



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Educación Continua.

Tesis:

COMERCIO INTERNACIONAL

UN ENFOQUE AL COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS.

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Master in
Business Administration.**

**Autor: Geovany Osorio M
Director: Dr. Pablo Rosales**

**Cuenca, Ecuador
Enero de 2007.**

Agradecimientos:

Al Creador del Universo. Un amigo infallible.

RESUMEN EJECUTIVO.

El desarrollo del comercio ha sido desde los inicios de la historia una práctica común entre los pueblos, desde su concepto más simple: intercambiar los bienes que se pueden producir dentro de un territorio, por aquellos que no se tienen o no se pueden producir. Esta práctica convertida en una interesante fuente generadora de riquezas incentivó a la creación de medidas de protección al comercio para proteger los intereses puntuales de los países.

A pesar de estas barreras, el comercio ha sido siempre el motor de desarrollo que ha impulsado a las naciones a buscar la creación de asociaciones que mejoren sus niveles de desarrollo. La CAN, el MERCOSUR, el TLCAM, la Unión Europea, el CARICOM, el MCCA y el APEC llegaron a conformarse, en su mayoría, para promover el intercambio comercial entre sus miembros. Así a nivel internacional se crearon instituciones que promuevan el comercio, como la OMC, y a nivel nacional los países desarrollaron estructuras propias para sustentar el comercio tanto local como internacional. En nuestro país: el COMEXI, el MICIP, y la CORPEI.

La oferta exportable del Ecuador para los mercados mundiales a lo largo de la historia ha estado caracterizada por productos primarios que han permitido el desarrollo de 29 grandes empresas ($V > \$ 14m.$) , 64 medianas ($V < \$14m.> \$ 3,5m.$) y 240 pequeñas exportadoras ($V < \$3,5m.$) siendo Estados Unidos nuestro mayor socio comercial. En las grandes empresas encontramos principalmente exportadoras de banano y camarón, seguido por las medianas empresas que diversifican las exportaciones a

atún, palma africana, cacao, pescado y conservas. Las pequeñas empresas incluyen además de los productos antes mencionados: botellas, madera, medicamentos, electrodomésticos, sardinas, rosas y mangos. En conjunto, los principales productos exportados por el Ecuador en el 2005, después del petróleo, fueron: banano (\$ 1,040m.), camarón (\$ 400m.), atún (\$ 290m.), flores (\$ 392m.), seguido por pescado (\$ 150m.) y cacao (\$ 130m.)

La oferta exportable del Ecuador sigue creciendo y se han logrado identificar los productos con mayor potencial de exportación al mercado mundial como la tilapia, materiales de construcción de madera, pimienta, muebles de madera, bambú, concentrado de maracuyá, café especial, orito orgánico, palmito, extractos de café, software, hierbas aromáticas, textiles, plantas medicinales. Así también se ha logrado identificar los 12 productos con mayor potencial para el mercado de los Estados Unidos: babaco, uva, mora, frambuesa, aguacate, pitajaya, maracuyá, chirimoya, pimiento, uvilla, guayaba, y tomate de árbol.

II

El 29% de nuestras exportaciones no petroleras, y el 49% de las exportaciones totales del país se comercializan a los Estados Unidos convirtiéndolo en nuestro mayor socio comercial. Estas cifras tienen una especial importancia si consideramos que el segundo comprador del Ecuador es Perú, que representa apenas un 8,6% del total de exportaciones ecuatorianas.

Para incursionar exitosamente en el mercado de mayor potencial para Ecuador, el país necesita montar estrategias prácticas y agresivas que traspasen los límites geográficos de nuestros negocios, adaptando modelos de negocios que nos permitan insertarnos en las cadenas comerciales de los mercados internacionales. Es así que se analiza a los Estados Unidos, con un enfoque en California, para trazar un mapa conceptual de su economía, sistemas político administrativo, clima para las inversiones extranjeras e impuestos y los requisitos necesarios para que empresas ecuatorianas puedan incursionar en el mercado norteamericano estableciendo oficinas o sucursales directamente en dicho país.

Ecuador enfrenta dos temas cruciales para su futuro comercial con EEUU: la terminación de las preferencias arancelarias andinas y un posible tratado de libre comercio. El primero siendo una preferencia unilateral que expirara a fines del 2006 con escasas posibilidades de ser renovadas. El segundo siendo un acuerdo bilateral permanente que acarrea consigo una variedad de complejidades que lo han llevada a discusión pública y a una eventual no firma.

Los efectos de un acuerdo comercial Andino con EEUU dentro del marco del ATPDA han significado a la región en sus primeros 10 años de implementación, exportaciones por más de 1,800 millones de dólares, generando alrededor de 150,000 fuentes de empleo. El Ecuador ha podido fortalecer su industria atunera hasta convertirse en el proveedor del 5% de la producción mundial, y del 60% de la producción en América latina. Así también la industria florícola ha generado más de 60,000 fuentes de empleo directo e indirecto solo en Ecuador y se han levantado nuevas industrias para la producción de brócoli, madera, tilapia, confecciones en cuero, cerámica, especies aromáticas, entre otros.

III

La historia ha comprobado que el crecimiento económico, la generación de riqueza y mejoras en el nivel de vida han estado directamente relacionados con la facilitación comercial. El Ecuador no encontrara' soluciones a sus problemas inhibiéndose del comercio internacional, ni evadiéndolo, ni postergarlo, sino que el reto para el Ejecutivo, Legislativo, empresarios y gremios, es poder asegurar que los beneficios de la integración económica del Ecuador frente a los mercados mundiales sean ampliamente compartidos por la mayoría de la población. Mientras mayor equidad exista, mayor conciencia y sentido de responsabilidad despertara en la población.

EXECUTIVE SUMMARY.

IV

Seeking growth in the exchange of goods and services among nations has been a common goal throughout world history. Nations try to exchange goods they are able to produce for those that can not or are unable to produce within their country boundaries. This reality has been one of the most successfully mediums to generate wealth, but

also motivated the creation of trade barriers to protect specific interest each country had.

Even regardless of the barriers, commerce has always been the engine that impulses economic development, and this has motivated nations to create commercial associations that will benefit their member countries, associations such as: CAN, MERCOSUR, TLCAM, the European Union, CARICOM, MCCA, NAFTA, and APEC were created to promote and incentive commercial exchange among its members by reducing tariffs and quotas has to the products from the community. To promote world commerce, the WTO – World Trade Organization was created and so national institutions in each country to support the development of their commerce with foreign nations. In Ecuador we can find COMEXI, el MICIP, y la CORPEI.

Ecuador has traditionally been en exporter of raw materials and commodities, products that have given birth to 29 large companies (Sales > \$14m.), 64 medium size (Sales < \$14m. > \$ 3,5m.) And 240 small exporting companies (Sales < \$3,5m) being the United States our main commercial partner. Among large companies we find mainly banana and shrimp exporters, in midsize exporters their offer expands to tuna fish, cocoa, fish and preserved products. Small exporters aside from the products before mentioned, include bottles, wood, medicinal drugs, roses and mangos. Gathering all companies together, we could see that the exporting winners for 2005 were, aside from petroleum, bananas (\$ 1,040m.), shrimp (\$ 400m.), tuna fish (\$ 290m.), flowers (\$ 392m.), followed by fish (\$ 150m.) y cocoa (\$ 130m.)

The array of products that Ecuador has to offer to international markets is growing, and there have been identified some of the products with great potential of success in international markets, products such as: tilapia, word construction materials, pepper, furniture, bamboo, maracuyá, coffee, orgánico orito, palmito, extracts of café, software, herbal plants, textiles, and medicinal plants. Also Ecuador has been able to identify the 12 products with potential to succeed in the United States market, there are: babaco, grape, raspberry, strawberry, avocado, pitajaya, maracuyá – passion fruit, chirimoya, pepper, uvilla, guayaba, and tomate de árbol.

49% of total Ecuadorian exports are sold to the United States, which represents 29% of total exports excluding oil, making the United States our main commercial partner. These percentages are dramatically important since our second largest buyer is Peru, with only 8, 6% of total Ecuadorian exports.

To be able to take advantage of the market potential in the United States, Ecuador needs to implement practical but aggressive strategies beyond the boundaries of our territory. We ought to create international business models that would allow us to profit directly from international markets. This is the reason why this thesis paper analyzes the United States in depth, with a focus on Californian regulations.

The purpose is to have a document that will allow us to trace a commercial map from the U.S. economy, their political and social systems, and their openness to foreign investment. But above all to be able to understand what are the requirements and regulations to enter and operate into the US market so that Ecuadorian companies could directly explore the advantages of operating in the United States market.

Ecuador has on the table two issues regarding its commercial relations with the U.S: The expiration of the Andean trade preference act at the end of 2006, and the signature of a free trade agreement. The first is a unilateral preference treaty with minimum possibilities of being renewed and the second is a bi - national permanent treaty (FTA – TLC) that withholds a variety of complex national issues; complexities that have reduced the possibilities of closing and implementing the agreement to practically zero.

The effect of the commercial relation with the United States has brought positive consequences to the region. In the first 10 years of the Andean Preference Treaty, the region sold more than 18,000 millions to the U.S, and has generated employment for close to 150,000 people. Ecuador has been able to develop a solid tuna fish industry to the point of becoming the provider of 5% of the world production in Latin America, The flower industry has created 60,000 direct and indirect employment positions and new industries are growing in the production of broccoli, wood, , tilapia, leather manufactures, ceramics, tea plants, etc.

History has shown that economic development, generation of wealth, and improvements in the quality of life are directly related to trade facilitation among nations. Ecuador will not be able to find solutions to its internal problems by excluding itself from international commerce, nor by letting that decision rest for the years to come. The real challenge for the government, policy makers, businesses and every person that is involved in trade, is to be able to maximize the benefits of economic integration by allowing the majority of the population to be involved in that process. The better distributed the benefits, the more people interested in exploiting them, greater incentive to be productive and cooperate, as well as a society that works together to pursue the same goal.

1.3.7	Sanciones comerciales.	10
1.3.7	Controles cambiarios.	10
5.2	Asociaciones Internacionales de Comercio.	10
1.3.7	Unión europea. – UE	11
1.3.7	Foro de cooperación Asia Pacífico - APEC	12
1.3.7	Comunidad del Caribe – CARICOM	12
1.3.7	Mercado común centroamericano – MCCA.	13
1.3.7	Comunidad andina de naciones – CAN.	13
1.3.7	Mercado común del sur – MERCOSUR.	14
1.3.7	TLC de Norte América – NAFTA. TLCAN	15
5.2	Organismos del Comercio Internacional.	15
1.3.7	Internacionales.	15
1.2.2.3	Organización mundial de comercio.	15
1.2.2.3	Centro de comercio internacional.	18
1.3.7	Nacionales.	VIII
1.2.2.3	COMEXI.	20
1.2.2.3	Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad – MICIP.	22
1.2.2.3	Corporación de promoción de las exportaciones e inversiones. – CORPEI.	23

Capítulo 2

2	<u>Oferta comercial internacional del Ecuador.</u>	25
5.2	Esquema de Exportación del Ecuador.	25
1.3.7	Grandes Exportadoras: Empresas y productos.	27
1.3.7	Medianas Exportadoras: Empresas y productos	29
1.3.7	Pequeñas Exportadora: Empresas y productos.	30
5.2	26 Productos con potencial de Exportación.	32
1.3.7	14 Productos con potencial mundial.	33
1.3.7	12 Productos con potencial en Norteamérica.	34
5.2	Historias de Éxito.	35
1.3.7	ECUAGENA. Saca ventaja a la biodiversidad.	36
1.3.7	EQUIBUSINESS CORP. Uvillas a Europa.	37

1.3.7	COSTA MADERO. Valor agregado al camarón.	37
1.3.7	Otavaló al mundo.	38

Capítulo 3.

2 Haciendo negocios en los Estados Unidos.

	Un enfoque en California.	41
5.2	Panorama general de Estados Unidos	41
1.3.7	Introducción.	41
1.3.7	Organización político administrativa.	45
1.2.2.3	Sistema político.	45
1.2.2.3	Gobierno, Partidos políticos y actividad parlamentaria...	46
1.2.2.3	Administración Económica y Comercial.	48
1.3.7	Economía.	50
1.2.2.3	Crecimiento e inflación.	50
1.2.2.3	Sector público.	52
5.2	Inversiones extranjeras.	53
1.3.7	Marco legal, estadísticas y generalidades	53
1.3.7	Incentivos a la inversión extranjera.	57
1.2.2.3	Federales.	IX
1.2.2.3	Estatales.	58
1.2.2.3	Restricciones.	60
5.2	Creando una empresa en California.	62
1.3.7	Requisitos generales.	62
1.3.7	Cómo constituir y registrar un negocio.	62
1.3.7	Tipos de sociedades.	65
1.3.7	Contabilidad y auditoría.	72
5.2	Sistema fiscal & pago de impuestos.	73
1.3.7	Impuestos federales.	74
1.3.7	Impuestos Estatales - California.	76
1.3.7	Tratamiento fiscal a la sociedad extranjera.	78
5.2	Estatus migratorio.	79

1.3.7	Visados Temporales de trabajo.	79
1.2.2.3	Visado B1/B2. Visitante & Negocios.	79
1.2.2.3	Visado L-1. Traslado intra – compañía.	79
1.2.2.3	Visado H, Trabajo.	80
1.2.2.3	Visado E. Inversionista.	81
1.3.7	Visados permanentes.	82
1.2.2.3	Cuadro explicativo.	82
5.2	Información práctica.	83
1.3.7	Lo que debe saber al hacer negocios en EEUU.	83
1.2.2.3	Horario Comercial.	83
1.2.2.3	Días Festivos Nacionales.	83
1.2.2.3	Fechas, Pesos y Medidas.	84
1.3.7	Tips de Negocios.	84
1.2.2.3	Aspectos culturales en los negocios.	84
1.2.2.3	En la práctica con empresarios.	85
1.2.2.3	Medios de pago.	87

Capitulo 4

2	<u>Acuerdos comerciales Ecuador – EEUU.</u>	88
5.2	El ATPA y el ATPDEA	88
1.3.7	Introducción.	88
1.3.7	Nuevas Inclusiones a las preferencias.	89
1.2.2.3	El Atún.	89
1.2.2.3	Prendas de Vestir.	X
1.2.2.3	Prendas de vestir elaboradas bajo maquila.	90
1.2.2.3	Prendas de vestir elaboradas con pelos de Camélidos... ..	91
1.2.2.3	Productos textiles artesanales.	91
1.3.7	Productos excluidos.	91
1.3.7	Reglas especiales.	91
1.3.7	Sanciones.	92
1.3.7	La ley de preferencias en acción.	93
1.2.2.3	Tabla de principales exportaciones.	93

1.2.2.3	Efectos de la ley.....	94
5.2	EL Tratado de Libre Comercio.	95
1.3.7	Que es un TLC.	96
1.3.7	Desventajas de un Acuerdo Comercial.	97
1.3.7	Ventajas de un Acuerdo Comercial.	97
1.3.7	Como afecta a los sectores al largo plazo.	98
1.2.2.3	Al ciudadano.	98
1.2.2.3	Al productor.	98
1.2.2.3	Al país.	98
Capitulo 5.		
2	Conclusiones.	99
5.2	El efecto Imperialismo.	99
5.2	Compatibilidad Comercial.	100
5.2	Alianzas con los latinoamericanos.	103
5.2	Hacia donde dirigirnos.	104

CAPÍTULO I

1. HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

Esta revisión de la historia del comercio internacional es una recopilación de los procesos comerciales entre los países a lo largo de los años que además involucra una breve reseña histórico - económica que ha sido marcada por el comercio internacional y las teorías económicas detrás de los procesos. Es importante considerar que en la era previa a la constitución de las Naciones - Estados, el termino comercio internacional no tenia relevancia ni se lo conceptualizaba como lo hacemos hoy en día, sino mas bien era considerado como un “comercio a distancia” con clientes que se encontraban en tierras lejanas.

