100	100	19.708.200	100	22.849.760	100	30.550.130	100	36.681.300	99
Quito	19.140.620	57,00	11.815.850	59,95	14.719.470	64,42	20.221.630	66,19	24.411.390	66,55
Guayaquil	12.854.900	38,28	7.826.920	39,71	8.130.290	35,58	10.328.500	33,81	12.016.720	32,76
Manta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	1.584.580	4,72	65.430	0,33	-	-	-	-	253.190	-

FUENTE: DAC, División de Transporte Aéreo, Años 1998-2002
 ELABORACIÓN: Dpto. Estadística

Servicios y Fletes de Transporte Aéreo de Colombia a Ecuador

La oferta de transporte aéreo, aviones de pasajeros para carga limitada, cargueros y frecuencias con destino a Ecuador está disponible en el siguiente Link de la página Web Logística Proexport Colombia:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=431&IDCompany=8>

La información de tarifas Aéreas se encuentra disponible en el siguiente Link:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/NewsDetail.asp?ID=2593&IDCompany=8>

Normatividad

El transporte aéreo en Ecuador, liderado por el Consejo Nacional de Aviación Civil y por la Dirección General de Aviación Civil, como máximas autoridades del sector, han adoptado las decisiones de la Comunidad Andina de Naciones, en especial la decisión 361: Modificación de la Decisión 320 "Múltiple Designación en el Transporte Aéreo en la Subregión Andina"

"Los Países Miembros podrán designar a una o más empresas nacionales de transporte aéreo con permiso de operación para la realización de servicios de transporte aéreo internacional regular de pasajeros, carga y correo, en cualquiera de las rutas dentro de la Subregión, garantizando el libre acceso al mercado y sin ningún género de discriminación."

"Los Países Miembros se conceden el libre ejercicio de los derechos de tercera, cuarta y quinta libertades del aire en vuelos regulares".

"Los Países Miembros adoptan un régimen de libertad para los vuelos no regulares de carga de sus empresas, que no constituyan un conjunto sistemático de vuelos entre un mismo origen y destino, que se realicen entre países de la Subregión y terceros países." 53

En la regulación del transporte aéreo, en cuanto a tarifas, pese a que existen niveles máximos recomendados por IATA, la competencia internacional, hay diferentes niveles, de acuerdo con las estrategias comerciales de las compañías generando fluctuación en los fletes.

REGLAMENTO DE IMPORTACIÓN DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL.⁵⁴

Reglamento Específico Que Regula y Limita La Exención a La Importación o Exportación, de Las Muestras Sin Valor Comercial

Art. 1.- De conformidad con lo dispuesto en el Art. 49 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Aduanas se entiende por "Muestra sin Valor Comercial" cualquier mercancía o producto que se importe o exporte a consumo con la finalidad de demostrar sus características y propiedades, que carece de todo valor comercial, ya sea por que no lo tiene debido a su cantidad, peso, volumen u otras condiciones de presentación, o porque ha sido privado de ese valor mediante operaciones físicas de inutilización que evite toda posibilidad de ser comercializadas.

Asimismo, se consideran como "Muestras sin Valor Comercial", aquellas mercancías cuyo empleo como muestra implica su destrucción por degustación, ensayo o análisis, tales como productos

⁵³ Tomado de la página del ALCA.

⁵⁴ Acuerdo Ministerial No. 33. RO/ 839 de 11 de Diciembre de 1995. Fuente: CORPEI - Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones -Ecuador- // www.corpei.org

alimenticios, bebidas, perfumes, productos químicos, farmacéuticos u otros productos análogos, siempre que se presenten en dimensiones, cantidad, peso, volumen u otras formas reducidas, que demuestren inequívocamente su condición de muestras sin valor comercial.

Art. 2.- La exención establecida en el Art. 23 e) de la Ley Orgánica de Aduanas para las muestras sin valor comercial comprende los derechos arancelarios, IVA e ICE e incluso las tasas por servicios aduaneros que gravan la importación a consumo, siempre que su valor CIF no exceda de US. \$ 500 (Quinientos) dólares norteamericanos o su equivalente en otras divisas. No podrá otorgarse la exención prevista en el presente artículo a las mercancías que excedan del valor señalado, estando por tanto el excedente sujeto al pago de todos los tributos establecidos a la importación, incluso el de las tasas por servicios aduaneros y modernización.

Art. 3.- Para gozar de la exención prevista en el artículo anterior, las muestras sin valor comercial deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Que el remitente sea el productor de las mercancías, su representante o exportador autorizado;
- b) Que el destinatario sea una empresa o importador dedicado habitualmente a esta actividad comercial;
- c) Que la documentación, ya sea factura comercial, de transporte u otra correspondiente al envío, contenga anotaciones o menciones que demuestren inequívocamente que se trata de muestras sin valor comercial de conformidad con el Art. 1 del presente Acuerdo; y,
- d) Que los productos exhiban o presenten indicaciones, leyendas, señales o impresiones de que se trata de muestras sin valor comercial y que por lo tanto impide su comercialización.

En caso de duda, la Administración de Distrito competente podrá realizar operaciones físicas de inutilización como perforaciones, colocación de sellos, marcas u otras señales a la mercancía, que evite su comercialización.

Art. 4.- El ingreso o salida de mercancías como muestras sin valor comercial está sujeta al cumplimiento de las regulaciones existentes en el país a la importación o exportación a consumo.

Art. 5.- Sin excepción, el despacho de las muestras sin valor comercial se realizará mediante la presentación a la Aduana de Distrito competente de la declaración simplificada de importación o exportación según corresponda, acompañada de la documentación correspondiente, de acuerdo con los requisitos establecidos en el Art. 3 del presente Acuerdo.

Art. 6.- El envío de muestras sin valor comercial a través de la vía postal, se sujetará a las regulaciones y limitaciones del presente Acuerdo, debiendo la empresa de correo o courier, informar al remitente la necesidad de adjuntar a cada envío, los diferentes documentos de acompañamiento exigidos y el cumplimiento de las regulaciones existentes a la importación o exportación.

Art. 7.- Asimismo, el envío de muestras sin valor comercial en forma fraccionada a través de la vía postal o por cualquier otra vía, deberá ser declarado por el remitente y acompañada, en cada caso, de los diferentes documentos de acompañamiento exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas, su Reglamento General y disposiciones conexas.

Art. 8.- La Dirección Nacional del Servicio de Aduanas podrá en casos especiales debidamente justificados, ampliar el monto de la exoneración señalada en el artículo 2 del presente acuerdo, sin perjuicio del cumplimiento de las condiciones y requisitos fijados para las muestras sin valor comercial.

ANEXOS APENDICE DFI**Anexo 1: Glosario**

El presente glosario ha sido tomado de la CAE.

Abandono Tácito: Es el que se produce cuando el consignatario o exportador no ha aceptado la consignación o cuando no ha declarado o retirado la mercancía, según el caso, dentro del plazo de depósito o almacenaje, cuando no se han presentado al Aforo y cuando no se han pagado los tributos dentro del plazo estipulado.

Abandono Expreso: Es la renuncia escrita de la propiedad de la mercancía hechas a favor del Estado por quien tiene la facultad legal de hacerlo. Su aceptación por parte del Gerente Distrital extingue la obligación tributaria.

Agente de Carga: La persona natural o jurídica autorizada por la CAE, que ocupa un espacio en el Medio de Transporte de una línea de transporte para colocar carga en forma agrupada, bajo su propio nombre y responsabilidad destinada a uno o más consignatarios finales.

Almacenes Temporales: Aquellos lugares físicos, autorizados y habilitados por la CAE para recibir mercancía en forma provisoria hasta tanto se las someta a una operación aduanera.

Operador de Comercio Exterior: Persona natural o jurídica debidamente registrada ante la CAE, para realizar por cuenta de otro los trámites correspondientes a las operaciones y actividades aduaneras, establecidas en la ley y demás disposiciones legales.

Bultos Faltantes: Aquella mercancía que una vez concluida la descarga resultare faltar, con relación a la que hubiera sido declarada en los documentos de transporte indicados en el Manifiesto de Carga.

Bultos Sobrantes: Aquella mercancía que una vez concluida la descarga resultare de más, con relación a la que hubiera sido declarada en los documentos de transporte indicados en el Manifiesto de Carga.

Conocimiento de Embarque: Escritura privada en la que el capitán y cargador reconocen el hecho del embarque de la mercancía y expresan las condiciones del transporte convenido (Bill of Lading).

Conocimiento de Embarque House: Documento que emite el Consolidador de Carga para cada uno de los cargamentos que consolida bajo un Documento de transporte Master.

Contenedor: Instrumento de transporte, de material suficientemente resistente para permitir su uso reiterado, apto para facilitar el transporte de mercancía distinta sin operaciones intermedias de carga; provisto de dispositivos que permitan su manejo por medio de un transporte cualquiera.

Consolidador/Desconsolidador de Carga: Empresa autorizada a agrupar / Desagrupar carga destinada a uno o más Consignatarios finales y transportarla bajo su propio nombre y responsabilidad.

Descarga Directa: Actividad mediante la cual la mercancía es desembarcada del Medio de Transporte directamente a otro Medio de Transporte, con destino a un almacén temporal ubicado fuera de la zona primaria, donde permanecerá bajo potestad aduanera y sin derecho a uso, mientras se cumple el trámite aduanero respectivo.