1.1.1 Records de los Inicios: 1100 – 1600.

Remontándonos a los registros históricos mas antiguos encontramos que en 1157 la liga Hanesiatica (**hǎn'sēāt'ik, hǎn'zē**) ya aseguro privilegios comerciales y derechos sobre los mercados en Inglaterra para los productos provenientes de las ciudades comerciantes miembros de la liga. La liga estaba formada por una confederación de pueblos mercantes en la Alemania medieval, que buscaban intereses económicos y defensivos similares. En 1498, Vasco da Gama, navegante del imperio de Portugal, impulsa la comercialización de hierbas y especerías en el mundo entonces conocido; y abrió las puertas al intercambio comercial de especies en Europa convirtiendo a Portugal en el Imperio de las especias hasta el siglo 16. 1.

En el siglo quince Holanda se convirtió en el centro mundial del comercio internacional al impulsar la liberalización de los controles cambiarios y promocionando la libre circulación de bienes. En 1592 Japón introduce un sistema de licencias para el comercio internacional que prevenía el contrabando y la piratería. En 1580 Portugal es derrotado en su intento de independenciam de la monarquía Española, permitiendo a España establecerse como monopolio en la comercialización de especias de la India. Sin competencia, España incrementa los precios en el mercado europeo, afectando directamente los intentos de libre comercio en holanda y dejándola fuera del mercado.2.

1. The American Heritage® Dictionary of the English Language, Fourth Edition Copyright © 2004, 2000 by Houghton Mifflin Company. Published by HMCP Houghton Mifflin Company Press. 2. The Columbia Electronic Encyclopedia, Sixth Edition Copyright © 2003, Columbia University Press. <http://www.columbia.edu/cu/cup/cee/cee.html> Ultima actualización: Mayo de 2005. Disponible en <http://www.bartleby.com/65/>

1.3.7 Teorías, Gobiernos y Crecimiento comercial: 1600 – 1900

En 1602 Holanda forma la compañía ***Dutch East Indian Company*** que estratégicamente, 50 años mas tarde, ayudó a transferir el dominio del mercado de especias a Holanda. En 1604 Hugo Grotius publica su libro *Mare liberum* (Liberalización de los Mares), abogando el uso abierto del espacio marítimo para fomentar el comercio de todas las naciones. En Inglaterra, movimientos parlamentarios también promueven el libre comercio, pero se oponen a las iniciativa Holandesa de proveer derechos ilimitados de navegación para los estados. Es entonces donde inicia la rivalidad político - comercial entre Inglaterra y la Republica de Holanda.

En 1651 Inglaterra crea el ACTA DE NAVEGACION, que permite el trasbordo de mercancías a Inglaterra únicamente de barcos Ingleses o embarcaciones oficiales de gobiernos extranjeros. La iniciativa Inglesa crea desestabilidad en el mercado y desata la guerra Anglo – Holandesa en 1654, después de la cual Holanda se ve forzada a firmar el tratado de ***Westminster***, aceptando el acta y sus regulaciones de navegación. En los años consiguientes el dominio de la India pasaría a manos de los Ingleses. 3.

En 1713 se consolidan varios derechos comerciales internacionales, asignados por contratos monopólicos. En el tratado de *Utrecht*, Inglaterra obtiene el contrato de esclavos “ El Asiento”, un permiso otorgado por el gobierno Español a terceros países que los habilitaba a comercializar esclavos dentro de las colonias españolas. Años mas tarde Inglaterra conseguiría firmar un contrato con The Hudson’s bay Company que le aseguro el comercio de pieles con Canadá. 4.

En 1751 Benjami Franklin en su “Observatorio del incremento poblacional y de las naciones” 5. sostiene que una competencia abierta con los demás países prevendría a los comerciantes del imperio Británico vender bienes manufacturados a precios por encima de los precios mundiales a las colonias americanas, basándose en los principios de libre comercio, ya compartida por los demás países.

Empieza a tomar fuerza el mercantilismo en los países Europeos, que buscaban maximizar sus exportaciones con un mínimo de importaciones para fortalecer su balanza comercial y promover el crecimiento interno de sus economías.

En 1770 Las cartas de Turgot “ *Sur la liberté du commerce des grains*” demanda de los países mundiales la desaparición de las restricciones comerciales sobre los productos de granos, argumentando el mutuo beneficio a todas las partes que participen en el proceso. 6. En 1776 Adam Smith en su libro *Wealth of Nations*, empieza a cuestionar la sabiduría económica y comercial del mercantilismo, argumentando que la especialización económica puede beneficiar tanto a los países como a las empresas. Smith considera dentro de su propuesta que la racionalización y control de las importaciones y las exportaciones era una “ironía sin sentido”, que causaba un gran daño al país que intenta proteger a un grupo específico de industrias.7.

En 1799, la Dutch East India company, que llegó a ser la compañía más grande del mundo cayó en banca rota; principalmente por los efectos de la competencia en un mercado de libre comercio más competitivo. En 1815 el Reino Unido introduce la “ley británica sobre el maíz” limitando la importación del grano al reino. 7. En 1816 los Estados Unidos se alinean con el proteccionismo comercial para fortalecer sus industrias locales y protegerlas de los productos industriales ingleses. El Congreso norteamericano extiende su legislación de 1789 para imponer tarifas a los bienes manufacturados extranjeros.

En 1817, James Mill, Robert Torrens y principalmente David Ricardo demostraron con su teoría “Ventaja Comparativa” que el libre comercio podría beneficiar tanto a los países industrialmente fuertes como a los débiles. En 1818 la gran mayoría de intelectuales europeos fueron persuadidos por los Argumentos de Ricardo. En 1828 los Estados Unidos firman la ley “*Tariff of Abominations*” con la intención de incrementar los precios locales de los productos provenientes de Inglaterra. La medida causa división interna en los Estados Unidos entre los productores industrializados del Norte y los agricultores del Sur. Los del sur - vieron disminuir dramáticamente sus ventas agrícolas a Inglaterra como represalia a la medida Estadounidense. 8.

En 1833 el proteccionista Henry Clay promueve en los Estados Unidos una reducción dramática a los aranceles a niveles similares a los manejados a inicios de 1816 para incentivar el comercio y la producción. En 1839 se produce la Guerra del Opio. Mientras Inglaterra exportaba desde la India más de una tonelada de opio diario a los puertos Chinos, China implementa medidas proteccionistas que prohíben el ingreso de

6. Encyclopedia information about Adam Smith/*The Columbia Electronic Encyclopedia, Sixth Edition. Columbia University Press. Licensed from Columbia University Press/* 7. D. G. Barnes, *A History of English Corn Laws from 1660 to 1846* (1930, repr. 1965); N. Longmate, *The Breadstealers* (1984)/ 8 .American Literature information about 1817/ *The Chronology of American Literature, edited by Daniel S. Burt. 2004 Published by Houghton Mifflin Company.*

opio al país. Inglaterra invade la China, y obliga al parlamento a reconsidera las restricciones al comercio de opio basados en las teorías económicas de Ricardo.

En 1841 el Alemán Friedrich y su “*Das Nationale System der Politischen Okonomei*” discute sobre la equivalencia del comercio entre naciones en términos individuales y colectivos. Para cada país el sistema económico ideal seria un sistema basado en el libre comercio, pero la importancia de desarrollar una capacidad productiva interna, convierte al libre comercio entre los países en una amenaza para las naciones que intentan especializarse, principalmente en agricultura. Friedrich dice que una nación con estas características, en un sistema de libre comercio, permanecería inerte y no alcanzaría un nivel de desarrollo industrial. Friedrich consideraba que el proteccionismo en una nación industrialmente débil es similar a la etapa educativa de un individuo: Es costosa y necesaria en el corto plazo, pero beneficiosa al largo plazo. 9.

Friedrich estaba conciente de los beneficios económicos del libre comercio, y comprometía a los alemanes a adoptar esta política tan pronto como la etapa educativa de la industria interna se haya completado. Para el año de 1840 el libre comercio había crecido entre las naciones del mundo, basándose en los intereses particulares de cada país y movidos por la reciprocidad comercial. En 1846 Inglaterra deroga la “ley británica sobre el maíz”

Para 1848 toma fuerza la “Nueva Teoría Comercial” que presta una consideración especial a las industrias infantiles y jóvenes, al enfatizar el deber de los gobiernos por proteger estas industrias por un tiempo prudencial necesario que les permita desarrollarse para poder competir libremente. Esta teoría se convirtió en política de estado de varios países que intentaban industrializarse para poder competir con los exportadores ingleses. 12.

1.2.2 Debacle, Guerra & Nacimiento: 1900 – 1950

En 1929 colapsó la Bolsa de Valores en Nueva York, evento mejor conocido como “ la gran debacle ” o “Jueves Negro” En 1930 los aranceles en los Estados Unidos fueron prácticamente duplicados con la firma del acta *Smooth Hawley*. Con estos dos eventos la economía mundial se vio sumergida en una recesión que genero un grave nerviosismo en los países del mundo, los cuales buscaron proteger sus economías

locales y sus industrias regresando a las practicas de proteccionismo que fueron utilizadas en el pasado. Como resultado Europa y Japón entraron en un fuerte periodo de recesión que los llevo a alcanzar niveles de pobreza extrema. En ciertos países, entre ellos Alemania, grandes héroes se levantaron como la respuesta política y económica del pueblo; los mismos que años mas tarde se volvieron dictadores y marcaron periodos trágicos de nuestra historia contemporánea. El mundo enfrentaría sus dos primeras guerras mundiales.

Las naciones vieron la urgencia por revitalizar el comercio mundial para nuevamente generar ingresos que promovieran las economías locales. Los países desarrollados de aquel entonces buscaban apresuradamente facilitar mecanismos que impulsaran el comercio. Dentro de este proceso los Estados Unidos estaban siendo fuertemente presionados a abrir sus mercados a los demás países del mundo.

En 1946 el Sistema Económico Bretton Woods, planeado desde 1944 en New Hampshire, Estados Unidos, entra en efecto como la nueva estructura económica internacional para prevenir depresiones económicas y guerras en el mundo. Este nuevo esquema se incluyen la creación de nuevas instituciones internacionales, como el FMI y el BM, y nuevas leyes que prevengan el levantamiento de trabas al comercio, ya que en base a los datos históricos la falta de libre comercio fue una de las causas principales para que se inicien inconvenientes bélicos entre los países. 11.

En 1947 inician las conversaciones para que en 1948, 23 países firmen el primer acuerdo comercial de carácter global conocido como GATT, *General Agreement on Tariffs and Trade*, irónicamente firmado en la Havana. Cuba. Las negociaciones para este tratado resultaron en la reducción y eliminación de 45,000 tarifas arancelarias. Años mas tarde Alemania y Japón experimentarían un “Milagro Económico” en sus economías locales, gracias a las reducciones arancelarias que impulsaron un boom comercial mundial. 12.

1.2.2 Asociaciones, una nueva etapa: 1950 – Periodo Contemporáneo.

El 4 de enero de 1960 se crea en Estocolmo la Asociación de Libre Comercio Europeo – EFTA; originalmente formada por siete miembros: Reino Unido, Dinamarca, Noruega, Austria, Suiza, Portugal y Finlandia. El 16 de octubre de 1973 la OPEC decide levantar

los precios del crudo liviano de exportación y ordena una reducción de la producción de los países miembros; además anuncia un embargo petrolero a los países aliados a Israel - Estados Unidos y aliados europeos- en la guerra contra Egipto y Líbano.

En 1974 el shock en los precios del petróleo se sintió al rededor del mundo, ya que la disminución en la producción global de los países de la OPEC no solo afecto a los países del embargo sino también al mercado abierto del petróleo. Estas medidas obligaron a los países consumidores a adoptar medidas de racionamiento al consumo de gasolina, petróleo y sus derivados. 13. Entre 1986 y 1993 se llevaron las rondas de negociación mas ambiciosas del GATT hasta ese entonces, que concluyeron con la firma del tratado de Uruguay. Esta negociación fue la mas ambiciosa pues intentaba incluir temas de agricultura y servicios por primera vez en la historia. 14.

En 1992 la Unión Europea decide liberalizar a gran escala sus barreras comerciales internas para facilitar el libre comercio entre sus países miembros, lo que confluyó tanto en la libre comercialización de bienes y servicios como la libre circulación laboral de sus ciudadanos. 15. En enero de 1994 el tratado comercial de norte América NAFTA entro en efecto. Conformado por Estados Unidos, Canadá y México, el propósito del tratado fue incrementar la eficiencia y la equidad en el comercio entre sus naciones al eliminar los aranceles, impuestos y otras barreras burocráticas para el comercio. 16.

La oposición política al libre comercio comenzó a crecer en los años 90, no solo en los países en vías de desarrollo sino también en ciertos grupos y esferas de los países desarrollados. Agricultores franceses organizaron huelgas en las calles de las ciudades principales. En Estados Unidos los autos japoneses eran golpeados y en los países latino americanos una latente ideología socio - comunista encontraba un lema de lucha contra las grandes potencias. En los países desarrollados los críticos del sistema acusaban a las empresas de explotar a los trabajadores de los países en vías de desarrollo, mientras en los países en vías de desarrollo se les acusaba a las empresas de aprovecharse de los recursos locales. 17. En 1995 se crea la Organización Mundial de Comercio, OMC, que sustituiría al GATT con mayor poder para promover el libre comercio entre los países miembros. En el 2001, luego de 15 años de negociaciones, China ingresa como una de las naciones mas relevantes al comercio mundial en adherirse a la OMC. Al momento la Organización Mundial de Comercio cuenta con 149 naciones miembros y 27 en negociaciones para ingresar. 18.

1.2 El comercio y la Protección de los países.

Para entender mejor los mecanismos y las herramientas que han venido utilizando los países tanto para regular el flujo de su comercio, promover sus economías locales, así como intentar corregir ciertos desequilibrios económicos en sus balanzas de pagos, es necesario revisar cuales son los métodos de los que disponen los países; métodos que también son llamados: ‘Barreras a las Importaciones’, o , “mecanismos de protección” dependiendo de la tendencia ideológica respecto al comercio internacional.

1.4.1 Aranceles.

Son barreras impositivas que establece un gobierno mediante la aplicación de tasas porcentuales que gravan las mercaderías importadas en función de su valor económico. Los gobiernos establecen aranceles a los bienes que intentan ingresar a sus países con la finalidad de:

1. Proteger a las industrias infantiles o nuevas industrias, hasta que puedan desarrollarse y competir en el mercado internacional.
2. Regular la cantidad de bienes que ingresan al país, por ende la oferta y sus precios.
3. Generar ingresos por medio de la recaudación de las tasas impositivas.

Si bien los aranceles establecen una tasa que graba a las importaciones, estos no limitan su cantidad de importación. Los aranceles son asimismo un mecanismo de protección que de no ser debidamente utilizados por los gobiernos podrían distorsionar la oferta y la demanda, fomentar la ineficiencia de las industrias locales y en ultima instancia incrementar los precios para los consumidores.

1.4.2 Cuotas / Contingentes.

Son barreras cuantitativas que establece un gobierno para las importaciones específicas de un bien, producto o servicio. Se establece un límite a la cantidad de producto que puede ingresar al país mediante la creación de “Licencias” de importación” otorgadas en forma restringida por un organismo gubernamental competente.

La finalidad de los contingentes es limitar la oferta de un bien internacional en el mercado local. De esta forma se ejerce un control ficticio sobre los precios del mercado que permitirán a los productores locales disponer del tiempo necesario para lograr la eficiencia necesaria que les permita competir libremente a corto y mediano plazo.

1.2.2.1 Cuotas unilaterales.

Estas son las cuotas establecidas por un gobierno sin haber consultado o negociado con sus socios comerciales o demás países del mundo. Esta cuota puede ser de carácter global o específica. Una cuota global es cuando se establece una cuota de importación para un bien específico sin importar su país de origen. La cuota específica es cuando se establece una cuota de importación de acuerdo a su país de origen.

Esta medida es utilizada especialmente en los casos cuando la demanda interna de un país sobrepasa su capacidad de producción. Las cuotas se convierten en un mecanismo ficticio para ajustar el mercado, facilitando el ajuste de precios y evitar así una escalada de los mismos.

1.2.2.2 Cuotas bilaterales o multilaterales.

Cuando se negocian cuotas de importación con terceros países se acuerdan los cupos de importación de diferentes productos entre los países participantes del acuerdo. Esto se viabiliza cuando el gobierno extiende licencias de importación a los agentes de importación dentro de su país (*caso productos comerciales*) o bien los gobiernos extranjeros otorgan licencias de exportación a sus productores nacionales (*Caso de armamento o tecnología restringida*)

En algunos casos las cuotas bilaterales podrían ser consideradas como *Restricciones Voluntarias* (*ver más adelante*); sin embargo las cuotas únicamente afectan a las importaciones de un, o varios, países específicos; no afecta a la cantidad de producción o a la oferta exportable del país que produce los bienes. como por ejemplo la cuota que tiene JAPON para la exportación de sus textiles hechos a mano hacia los estados unidos

1.2.2.3 Cuotas arancelarias.

Las cuotas arancelarias permiten a un bien internacional ingresar al país pagando un arancel preferencial o en algunos casos libre de aranceles. Sin embargo, una vez que la cuota de importación ha sido cubierta los bienes que intenten ingresar al país deberán pagar tasas arancelarias elevadas y restrictivas.

1.4.3 Barreras administrativas.

Las barreras administrativas pueden llegar a ser tan diversas y complejas como el número de procedimientos administrativos que decida tener cada país. Es decir, las barreras administrativas son los distintos procedimientos necesarios, por requisito de ley nacional, para poder ingresar bienes extranjeros al país. Estos pueden ser:

1. Trámites aduaneros complejos que retrasen o encarezcan los movimientos de mercancías.
2. Normas sanitarias & fitosanitarias sofisticadas.
3. Normas de calidad extremadamente complejas, más allá del contexto internacional.
4. Leyes que rigen la propiedad intelectual.
5. Cualquier otro procedimiento administrativo nacional que impidan la importación o venta de los bienes internacionales.

Las barreras administrativas son utilizadas por todos los países en el mundo para asegurar la calidad, salubridad, y normas técnicas de los bienes internacionales que ingresan a sus países. Por la complejidad que pueden alcanzar las barreras administrativas, estas son también utilizadas por los países que avocan a la reducción de cuotas y aranceles, para demorar el ingreso de ciertas importaciones, especialmente las que afectan directamente a sus industrias sensibles.

1.4.4 Restricciones voluntarias.

Las restricciones voluntarias son medidas proteccionistas poco comunes en las que uno o varios países de forma voluntaria se comprometen a limitar su producción de un bien específico. Estos acuerdos de carácter bilateral o multilateral generalmente vienen dados dentro de un contexto de negociaciones que permiten a las partes

negociadoras obtener retribuciones y beneficios. Un ejemplo de las restricciones voluntarias a las exportaciones son las medidas adoptadas por los países miembros de la OPEP para regular la oferta mundial de petróleo.

1.4.5 Sanciones comerciales

Una sanción comercial es una decisión unilateral, bilateral o multilateral impuesta sobre un país prohibiendo el ingreso de sus productos en el - o los - mercados nacionales. Este tipo de medidas son generalmente adoptadas por la vía diplomática como recursos de presión política internacional.

1.4.6 Controles cambiarios.

Las transacciones de divisas pueden ser utilizadas como medios de control para regular la disponibilidad de moneda extranjera de los compradores internacionales que ingresan las mercaderías al país. Este mecanismo pretendía dar a los gobiernos la potestad de limitar los montos de importación y el flujo de divisas con un país específico. Después de la implementación del patrón de oro y en la actualidad este mecanismo se ha convertido en una herramienta de política monetaria y financiera internacional, más que una barrera para el comercio.

5.2 Asociaciones Internacionales de Comercio.

Las asociaciones comerciales internacionales se han convertido en ejes de desarrollo económico para los países asociados y han impulsado una atmósfera de interdependencia económico – comercial que fomenta la proliferación de nexos entre los países, limitando así los distanciamientos que a lo largo de nuestra historia han dado origen a los enfrentamientos bélicos mundiales.

Si bien es necesario ser enfáticos en el hecho de que no todos los sectores productivos dentro de cada país han salido ganadores en las asociaciones comerciales, los resultados globales y macroeconómicos han sido siempre positivos, especialmente para aquellos países que han logrado anticiparse a las oportunidades y los retos que estos acuerdos traen consigo.

Cada asociación comercial conlleva distintos matices que hacen de dicha asociación única en sus términos y alcances, y en muchos casos los temas comerciales son solamente el inicio de una integración regional más allá de lo comercial, que traspasa a lo laboral, lo económico y lo político, con el ejemplo quizás más avanzado de la Unión Europea.

Entre los bloques de mayor representatividad en el mundo, también conocidos como “bloques globalizados” es un estudio realizado por la BBC de Londres, encontramos a la Unión Europea como el grupo más avanzado en propuestas de integración, seguido por el *Foro de Cooperación Asia Pacífico – APEC*. Otros bloques de mayor relevancia en el contexto mundial son: *La Comunidad del Caribe – CARICOM*, *El Mercado Común Centroamericano – MCCA*, *La Comunidad Andina de Naciones – CAN*, *El Mercado Común del Sur – MERCOSUR*, *El Tratado de Libre Comercio de América del Norte TLCAN/NAFTA*. Estos bloques comerciales no dejan de lado ni excluyen la posibilidad de que cada uno de los países que la conforman busque acuerdos comerciales con terceras naciones, siempre y cuando esto no afecte o altere la armonía comercial dentro del bloque.

1.3.7 Unión europea. – UE

Países Integrantes: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, República de Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia. Países que serán integrados en mayo de 2004: Chipre, Malta, Lituania, Estonia, Letonia, Eslovaquia, Eslovenia, Hungría, Polonia y la República Checa.

Exportaciones: US\$2,45 billones

Importaciones: US\$2,35 billones

La Unión Europea se ha convertido en uno de los más poderosos bloques comerciales del mundo, con un Producto Interno Bruto (PIB) que supera al de Estados Unidos. La creación de la moneda única europea, el euro, adoptada por 12 de sus miembros, ha fortalecido aún más el proceso de integración. La UE ahora enfrenta el desafío de integrar a diez nuevos miembros de Europa del Este a su sistema económico. ¹⁹.

1.3.7 Foro de Cooperación Asia Pacífico - APEC

Países integrantes: Australia, Brunei, Canadá, Corea del Sur, Chile, China, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, Rusia, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam.

Exportaciones: US\$2,94 billones.

Importaciones: US\$3,22 billones.

El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico reúne a los países que bordean el Océano Pacífico con el objetivo de promover el libre comercio. Sus 21 integrantes acaparan el 45% del comercio mundial. El grupo aún no se ha consolidado como un bloque sólido al estilo de la Unión Europea y los esfuerzos para promover el libre comercio entre sus integrantes sufrieron un fuerte golpe con la última crisis asiática en 1997-98 y la epidemia de SRAS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) en 2003. Recientemente, China sugirió que está interesada en establecer una zona de libre comercio con las economías en ciernes del Sudeste Asiático. 20.

1.3.7 Comunidad del Caribe – CARICOM

Países integrantes: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, San Kitts y Nevis, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Surinam y Trinidad y Tobago.

Exportaciones: US\$7.513 millones.

Importaciones: US\$12.773 millones.

La Comunidad del Caribe agrupa a 15 naciones americanas, en su mayoría ex-colonias británicas. Este grupo de integración es el más pequeño del continente americano, pero se caracteriza por su dinamismo. Al igual que toda América Latina, el proceso de integración se frenó en la década de los 80, pero adquirió dinamismo en los 90. Sin embargo, la región que agrupa a varias de las economías más pequeñas del continente ahora afronta el desafío de lograr hacer escuchar sus intereses en las negociaciones para el ALCA. La comunidad del Caribe ha trabajado para crear un mercado común propio que intentaba llevarlo de la mano con las negociaciones del ALCA que lideraba Estados Unidos a inicios de esta década. 21.

1.3.7 Mercado Común Centroamericano – MCCA

Países Integrantes: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Exportaciones: US\$10.604 millones.

Importaciones: US\$21.886 millones.

Los países centroamericanos procuraron reimpulsar al Mercado Común Centroamericano en la década de los 90, tras la serie de conflictos internos que golpearon a la región durante los 80. Sin embargo, el impulso del MCCA, que nació en la década de los 60, afronta el serio reto de superar la pobreza y el subdesarrollo agudizados por los recientes desastres naturales, como los terremotos en El Salvador y el huracán Mitch. Los países centroamericanos, no obstante, consideran que la integración es una de las herramientas más eficaces para superar sus problemas.

Asimismo, los países que integran el MCCA han tratado de mantener una política agresiva de atracción de inversiones, apoyados por el Banco Interamericano de Desarrollo, especialmente después de los recientes desastres naturales. En diciembre de 2003, los países integrantes, excepto Costa Rica, firmaron un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos conocido como CAFTA. Más de la mitad de las actuales exportaciones agrícolas estadounidenses a Centroamérica - que son las de mayor importancia junto con los textiles - quedarán libres de aranceles. A cambio, EE.UU. eliminará la mayoría de sus tarifas agrícolas en un plazo de 15 años. ²².

1.3.7 Comunidad Andina de Naciones – CAN

Países integrantes: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú .

Exportaciones: US\$52.951 millones.

Importaciones: US\$46.104 millones.

La Comunidad Andina de Naciones, que nació en 1969 como el Pacto Andino, es uno de los bloques más antiguos del continente y del mundo, pero uno de los que más obstáculos ha encontrado en su proceso de integración. Durante la década de los 90, al igual que otros bloques regionales, la CAN vivió un fuerte impulso en el desarrollo comercial, pero la última década también se ha caracterizado por los problemas socio-

económicos de difícil solución, como los conflictos internos, la pobreza y el narcotráfico.

Los países de la CAN, sin embargo, continúan apostando a la integración. La presencia del ALCA ha hecho que sus miembros traten de presentarse con una sola voz en las negociaciones, para lograr una ampliación de mercados que los favorezca pero también para evitar que sus frágiles economías sean engullidas ante un escenario de libre comercio continental. El gobierno de Brasil ha impulsado la negociación de un tratado de libre comercio del CAN con el vecino bloque del MERCOSUR, para crear un frente común que pueda negociar mejores condiciones para el ALCA ante Estados Unidos, hecho que el 7 de Julio de 2007 logro cristalizarse mediante un acuerdo de asociatividad entre los dos bloques comerciales. 23.

1.3.7 Mercado comun del sur – MERCOSUR

Países integrantes: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. *Países asociados:* Chile, CAN.

Exportaciones: US\$88.479 millones.

Importaciones: US\$60.102 millones.

Nacido en 1991, el MERCOSUR es considerado el tercer bloque comercial más exitoso del mundo. Sin embargo, los últimos años se han caracterizado por problemas que han puesto en tela de juicio la viabilidad del grupo. Los problemas económicos de Brasil, que terminó devaluando su moneda, y Argentina, que afronta una larga recesión, han hecho que se produzcan diferencias internas que han llevado a cuestionar la eficacia del grupo como una Unión Aduanera.

No obstante, sus miembros continúan afirmando que MERCOSUR es el camino por el que deben transitar y tratan de mantener una sola voz. MERCOSUR llegó a un acuerdo con la vecina Comunidad Andina de Naciones - CAN para firmar un tratado de libre comercio. Como se menciono anteriormente en Junio de 2005 se firmo el convenio de asociatividad entre los dos bloques. 24.

23. Sitio Oficial de la Comunidad Andina de Naciones. CAN: <http://www.comunidadandina.org> [Consulta realizada en agosto 2006]

24. Sitio Oficial del Mercado Común de Sur MERCOSUR <http://www.mercosur.int/msweb/principal/contenido.asp> [Consulta realizada en agosto 2006]

1.3.7 Tratado de Libre Comercio de Norte America –TLCAN/ NAFTA.

Países integrantes: Canadá, Estados Unidos y México.

Exportaciones: US\$1,11 billones.

Importaciones: US\$1,60 billones.

El TLCAN engloba toda la parte norte del continente americano y asocia a dos de las economías desarrolladas del planeta -las de Estados Unidos y Canadá- con una economía emergente, México, lo que lo hace un bloque fuertemente competitivo, según sus asociados. De hecho, el comercio intrarregional del grupo llega ya a los US\$600.000 millones anuales, lo que hace que Canadá, Estados Unidos y México, hayan visto en el pasado a este bloque y su posible ampliación en el ALCA como elementos clave de su economía. Liderados por Estados Unidos, el TLCAN apostaba sus fichas para su ampliación a través del ALCA, proyecto continental de integración que a quedado rezagado por las corrientes comerciales en América latina que sumado al pésimo manejo de la política internacional de Estados Unidos ha generado una negativa rotunda a nivel político en América Latina. 25.