Descarga: Operación mediante la cual se baja la mercancía de un Medio de Transporte, en la que se verifica la cantidad de bultos, los sobrantes, faltantes y averías.

Documento de Recepción de Medio de Transporte (DRM): Formulario que suscribe el Funcionario de Control de Zona Primaria, preguntando al Capitán, Agente u Oficial del Medio de Transporte, al momento de llegada, en el que se relaciona los datos del Medio de Transporte, pormenores someros referentes al viaje, breve descripción de la Carga, miembros de la tripulación, cantidad de pasajeros y número de folios de documentos anexos.

Documento de Transporte: Documento privado que emite el transportador y que se denomina según el tipo de transporte utilizado: conocimiento de embarque, guía aérea, carta de porte internacional por carretera, carta de porte ferroviaria y guía de encomiendas

Formato: El impreso en papel o registrado en soportes como: medios magnéticos, discos compactos, microfichas, películas y cualquier otro que se logre con los avances tecnológicos, siempre que no tengan valor comercial.

Envío Urgente: Mercancía que debe ser retirada rápidamente y con prioridad, en razón de su naturaleza o por razones de urgencia debidamente justificada.

Errores Materiales: Son las discrepancias entre los datos contenidos en el Manifiesto de Carga y lo establecido en el Documento de Transporte. En el caso de errores en el documento de transporte, se exceptúan las correcciones referidas a cantidad y peso, las cuales se rigen por las disposiciones para bultos sobrantes y faltantes.

Guía Aérea: Documento equivalente al conocimiento de embarque, utilizado en el transporte aéreo de mercancía.

Guía Courier: Documento de transporte que da cuenta del contrato entre el embarcador y la Empresa de Mensajería Internacional "Courier" por cada envío; la cual deberá cumplir con los requisitos para el transporte internacional.

Habilitación: Lapso fuera de las horas hábiles o días feriados durante el cual se practican operaciones o servicios aduaneros. Se entenderán igualmente por habilitación la prestación del servicio aduanero en sitios distintos a la zona primaria.

Manifiesto de Carga: Documento en el cual se detalla la relación de mercancía que constituye la carga de un medio o de una unidad de transporte y expresa los datos comerciales de la mercancía.

Manifiesto Impreso: Documento impreso, en el que se relaciona toda la mercancía que arriba al país en un medio de transporte.

Manifiesto Electrónico: Información detallada de la carga que arriba al país, que se envía a la CAE en formatos de datos y a través de medios electrónicos.

Pasajeros: Las personas nacionales o extranjeras que entren o salgan del territorio nacional por los lugares habilitados para operaciones aduaneras.

Precinto: Pieza de metal o de otro material que sirve para unir los dos extremos de una ligadura en condiciones que ofrecen total seguridad. Hilo, bramante, banda o artículos similares destinados a ser utilizados en combinación con un sello.

Provisiones de a Bordo: Procedimiento aduanero que permite el ingreso bajo potestad aduanera de los víveres y provisiones, previa declaración a la aduana, los cuales están liberados del pago de impuestos de importación y de la tasa por servicios de aduanas, siendo destinados al uso y consumo de los pasajeros y tripulantes del medio de transporte que realicen transporte internacional de carga o pasajeros. Podrán ingresar igualmente bajo este régimen el material de reparación y accesorios para los medios de transporte que efectúen el transporte internacional de carga o pasajeros.

Corrección: Corrección de errores materiales en el Manifiesto de Carga, Formatos de Transporte y Actas de Recepción registrados y consignados ante la CAE.

Tránsito Aduanero Internacional: Paso legal y voluntario por territorio aduanero nacional, de mercancía extranjera, destinada al consumo en otro país.

Tránsito Aduanero Nacional: Régimen aduanero aplicable a la mercancía transportada de una Oficina Aduanera a otra, bajo control aduanero.

Traslado: Actividad a través de la cual la mercancía es trasladada de un Almacén Temporal ubicado dentro de la zona primaria, a otro ubicado fuera de ésta o a Depósitos, Zonas Francas etc., donde permanecerá bajo potestad aduanera.

Tripulantes: Aquellas personas que se encuentren a bordo de un medio de transporte prestando servicios en calidad de empleados del transportista.

Anexo 2: Documento Único de Importación

 DOCUMENTO UNICO DE IMPORTACION A DECLARACION AL BANCO CENTRAL Y VISTO BUENO DECLARACION ADUANERA No. 1566791											
A ADUANA / BANCO											
01 NÚM. ORDEN	02 ADUANA	03 CODIGO	04 RESUMEN	05 CUBAJO	06 BANCO	07 OFICINA	08 FECHA PRESENTAC.				
B IMPORTADOR / AGENTE / AUTORIZACIONES / TRANSACCION						C REGISTRO DE ADUANA					
09 IMPORTADOR O COMISAGUANO			10 VISTO BUENO BANCO			FECHA			11 NÚM. DOC.		
12 DIRECCION			13 TIPO DE DOCUM. REC./C.L./COMASTRO/PASAPORTI			14 SECTOR			15 FECHA INICIA		
16 TIPO DE DOCUM. REC./C.L./COMASTRO/PASAPORTI			17 SECTOR			18 FIRMA Y CODIGO			19 FECHA NUMER.		
14 NÚM. AUTORIZACION PREVIA			FECHA			15 NÚM. AUTORIZACION PREVIA			20 DIGITADO POR		
16 DNI/CONSIG.			17 DECLARANTE / AGENTE			CODIGO			21 SUJETO A		
18 DNI/CONSIG.			17 DECLARANTE / AGENTE			CODIGO			22 COMPR.		
18 DNI/CONSIG.			17 DECLARANTE / AGENTE			CODIGO			23 VESTAFORADOR		
18 DNI/CONSIG.			17 DECLARANTE / AGENTE			CODIGO			24 MONEDA DE TRANSACCION		
18 DNI/CONSIG.			17 DECLARANTE / AGENTE			CODIGO			25 CODIGO		
D EMBARCADOR / REMITENTE											
26 NOMBRE DEL REMITENTE			27 PUERTO DE EMBARQUE			CODIGO			28 FECHA FACTURA		
29 DIRECCION			30 PAIS DE PROCEDENCIA			CODIGO			31 BENEFICIARIO DE GIRO		
E CERTIFICADOS											
32 NÚM. CERTIFICADO DE INSPECCION			33 EXON. CERT.			34 NÚM. CERTIFICADO DE ORIGEN			35 FECHA EMISION		
36 OTROS			37 NÚM. DESP. PAR.								
F TRANSPORTE											
38 VIA DE TRANSPORTE			CODIGO			39 FECHA EMBARQUE			40 FECHA LLEGADA		
41 T. CARGA			COD.			42 BANDERA			COD.		
43 NÚM. REGISTRO - AÑO			44 LINEA DE TRANSPORTE			CODIGO			45 NÚM. CARGA / TRANSP.		
46 CODIGO			47 NÚM. NAUVEL. ADMERNAV. VE.			48 NÚM. CONOC. / B. AEREA / C. PORTE					
G TRANSITO Y REGIMEN PRECEDENTE											
49 LINEA TRANSPORTE / TRANSITO			CODIGO			50 NÚM. NAUVEL. ADMERNAV. VE.			51 REGIMEN PRECEDENTE		
52 CODIGO			53 NÚM. DOCUMENTO			54 FECHA VENCIMIENTO			55 ALMACEN		
56 CODIGO			57 CODIGO			58 DEPOSITO			CODIGO		
59 ADUANA SALIDA			CODIGO			60 ADUANA DESTINO			CODIGO		
61 PAIS DESTINO			CODIGO								
H DETERMINACION DE LA BASE IMPONIBLE											
62 TIPO DE CAMBIO USD			63 FOB			TOTAL MONEDA TRANSACCION			TOTAL EN DOLARES USD		
64 T. CAMBIO USD-NAC.			65 FLETE			TOTAL EN MONEDA NACIONAL					
66 TOTAL SERIES PARCIALES			67 SEGURO								
68 PESO NETO EN KILOS			69 CF								
70 PESO BRUTO EN KILOS			71 NÚM. TOTAL BULTOS			72 NÚM. TOTAL UNIDADES PESADAS					
I GARANTIAS											
73 TIPO DE GARANTIA			CODIGO			74 NÚM. GARANTIA / FIANZALETA			75 FECHA VENCIMIENTO		
76 COD. MONEDA			77 PLAZO SOLICITADO			78 GARANTE / DEPOSITARIO			CODIGO		
79 MONTO DE GARANTIA			78 PLAZO CONCEDIDO								
J DECLARACION DE LAS MERCANCIAS											
77 NÚM. SERIE			78 ESTADO			79 PAIS DE ORIGEN			CODIGO		
80 PAIS DE ADQUISICION			CODIGO			81 TIPO			82 TIPO		
83 TIPO			84 TIPO			85 TIPO			86 TIPO		
87 CLASE			88 DANT. U. FISICAS			89 TIPO C. F.S.			90 PESO NETO KILOS		
91 PESO BRUTO KILOS			92 FOB MONEDA TRANSACCION			93 SUPLENTE NACIONAL			94 SUPLENTE NACIONAL		
95 SUPLENTE NACIONAL			96 SUPLENTE NACIONAL			97 CF MONEDA NACIONAL			98 MARCAS Y NUMEROS		
99 DESCRIPCION MERCANCIARIA			100 DESCRIPCION COMERCIAL			101			102		
103			104			105			106		
K FIRMAS Y OBSERVACIONES											

Anexo 3: Directorio de Consolidadores

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Guayaquil	Abx Logistics Ecuador S.A.	Av Nahim Isaiás 150 Y Justino Cornejo Edif. Centro Del Norte, Piso 1 Oficina 1	2682356	2682387
Guayaquil	Amerilines Ecuador C.A.	Cdla. Los Almendros Av. Ernesto Alban Mz. O Solar 25, Frente A De Prati Sur Edif. less Piso1 Ofic.3	2582845	2582854
Guayaquil	Cargo Express S.A.	Av. 25 Julio Km 2 1/2 Vía Al Puerto	2501080	2489010
Guayaquil	Goldenlogistics S A	Av. 9 De Octubre 2009 Y Los Ríos Edificio El Márquez	2374502	2374502
Guayaquil	Panalpina Ecuador S.A.	Av. J. T. Marengo N. 200 Intersección Av. Adase Condominio Francisco Sánchez Piso 1 Of. 2	2294999	
Guayaquil	Tecnocarga Expreso	Av. De Las Américas 403 E/ 4 Ta Y 5ta	2290651	2290652
Guayaquil	Asepor S.A. Asesores De Servicios En Puertos	Tulcán 809 Y Hurtado Edif. San Luis Piso 3	2450338	2450909
Guayaquil	Tolepu S.A.	Rosendo Aviles # 1318 Y José De Antepara	2343700	2691036
Guayaquil	Schryver Del Ecuador S.A.	Cordova 808 Y Junín Edif. Torres De La Merced Piso 7 Of 7-8	2568977	2303270
Guayaquil	Syam Cargo Cia. Ltda.	Av De Las Americas S/N Y Calle Cosme Renella Primer Piso Of 4	2294800	2294876
Guayaquil	Panatlantic Logistics S.A.	Av. De Las Américas Por Las Bodegas De La Aduana No. 2002 (Gye) José Félix Barreiro N50-45 Entre Lo	2286203gye	2412368 Uio
Guayaquil	Ecu Line Del Ecuador S.A	Ciudadela Guayaquil Mz.3 Solar # 5 Miguel H. Alcívar Entre V.H.Sicouret Y Av.Fco.Orellana Atrás De	2286225	593-4-2-397064
Guayaquil	Secarin S. A.	Av. J.T. Marengo Km. 2 1/2 Edificio Sumelec 2do Piso Of. 2001	2279797	2279798
Guayaquil	Tradinter S.A.	9 De Octubre 2009 Y Los Ríos Edificio El Marqués Piso 10 Oficina. 3	2454300	2454700
Guayaquil	Servicios E Inspecciones Marítimas Cárdenas Asocia	Chimborazo 3406 Y El Oro Condominio El Verano 2 Do. Piso	2449403	2440307
Guayaquil	Profitcargo Cia. Ltda.	C. C Garzocentro 2000 Local 201	2247036	2247037
Guayaquil	Munditransport Cia Ltda	Av. Quito 806 Y 9 De Octubre Edif. Induauto Piso 19	2284239	2283331
Guayaquil	Calvima Cia.Ltda.	Carchi 601 Y Quisquís Edif. Quil 1 Piso12	2295888	2286209
Guayaquil	Ecuaestibas S.A.	Oficinas Centrales: Av. 9 De Octubre # 100 Y Malecón Edif. Banco La Previsora Piso 23	2517360	2486544

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
		Oficina 2.		
Guayaquil	Bremax S.A.	Av. 10 De Agosto 103 Y Malecón Piso 8 Of. 803	2531615	2531612
Guayaquil	Modaltrade S.A.	Avenida Nueve De Octubre 2009 Y Los Ríos Edificio El Marques Piso 8	2290073	2450827
Guayaquil	Overseas Logistic Cia. Ltda.	Gral. Córdova 812 Y V. Manuel R. 3piso Of. 4	2303027	2310328
Guayaquil	Rola Internacional S.A. - Rolasa	Avenida 25 De Julio Vía Al Puerto Marítimo Diagonal A La Cae	2485856	2481080
Guayaquil	Navecuador S.A.	Malecón 1401 E Illingworth	2324360	
Guayaquil	Samisa	Urb. Kennedy Norte Edif. Centro Norte 1 Piso Of. 4 Atrás De La Matriz Del Progreso	2680756	2680725
Guayaquil	Magellan Logistics Ecuador S.A.	Avenida: Juan Tanca Marengo Y José Joaquín Orrantía Edificio Executive Center Piso 3 Oficina 305	2399451	2399453
Guayaquil	Maersk Logistics Ecuador S.A.	Av. Francisco De Orellana Y Alberto Borges Edificio Centrum Piso 4 Of. 3	2396833	2682531
Guayaquil	Poclani S.A.	Cdla. Kennedy Norte Mz.103 Calle José Falconí S/N Edif. Poclani Piso 1	2288866	2288839
Guayaquil	Train Ecuador S.A.	Los Ríos 810 Entre 9 De Octubre Y Hurtado Edif. G	2454596	2373132
Guayaquil	Garcés & Garcés Cargo Services S.A	Aeropuerto Simón Bolívar Zona De Carga A 200 Mts De Las Aduanas	2281667	2286934
Guayaquil	Latinoamérica Carga S.A.	Centro Empresarial Las Cámaras, Av. Fco. De Orellana Y Alcívar 4to Piso Oficina 403, Guayaquil	2680404	2680416
Guayaquil	Kuehne - Nagel	Av. Juan Tanca Marengo Km 3 1/2 Guayaquil - Ecuador	2273080	
Guayaquil	Farletza S.A.		2396508	2286564
Guayaquil	Embarmar S.A.	V.E.Estrada 114 Y Balsamos	2889101	2889102
Guayaquil	Ecuador Cargo System S.A.	Av. Juan Tanca Marengo # 200 1er Piso Oficina 3 Cdla Adase	2395997	2287975
Guayaquil	Cargonet S.A.	Víctor Manuel Rendón Y Cordova Edif. Torres La Merced Piso 11 Oficina 7	2562687	2562467
Guayaquil	Air & Ocean Cargo Speedair S.A	General Elizalde 119 Y Pichincha Piso 9 Ofic.9b	2320170	2325550
Guayaquil	Vial Shipping & Representaciones C.A.	Pasaje Gregorio Bermejo Oe3-203 Y Av. Brasil. Qui	22921339	42312170
Guayaquil	Marítima Ecuatoriana Marsec	Malecón Simón Bolívar # 208 Entre Juan Montalvo Y Loja	2569018	2569019
Guayaquil	Latin Internacional C. Ltda.	Cdla. Urdenor 1 Manzana # 134 Villa 14 Guayaquil - Ec	2644192	2646551
Guayaquil	Intercarga S.A.	Av. Las Americas - Aeropuerto Simón Bolívar	2283516	2283517

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Guayaquil	Uniline Transport System Cia.Ltda	Urdesa Cedros#100,Víctor E. Estrada,Edif Filanbanco Piso 2 Of. 4	2611262	2611265
Guayaquil	Transcarmar S.A.	Av. Francisco De Orellana World Trade Center Torre B Oficina 1007 Piso 10	2630510	2630545
Guayaquil	Provexcar Cia. Ltda.	Córdova 810 Y Víctor Manuel Rendón Piso 11 Of. 4	2312096	2313308
Guayaquil	Lasso Express Cargo S.A. Laxpres	Los Ríos 810 Y 9 De Octubre 2do Piso Of. 204	450862	367937
Guayaquil	Interaction Cargo S.A.	9 De Octubre 2009 Y Los Ríos Piso 3	2454752	2454817
Guayaquil	Agengua	Baquerizo Moreno 1119 Y 9 De Octubre	2562186	
Guayaquil	Codemersa	Los Ríos 823 Y Hurtado	273787	450990
Guayaquil	Express Cargo Line Del Ecuador Expressline S. A.	Cdla. Albatros Calle Gaviota Y La N Mz.8 Villa 8	2390306	3393675
Guayaquil	Fletamar S.A.	Los Ríos 810 Entre 9 De Octubre Y Hurtado Edif. G	2455059	2373132
Quito	Sistemas Aéreos De Comercio Cia. Ltda. (Sadecom)	Av. América N40-81 Y Bouguer (La Y)	2277838	2277826
Quito	Euroservicios	Francisco Andrade Marín E 6-172 Y Antonio Navarro	2504633	2504846
Quito	Geotransport S.A.	Calle Gabriel Onofre · 46-29 Y Mascos Joffre (Sector Union Nacional)	2463643	2455821
Quito	Just In Time Services Ecuador	Av. América N40-81 Y Bouguer (La Y)	2241834	2276009
Quito	Metropolitan Expreso	Panamericana Norte Km 3.5 Y Los Cedros	2475733	2475242
Quito	Siete Mares Cia.Ltda.	Isla Sta Fe N41 128 E Isla Tortuga	2453086	2273385
Quito	Acmetrans Ecuador S.A	Iñaquito Y Unp Edif. Union Nacional De Periodistas Unp Piso 4 B Ofic. 404	2277536	2277521
Quito	Grupo Cortés Grucor C.A.	Panamericana Norte Km 3.5 Y Los Cedros	2475733	2475242