1.4 Organismos del Comercio Internacional

1.4.1 Internacionales.

1.4.1.1 Organización mundial de comercio.

La Organización Mundial del Comercio - OMC o WTO, por sus siglas en ingles, es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. 26.

Los pilares sobre los que descansa este sistema, conocido como sistema multilateral de comercio, son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la

gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. Esos acuerdos establecen las normas jurídicas fundamentales del comercio internacional. Son esencialmente contratos que garantizan a los países Miembros importantes derechos en relación con el comercio y que, al mismo tiempo, obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de unos límites convenidos en beneficio de todos.

Aunque son negociados y firmados por los gobiernos, los acuerdos tienen por objeto ayudar a los productores de bienes y de servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. El principal objetivo de la Organización Mundial de Comercio es mejorar el bienestar de la población de los países Miembros para lo cual se encarga de:

- administrar los acuerdos comerciales
- servir de foro para las negociaciones comerciales
- resolver las diferencias comerciales
- examinar las políticas comerciales nacionales
- ayudar a los países en desarrollo con las cuestiones de política comercial, prestándoles asistencia técnica y organizando programas de formación
- cooperar con otras organizaciones internacionales.

La OMC está integrada por cerca de 149 países, que representan más del 97 por ciento del comercio mundial. Aproximadamente otros 30 países están negociando su adhesión a la Organización. Las decisiones son adoptadas por el conjunto de los países Miembros. Normalmente esto se hace por consenso. No obstante, también es posible recurrir a la votación por mayoría de los votos emitidos, si bien ese sistema nunca ha sido utilizado en la OMC y sólo se empleó en contadas ocasiones en el marco de su predecesor, el GATT. Los Acuerdos de la OMC han sido ratificados por los parlamentos de todos los Miembros.

El órgano superior de adopción de decisiones de la OMC es la Conferencia Ministerial, que se reúne al menos una vez cada dos años. En el nivel inmediatamente inferior está el Consejo General (normalmente compuesto por embajadores y jefes de delegación en Ginebra, aunque a veces también por funcionarios enviados desde las capitales de los países Miembros), que se reúne varias veces al año en la sede situada en Ginebra.

El Consejo General también celebra reuniones en calidad de Órgano de Examen de las Políticas Comerciales y de Órgano de Solución de Diferencias.

En el siguiente nivel están el Consejo del Comercio de Mercancías, el Consejo del Comercio de Servicios y el Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Consejo de los ADPIC) que rinden informe al Consejo General. La OMC cuenta igualmente con un importante número de comités y grupos de trabajo especializados que se encargan de los distintos acuerdos y de otras esferas como el medio ambiente, el desarrollo, las solicitudes de adhesión a la Organización y los acuerdos comerciales regionales.

A continuación un cuadro que resume en síntesis la información más relevante de la Organización Mundial de Comercio:

<i>Cuadro 1.</i>		LA OMC – WTO
<i>Síntesis.</i>		
SEDE EN:	Ginebra, Suiza	FUNCIONES
ESTABLECIDA :	1º de enero de 1995	• Administra acuerdos comerciales.
CREADA POR:	Ronda Uruguay (1986-94)	• Foro de negociaciones comerciales
MIEMBROS:	149 países (Dic./2005)	• Resolución de diferencias comerciales
PRESUPUESTO:	175 Milliones. FS.	• Supervisar políticas comerciales nacionales
PERSONAL:	635 personas	• Asistencia técnica y formación para países en desarrollo
DIRECTOR GENERAL:	Pascal Lamy	• Cooperación internacional

Fuente: www.wto.org

1.4.1.2 Centro de Comercio Internacional – CCI.

26. Sitio Oficial de la Organización Mundial de Comercio - OMC. Funcion, objetivos, estructura. http://www.wto.org/spanish/news_s/news_s.htm

Desde 1964, el Centro de Comercio Internacional ha ayudado al sector empresarial de las economías en desarrollo y en transición a potenciar sus exportaciones. Su objetivo es ayudar a estos países a lograr un desarrollo humano sostenible gracias a las exportaciones y, especialmente, al aumento de su competitividad. Hoy, son reconocidos como un organismo práctico, que ha seguido un cauce de reformas, promoción de la colaboración y fomento de la innovación.

Mientras la globalización trae el comercio a la puerta de los países, ciudades y los hogares alrededor del mundo, sólo unos pocos países en desarrollo han conseguido aprovechar el potencial de crecimiento que encierran los intercambios comerciales. En el mundo de hoy, el comercio es reconocido como vía de desarrollo, y muchas organizaciones lo respaldan en el marco de sus actividades. El CCI es la única organización internacional que concentra su acción exclusivamente en el fomento del comercio de las economías en desarrollo y en transición. 27.

Actúa bajo criterios de especialización, atención prioritaria, flexibilidad y servicio al cliente, cooperando con organismos nacionales, regionales e internacionales de todo el mundo. Sus principales clientes son las empresas orientadas a la exportación y en particular las pequeñas y medianas empresas de los países en desarrollo. Su meta es ofrecer servicios de desarrollo del comercio a nivel mundial, actuando en colaboración con otras entidades y sirviendo de catalizador a fin de que estos países puedan crear mejores empleos y aumentar el ingreso de sus habitantes.

El CCI comparte los objetivos de desarrollo social de las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y las organizaciones que impulsan el desarrollo comercial a nivel internacional. El CCI contribuye a la realización de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de Naciones Unidas, específicamente en lo que atañe a la formación de una alianza mundial a favor del desarrollo, la reducción de la pobreza, la promoción de la igualdad de género y la sostenibilidad medioambiental.

El enfoque adoptado por el CCI en cuanto al desarrollo del comercio refleja su voluntad de actuar en forma práctica, funcionando como una agencia de cooperación técnica que crea capacidades nacionales por medio de programas de asistencia técnica en relación con el comercio. Su metodología ha sido avalada por la Declaración Ministerial de la OMC reunida en Doha y por el Consenso de Monterrey (Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo).

Entre sus servicios están los programas globales de asesoramiento, herramientas y productos, elaboración; Fuentes de información para el desarrollo del comercio internacional y las empresas son en gran medida accesibles a través de la Internet, Herramientas y productos que apoyan, respaldan y mejoran al comercio a través de instituciones asociadas.

<i>Cuadro 2.</i> CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL CCI - ITC	
Síntesis..	
	FUNCIONES
ESTABLECIDA Geneva,Switzerland 1964.	Facilitar la integración en el comercial mundial.
CLIENTES Gobiernos, agencias de desarrollo exportaciones, empresas.	Apoyar estrategias nacionales de desarrollo del comercio.
PRESUPUESTO US\$ 49 millones	Fortalecer servicios de apoyo al comercio.
FINANCIAMIENT O UN. OMC. Gobiernos, Empresas. Organizaciones	Mejorar los resultados de exportación nacionales.
PERSONAL: 213 personas	Fomentar la competitividad internacional de las PYME.
MISIONES DE CONSULTORIA 800 en el 2004.	

Fuente: www.intracen.org

1.4.2 Organismos Nacionales.

1.4.2.1 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones. - COMEXI.

El COMEXI es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones. Su misión es mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior. El COMEXI establece estrategias para incentivar al sector productivo con el objetivo de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación. ²⁸.

Además es la cabeza de los Sistemas Nacionales de Promoción Externa y de Promoción de Inversiones, este último creado por la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos.

Las transformaciones que se están gestando en el mundo tienen un efecto sobre los agentes económicos y la sociedad en su conjunto al interior del país. La globalización, la integración de bloques económicos, la apertura de mercados y la firma de acuerdos internacionales en aspectos económicos, ambientales y de normalización, comprometen al país a revisar sus políticas, el marco legal vigente, los mecanismos de negociación interna y externa y de concertación para lograr un desarrollo nacional sostenible. El Ecuador se encuentra inmerso en esta etapa de cambios y la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (de la cual el COMEXI es su expresión institucional) es una respuesta a los mismos.

28. Sitio Oficial del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones Organismos nacionales. COMEXI. <http://www.comexi.gov.ec/> [Consulta realizada en agosto 2006]

La composición de las instituciones miembros permite asegurar una estrecha coordinación y concertación de los sectores público y privado, continuidad y estabilidad de las políticas. El Comexi está integrado por:

- El Presidente de la República o su representante permanente.
- El Ministro de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.
- El Ministro de Finanzas y Crédito Público.
- El Ministro de Relaciones Exteriores.
- El Ministro de Agricultura y Ganadería.
- El Ministro de Turismo.
- El Presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR o su Representante.
- El Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Industrias del Ecuador.
- El Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Comercio del Ecuador.
- El Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Agricultura del Ecuador.
- Un delegado de los sectores Agropecuarios, Acuicultor y Pesquero de productos de exportación a nivel nacional.

Entre sus funciones se encuentran:

- Determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, integración e inversión directa.
- Expedir las normas que sean necesarias para la ejecución y desarrollo de dichas políticas.
- Proponer los lineamientos y estrategias de las negociaciones internacionales que el Gobierno Nacional realice en materia de comercio exterior, integración económica e inversión directa.
- Conformar grupos de negociadores estables del sector público y privado, integrados por personas especializadas y comprobada experiencia en la materia nombrados por seis años.
- Establecer los lineamientos para la formalización del plan estratégico de promoción de las exportaciones e inversiones directas a cargo de la CORPEI.
- Determinar las políticas para impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los regímenes especiales, como zonas francas, maquila, draw-back, seguro de crédito

a la exportación, depósitos e internación temporal así como otros instrumentos de apoyo a las exportaciones.

- Establecer las directrices y plazos para la aprobación, a cargo del comité Técnico Aduaneros, de los aranceles y normas de valor de las mercancías en Aduanas.
- Imponer temporalmente derechos compensatorios o anti-dumping y las medidas a las que haya lugar para corregir prácticas desleales que lesionen a la producción nacional, con observancia de las normas y procedimientos de la OMC.
- Formular las ternas de candidatos para ocupar las funciones del Servicio Comercial en el exterior, cuya designación está a cargo del Ministro de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.

1.4.2.2 Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad. - MICIP.

Es un organismo de derecho público, facultado para planificar, dirigir y ejecutar las políticas del Estado ecuatoriano orientadas al fortalecimiento del comercio internacional, el incentivo a la inversión externa, el desarrollo de la industria, la pequeña y mediana, empresa, microempresa, artesanías y la pesca, el incentivo y la construcción de la competitividad en el país. Su misión es *mejorar el clima de negocios en el Ecuador, facilitando la competitividad interna y externa de los sectores productivos mediante el desarrollo de políticas de crecimiento sustentable, mejoramiento del clima de negocios, facilitar calidad, productividad y competitividad, satisfacer la demanda nacional e internacional, entre otros.* ²⁹.

Entre sus objetivos principales están:

- Establecer políticas de Comercio Exterior conjuntamente con el sector productivo del país.
- Proponer al COMEXI políticas de Comercio Exterior.
- Seguimiento operativo de las Resoluciones del COMEXI.
- Solucionar los inconvenientes que se presenten en el intercambio comercial.
- Negociar Acuerdos Comerciales Internacionales a nivel bilateral y multilateral: Subregional y Regional CAN Ínter bloques ALADI Hemisféricos ALCA, TLC Universal OMC

- Determinar la estructura y composición de la Oferta Exportable actual y potencial en orden a establecer estrategias que permitan diversificar los productos exportables.
- Promocionar el aprovechamiento de los tratamientos preferenciales que recibe el Ecuador en el marco de los Acuerdos Internacionales de Comercio.
- Mejorar el clima de negocios del país, fortalecer el tejido empresarial y ejecutar la Agenda Nacional de Competitividad.
- Impulsar la modernización y reconversión del Sector Industrial, acorde con los procesos actuales científicos y tecnológicos que demanda la globalización y la participación competitiva en ésta.
- Mejoramiento de la participación y promoción de las Pymes, Microempresas y Artesanías en el ámbito del comercio internacional.
- Apoyar el mejoramiento de la calidad de los productos pesqueros y acuícolas en las fases de captura, selección, procesamiento y comercialización

1.4.3 Corporación de Promoción de las Exportaciones e Inversiones. - CORPEI.

La CORPEI será un organismo promotor del desarrollo, técnico y profesional, de reconocido prestigio nacional e internacional; líder en la promoción de las exportaciones e inversiones de los sectores productivos del país, gracias a la calidad de sus servicios con valor agregado, a su gestión transparente y a la capacidad de influir en los sectores público y privado para el cumplimiento de su misión. La CORPEI generará propuestas de políticas y leyes para fomentar las exportaciones e inversiones, dispondrá de infraestructura para realizar su gestión ofreciendo los servicios a un mayor número de usuarios, con recursos humanos calificados y comprometidos. Una de las ventajas que tiene la CORPEI en su organización y funcionamiento, es la interacción efectiva y ágil entre el sector público y privado. ³⁰.

Esta estructura única ha sido elogiada por países hermanos, pues representa un ejemplo de cómo los sectores productivos pueden contar con un organismo que comparte responsabilidades con los distintos ministerios e instituciones públicas y privadas. Su misión es promocionar las exportaciones e inversiones de los sectores productivos, mediante la prestación de servicios técnicos de calidad, contribuyendo a potenciar la imagen y el desarrollo competitivo del país.

Entre sus funciones están las de ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el País y en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que, en conjunto y con el financiamiento de las unidades productivas nacionales, se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción en el exterior; además de Apoyar los esfuerzos de las personas naturales o jurídicas exportadoras en el desarrollo de procesos, tales como:

- Diversificación de mercados, productos y exportadores.
- Incremento del valor agregado en los productos y volúmenes exportados.
- Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador.
- Inserción de las empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional
- Orientar y dirigir la promoción de la inversión directa en el País, entendiéndose como tal, entre otros aspectos, el cumplimiento de programas de difusión de oportunidades de inversión, la divulgación de la imagen del País en el exterior, la organización de misiones de inversión y de otros eventos promocionales;
- Organizar y dirigir una red externa para la promoción de las exportaciones y la atracción de inversiones directas al País.
- Propiciar la formación de consorcios o uniones de exportadores con el fin de conseguir una presencia más dinámica en los mercados internacionales.

Entre sus servicios se encuentran: apoyo a negocios de exportación, promoción de innovaciones, oportunidades comerciales, identificación de productos de exportación, ofertas de inversión en Ecuador, información de ferias y misiones comerciales, un Eurocentro con información comercial europea, asesoría en comercio exterior, acceso a estudios y estadísticas, publicaciones especializadas e Información para Exportadores.

CAPITULO 2.