Anexo 4: Directorio de Couriers

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Cuenca	De Carga Y Encomienda Amerwings S.A.	Venezuela 2-14 Y Amazonas	888178	452382
Cuenca	Costecua Express C Ltda	Sucre 7-10 Y Luis Cordero	830820	842999
Cuenca	Freirexpress Travel Cia. Ltda.	Pasaje Hno. Miguel 1-01 Matriz	7833088	7849277
Guayaquil	Dhl Internacional Del Ecuador S. A.	Av.De Las Américas Calle 8va Oeste # 100 Y Av.San Jorge	2690026	2282036
Guayaquil	Repan S A	Av. Américas 300 Mts. De Aduana Norte Zona De Carga Aérea	2690444	2690455
Guayaquil	Courier Gómez Cia Ltda	Rumichaca 526 Y Luis Urdaneta	2302596	2436923
Guayaquil	Donoso Express C. Ltda.	G.Aviles 110 Entre 1ro. De Mayo Y Zaruma	2308694	2302576
Guayaquil	Traveviajes Ecuatoriana De Viajes	Luque 618 Y Boyacá	2321305	2321293
Guayaquil	Transairsystem S.A	Avda. Jaime Roldos C.C Bosque Centro Locales 10 Y 11 A La Salida De Urdesa Norte Diagonal Al Nuevo	2887286	99423711
Guayaquil	Barberán Consorcio Barconsa	Centro Comercial Garzoncentro 2000 Segunda Etapa Local # 509	2644494	2644493
Guayaquil	Export-Import Liberty Del Ecuador S.A.	Mendiburo 110 Y Rocafuerte	2306935	
Quito	World Wide Trading Operat - Wwto	Av. Amazonas 7579 Y Rio Curaray (Sector Aeropuerto)	2261186	2245546
Quito	"Asesores En Comercio Internacional ""Asecomexi"""	Cap. Jorge Páez 111 Y Av. De La Prensa Of. 05	2270827	99926738
Quito	Centro Aéreo Transexpress Ecuatoriano Cia Ltda	Santa María 517 Y Amazonas	2502706	2502707
Quito	International Shipping And Storage Co. Ltd.	Av. Eloy Alfaro S/N Y Anonas	2811225	2812049
Quito	Courier Del Ecuador S.A.	Santa Maria 517 Y Amazonas	2909201	2909209
Quito	Skyworld International Couriers	Voz Andes 376 Y América	2451193	2272843
Quito	Union Pack S.A.	Iñaquito N 35-155 E Ignacio San Maria	2433731	2256039

Anexo 5: Directorio Distritos aduaneros del Ecuador.

Ciudad	Dirección	Teléfono
Quito	Subgerencia Regional Aduana: Edif. Epsilon. 10 de Agosto 1731 y San Gregorio, 4to piso	(593-2) 2557-482 / 2557-525 / 2527-294 / 2500-701
Quito	Gerencia Distrital: Pasaje Amazonas y Río Araujo.	(593-2) 2448-581
Guayaquil	Gerencia General: Av. 25 de Julio Km 4, vía a Puerto Marítimo.	(593-4) 2480-640 Fax: (593-4) 2488-894
Guayaquil	Gerencia Distrital: Puerto Marítimo.	(593-4) 2481-166 / 2481-879
Guayaquil	Subgerencia Zona Carga: Aérea: Aeropuerto Simón Bolívar	(593-4) 2287-834 / 2287-827
Guayaquil	Gerencia Distrital de Salinas: Av. 9 de Octubre 102	(593-4) 2782-643
Cuenca	Gerencia Distrital: Elia Llut 208 y Av. Gil Ramírez Dávalos.	(593-7) 807-899 / 807-900
Tulcán	Gerencia Distrital: Av. Coral y Brasil, Edificio Cepia.	(593-6) 984-051 / 980-391
Manta	Gerencia Distrital: Malecón, Edif. Aduana.	(593-5) 620-410
Esmeraldas	Gerencia Distrital: Av. Jaime Roldós Aguilera, Vía al Puerto	(593-6) 721-401 / 725-660
Puerto Bolívar	Gerencia Distrital: Av. Bolívar Madero y Vargas.	(593-7) 929-712 / 929-760
Huaquillas	Gerencia Distrital: Av. De la República y Portovelo	(593-7) 907-046
Loja	Gerencia Distrital: Sucre 0949 y Rocafuerte, 5to.	(593-7) 571-725 / 694-023

Fuente: Corporación Aduanera del Ecuador

Anexo 6: Agentes afianzados con oficina en Tulcán

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Tulcán	Burbano Benítez Vinicio Rene	Av. Calderón 56 A 053 Entre Panamá Y Roberto Sierra	982568	981275
Tulcán	Goyes Burbano Wilson Libardo	Manabí 58061 Y Calle Guayaquil	6981456	6984038
Tulcán	Vizcaíno Andrade Elizabeth Lucía	"Panamericana Sur Y Andrés Bello Sector La Rianconada"	6985274	6987563
Tulcán	Cano Enríquez Nelson Raúl	Pichincha 705 Y Rafael Arellano Tulcán-Carchi	985267	985116
Tulcán	Terán Narváez Jorge Humberto	Av. Panamericana Norte Sector Los Capulies Frente A Bodegas De Aduana	6980925	6985420
Tulcán	Enríquez Castillo Luis Humberto	Av. Manabí N° 61-020 Y Bolivia Of. 201	06 984 406	06 980 410
Tulcán	Enríquez González Álvaro Javier	Av. Coral N° 61-109 2° Piso Y Brasil Sector Cepia	06 987 399	06 986 578
Tulcán	Argoti Enríquez Guillermo Marcelo	Av. San Francisco Y Pablo Aníbal Vela Tulcán	985491	985492
Tulcán	Benavides Benavides Galo Edmundo	Atahualpa 56- 054 Entre Sucre Y Bolívar	6981048	6981142
Tulcán	Caicedo Yépez Wilson Manuel	Av. Calderón 62-076 Y Paraguay	6984333	
Tulcán	Herrera Guerrero Nelson Humberto	Av. Manabí 62-015 Y Brasil	6985351	692019
Tulcán	Higuera Suárez Eduardo Salomón	Olmedo Y Ayacucho Esquina Edificio Mutulista Bena	6985849	6985850
Tulcán	Yépez Narváez Miguel Rodrigo	Avenida Coral # 412 Y Av. Brasil Tulcán - Carchi	983-736	986-025

Fuente: CAE

Anexo 7: Directorio de depósitos aduaneros

ALMACENES LIBRES

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Guayaquil	Guayaquil Duti Free Internacional	"Av. De Las Américas Aeropuerto Internacional ""Simón Bolívar"""	2288256	2280728
Guayaquil	Aerolibre Ecuatoriana S.A.	Av. La Prensa N51-82 Y Rio Arajuno	2431206	2431206
Guayaquil	Salica Del Ecuador	Av. 9 De Octubre 1911 Y Los Ríos Edif. Finansur Piso 15 Ofic. 1	2364292	2364092
Guayaquil	Agmaresa Almacén Especial	Avenida Las Monjas #10 Y Av. Carlos Julio Arosemena	2601930	2204850
Guayaquil	Polival Duty Free S.A.	"Av. De Las Américas Aeropuerto Internacional ""Simón Bolívar"""	2280728	2690419
Manta	Bhagwanti S.A	Puerto De Manta Muelle # 1	5628476	5628458
Quito	Prestige Ecuatoriana SA	Quito: Calle De La Canela 435 Y Amazonas - Gye: Aeropuerto Simón Bolívar Transito Internac.	2414462	42290814
Quito	Alfuturo S.A	Av. De La Prensa Y Cristóbal Sandoval Aeropuerto Mariscal Sucre, Zona De Aeroexpresos Quito	246-0314	246-0316
Quito	Aerolibre Ecuatoriana	Av. De La Prensa N51-82 Entre Amazonas Y Rio Arajuno	2431-206	2263-505
Quito	Mercantil Ecuatoriana S.A.	Av. La Prensa # 2829	2435942	2245501
Tulcán	Galactic Duty Free	Rumichaca Km. 18	985935	6985936