2 OFERTA COMERCIAL INTERNACIONAL DEL ECUADOR

2.2 Esquema de Exportación del Ecuador.

Sin lugar a duda nuestra exportación no petrolera continua siendo netamente de productos primarios, basados en las fortalezas exportadoras desarrolladas por el Ecuador desde los años 1600. Ya en 1623, el Corregidor de Guayaquil, Sr. Diego de Portugal, informa a la Corte de España que había un gran número de plantas de cacao sembradas en la provincia y que su producto era comercializado clandestinamente desde Guayaquil. La producción y comercio clandestino en vez de detenerse, siguió en aumento, lo cual motivó que el Cabildo de Caracas entre inicios del 1600 a 1778 elevara quejas y solicitudes al Rey y las Cortes para parar la producción y el negocio de cacao en Guayaquil. Sin tener éxito, finalmente, en 1789, el Rey Carlos IV permitió, mediante Cédula Real, el cultivo y exportación de cacao desde la costa ecuatoriana. 31.

Entre 1915 y 1920 aparecen las enfermedades de la Escoba de Bruja y la Monilla, que destruyen los cultivos de cacao, causando un desastre económico, social y agro-técnico en el país. Para ese entonces el Ecuador había ya emprendido en la producción de banano, que según los registros del Instituto de Investigaciones Económicas y Políticas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil, se realizan las primeras facturaciones de exportación de racimos de banano en 1910 para los mercados de Perú, Chile y Estados Unidos.

En los años por venir las exportaciones enfrentarían los efectos adversos del clima internacional, primero con la falta de transporte en los mercados internacionales durante la primera guerra mundial en 1914 y la consecuente depresión económica de esos años. Mas tarde surgió la gran depresión de los Estados Unidos en 1932 y la segunda guerra mundial en la década de 1940. Para la década de 1950 se empieza a ver una recuperación del mercado mundial que venia de la mano con incremento en la producción y exportación del banano. Desde 1951 se puede ver un marcado repunte en las ventas internacionales de la fruta, y en 1952 Ecuador se convierte en el primer exportador de bananos al mundo. 32.

En Junio de 1955 se crea la Asociación Nacional de Bananeros del Ecuador (ANBE) que inicia la recopilación de registros de superficie, exportación y destino de las exportaciones. Para 1960 inicia en el Ecuador la repartición de tierras baldías y de haciendas improductivas por la Reforma Agraria, lo cual en los años sucesivos impulsa mejoras en los niveles de producción de cacao para el mercado mundial, sin embargo este nunca llegó a tener la relevancia de los siglos anteriores.

Actualmente, el total de las exportaciones del Ecuador asciende a 10 mil millones de dólares, conforme los registros del Banco Central en el 2005. (*tabla Exportaciones del Ecuador 2005.*) De las exportaciones de productos primarios, el banano lidera con el 51% de las ventas, le sigue el camarón con el 21%, luego las flores con el 17%, el cacao 8%, el atún 2% y café 1%, según las cifras del Banco Central.

Cuadro 3. EXPORTACIONES DEL ECUADOR. - 2005.

	miles Usd.	EEUU	Seguido por:
		%	%
TOTAL EXPORTACIONES	\$ 10.171.507,06	49.3	8.6
Tot. Exp. PETROLERAS	\$ 5.869.644,64	64.35	12.67
Tot. Exp. No PETROLERAS	\$ 4.301.862,41	0	0
Tot. Exp. TRADICIONALES	\$ 2.119.263,68	0	0
Tot. Exp. No TRADICIONALES	\$ 2.182.598,73	0	0


 Peru
 Peru
 Colombia
 Italia
 Colombia

Investigación: Geovany Osorio. Fuente: BCE-Corpei.

En base a esta composición de las exportaciones, se agrupa a las grandes, medianas y pequeñas empresas exportadoras ecuatorianas y se hace un recuento sus exportaciones basados en los datos proporcionados por la Corporación de Promoción a las Exportaciones e Inversiones del Ecuador (CORPEI). La información presentada en a continuación en este capítulo proviene de las investigaciones y publicaciones realizadas por Diario el Comercio y la revista Lideres.

Las empresas grandes, cuya facturación supera los 1,140 millones de dólares en conjunto, son consideradas como tal por sus ventas mayores a los 14 millones de dólares anuales. Las empresas medias son consideradas como tal por su rango de ventas al exterior entre 3,5 y 14 millones de dólares anuales. Las pequeñas empresas son todas aquellas cuyos montos de facturación están por debajo de los 3,5 millones. 33.

2.1.1 Grandes Exportadoras: Empresas y principales productos

En este ranking las firmas bananeras lideran las exportaciones; así, de las 29 principales exportadoras 19 son de banano que históricamente han estado enfocadas en el mercado de Estados Unidos. La primera firma que diversificó el mercado internacional fue Rey Banano del Pacífico CA. (Keybanpac) que en 1978 comenzó a hacer sus primeras exportaciones a Rusia, el siguiente año la fruta llegó a Alemania. En 1982 arribó a China y la producción incrementó 50 000 toneladas por año.

El banano ecuatoriano, en la actualidad, se exporta a 160 países del mundo. Las exportaciones privadas de la fruta corresponden al 25% de divisas que ingresan al país. En el 2005 sus exportaciones cerraron en 1,082 millones de dólares, 5,75% más que en el 2004 que fue de 1023 millones. Sin superar aún el récord del 2003 que cerró en 1100 millones de dólares, al banano le corresponde el 51% de las exportaciones de productos primarios del país. 34.

Otro producto que se mantiene es el camarón con una participación del 21% de las exportaciones totales. En la década del 80 Ecuador se convirtió en el primer exportador mundial del crustáceo en cautiverio, pero en los 90 no pudo mantener su liderazgo por la aparición de enfermedades como el síndrome de Taura y el virus de la mancha blanca. La mayor exportación llegó en 1998: 245 millones de libras, casi 970 millones de dólares. En el 2001 la exportación descendió a 85 millones de libras. Ahora el mercado se recupera. Según la Cámara de Acuicultura, la producción se incrementa un 5% al año. En el 2005 se exportaron 212 millones de libras. La cámara comenta que los precios mundiales de camarón bajaron un 60%.

El 17% de las exportaciones de productos primarios corresponde a las flores. Si bien este rubro no consta aún entre las mayores exportaciones, este sector cerró el año 2005 con ventas por 370 millones de dólares, una cifra ya relevante y creciente para consolidarse como una industria exportadora de importancia para el país. Según el ex ministro de comercio exterior del Ecuador, Jorge Illingworth, las exportaciones del Ecuador por algunos años más estarán ancladas a los productos tradicionales como el banano, camarón, productos de pesca. A ellos se suman las flores. “Estos sectores cada año crecen dinámicamente y es evidente que el banano es el principal rubro de

exportación no petrolera, más aún con la apertura del mercado de la Unión Europea”. Illingworth agrega que el Ecuador produce banano de forma más competitiva en el contexto internacional y nos estamos anclando bien en ese mercado.

Cuadro 4.

Los grandes exportadores del país

Estas empresas concentran el 61% de las exportaciones no petroleras.
Elas facturaron 1150 millones de dólares en el 2005 y su principal mercado es EE.UU.

1	Exportadora Bananera Noboa S.A."EBN"	Banano	\$ 199.775.178,00	10,66%
2	Unión Bananeros Ecuatorianos S.A."Ubesa"	Banano	\$ 193.311.110,64	10,31%
3	Kimtech S.A.	Banano	\$ 91.576.110,51	4,88%
4	Rey Banano del Pacífico C.A."Reybanpac"	Banano	\$ 59.716.399,15	3,19%
5	JFC Ecuador	Banano	\$ 54.683.503,78	2,92%
6	Banafresh S.A.	Banano	\$ 39.212.639,11	2,09%
7	Exporklore Exp. Represent. Cia. Ltda	Camarón	\$ 38.235.131,43	2,04%
8	Cipal Corp. Internacional Palacios S.A.	Banano	\$ 37.851.816,05	2,02%
9	Exportadora de Alimentos S.A."Expalsa"	Camarón	\$ 34.856.023,42	1,86%
10	Promarisco S.A.	Camarón	\$ 29.587.758,08	1,58%
11	Negocios Industriales Real S.A."Nirsa"	Atún	\$ 28.232.177,10	1,51%
12	Camdes S.A.	Banano	\$ 26.974.061,42	1,44%
13	Pretty Liza Fruit S.A.	Banano	\$ 24.482.184,71	1,30%
14	S.W.T. Trader S.A.	Banano	\$ 23.856.146,54	1,27%
15	Conservas Isabel Ecuatoriana S.A.	Atún	\$ 21.919.180,40	1,17%
16	Soc. Ecuat. de Alimento Manta "Seafman"	Atún	\$ 19.422.539,41	1,04%
17	Isbelni S.A.	Banano	\$ 19.270.809,00	1,03%
18	Cía. de Elaborados de Café Elcafe C.A.	Café ind.	\$ 19.008.794,33	1,01%
19	Industrial Pesquera Santa Priscila	Camarón	\$ 18.883.958,52	1,01%
20	Sociedad Nacional Galápagos S.A. Songa	Camarón	\$ 18.029.096,18	0,96%
21	Exbanecua S.A.	Banano	\$ 17.552.715,23	0,94%
22	Nelfrance Export S.A.	Banano	\$ 17.045.599,92	0,91%
23	Fruta Rica S.A. Frutaric	Banano	\$ 16.569.393,21	0,88%
24	Exportadora Machala Cia. Ltda.	Banano	\$ 16.484.694,39	0,88%
25	Banana Exchange del Ecuador	Banano	\$ 16.126.624,06	0,86%
26	Banone S.A.	Banano	\$ 15.435.350,87	0,82%
27	Delindec S.A	Banano	\$ 14.835.102,04	0,79%
28	Omnibus BB Transportes S.A.	Vehículos	\$ 14.511.809,00	0,77%
29	Derty S.A. Exportadora Bananera	Banano	\$ 14.432.913,08	0,77%

FUENTES: Revista Lideres. Edición Marzo de 2006. Pagina 4.
Basado en Información estadística de CORPEI

2.4.1 Medianas Exportadoras: Empresas y principales productos

En Ecuador existen 64 empresas medianas que se dedican a la exportación. En el 2005 las 64 generaron cerca de 425 millones en ventas a Estados Unidos y a la Unión Europea. En el ranking se muestran nuevos productos protagonistas de los sectores de manufacturas y agroindustriales no tradicionales. Encabeza la lista de exportación de manufacturados Ecuatoriana de Sanitarios (Edesa). La firma vende sus productos a EE.UU. y Colombia desde 1985. Su estrategia de comercialización se enfocó, entonces, a la venta de sanitarios para un sector de menores ingresos. Hoy el 70% de la producción total se exporta: el 65% a EE.UU., 15% a Colombia, 15% a Perú, 5% a otros mercados de Centroamérica. En total, los productos llegan a 18 países. Las ventas continúan en ascenso. El crecimiento acumulado de los últimos tres años ha tenido una variación de 25%.

Según estudios de la UTEG, la fortaleza de las exportaciones de las empresas medianas está en la agroindustria y conforme a los datos del Servicio de Información y Censo Agropecuario (SICA), en el 2004 este sector agropecuario facturó 642,5 millones de dólares, la mayor exportación registrada en los últimos tres años. De 393 320 toneladas métricas (t) en el 2000 a 575 820 t en el 2004, con un incremento acumulado de 46% durante ese periodo. En el 2005, la participación de productos no tradicionales en el volumen total de las exportaciones de los productos no petroleros fue de 28,77%. Un 4,95% más elevado que en el 2004. En la agroindustria, los productos más representativos son las rosas, flores y capullos frescos, tabaco, jugos y concentrados, azúcar refinada y brócoli. Sus principales mercados son EE.UU., Dinamarca, Bélgica, Alemania, los Países Bajos y Japón. La comercialización de concentrado y jugo de maracuyá se incrementa cada año, en el 2005 se exportaron 40,219,000 dólares del producto procesado; 17,7% más que en el 2004 (34,165,000 dólares); en el 2006 el 72% de las exportaciones las absorbió la Unión Europea y un 19%, EE.UU. Otros mercados importantes son Canadá y Australia ³⁵.

Cuadro 5.

Los Mediano Exportadores del País

Estas empresas concentran el 61% de las exportaciones de las 64 mediano empresas que existen en el país. En el 2005 alcanzaron una facturación de 274 millones de dólares.

1	Emp. Pesquera Ecuatoriana S.A. (Empesec)	Atun	\$ 13.724.953,60	0,73%
2	Exporgrup S.A.	Banano	\$ 13.526.319,22	0,72%
3	Tecopesca Tec. y Comercio de la Pesca	Pescado congelado	\$ 12.993.116,23	0,69%
4	Oro Banana S.A.	Banano	\$ 12.956.357,95	0,69%
5	Empacadora Nacional C.A. "Enaca"	Camarón congelado	\$ 12.271.971,80	0,65%
6	Marbelize S.A.	Atún en conservas	\$ 12.023.297,35	0,64%
7	Reilet S.A.	Banano	\$ 10.529.848,60	0,589%
8	Vioecuador S.A.	Banano	\$ 9.894.755,59	0,53%
9	Gropagro S.A.	Banano	\$ 9.623.668,05	0,51%
10	Siembra Nueva S.A	Piña	\$ 9.520.491,18	0,51%
11	Empacadora Grupo Granmar S.A.	Camarón congelado	\$ 9.470.213,88	0,51%
12	Vitanutriorganic S.A.	Banano	\$ 9.361.007,33	0,50%
13	Ecuatoriana de Sanitarios (Edesa)	Artículos sanitarios	\$ 9.105.698,62	0,49%
14	Eurofish S.A.	Pescado congelado	\$ 9.029.855,27	0,48%
15	Industrias Ales C.A. (Alesca)	palma africana	\$ 8.900.268,94	0,47%
16	Triairi S.A.	Cacao industrializado	\$ 8.437.004,00	0,45%
17	Nino Fruit Company S.A.	Piña	\$ 7.801.885,87	0,42%
18	Colonial Cocoa del Ecuador S.A	Cacao en grano	\$ 7.665.096,16	0,41%
19	Ind. Ecuat. Productora de Alimentos C.A. Inepaca	Atún en conserva	\$ 7.633.105,36	0,41%
20	Quicornac S.A.	Conservas	\$ 7.531.229,20	0,40%
21	Procesadora. de veget. y frutas tropicales Provefrut	Brócoli congelado	\$ 7.067.382,14	0,38%
22	Jorcorp S.A.	Banano	\$ 7.057.055,73	0,38%
23	Jedesco S.A.	Banano	\$ 6.903.157,21	0,37%
24	Bananos del Litoral Banalitoral S.A.	Banano	\$ 6.836.848,54	0,36%
25	Empacadora Estar C.A.	Camarón congelado	\$ 6.725.321,76	0,36%
26	Operadora y Proces. de prod. marinos Omarsa S.A.	Camarón congelado	\$ 6.697.985,33	0,36%
27	Fundiciones Industriales S.A. "Fisa"	Perfiles de aluminio	\$ 6.514.763,33	0,35%
28	Asoc. de Pequeños Productores Bananeros "El Guab"	Banano	\$ 6.481.490,89	0,35%
29	Yudafin S.A.	Banano	\$ 6.311.998,00	0,34%
30	Tropifrutas S.A.	Conservas	\$ 6.105.301,01	0,33%
31	La Fabril Cia. Ltda.	Manteca	\$ 6.079.123,34	0,0032%

\$ 274.780.571,48

FUENTES: Revista Lideres. Edición Marzo de 2006. Pag. 8.
Basado en Información estadística de CORPEI

2.4.2 Pequeñas Exportadora: Empresas y principales productos

El panorama cambió para los pequeños exportadores. El pesimismo para exportar en los primeros años de la dolarización, hoy se convirtió en una oportunidad.