ALMACÉN TEMPORAL

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Cuenca	Aduanaprecua Cia. Ltda	Av. Gil Ramírez Dávalos 1-436 Y Turuhuaico	7868077	7869498
Cuenca	Adapaustro S.A.	Gil Ramírez 2-98 Y Elia Liut	865863	863905
Guayaquil	E.M.S.A. Zona De Carga Aeropuerto		2-288202	2-288303
Guayaquil	Adprisa S.A.	Aeropuerto Simón Bolívar Lote # 9	2690086	2690087
Guayaquil	Cargo Services	Av. De Las Américas Aeropuerto	2289494	2289494
Guayaquil	Intercarga.	Av. De Las Americas S/N A 200 Metros Del Aeropuerto	2283516	283517
Guayaquil	Sociedad Verificadora Universal S. A	Malecón 1707 Y 10 De Agosto Piso 3	2511045 - 2489646	2511046
Guayaquil	Trinipuerto	Isla Trinitaria Calle Hamburgo Y Av. Isla Trinitaria	2601944	2499926
Guayaquil	Transagent (Carga Suelta)	Av. 25 De Julio Km 2.5 Vía Puerto Marítimo	2482631	2482630
Guayaquil	Fertisa, Fertilizantes, Terminales Y Servicios S.A	Av.. Don Bosco Y La N. Guasmo (Sector Fertisa)	2484632	
Guayaquil	Ecuaestibas (Contenedores)	Oficinas Centrales: Av. 9 De Octubre # 100 Y Malecón. Edif. Banco La Previsora Piso 23 Oficina 2	2517360	

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Guayaquil	Andigrain (Permisionaria)	Av. Quito 806 Y 9 De Octubre Edif. Induauto Piso 16 Oficina: 1601	2483649	2280680
Guayaquil	Aretina (Bodega31- Carga Suelta)	Autoridad Portuaria De Guayaquil Puerto Marítimo	2480048	2486933
Guayaquil	Sociedad Nacional De Inversiones Y Servicios S.A.	Guasmo Norte Calle Barcelona Entre Empacadora Nacional Y Ecuagran	2492308	2434199
Guayaquil	Bananapuerto	Isla Trinitaria Bananapuerto	2601933	2601937
Guayaquil	Ecuadoriana De Granos	Ciudadela Urbasur A Orillas Del Río Guayas	2496735	2433889
Guayaquil	Miltrade S.A.	Puerto Marítimo Bodega 51 - 52	2500085	2630510
Guayaquil	Operadores Del Pacifico (Oppac)	Módulo 9 De Apg Recinto Portuario	581177 Ext 2030	
Guayaquil	Ecuaestibas (Carga Suelta)	Oficinas Centrales: Av. 9 De Octubre # 100 Y Malecón. Piso 23 Oficina 2.	2517360	2486544
Guayaquil	Transagent(Modulo2 - Contenedores)	Av. 25 De Julio Km. 21/2 Vía Puerto Marítimo	2489590	2489011
Guayaquil	Aretina(Modulo 3 - Contenedores)			
Guayaquil	Terminal Internacional Marítimo S.A. Timsa	Av Domingo Comin Y Calle 11 Pradera Iii	2445100	
Guayaquil	Ecuaestibas S.A.	Av. 9 Octubre 100 Y Malecón. Piso 23 Oficina 2. Guayaquil	42517360	
Huaquillas	Bicep S.A.			
Huaquillas	Empresa De Bodegas Bodpuyango Cia. Ltda.	Av. Panamericana Vía Huaquillas - Arenillas Km. 2 1/2	995-434	
Machala	Camiones Bananeros Cabana S. A.	9 De Octubre #620 Entre Santa Rosa Y Vela	937160	99987450
Manta	Sociedad Verificadora Universal (Manta)	A 100 Mts De La Entrada Principal Al Puerto	5629869	
Manta	Rebarbo	Recinto Portuario	5627769	5628666
Manta	Aretina Manta	Autoridad Portuaria De Manta Pto. Marítimo Patio 500 Frente Al 600	5629741	5611970
Puerto Bolívar	Tecninave	Ninguno	929400	929330
Puerto Bolívar	Opcadesbol Operadores Portuarios De Carga Descarga	Municipalidad 159 Y Malecón	929101	929809
Puerto Bolívar	Oporsud Operador Portuario Sudamericano S.A.	Av. Bolívar Madero Vargas Y 7ma. Norte	929983	929986
Puerto Bolívar	Servistar	9 De Octubre Entre Santa Rosa Y Vela Edif. Ramírez Piso 1	932123	0
Puerto Bolívar	Sermatran Servicios Marítimos Y Transporte	De Octubre Entre Santa Rosa Y Vela Edif. Ramírez Piso 1	932123	932119
Quito	Acet Cia. Ltda.	Pasaje Amazonas N 51-55 Y Río Arajuno Frente Arribo Internacional	2249363	2450-449
Quito	Extecomexsa Comercio Exterior&Aso	Los Cedros Oe1-82 Y Av. 10 De Agosto	2480452	2801158
Quito	Coimpexa Cia. Ltda	Pasaje Enrique Iturralde N° 123 Y	2255884	2256943

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
		Av. La Prensa		
Quito	Botempri Cia. Ltda.	Calle Enrique Iturralde Lote #3 Y Av. Prensa (Sector La Florida)	22924101	99210494
Quito	Intercarga Zona Aduanera Quito	Av. La Prensa 42-12 Entre Baca De Castro Y Fernández Salvador	2291074	2290502
Quito	Emsa Zona De Carga Aeropuerto (Quito)		0	0
Quito	Frió Y Exportación Frioexport S A	Pasaje Enrique Iturralde Oe3-24 Y Avda. De La Prensa	2457866	2435115
Quito	Saieexpress	Panamericana Norte Km 3.5 Y Los Cedros	22475733	2475242
Tulcán	Aduanas Y Comercio Exterior Del Norte Aduanor	Av. San Francisco Y Pablo Aníbal Vela	985491	985492
Tulcán	Bosefo	Av. Cacique Tulcanaza S/N Y España.	06-986 556	06-980 010
Tulcán	Bodegas Privadas Terán Cia. Ltda	Antigua Panamericana Norte Sector Los Capulies Frente A Bodegas De Aduna	6985419	6985420
Tulcán	Transbolivariana C.A.	Panamericana Sur Y Andrés Bello Sector La Rianconada	6985274	6985273
Tulcán	Utexa S.A.	Panamericana Norte Sector El Rosal Tras El Aeropuerto	6987375	6987123
Tulcán	Almacenera Del Ecuador S.A. Almesa (Tulcán)	Av. Veintimilla Y Camilo Ponce	984029	
Tulcán	Transcomerinter	Av. San Francisco Y García Lorca (Tulcán Carchi Ecuador)	6983990	6982931

DEPOSITOS COMERCIALES

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
Cuenca	Almacopio S.A.	Calle Vieja 10-15 Y Elia Liut	7803030	99608928
Cuenca	Adapaustro S.A.	Gil Ramírez 2-98 Y Elia Liut	865863	863905
Guayaquil	Almacepro	Av. 25 Julio S/N Frente Al Banco De La Vivienda	2496162	2496174
Guayaquil	Industrias Ales C.A.	Avenida 113 Calle No. 110, Km. 1 1/2 De La Vía Montecristi - Manabí	5923577	5923489
Guayaquil	Artes Graficas Senefelder C.A.	Aurelio Carrera Y 5 De Junio	2440077	2584860
Guayaquil	Comexport S.A.	"Via Perimetral Km. 25 Frente A Gasolinera Mobil"	2101064	2101284
Guayaquil	Sipressa	Guasmo Norte 3er Callejón 14 S/N Y Antonio Antepara	2492308	2434199
Guayaquil	Almacenera Almacopio S.A.	Km. 3.5 Vía Durán-Tambo Entrando Por La Ave Tanasa	2800115-114	2806838 2807478
Guayaquil	Algracesa	Eloy Alfaro /Duran) Km. 4 1/2 Via Duran Tambio	2800510	2802877
Guayaquil	Importadora Andina	Av. De Las Americas S/N Y Sufragio Libre (Frente Estadio Modelo)	2287340	2287424
Guayaquil	Almacenera Del Ecuador S.A. Almesa	Frente A Cdla Pradera li Y lii	2492872	2494015
Guayaquil	Andigrain S.A.	Ave. 25 Julio Puerto Marítimo	2482880	2295000

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
		Bodega 61		
Guayaquil	Trandina S. A.	Vía Daule Km. 10.5	2101270	2101932
Guayaquil	Almaquil	Av. 20 De Julio Km. 4 1/2 Vía Al Puerto Marítimo	2488672	
Guayaquil	Multimodal Operadores Portuarios S.A.	Av 25 De Julio Km 5 Frente A Base Sur	2481181	2480361
Guayaquil	Salica Del Ecuador	Av. 9 De Octubre 1911 Y Los Ríos Edif. Finansur Piso 15 Ofic. 1	2363343	2364092
Guayaquil	Diteca S.A.	Km. 7 1/2 Vía A La Costa. Av. Del Bombero	2871272	2871209
Guayaquil	Bodalmat	Guasmo Sur Av. Cacique Tomala Contiguo A La Industria Cartonera Patio De Transmabo Patio 9 Apg	42489197	42442055
Guayaquil	Andina Licores S.A.	Avenida De Las Américas Y Sufragio Libre (Frente Al Estadio Modelo)	2287340	2287424
Guayaquil	Madesa Maquinarias Del Ecuador S. A.	Av. Juan Tanca Marengo Km. 1.5	2288783	2287080
Guayaquil	Almagro	Av. 25 De Julio Km. 4.5 Vía Al Puerto Marítimo Frente A La Ciudadela Las Tejas	2484700	2484701
Guayaquil	Deposito Comercial Privado De Gas Depogas Dcp S.A.	Balsamos 419 Y Ebanos -Urdesa Central	2880791	2380302
Machala	Norimport C. Ltda	Av.Paquisha Km 1.5 Via Pasaje	933773	933779
Manta	Almacenera Del Ecuador S.A. Almesa	Km. 4.5 Vía Manta Portoviejo	922055	922875
Puerto Bolívar	Deposito Comercial Privado De Gas Depogas Dcp S.A.	Malecón Y Municipalidas. Esq. Edf. Encalada Planta Baja - Puerto Bolívar	7929681	7935867
Quito	Grupo Corp Acet Cia Ltda	Pasaje Amazonas N 51-55 Y Rio Arajuno Frente Arribo Internacional	2249363	2450-449
Quito	Saieexpress	Panamericana Norte Km 3.5 Y Los Cedros	2475733	2475242
Quito	Barainver S.A	Aldecoba : Pablo Herrera Oe 4 34 Y Avda. América (Tras Telemazonas) Barainver S.A. : Versalles N	2 44 47 48	2 44 91 78
Quito	Santa Fe Petroleum Services & Supply Corp	Av. Reina Victoria 1539 Y Colón Edif. Banco De Guayaquil Piso 7	2563595	2522465
Quito	Ferrero Del Ecuador	Calle La Tola S/N Sector El Arenal Tumbaco-Quito	2370206	2370207
Quito	Bodalmat (Quito)	Pio Jaramillo #100 Y Leonardo Murialdo	2478370	2478371
Quito	Almacenera Del Ecuador S.A. Almesa (Quito)	Av. Moran Valverde Y Panamericana Sur Km 8 1/2 (Entrada A Chillogallo)	2-672778	2-672373
Quito	Almacenera Del Agro S.A. - Almagro (Quito)	Panamericana Norte Km 11 1/2	2825-345	2422-171
Quito	Distribuidora Nacional De Automotores S. A. Dina	Avda. 10 De Agosto 5100 Y Nnuu Oficina Principal Avda. Maldonado	2923725	2923717

Ciudad	Nombre	Dirección	Teléfono 1	Teléfono 2
		Y Calle Guanazan Sucursal		
Quito	Deposito Comercial Privado C.A. El Comercio	Av. Pedro Vicente Maldonado 11515 Y El Tablón	2679999	2670214 Ext.3160
Quito	Deposito Comercial Privado Autoconfianza S.A.	Av. 10 De Agosto N63-269 Y Nazacola Puento	2482002	2482003
Quito	Automotores Británicos Del Ecuador	Av. Eloy Alfaro N40-542 Y Camilo Gallegos	2444675	2430080
Quito	Maresa	Autopista Manuel Cordova Galarza Km. 12,5, Via Mitad Del Mundo	2395806	2396178
Quito	Skioda SA	Av. 10 De Agosto 1865 Y Carrión(Ofic.) - Calle Bellavista 343 Y Panamerica Norte (Depósito)	2223444	2223871
Quito	Trandina S. A.	Av Galo Plaza Lasso N 60-60 Y Sta Lucia	2265992	2265995
Quito	Almacopio S.A.	Calle Teodoro Gómez De La Torre Y Joaquín Gutiérrez	2675096	2683306
Quito	Coimpexa Cía. Ltda.	Pasaje Enrique Iturralde 123 Y Av. La Prensa	2255884	2256943

Anexo 8: Empresas Colombianas con Certificado de Idoneidad Para el Transporte Internacional de Mercancías por Carretera

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO
Coordinadora Internacional de Carga S.A. E.M.A. "COORDICARGAS S.A. E.M.A."	Cll 98 19A-45, Norte Bogotá	6105999
Transportes Sánchez Polo	cil 40 No 51-110 Vía 40 Barranquilla-Atlántico	3702020
Cooperativa Santandereana de Transportadores Ltda "COPETRAN Ltda"	cil 55B No 17B-17 Bucaramanga-Santander	6448160
Eduardo Botero Soto & Cia Ltda	Cil 65 No 56-176 Medellín-Antioquia	2630719
Transportes Especiales A.R.G. Ltda	Cil 16 No 45-10 Medellín-Antioquia	3127780
Transportes Iceberg de Colombia	Av Centenario 113A-05 Fontibón Bogotá	4155353
Transporte Coordifronteras Ltda	trv 93 No 62-70 int 60 Bogotá	2233654
TransportesAutosol Ltda	Cil 218 No 49-50 Bogotá	6760515
Transportes Intertanques Ltda	Autp Aeropuerto No 13-346 Barranquilla-Atlántico	3436630
Empresa de Transportes El Proveedory Sercarga S.A.	Cil 13 No 79A-15 Bogota	3514301
Rápido Humadea S.A.	Cil 19 No 69-97 Bogotá	4111552
Transportadora Nacional e Internacional Ltda "TRANINTER"	Av El Dorado No 84A-55 Of 245A Bogotá	2956127
Transportes Vigía S.A.	Cil 17 No 21-65 Bogotá	3711288
Compañía Transportadora al Mar Ltda "CITRAMAR LTDA"	Av Caracas 36-10 Bogotá	7204907
Ted Car Ltda	Cil 36D sur 27-205, casa 127 Medellín-Antioquia	4299480
Transportes Inoxidables Ltda	Cil 80 No 65-91 Medellín-Antioquia	7106798
Mototransportar S.A.	Central Mayorista Bloque 12 Local B Itagui-Antioquia	3616425
Auto panamericano Transportes S.A.	Av Panamericana No 1A-100 Ipiales-Nariño	254032
Cooperativa Colombiana de Transportes Ltda "COOPECOL LTDA"	Cil 7 A No 32-64 Bogotá	2013659
Empresa de Transporte Comercial de los Andes Ltda "COANDES"	Cra 1A No 17A-09 Ipiales-Nariño	255598

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO
Compañía de Distribución y Transporte S.A "DITRANSA"	Cra 42 No 66-11 Itagui-Antioquia	3763970
Transporte Rápido Putumayo Ltda	Cll 18A No 14-53 San Juan de Pasto-Nariño	7202624
Interandina de Transportes Ltda "INANTRA"	cil 8 D No 86D-59 Bogotá	4118128
Sociedad Andino Ltda	Cra 7 No 30-130 Ipiales-Nariño	252272
Coordinadora Andina de Carga Ltda "CORDIANDINA LTDA"	Cra 9 No 71-38 Of 604 Bogotá	2019760
Cooperativa Internacional de Transportes Ltda "CITRANS"	Cll 77 Sur No 47C-13 Sabaneta-Antioquia	3100354
Transportes Saster Ltda	Cll 9 32A-16 Bogotá	3710314
Transportes La Petrolera Vlimar Ltda "TRANSVLIMAR"	Cll 121 No 8-30 Of 202 Bogotá	6199458
Transportes Maragón Ltda	Cll 15 1N-24 Ipiales-Nariño	738081
Coordinadora de Frió Ltda	Cra 38 9-60 Menga Cali-Valle	6540599
Integral De Servicios Ltda	Dig 109 21-05 Of 416 Bogotá	6371877

Anexo 9: Empresas transporte terrestre Ecuador.

Empresa	Ciudad	Teléfono
Acerías Nacionales del Ecuador	Guayaquil (Ecuador)	
Agrícola y Bananera Reybancorp ABR S.A.	Guayaquil (Ecuador)	
Automotores del Norte	Tulcán (Ecuador)	
Autoservicio Loraver Cía. Ltda.	Av. Eloy Alfaro Y Los Fresnos Esquina Quito	404694/404758
Bodegas Privadas Terán Cía. Ltda.	Antigua Panamericana Norte Via Rumichaca, Sector Capulíes Tulcán	06-2980965/2981235
Bolivariana de Transporte de Carga	Tulcán (Ecuador)	
Bonilla Cía. Ltda.	Km 2 1/2 Via Duran Boliche Quito	860842/861896
C. Interprov. de Tran. Ecuatorianos Pesados Citep	(Ecuador)	
Citacarsa	Av. Cuero Y Caicedo 770 Y Av América Quito	2524999
Comp. de Transporte en Traylers Alder Cía. Ltda.	(Ecuador)	
Comp. de Trans. de Carga Pesada Ecuasur Cía. Ltda	Portovelo Y Remigio Gómez Huaquillas	907500
Compañía de Transporte Pesado Trans Ideal S.A.	Av. Pedro Vicente Maldonado 4080 Y Yanuyacu Quito	631322
Coop. de T. de Carga en Camiones Ciudad del Carmen	Cantón del Carmen (Ecuador)	
Coop. de Transp. de Carga Pesada Rutas del Carchi	Tulcán (Ecuador)	
Coop. de Transporte Pesado Continental del Norte	Rafael Arrellano Y Roberto Sierra Esq. Tulcán (Ecuador)	2980953/648
Coop. de Transportes Bolivariana	Panamá Y Manabí Tulcán	2980533/2980127
Cooperativa de Transporte Pesado Puyango	Arízaga Y Callejón Los Sauces Machala	7961889
Cooperativa de Transporte Pesado Utranh	Tulcán	
Coordinadora Internacional de Cargas del Ecuador	Quito	
Cotisesa S.A.	Arízaga Y Callejón A/Este Machala	2963550
Ecucargas S.A.	Av. América N36-61 Y Mañosca Quito	2268591/2447561/2468591
Elitetransport Transportes y Servicios S.A.	Av. La República Huaquillas	2907357
Gaviotrans Cía. Ltda.	Av 10 De Agosto # 9729 Y Cap. Alfonso Yépez Quito	2411987/1988
Gruasatlas Cía. Ltda.	Av. 6 De Diciembre Y Los Cedros Quito	475566/475569/481280
Internacional de Carga Comicar S.A.	Calle A. José De Sucre N° 4-108 Entre Roberto Grijalva Y Paraguay Tulcán	2983340
Internacional de Transporte de Carga S.A.	Quito	