En el país hay unos 240 pequeños exportadores, según datos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei). Y sus ventas al exterior

representan el 14% de la producción total de las exportaciones ecuatorianas. Es decir, su facturación durante el año pasado alcanzó los 270 millones de dólares.

Marcelo Cordero de Fibroacero comenta que al tener una moneda dura como el dólar, las empresas buscan la forma de contrarrestar esa imposibilidad de tener devaluaciones con mejoras en su productividad interna. Fibroacero exporta cocinas y cocinetas a países como Panamá, Guatemala, Nicaragua y Jamaica, Costa de Marfil, Argelia, entre otros. En el caso de Fibroacero las perspectivas son alentadoras debido al desarrollo de nuevos mercados a los que han podido desarrollar en los últimos años. Para el 2006 estiman un crecimiento de exportaciones de un 30 % respecto del año anterior. Sin embargo, el ingreso al mercado exterior es difícil para determinados productos como la tagua, que tiene competidores en la región como Panamá, Perú y Colombia.

La empresa NovaArtesanias esta conciente que ante esto la calidad y el diseño deben imperar. Esta empresa con sede en Ambato exportan productos elaborados en marfil vegetal a EE.UU., España, Italia, Brasil, Argentina, Chile, Bolivia y Costa Rica El crecimiento es notorio. Hace cinco años su empresa vendió 10 000 piezas, en el 2002 fueron 3 000 por mes y en el 2005, subió a 8 000 en igual lapso.

Un producto insignia del Ecuador es el cacao y sus pequeños exportadores registraron un crecimiento en los últimos años. Según Ashley Delgado, representante de los exportadores, este producto está en un gran momento, "se posiciona cada vez más en el mercado internacional". Otros sectores también crecieron. Catalina Recalde, de Novopan, empresa que exporta madera dura, señala que para mediados del 2007 está prevista la inauguración de una nueva planta de producción con la que podrán abastecer la demanda de otros mercados como Colombia y Centroamérica. 36.

Cuadro 6.

Los Pequeño Exportadores del País

Existen un total de 240 pequeño exportadores en el país.
Su facturación alcanzó los 270 millones de dólares en el 2005.

1	Fund. Maquita Cushunchic Comer. como hermanos	Cacao en grano	\$ 3.424.831,56	0,18%
2	Lizzard S.A.	Banano	\$ 3.420.980,91	0,18%
3	Oyerly S.A	Camarón congelado	\$ 3.401.190,23	0,18%
4	Silver Fruit	Banano	\$ 3.371.809,91	0,18%
5	Exportaciones Durexporta S.A.	Mangos	\$ 3.342.492,70	0,18%
6	Uslicorp S.A.	Banano	\$ 3.316.617,05	0,18%
7	Cabaqui S.A.	Banano	\$ 3.276.560,24	0,17%
8	Bristol Myers Squibb Ecuatoriana S.A.	Medicamentos	\$ 3.263.441,19	0,17%
9	Infelersa S.A.	Cacao industrializado	\$ 3.195.527,80	0,17%
10	Salica del Ecuador S.A.	Pescado congelado	\$ 3.176.273,26	0,17%
11	Balmanta S.A.	Madera de balsa	\$ 3.130.528,66	0,17%
12	Agglomerados Cotopaxi S.A. (Acosa)	Madera dura	\$ 2.982.740,25	0,16%
13	Cristalería del Ecuador S.A. "Cridesa"	Botellas	\$ 2.874.533,61	0,15%
14	Exportadora Spaglio S.A.	Sardinias en conserva	\$ 2.856.621,60	0,15%
15	Solubles Instantáneos C.A.	Café industrializado	\$ 2.836.151,15	0,15%
16	Preclarpcorp S.A.	Banano	\$ 2.793.809,32	0,15%
17	Karpicorp S.A.	Camarones	\$ 2.780.829,30	0,15%
18	Osella S.A	Cacao en grano	\$ 2.758.995,36	0,15%
19	Exporcafé Cía. Ltda.	Cacao en grano	\$ 2.712.332,69	0,14%
20	Ultramares Corporation C.A.	Café en grano	\$ 2.669.260,70	0,14%
21	Agrícola Oficial S.A. Agroficial	Conservas	\$ 2.622.965,05	0,14%
22	Mabe Ecuador S.A.	Electrodomésticos	\$ 2.604.066,50	0,14%
23	Casaluker del Ecuador S.A.	Cacao en grano	\$ 2.584.264,62	0,14%
24	Expropalm S.A.	Conservas	\$ 2.381.591,53	0,13%
25	Ecudos S.A.	Azúcar	\$ 2.380.067,00	0,13%
26	Exportadora Agrícola La Isla S.A.	Banano	\$ 2.361.412,13	0,13%
27	Fund. de Fom. de Exp. de aceite de palma	Aceite palma africana	\$ 2.359.577,35	0,13%
28	Agroprisma S.A.	Banano	\$ 2.345.732,33	0,13%
29	Selvática S.A. Selvafruit	Banano	\$ 2.339.527,18	0,12%
30	Southexp S.A.	Banano	\$ 2.284.890,51	0,12%
31	Innovex S.A.	Banano	\$ 2.232.916,82	0,0012%

FUENTES: Revista Lideres. Edición Marzo de 2006. Pág. 10.
Basado en Información estadística de CORPEI

2.3 26 Productos con potencial de Exportación.

En el 2001, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, identificó los 80 productos con mayor potencial de exportación. Con base en una metodología que compara la oferta del mercado nacional y la demanda en los nichos extranjeros, se seleccionaron los 14 productos de mayor potencial para competir en el mercado exterior, así como los 12 productos de mayor competitividad en el mercado de EE.UU.

En una investigación realizada por Diario el Comercio y el semanario Lideres, los productos con potencial de exportación ya aportan significativamente a la economía ecuatoriana. En los últimos años varios exportadores añadieron valor agregado a materias primas y productos agrícolas así como certificaciones internacionales sobre calidad. Estas acciones tienen por objeto incrementar el precio del producto elaborado y entrar a mercados con restricciones parancelarias.

En el marco de este escenario, las proyecciones realizadas por la CORPEI calculan que se generarán exportaciones por un monto de mil millones de dólares en los próximos 10 años. Para lograr el posicionamiento de estos productos, varios organismos internacionales que actúan como donantes apoyan económicamente a muchos productores como es el caso del bambú y los productos elaborados con madera que reciben asistencia técnica de la Embajada de Holanda.

Actualmente, varias comunidades indígenas en la Amazonia ecuatoriana producen y exportan hierbas aromáticas y plantas medicinales como un ingreso adicional para la economía campesina. El cultivo de tilapia muestra un estado dinámico de expansión debido a que la demanda mundial se incrementa en aproximadamente el 3% por año. En el 2005, cerca del 95% de la exportación se concentró en el mercado estadounidense.

2.4.1 14 Productos con potencial mundial.

Los 14 productos de diversos sectores con mayor potencial para triunfar en el mercado internacional son:

Cuadro 7.

Los 14 con Potencial Exportador Mundial

Tilapia	Mat. de Const. de Madera
Pimienta	Muebles de madera
Bambú	Concentrado de maracuyá
Café Especial	Banano y Orito Orgánico
Palmito	Extractos de Café
Software	Hierbas Aromáticas
Textiles	Plantas Medicinales

Elaboración: Ing. Geovany Osorio M Fuente: Corpei.

Para cada uno de estos productos, la CORPEI ha desarrollado proyectos y perfiles de factibilidad que permitan viabilizar el potencial comercial de los productos. Los proyectos están completamente elaborados y contiene información comercial y estadística del mercado internacional, información técnica sobre el cultivo, recursos tecnológicos, físicos y consideraciones generales para la implementación de estos proyectos.

2.4.2 12 Productos con potencial en Norteamérica.

Un segundo segmento dentro de los estudios realizados por la CORPEI, están los productos catalogados como productos “frescos” que poseen un amplio potencial para ingresar principalmente al mercado de los Estados Unidos:

Cuadro 8.

12 Productos con potencial en EE.UU.

Babaco.	Uva	Mora
Frambuesa	Aguacate	Pitajaya
Maracuyá	Chirimoya	Pimiento
Uvilla	Guayaba	Tomate de Árbol

Elaboración: Ing. Geovany Osorio Fuente: CORPEI

Para que estos productos logren ingresar y posicionarse en el mercado de Estados Unidos es necesario que cumplan con las normas fitosanitarias exigidas por el Servicio de Inspección de Salud de Animales y Plantas (APHIS) por sus siglas en inglés. Estas normas buscan impedir el ingreso de plagas cuarentenarias a este territorio.

Para iniciar este proceso de normativa, se requiere la elaboración de estudios de análisis de riesgos de plagas (ARP), que consiste en la evaluación de evidencias biológicas, científicas y económicas para determinar qué plagas cuarentenarias pueden ingresar con el producto y las diferentes medidas fitosanitarias que han de adoptarse contra ellas. Para ellos CORPEI a implementado un programa llamado: PROFAGRO (Programa para la Mitigación de Barreras Técnicas de Acceso a Mercado bajo ATPDEA) con fondos provenientes del BID-FOMIN desde Abril del 2004 que permitirá contar con los anales técnicos necesarios para que estos productos frescos puedan ser comercializados sin mayores dificultades al mercado norteamericano.

2.4 Historias de Éxito. Empresas con futuro.

Estas son algunas de las historias de éxito fruto de las investigaciones del diario el comercio, semanario lideres y boletín Corpei, sobre las empresas que han logrado ampliar o iniciar sus operaciones de venta hacia el mercado internacional. Si bien los montos de exportación son modestos, sin embargo estas empresas están delineando un nuevo camino hacia las exportaciones como un ejemplo de emprendimiento y eficiencia en el mercado internacional. Estas historias también han servido como base de investigación para casos de estudio académicos en mis clases de comercio internacional e introducción a los negocios.

2.4.1 ECUAGENA. Saca ventaja a la biodiversidad.

De la Amazonia a EE.UU., desde ese país a Cuenca, luego al cantón azuayo Gualaceo y desde ahí al mundo. Ese ha sido el itinerario de vida de la familia Portilla, fundadora del orquideario Ecuagénera. Esta firma envía sus flores a EE.UU., Japón, Francia, Inglaterra y Europa. El presidente, José Portilla, estuvo en Japón la semana pasada. A la par, su sobrino Álex fue a Hungría. Iván, el otro hermano se alistaba para ir a Inglaterra.

La vida de esta familia tiene un ritmo acelerado que se compensa con la tranquilidad y abrigo que hallan en Gualaceo. "El clima es fantástico todo el año y por eso nos instalamos aquí " cuenta Mario mientras explica el proceso de polinización. En 1992 nació Ecuagénera, aunque las primeras orquídeas surgieron hace 30 años con el sacerdote Ángel Andreta en Morona Santiago. Así, hace 14 años, Andreta les propuso a los Portilla hacer de las orquídeas una actividad comercial. El sacerdote donó 400 especies para iniciar la empresa.

Con 70 millones de sucres Ecuagénera dio sus primeros pasos bajo la administración de José y Mario. En 1993, la firma obtuvo del Convenio Internacional de Tráfico de Vidas Silvestres un documento para exportar. Desde allí, arrancó su presencia en ferias externas. La primera fue en Brasil, en 1994. El crecimiento no se detiene, señala Ingrid Suárez de Portilla, esposa de José y gerente de la empresa. Desde 1992 ésta ha crecido y el capital se reinvierte en equipos, producción, capacitación, etc.

Las especies que van al extranjero nacen en sus laboratorios mediante una polinización invitro. El cuidado es al detalle y cada planta tiene una presentación impecable. En el país se venden los `hibridos' que mantienen condiciones especiales, pero que tienen una calidad menor a la de exportación. Hoy, en el país se cultivan 4 060 especies y en Ecuagénera 3 000. Una orquídea puede costar desde cinco a 50 dólares, según la variedad y el destino. 37.

2.4.2 EQUIBUSINESS CORP. Uvillas a Europa

Francisco Bolaños, recuerda que, hace seis años él y algunos compañeros en la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Escuela Politécnica del Ejército quisieron montar un proyecto innovador. A pesar de no tener conocimientos acerca del negocio buscaban exportar frutas frescas -entre ellas la exótica uvilla- hacia Europa, ya que no existen mayores restricciones para la entrada del producto a ese mercado.

Equibusiness Corp. creada en el 2000 comenzó la investigación de las destinos potenciales. Así, pusieron su sello en la Feria de Berlín, primero estuvieron como visitantes y actualmente lo hacen como expositores. Hoy en la zona de producción ubicada en Tumbaco, cerca de Quito, existen 20 hectáreas de uvilla cultivada y cuando no hay la suficiente fruta para abastecer la demanda se compra a otros productores de la zona. La demanda cada mes es de 25 toneladas de uvillas y de éstas se usan 10 para atender la producción de conservas o deshidratadas, para utilizar las frutas que no se destinan a la exportación.

En Europa sus principales mercados son Italia, Alemania, Holanda y Rusia. La firma ha tenido que cumplir las normas técnicas y los estándares internacionales que impone el mercado europeo como la Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas sobre aplicaciones y usos de agroquímicos. Uno de los costos más altos que han debido enfrentar es el transporte de los productos, porque en Ecuador los fletes aéreos son costosos. Por ello, este año la firma decidió implementar una nueva estrategia que pretende exportar por vía marítima sus productos.

Equibusiness también decidió cambiar su estrategia de cultivos intensivos por la de cultivos extensivos para obtener mayores volúmenes de producción y bajar así el costo del transporte. Una de las metas del año es llegar a EE.UU. y ampliar la exportación de conservas. 38.

2.4.3 COSTA MADERO. CIA. LTDA. Valor agregado al camarón.

No hubo necesidad de esperar mucho tiempo para que la firma Costa Maderos, con su producto estrella: "camarones ahumados a la naranja" rompa las fronteras nacionales. Esta empresa, que nació en las aulas de la Universidad San Francisco de Quito en el 2003, optó por lanzar al mercado un producto listo para el consumo, que no tardó en ganarse espacio en las grandes cadenas comerciales del país como Supermaxi. Ante la buena aceptación del consumidor y el crecimiento rápido de las ventas, las propuestas para exportar no tardaron. Erik Hervas, gerente general de la empresa, decidió probar suerte en Colombia, a través de la compañía Ecomare Ltda., constituida exclusivamente para comercializar este producto en el vecino del norte.