Jarrín Carrera Cía. Ltda.	Quito	
José Antonio Andrango	Ibarra	
Mamut Andino C.A.	Km7 1/2, Via A La Costa Sector San Eduardo Guayaquil	2874107/2874048
Noroccidental Cía. Ltda.	Fernández De Recalde 190 Y Diego Zorrilla Quito	2544605/2509478
Servicio Especializado Esmeraldas Sepe	Guayaquil 310 Y F. Tello Tulcán	2710415/2714571
Servicios de Transp. Internacional Carchi Ecuador	A. Manabí Y Guayaquil Tulcán	2980599/2981666
Sierrandina e Hijos Cía. Ltda.	Gerardo Chiriboga N° 362 Y Cap. Ramón Borja Quito	2407098
Suramericana Surandes Cía. Ltda.	Calle10 De Agosto 4-035 Tulcán	2981125/2980628
Transbisam S.A.	Quito	
Transporte y Comercio Transcomerinter Cia. Ltda.	Av. Eloy Alfaro Y Calle 40 Esquina Quito	2485495/2473684
Transportes Pesados Moncayo Tranem S.A.	Av. 6 De Diciembre N° 1570 Y Veintimilla Quito	2522058
Transportes Sánchez Polo del Ecuador S.A.	Alpallana 581 Y Whimper Of. N° 3 Quito	2500637/2226844
Transportistas Unidos Ecuatorianos C.A. Trueca	Pasaje Rio Yaupi 3190 Y Av. Mariana De Jesús Quito	2547822/2547898
Trasosa S.A. Transportes Asociados Orenses	Vía Panamericana, Barrio 30 De Abril El Guabo	2950844
Unión de Tran. Extrapesados del Ecuador Utexa S.A.	Vicente Cárdenas N° 241 Y Av. Amazonas Ecuador	2455521/2445853

Fuente: Ministerio de Obras Públicas del Ecuador

APENDICE 5: CULTURA EMPRESARIAL

El mercado ecuatoriano, a pesar de la cercanía con Colombia posee características culturales y comerciales diferentes, que el exportador colombiano debe conocer para evitar inconvenientes en sus negociaciones. Una de las características propias del Ecuador es su marcada división regional, entre la Costa y la Sierra, que tiene incidencias en comportamientos comerciales, actitudes, cultura e incluso en calendario comercial.

El presente apéndice, pretende ofrecer una descripción de algunos aspectos prácticos a tener en cuenta.

DE LAS REUNIONES DE NEGOCIOS

Vestido

Las costumbres con referencia al vestido en Ecuador son similares a otros países latinoamericanos, siendo bastante formales cuando se encuentran en relaciones de negocios. El traje de corbata es lo usual en reuniones de negocios. Las reuniones de negocio se llevan a cabo en las oficinas o los restaurantes, este último usado a menudo para conseguir un socio potencial de negocios.

En la Costa, debido al clima, el atuendo puede variar, aceptándose el pantalón y la camisa. Sin embargo, dependiendo de la persona o la entidad con la que se va a reunir, puede encontrarse con un interlocutor con traje formal y corbata. Este suele ser usado, en entidades de gran envergadura local e internacional como en la Cámara de Comercio, la Alcaldía, las multinacionales y las entidades financieras.

Tanto en la Costa como en la Sierra, la formalidad del vestido es un aspecto tenido en cuenta en las relaciones de negocios, sin embargo, están pueden variar de un sector a otros. Por ejemplo, en el sector agropecuario, es poco común el uso de la corbata, pues la mayoría de reuniones incluyen visita a fincas.

El Saludo

El saludo en Ecuador se caracteriza por el formalismo. En general antes del nombre de la persona se suele anteceder un título de Señor o Señora o Don o Doña, o la profesión del mismo.

En general los ecuatorianos son muy corteses y de trato amable. A los superiores se les trata de una manera sencilla pero respetuosa, y el uso de un título como economista, administrador o ingeniero antes del nombre es muy común, a diferencia de Colombia, el título de Doctor se usa de manera exclusiva para los Médicos, Odontólogos y Abogados.

Estrechar las manos tanto a hombres como mujeres es usual al conocerse, saludarse y despedirse. Cuando existe confianza se acostumbra los besos y abrazos entre hombres y mujeres.

La Hora

La puntualidad en las reuniones no es una de las características más fuertes del ecuatoriano, lo que ha llevado a que el gobierno nacional y local, desarrolle una campaña en pro de la puntualidad.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que si bien los ecuatorianos no se han destacado por su puntualidad en atender sus citas, si están pendientes de la puntualidad del cliente en llegar a ellos, por lo que se recomienda llegar a tiempo a las citas y disponer de un tiempo mayor del programado.

El idioma

El idioma utilizado en los negocios suele ser el español. Sin embargo, y de acuerdo al tipo de interlocutor y negocio puede adelantarse en inglés.

A nivel del comercio detallista, y en especial con la población indígena, es común encontrar que estos, pesar de hablar el español perfectamente, hablen entre si en Quechua, con el objeto de puntualizar posiciones frente al negocio.

Temas de conversación

Las reuniones por lo general no inician por el tema principal, de esta forma se busca eliminar tensiones y así poder abordar con mayor confianza el objetivo de la reunión.

Evite temas como la religión política y economía ó cualquier otro tema que contenga aspectos políticos o de las actuales relaciones binacionales⁵⁵.

Tarjetas de presentación

Es de importancia llevar tarjetas de presentación a las reuniones, las que pueden ser entregadas a las contrapartes empresariales al instante de las presentaciones personales, por lo general a las reuniones asisten de 2 a 3 representantes de empresas ecuatorianas.

Material de apoyo

En relación al material de apoyo para las reuniones es importante que las empresas lleven folletos informativos sobre su institución, o en su defecto información impresa de la página Web si la tuvieran, al interior de los materiales de apoyo también se podrán incluir todos los recursos logísticos, dependiendo siempre del carácter de la reunión.

Es un elemento importante contar con la información de precios de los productos o servicios sobre los cuales se va a negociar, se debe igual manera contar con la información comercial y arancelaria. Dentro de la información perteneciente a la empresa, puede constituirse como una carta fuerte de presentación la trayectoria sobre la base de los clientes a los cuales se han prestado servicios o negociado productos.

Las reuniones se caracterizan por ser claras, se debe manejar una información fidedigna, el empresario ecuatoriano es abierto a intercambiar información con los que van a ser en un futuro sus socios o clientes.

Formalidades

Se recomienda que al momento de cerrar un negocio o establecer un compromiso entre las partes involucradas que los términos de la negociación queden por escrito.

55 Susceptibilidad por los temas referentes a Colombia, en este momento armas por ejemplo.

Perfil del empresario

Una de las claras diferencias entre la sierra y la costa, es el perfil de empresario, destacándose que el de la Sierra o serrano, aparenta ser: tímido, reservado y tranquilo. Este suele no preguntar en público y si está en una reunión no evidencia interés en algún negocio. Por su carácter, el serrano demora un poco mas en tomar decisiones.

El costeño o de la Costa, posee cultura de comerciante y de negociador, por lo que es más ágil en la toma de decisiones y busca aprovechar las oportunidades del negocio. Este suele ser una persona abierta e intrépida en los negocios.

Otros aspectos

Los ecuatorianos presentan un frente unido dentro de las organizaciones dejando en cabeza del superior todas las decisiones referentes al tema.

En las reuniones se acostumbra acompañarlas de café⁵⁶, té, agua, etc. Esto variará en virtud del lugar que se escoja para la reunión, los cuales pueden ser: las propias instalaciones de la empresa, un hotel o restaurante.

Los visitantes de Quito deben llegar al país con un día de anticipación para acostumbrarse a la altitud, la cual puede afectar la presión y el nivel de energía.

DEL CALENDARIO Y LOS HORARIOS

Ecuador, a pesar de poseer la misma hora de Colombia, presenta horarios de trabajo un poco diferentes, estos pueden variar.

Tabla 44: Horarios

	Quito (Sierra)	Guayaquil (Costa)
Comercio	10:00 AM a 7:00 p.m. De Lunes a Sábado	10:00 AM a 9:00 p.m. De Lunes a Sábado
Oficinas	9:00 a 1:00 p.m. y 3:00 a 6:00 pm.	8:30 a 12:30 p.m. y 2:00 a 6:00 pm.
Bancos	lunes a viernes de 9: 00 a.m. a 1: 30 p.m.	lunes a viernes de 9: 00 a.m. a 1: 30 p.m.
Sector Público	lunes a viernes de 8:30 a.m. a 12: 30 p.m. y de 2:30 p.m. a 4:30 p.m.	lunes a viernes de 8:30 a.m. a 12: 30 p.m. y de 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Elaboró: Grupo Consultor.

En materia de calendario, la diferencia entre ciudades sigue aplicando, y es por eso que Quito y Guayaquil, poseen temporadas de vacaciones e incluso festividades diferentes.

Tabla 45: Días Festivos y Vacaciones

	Quito (Sierra)	Guayaquil (Costa)
Temporada de Vacaciones	Junio - Septiembre	Diciembre - Marzo
Independencia de Guayaquil		Octubre 9 (Sólo Guayaquil) ⁵⁷
Día de los difuntos		Noviembre 2
Independencia de Cuenca		Noviembre 3
Fundación de Quito	Diciembre 6 (Sólo Quito)	

⁵⁶ Café instantáneo.

⁵⁷ A partir de este año se usa el festivo para toda la nación y también han comenzado a correrlo para el lunes o viernes.

	Quito (Sierra)	Guayaquil (Costa)
Navidad	Diciembre 25	
Año Nuevo	Enero 1	
Carnaval	Marzo 6-7	
Viernes Santo	Abril 21	
Día del Trabajo	Mayo 1	
Batalla de Pichincha	Mayo 24	
Fundación de Guayaquil		Julio 25 (Sólo Guayaquil)
Día Nacional de la Independencia	Agosto 10	

Elaboró: Grupo Consultor.

De acuerdo a estas fechas, se recomienda que en el caso de la Guayaquil, no programar viajes de negocios hacia finales de Julio, por la fundación de Guayaquil, la cual se suele organizar con las llamadas fiestas julianas. Y en el caso de la Sierra, no planificar viajes en el mes de diciembre, por la gran influencia que la navidad tiene sobre la región.

DE LA INFORMACIÓN PARA EL VIAJERO

Acceso terrestre

Si Usted ingresa a Ecuador por vía terrestre en vehículo particular necesita adquirir la licencia de conducción internacional. El límite de velocidad es de 60 Km. por hora en las carreteras y en la ciudad es de 40 Km. por hora.

Frecuencia aérea

Ecuador posee rutas directas con Colombia con base en tres aeropuertos: Guayaquil, Quito y Tulcán de un total de 13 aeropuertos, mientras que Colombia tiene salidas desde Bogotá y Cali.

Tabla 46: Frecuencia aérea

Aerolínea	Frecuencia Semanal	Origen	Destino
Aeropostal	7	Bogota	Quito
Avianca	21	Bogota	Quito
Avianca	7	Bogota	Guayaquil
Continental	7	Bogota	Quito
TAME	3	Cali	Tulcán

Elaboró: Grupo Consultor.

Tabla 47: Principales aeropuertos de Ecuador

Ciudad	Tipo de Aeropuerto
Quito	Internacional
Guayaquil	Internacional
Cuenca	Doméstico
Baltra	Doméstico
San Cristóbal	Doméstico
Tulcán	Doméstico
Manta	Doméstico
Loja	Doméstico
Machala	Doméstico
Tarapoa	Doméstico
Esmeraldas	Doméstico

Elaboró: Grupo Consultor.

Permiso Andino y Visas

Los ciudadanos colombianos no necesitan Visa para ingresar al país, sin embargo el permiso de entrada que se le otorga o permiso andino, el cual es exclusivo para turismo, es máximo de 90 días por entrada y un máximo acumulado anual (un año a partir de la primera entrada) de 180 días de permanencia en el país.

Para efectos de negocios se recomienda solicitar la Visa 12-IX o de Actos de Comercio, la cual tiene un costo de US \$30 dólares.

VISADO 12-IX**TURISMO, ACTOS DE COMERCIO, OTROS**

Formulario para solicitud de visado arancel USD \$30 dólares de los Estados Unidos de América

SUJETOS DE ADMISIÓN: Extranjeros que soliciten una permanencia en el país por más de 90 días hasta un máximo de 180, para dedicarse a cualesquiera de las siguientes actividades: Turismo, Deportistas, Estudiantes, Científicos, Artistas, Personas que efectúan actos de comercio o negocios, por motivos de salud, familiares acompañantes dentro del segundo grado de consanguinidad y primero de afinidad

REQUISITOS

1. Solicitud o carta de auspicio de visado realizada por la empresa que requiere de los servicios del ciudadano
2. Nombramiento del Gerente General o representante legal
3. Copia simple constitución de la Compañía
4. Solvencia económica y/o Garantía Económica de persona natural o jurídica, ecuatoriana o extranjera. Quien declare ante la autoridad competente que se compromete a cubrir los gastos que demande el viaje al Ecuador, la estadía y el retorno al momento de caducado el visado o cuando una Autoridad de Migración así lo solicite.
5. Pasaporte con validez mínima de seis meses.
6. Pasado Judicial
 - a. Con sello para salir del país (DAS)
 - b. Refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia
 - c. Legalizado por el Consulado del Ecuador. Arancel USD \$50.
7. Certificado medico general y del V.I.H., vacunas contra el sarampión y varicela
8. Copias de pasaporte, pasado judicial, cédula de ciudadanía.
9. Pasaje de entrada y salida del Ecuador
10. 3 Fotografías 3 X 4 , a colores y en fondo blanco
11. Hoja de vida

Llamadas por teléfono

El servicio telefónico en Ecuador es costoso, situación que se espera con la entrada de la competencia al servicio de telecomunicaciones.

A nivel de comunicación celular, se destacan las empresas Porta, con tecnología PCS y Bellsouth. En esta última es relativamente fácil lograr activar una línea telefónica celular prepaga, solo se requiere poseer un teléfono análogo y comprar una tarjeta prepago, cuyo valor mínimo es de US \$10.

Para las llamadas internacionales, se aconseja al empresario comprar tarjetas de cabina las cuales ofrecen unas mejores tarifas que las de celular, cabinas o teléfono

convencional. De acuerdo al estudio de campo, se encontró que las empresas que ofrecen tarjetas internacionales: BellSouth⁵⁸, Porta, Andinatel⁵⁹ o Pacifitel, de las cuales la que mejor precio ofrece para las llamadas a Colombia, es la de Bellsouth Smartchip, la cual solo puede ser usada en cabinas de la red Bellsouth,

Tabla 48: Discado directo nacional

Provincia	Indicativo
Azuay	07
Bolívar	03
Cañar	07
Carchi	06
Cotopaxi	03
Chimborazo	03
El Oro	07
Esmeraldas	06
Guayas	04
Imbabura	06
Loja	07

Provincia	Indicativo
Los Ríos	05
Manabí	05
Morona Santiago	07
Palora	03
Napo	06
Pastaza	03
Pichincha	02
Sucumbíos	06
Tungurahua	03
Zamora Chinchipe	07
Galápagos	05

Elaboró: Grupo Consultor.

Movilización en la ciudad

Tanto Guayaquil como Quito, poseen un servicio de transporte público aceptable, sin embargo, se sugiere que el exportador colombiano que desconozca las ciudades, utilice el servicio de taxi, el cual a precios del 2003, la carrera mínima es de US \$1 para Quito y US \$1,50 para Guayaquil, en las noches hay recargo de 50 centavos.

Para el uso del servicio de taxi, se debe tener de presente que el valor de la carrera mínima aplica para distancias un poco mas cortas que las colombianas. Además, de la necesidad de llevar moneda fraccionada, se sugiere llevar siempre entre US \$5 y US \$10 fraccionados.

Otra opción de transporte, es el público masivo, el cual en la ciudad de Quito es un poco mas ordenado y seguro, por lo que se puede recomendar para acortar distancias, en especial utilizando la línea de la Ecovia y el Trolebús⁶⁰, los cuales atraviesan la ciudad de norte a centro y de norte a su, respectivamente. El valor del tiquete de Bus es de US \$0,25. Para la ciudad de Guayaquil, la cual tiene proyectos de sistemas de transporte masivo, no se aconseja el uso de buses por ahora, por la complejidad y desconocimiento de las rutas.

En otras ciudades, como Cuenca y Ambato, se sugiere el uso del Taxi en todo momento.

Moneda

En el Ecuador la moneda de circulación oficial es el dólar americano. Sin embargo, el país posee autorización del US Federal Reserve para acuñar monedas, las cuales son de uso únicamente en Ecuador. Estas monedas conservan las mismas dimensiones de las americanas, solo que pueden variar las figuras de las caras.

58 Hay que comprar tarjetas para usar las cabinas de US 3 y US 10

59 Las tarifas son las más económicas del mercado para llamara Colombia.

60 Estos sistemas son similares al Transmilenio en Bogotá.

Tabla 49: Monedas acuñadas por el Banco Central del Ecuador

Valor	Diámetro (mm)	Cara	Contracara
0,01 (1 Centavo)	19,05	Valor	Mapa: Luz de América
0,05 (5 Centavos)	21,21	Valor	Juan Montalvo
0,10 (10 Centavos)	17,91	Valor	Eugenio Espejo
0,25 (25 Centavos)	24,26	Valor	José Joaquín de Olmedo
0,50 (50 Centavos)	30,61	Valor	Eloy Alfaro
1,00 (Un dólar)	26,50	Águila	Sacagawea

Elaboró: Grupo Consultor.