En octubre del 2005 se logró la primera exportación de 100 fundas de 22 gramos cada una. Para promocionar el producto se realizaron degustaciones en diferentes lugares de Bogotá. Actualmente se envían 1 100 paquetes mensuales que Ecomare comercializa a ocho dólares cada uno, a través de la cadena de supermercados Canilla, con 17 puntos de venta en Bogotá y Cali.

Un contacto directo con la gente, a través de la degustación del producto es, para Hervas, la mejor estrategia para lograr posicionarse. "Sabemos que sin degustación el producto no sale, eso es prioritario para la promoción". Lo más duro que Costa Maderos ha tenido que enfrentar ha sido el proceso de tramitación para obtener la calificación de exportación en el Ecuador. Esto, según Hervas le tomó seis meses y un pago de unos 2 000 dólares. Pero la inversión no termina ahí. Antes de cada exportación, la firma debe enviar muestras del producto al Instituto Nacional de Pesca, para obtener el certificado de que sí es apto para el consumo humano. Cada análisis vale 100 dólares. Pero para Hervas es un esfuerzo que vale la pena, pues ya tiene propuestas concretas para exportar hacia Estados Unidos y hacia Chile. ³⁹.

2.4.4 Otavalo al mundo.

La fama de Otavalo conquistó el mundo y se ha convertido ,en el principal punto de exportación de productos artesanales del país. Al menos, esa es la lectura que deja la proliferación de empresas exportadoras que están en la ciudad. Se trata de 15 compañías que muestran la importancia que ha tomado esta actividad. La oferta es

común: envío rápido y seguro de artesanías, textiles y afines. Segundo Maldonado, de la Asociación de Agencias de Carga de Otavalo, comenta que hoy los comerciantes cultivan lo que sembraron. Se refiere a la habilidad comercial de los indígenas, quienes desde la década del 60 salieron a conquistar el mundo.

Hoy siguen vendiendo a Europa, Canadá, EE.UU. y Japón. Esos son los principales mercados de un sinfín de ropas, textiles y adornos. Black Sheep Exports es una de esas compañías que abastece de sacos de lana y algodón tejidos a mano que se envían a Inglaterra, Francia y Canadá. Los envíos, cada semana, promedian las 15 cajas con 400 ó 500 sacos. Pero, en temporadas altas, previas al invierno, se exporta hasta 144 cajas (4 500 sacos). Otros comerciantes completan y diversifican la demanda con artesanías de Perú, Bolivia y, hasta, Guatemala. Según Maldonado, varios artesanos de Perú han instalado bodegas en Otavalo, para aprovechar la fama de la ciudad. 40.

CAPITULO 3.

3 HACIENDO NEGOCIOS EN LOS ESTADOS UNIDOS. Un enfoque en California.

3.2 Panorama general de Estados Unidos

3.4.1 Introducción

Para entender y analizar el panorama general de los Estados Unidos es necesario mirar a sus generalidades como nación, y a sus particularidades comerciales y económicas. Para ello, este capítulo se basa en las investigaciones realizadas por el departamento comercial español, y su oficina de desarrollo económico y comercial, partiendo de las leyes y regulaciones que en los Estados Unidos están organizadas bajo dos paraguas: Las Federales, aquellas dictadas por el gobierno central, a las cuales cada uno de los estados miembros deben estar sujetas; y en segundo lugar están las leyes estatales que han sido creadas por los gobiernos locales – estados - ejerciendo su influencia únicamente dentro del territorio de su cobertura.

Para analizar las regulaciones estatales he considerado a uno de los estados de mayor complejidad y representatividad, el estado de California. Su economía por sí sola representa la 5ta economía mundial y se nutre con una diversidad industrial en tecnología, agricultura, software, pesca, entretenimiento, entre otros. Al ser un estado altamente competitivo y con amplia apertura al emprendimiento empresarial, sus leyes y regulaciones mejor representan la complejidad (o sencillez) de los procesos, permisos y aspectos tributarios que rigen a nivel estatal.

Situación geográfica y climatología:

La superficie de Estados Unidos es de: 9.372.614 Km². de los cuales el 47% son superficie agraria y el 29% terreno forestal, está situado mayoritariamente en el centro de la región septentrional del continente americano y comprende además Alaska, al noroeste de Canadá, y las Islas Hawaii, en el Océano Pacífico. Estados Unidos se compone de 50 Estados más el Distrito de Columbia, que es la capital. Tiene además

las posesiones de Samoa Americana y Guam en el Pacífico, las Islas Vírgenes en el Caribe y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

A grandes rasgos el territorio estadounidense puede ser considerado como una gran depresión bordeada al este y al oeste por tierras altas. Las grandes llanuras se extienden desde el escudo canadiense hasta el Golfo de Méjico, limitadas al este por los Montes Apalaches y al oeste por las Montañas Rocosas. Al sur y al este de los Apalaches se encuentra la llanura costera que se estrecha al norte y aumenta de anchura al sur del Estado de Nueva York. Al oeste de las Rocosas se elevan las cordilleras costeras de las Cascadas y de las Sierras con cumbres que sobrepasan los 4.000 m. de altitud.

El Río Misisipi (1.884 Km) y sus afluentes: el Misuri (3.725 Km) y el Ohio (1.570 Km) conforman el mayor sistema fluvial de Estados Unidos. Los tres son navegables, el Ohio en toda su longitud. A lo largo del país hay numerosos lagos, siendo los más importantes los incluidos en la zona de los Grandes Lagos: Superior, Michigan, Huron, Ontario y Eire que Estados Unidos comparte, con la excepción del Lago Michigan, con Canadá. El total de la superficie de los Grandes Lagos en territorio estadounidense es de 155.000 Km².

Estados Unidos dispone de gran riqueza en recursos naturales: abundantes y caudalosos ríos y lagos, suelo fértil, grandes bosques, un clima propicio para la agricultura y ganadería y abundancia de minerales. Existe una gran variedad de climas locales y regionales, aunque predomina el continental. Las influencias oceánicas del Pacífico se ven reducidas a una estrecha franja, pues la barrera de las Montañas Rocosas, que discurren desde el estado de Washington hasta el sur de California, impide su propagación. El mismo fenómeno ocurre en menor medida en el Atlántico.

Se pueden distinguir las siguientes zonas climáticas:

- Clima oceánico muy acusado en el litoral del Pacífico que, según se acerca al sur, adquiere características mediterráneas intensas.
- Clima de tendencias áridas en el conjunto de mesetas y de cuencas del interior del sistema de las Rocosas y las vertientes orientales de las mismas.

-Clima continental, particularmente intenso en el corazón de los llanos, en el Oeste árido y en el Este húmedo.

-Clima ártico en Alaska.

-Por último, existen climas húmedos en el Sudeste, de Laredo a Charlestown, debido a la proximidad del Golfo de México, y netamente tropicales en Florida y Hawaii.

Población:

Con una población estimada de 284,334,365 habitantes en junio de 2001, Estados Unidos es el tercer país del mundo en cuanto a número de habitantes, con una densidad de población de 30,24 hab/Km². El porcentaje de la población urbana está cercano al 80%. California es el estado mas poblado, seguido de Nueva York. La tasa de crecimiento de la población en 1998 fue del 0,8 %. En los años 80 la población americana alcanzó la segunda tasa de crecimiento más lenta (9,8%) desde que se mantienen registros en el censo. Durante ese periodo, aproximadamente el 25% del crecimiento fue debido a la inmigración.

Las estadísticas demográficas de las principales áreas metropolitanas proporcionadas por la U.S. Census Bureau son:

Cuadro 9. Ranking Área Población del Censo			
Ranking	Area	Población del Censo	
		Abril 2001	Abril 1990
1	New York--Northern New Jersey--Long Island	21.199.865	19.549.649
2	Los Angeles--Riverside--Orange County	16.373.645	14.531.529
3	Chicago--Gary--Kenosha	9.157.540	8.239.820
4	Washington--Baltimore	7.608.070	6.727.050
5	San Francisco--Oakland--San Jose	7.039.362	6.253.311
6	Philadelphia--Wilmington--Atlantic City	6.188.463	5.892.937
7	Boston--Worcester--Lawrence	5.819.100	5.455.403
8	Detroit--Ann Arbor--Flint	5.456.428	5.187.171
9	Dallas--Fort Worth	5.221.801	4.037.282
10	Houston--Galveston--Brazoria	4.669.571	3.731.131
11	Atlanta	4.112.198	2.959.950
12	Miami--Fort Lauderdale	3.876.380	3.192.582
13	Seattle--Tacoma--Bremerton	3.554.760	2.970.328
14	Phoenix--Mesa	3.251.876	2.238.480
15	Minneapolis--St. Paul	2.968.806	2.538.834
16	Cleveland--Akron	2.945.831	2.859.644
17	San Diego	2.813.833	2.498.016

Fuente: U.S. Census Bureau, 2001.

La población activa en junio del 2000 era de 140,8 millones (incluye a personas en situación de desempleo). El total de la población empleada fue de 135,2 millones y la que se encontraba en situación de desempleo fue de 5,6 millones, lo que supone una tasa de paro del 4%. La tasa de paro desde octubre de 1999 hasta diciembre 2000 ha venido oscilando entre el 3,9 y 4,0%. Según los datos de junio 2000, el número promedio de horas trabajado por semana en el sector privado fue de 34,5; el sueldo promedio semanal fue de \$473 y el sueldo promedio por hora fue de \$13,71.

Distribución de la población:

-Distribución por sexos: 48,9% hombres y 51,1% mujeres.

-Distribución por edades:

0 a 14 años: 25,7%	(58,5 millones)
15 a 64 años: 62,6%	(181,2 millones)
más de 65 años: 12,7%	(34,7 millones).

-Distribución por etnias:

82,1% raza blanca.
12,9% raza negra.
4,1% asiática.
0,9% amerindia y esquimal.

Dentro de esta composición el porcentaje de origen hispano es de un 11,4%

Relevancia Internacional:

Si el papel que un país juega en el mundo viene determinado, aparte de por la cultura, por el poder económico y militar, los Estados Unidos son claramente el país que ejerce mayor influencia en las relaciones internacionales. Este predominio de EE.UU. se ha agudizado tras el desmembramiento de la antigua Unión Soviética y la desaparición del bloque comunista. En la actualidad Estados Unidos es indiscutiblemente la primera potencia. Ello se aprecia no solo en la posición predominante que tiene en los foros internacionales, ya sean económicos (BM/FMI y otros organismos multilaterales), políticos (Naciones Unidas) o militares (OTAN), sino en la capacidad de acción que

puede ejercer sobre aquellos países que atentan contra sus intereses, llegando incluso a la intervención directa como en los últimos años ocurrió en Panamá, Haití e Irak.

Siendo el predominio militar de EE.UU. muy importante, no lo es menos el económico. El PIB de Estados Unidos es aproximadamente un 25% del PIB mundial; es el país más grande, más rico y el más poblado del mundo, detrás de China y la India; salvo algunos países pequeños, es también el de mayor renta y consumo por capita. EE.UU. tiene una gran capacidad de absorción interna, un mercado enorme y diversificado, una mano de obra muy especializada y con gran movilidad geográfica, con uso intensivo de capital y, en particular, una gran capacidad de innovación tecnológica.

El poderío económico de EE.UU. se traduce en un alto grado de influencia comercial, e incluso cultural, más allá de sus fronteras. Es el primer país productor con un 25% del PIB mundial; tiene la renta per capita más elevada del mundo (Aprox \$ 38,000.00) medida en términos de paridad de poder adquisitivo; goza de un buen dinamismo económico, su tasa media de crecimiento de la última década es superior al 2,5% y ha sido muy superior en los años noventa a la media del crecimiento mundial. La exportación americana representa un 12% de la exportación mundial y su importación está cercana al 16%. Desde el punto de vista comercial es, por tanto, el país más relevante por su capacidad para influir en los precios internacionales. Este poder económico y comercial se ve potenciado por las actividades de sus multinacionales.

3.4.2 Organización político administrativa

3.2.2.1 Sistema político

Estados Unidos es una República Federal Presidencialista formada por 50 Estados, más el Distrito de Columbia. Comprende también una serie de dependencias territoriales en el Océano Pacífico (Guam e Islas Marianas) y en el Mar de las Antillas (Islas Vírgenes), así como el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

La Constitución del 17 de diciembre de 1787 está basada en un sistema político democrático constitucional y en el principio de separación de poderes: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, que son independientes entre sí. La Constitución especifica

claramente cuales son los asuntos en los que tiene jurisdicción del Gobierno Federal: asuntos exteriores, defensa, política fiscal y monetaria, Aduanas, Seguridad Social, Servicio Postal, reglamentación del comercio y del transporte interestatal, protección del consumidor, sanidad, comunicaciones, trabajo y agricultura. Cada uno de los 50 Estados de la Unión tiene su propia Constitución con igual división tripartita de poderes y el Gobernador es el máximo responsable del Ejecutivo.

Todos los estados, con la excepción de Nebraska, tienen un Congreso bicameral para redactar las leyes que son de aplicación en cada Estado en aquellas materias en las que la Constitución indique que no son competencia del Gobierno Federal. Las leyes de los Estados abarcan materias tales como ley civil y criminal, requisitos y normativa aplicable a las empresas y a las entidades que no tienen ámbito de lucro, juegos de azar y loterías, educación, trabajo y programas sociales. En muchos casos existe una normativa Federal que es de aplicación en los 50 Estados y otra estatal aplicable en el Estado que la promulgue.

La práctica del federalismo ha variado en la medida en que la Casa Blanca y/o el Congreso haya estado ocupada o tenga mayoría republicana o demócrata. Los demócratas desde los años 30 se han mostrado más propicios a favorecer un "federalismo cooperativo", ofreciendo a los Estados subvenciones para los programas sociales, de educación y otros a cambio de que los Estados pongan en práctica políticas establecidas por el Gobierno Federal. Por el contrario, el punto de vista de los republicanos es el de adherirse a la definición más estricta del federalismo, es decir, que el Gobierno Federal y los Gobiernos de los Estados son distintos y en la medida de lo posible, los últimos tienen que obtener los recursos monetarios para financiar sus funciones a la vez que se les concede mayor autonomía para gobernarse.

3.1.2.2 Gobierno, Partidos políticos y actividad parlamentaria

El Presidente es elegido cada cuatro años por un Colegio de Representantes, elegidos a su vez directamente en cada Estado de la Unión. El Presidente sólo puede ser reelegido una vez, con lo que su mandato máximo es de 8 años.

El **Poder Legislativo** reside en el Congreso de los EE.UU. y está integrado por el Senado y la Cámara de Representantes. Las elecciones se celebran cada dos años. Los Representantes (Cámara Baja), 436 miembros en número proporcional a la población de los Estados que representan, se presentan a elecciones cada dos años, mientras que los Senadores (Cámara Alta) lo hacen cada seis; el Senado se renueva por tercios cada dos años. Tanto los Senadores como los Representantes son elegidos por sufragio universal directo.

Senado: 50 republicanos y 49 demócratas y 1 independiente

Cámara de Representantes: 220 republicanos, 214 demócratas y 2 independientes

Las leyes han de ser aprobadas por ambas Cámaras y firmadas por el Presidente que tiene derecho al veto. En caso de ejercer este derecho, la ley sólo podrá ser promulgada en aquellos casos en que obtenga una mayoría de dos tercios en ambas Cámaras.

El **Poder Ejecutivo** reside en el Presidente quien elige a los miembros de su Gabinete, aunque dicho nombramiento debe ser confirmado por el Senado. Igualmente se le encomiendan las siguientes funciones: actuar como Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas, firmar los Tratados y ejecutar las leyes federales. Además, el Presidente instrumenta el calendario político de su partido. A diferencia de lo que ocurre en la mayoría de las democracias parlamentarias, los miembros del Gabinete no pueden ser a la vez miembros del Congreso.

El Vicepresidente, cuyo período de mandato es igual al del Presidente, además de ser Presidente del Senado es designado para suceder al Presidente en caso de fallecimiento o destitución del primero durante su mandato y hasta que se lleven a cabo nuevas elecciones. Las funciones ejecutivas del Vicepresidente incluyen la participación en las reuniones de Consejos de Ministros, en el Consejo de Seguridad Nacional así como en todas aquellas que el Presidente le encomiende por delegación.

Dentro del **Poder Judicial**, el Tribunal Supremo es la máxima institución jurídica de la nación, y es el único tribunal federal expresamente establecido por la Constitución. Lo componen nueve magistrados nombrados por el Presidente y que con la aprobación

del Senado sirven con carácter vitalicio. El Tribunal Supremo tiene capacidad de veto legislativo y de impugnación de aquellas acciones que considere inconstitucionales. Cada Estado cuenta con su propio sistema judicial, de estructura similar al federal, con un tribunal supremo y tribunales de menor rango con jurisdicción civil y penal.

Partidos y Actividad parlamentaria.

Aunque existen varias organizaciones de carácter político en Estados Unidos y en distintas ocasiones se ha intentado formar un Partido Independiente, la consecución de este objetivo casi fue posible en las elecciones a la Presidencia de 1992 con la creación del partido liderado por el multimillonario tejano, Ross Perot. La vida política estadounidense está dominada por dos Partidos, el Republicano y el Demócrata. Sus poderosas organizaciones electorales, con gran capacidad para atraer contribuciones económicas y de voluntarios, su asignación de influencias, así como la disposición del reparto de la totalidad de los escaños de las cámaras federales y estatales, hacen de ellos los artífices reales de la vida política norteamericana.

Fuera de los partidos políticos y de los representantes elegidos al Congreso y al Senado, que canalizan las aspiraciones de los ciudadanos, no existen otros centros de poder político como tales. Lo que sí existe son, por un lado, miles de asociaciones con fines muy diversos pero con un objetivo común que es el de defender los intereses del sector representado y de sus miembros, o los derechos individuales o libertades públicas de un determinado grupo. Por otro lado, hay que reseñar la capacidad de los grupos empresariales, sindicatos, asociaciones profesionales y otros grupos de interés para hacer llegar sus problemas y propuestas a los legisladores y a la Administración, lo que incluye las contribuciones en dinero y en especie a las personas de influencia en estas dos esferas.

3.2.2.2 Organismos de la Administración Económica y Comercial

Departamento de Comercio:

U.S. Department of Commerce. Facilita y promociona el comercio norteamericano, el crecimiento económico y el avance tecnológico. Promueve la competitividad de los

Estados Unidos en la economía mundial y administra programas para evitar las prácticas desleales en el comercio exterior. Dependen de este Departamento, entre otros, el Instituto de Tecnología y Estándares; la Oficina de Patentes y Marcas; la Oficina Nacional de la Información y de las Telecomunicaciones; la Oficina de Control de las Exportaciones, y la Oficina de la Atmósfera y del Océano (recursos pesqueros). El Departamento de Comercio de los Estados Unidos se encuentra en la 14th Street and Constitution Ave. N.W. - Washington, D.C. 20230 - telf. (202) 482- 2967; fax (202) 482-4821 . 41.

Departamento del Tesoro, U.S. Department of the Treasury:

Es responsable de atender las necesidades fiscales y monetarias de la nación. Realiza tres funciones básicas: formular y recomendar políticas económicas, financieras, tributarias y fiscales; servir de agente financiero para el Gobierno de Estados Unidos, imprimir el dinero y acuñar la moneda. Dependen de este Departamento, entre otros, el Servicio de la Renta Interna (IRS) que tiene a su cargo el sistema fiscal impositivo del país; la Oficina de Bebidas Alcohólicas y de Armas de Fuego (BATF) que regula la venta en el comercio interestatal de estos productos y el Servicio de Aduanas que vigila y grava el flujo de bienes que llega al país. El Departamento del Tesoro se encuentra en 1500 Pennsylvania Avenue, N.W. - Washington, D.C. 20220, telf. (202) 622-2970; fax (202) 622-0073 – y se lo puede acceder por Internet a la dirección: <http://www.ustreas.gov>. 42.

La Oficina del Representante Comercial de Estados Unidos, *U.S.T.R.*:

Es parte de la Oficina Ejecutiva del Presidente y negocia e implementa los acuerdos comerciales de Estados Unidos con otros países. Es la oficina encargada de formular y ejecutar la política de comercio exterior de EE.UU. Asimismo trabaja para lograr que en terceros países las inversiones norteamericanas reciban tratamiento nacional. El Representante Comercial de Estados Unidos es la máxima autoridad que representa a este país en la OMC, en la OCDE, en la UNCTAD y en todas aquellas negociaciones bilaterales y multilaterales en relación con el comercio de productos y servicios. Su oficina principal se encuentra en 17th Street, N.W. - Washington, D.C. 20508, y puede ser contactada al telf. (202) 395-3230; fax (202) 395-3911 – o por medio de su dirección de Internet: <http://www.ustr.gov> 43.

El Departamento de Estado, U.S. Department of State:

Tiene la responsabilidad general de formular y ejecutar la política exterior de los Estados Unidos. Cultiva los contactos y las relaciones de los EE.UU. con otros países. Dentro del Departamento existen cinco puestos a nivel de Subsecretario, uno de ellos es para Asuntos Económicos de Negocios y Agrícolas. El departamento de estado esta a cargo de las embajadas y cuerpos consulares norteamericanos alrededor del mundo, quienes a su vez se encargan de procesar las peticiones de visas desde los distintos países para acceder a los Estados Unidos. El departamento de Estado se encuentra ubicado en el 2201 "C" Street, N.W - Washington, D.C. 20520, y puede ser contactado a telf. (202) 647-6575; fax (202) 647-5713 o a través de su página web: <http://www.state.gov/index.html>. 44.

La Agencia de la Pequeña Empresa, U.S. Small Business Association – SBA:

Tiene como objetivo fundamental es ayudar, asesorar, asistir y proteger los intereses de la pequeña empresa. Cerciorarse de que estas empresas obtienen un porcentaje equitativo de las compras, contratos y subcontratos gubernamentales y de las ventas de propiedad del Gobierno. También tiene a su cargo realizar y garantizar préstamos, facilitar ayuda en casos de desastres naturales, licenciar y regular estas empresas. Su oficina principal se encuentra en la 409 – Third Street, S.W. - Washington, D.C. 20416, y puede ser contactada al teléfono: (202) 205-66605; fax (202) 205-7064 – o via Internet: <http://www.sba.gov>. 45.

3.4.3 Economía

La moneda es el dólar (*dollar*), el cual se divide en 100 centavos (*cents*). El dólar se reconoce por el símbolo \$. Las cantidades en cifras van siempre seguidas por dos decimales con un punto con lo que, por ejemplo 5 dólares se escribirían \$5.00.

3.2.3.1 Crecimiento e inflación

La economía de los Estados Unidos ha disfrutado en los últimos años de una de las situaciones más favorables de los últimos tiempos: elevado crecimiento, bajo nivel de desempleo y sostenida tendencia deflacionista. En el 2000 el crecimiento de la economía en términos reales se situó en el 4,7%, la tasa de paro continuó su tendencia

a la baja, registrando un nuevo mínimo desde 1969 (4,0%); sin embargo, la inflación aumentó con respecto a 1999 estimándose en 3,25%. Asimismo, el crecimiento ha sido posible, una vez más, a la acción conjunta del consumo familiar y a la inversión privada. Sin embargo, el impacto de este fuerte gasto privado se ha visto mitigado por la erosión del sector exterior y el lento crecimiento del gasto de las administraciones públicas. En este sentido, debemos señalar que el Gobierno federal continúa siendo un ahorrador neto (236.900 millones de dólares en el 2000), convirtiéndose en fuente de fondos para inversiones privadas.

Esta nueva economía caracterizada por la creciente importancia de Internet, el comercio electrónico y las presiones competitivas de la globalización, ha impulsado significativamente el crecimiento en la productividad del trabajo. No obstante, el ciclo expansivo por el que ha atravesado la economía norteamericana parece haberse ralentizado en los últimos meses del 2000 y primera mitad del 2001. Prueba de esta desaceleración fue la crisis del sector informático que obligo a cientos de empresas que ofertan servicios de Internet a recortar plantilla o incluso a cerrar sus puertas.

Cuadro 10.

Evolución de los principales indicadores macroeconómicos (1995 - 2000)

Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000
PIB nominal¹	7.400,5	7.813,2	8.318,2	8.790,2	9.299,2	9.963,1
PIB en términos reales²	7.543,8	7.813,2	8.159,5	8.515,7	8.875,8	9.318,5
Inflación (IPC)	2,5	3,3	1,7	1,6	2,7	Est. 3.25
Empleados (en miles)	125.088	127.860	130.693	132.581	134.498	135.836
Desempleo (%)	5,6	5,5	5,1	4,6	4,2	4,0
Población (mill.)	262,8	265,3	268	271,7	284,3	281,4

¹ Datos en millardos de dólares corrientes.

² Datos en términos reales de 1996.

Fuentes: U.S. Bureau of Economic Analysis y Bureau of Labor Statistics.

Como en años anteriores, la contribución principal al crecimiento del PIB ha procedido de la inversión privada en equipamiento, mientras que la caída en las exportaciones netas se ha visto compensada por el incremento del consumo privado.

PIB por sectores:

Agricultura:	2%
Industria:	18%
Servicios:	80%
PIB per cápita:	\$41,800

Datos Estadísticos:

La población esta por debajo de la línea de pobreza: 12.7% . La tasa de desempleo es del 4%. Las principales industrias son: petróleo, acero, automóviles, telecomunicaciones, informática, industria química, aeroespacial, electrónica, procesamiento de comida, bienes de consumo, minería. Sus principales productos agrícolas son: trigo, maíz, frutas, verduras, algodón; vacuno, cerdo, productos lácteos. Sus importaciones fueron de: \$ 1.727.000 millones en el 2005 y sus exportaciones alcanzaron los \$ 927.5 millones en ese mismo año.

La *inflación* mantuvo por lo general una tendencia moderada en la década de los noventas, situándose siempre dentro del intervalo 2,3-2,9%. La inflación ha continuado con una tendencia alcista debido a la subida de la gasolina en los últimos 6 años. En el 2005 se ha situado en torno al 3,22 %. Por otro lado, estos índices son notablemente inferiores a los registrados a principios de los años 90 que fue del 6,1% y muy lejos del 12,4% de 1981.

Desde el punto de vista *del comercio exterior*, el *déficit comercial* continúa aumentando. Las exportaciones disminuyen considerablemente mientras que las importaciones incrementan. El déficit se situó ha bordeado lo -830 millardos de dólares, muy por encima de los -182,6 millardos del año 1997

3.2.3.2 Sector público

La actividad del sector público está dominada por la defensa nacional y por la seguridad social, en lo que el Gobierno participa muy activamente y a lo que destina amplios recursos financieros. Las recaudaciones provienen fundamentalmente de los

impuestos sobre la renta de personas, contribuciones a la Seguridad Social e impuestos sobre sociedades. En cuanto a desembolsos, en EE.UU. el sector público se limita prácticamente a intervenciones del gobierno en algunos sectores fundamentales: defensa nacional (16% del total de gastos), seguridad social , *income security* o salario social (subsidios para personas con muy bajos ingresos o desempleados sin derecho a subsidio de paro), Medicare (ayuda médica estatal para ancianos), desembolsos netos de intereses, relaciones internacionales y salud.

3.3 Inversiones extranjeras

3.4.1 Marco legal, estadísticas y generalidades

Los Estados Unidos es el mayor receptor y principal fuente de inversiones extranjeras directas en el mundo. La estructura de la inversión ha cambiado en los últimos años. La inversión extranjera en Estados Unidos -principalmente la adquisición de empresas americanas- se ha incrementado considerablemente desde finales de los años 80 convirtiendo a Estados Unidos en un importador neto de inversiones extranjeras directas. Las empresas estadounidenses han incrementado también sus inversiones en el exterior aumentando los flujos año tras año y siendo los países europeos los que han recibido la mayor parte del total de inversiones directas.

Los Estados Unidos han favorecido desde hace mucho tiempo el principio de tratamiento nacional como un medio para asegurar que sus inversores sean tratados como nacionales en los mercados extranjeros, y ha venido aplicando este principio en sus propias normas y prácticas sobre inversión, aunque ante una mayor presencia extranjera en el mercado norteamericano y un incremento en las barreras a la inversión norteamericana en el exterior, y con la intención de hacer mayor énfasis en la promoción de oportunidades más competitivas para las empresas americanas en el exterior, se han incrementado las presiones para aplicar el principio de reciprocidad.

Sin embargo, Estados Unidos continúa siendo uno de los más asiduos defensores de un régimen internacional abierto a la inversión y ha jugado un papel importante en el establecimiento de acuerdos multilaterales para el libre flujo de inversiones directas de capital. No se requiere ninguna autorización para las inversiones extranjeras directas

en Estados Unidos, los inversores reciben un tratamiento no discriminatorio en la mayor parte de los sectores de la economía, y las excepciones al principio de tratamiento nacional están limitadas a sectores específicos y a ciertos programas de ayuda federal para desarrollo tecnológico, contratos de la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID) y contratos del gobierno federal para transporte aéreo.

Las restricciones a la inversión extranjera directa o a la adquisición por extranjeros de propiedades norteamericanas son similares a las de otros países desarrollados. Las normas restrictivas existentes en materia de inversión extranjera directa se refieren principalmente a la adquisición de bancos, permisos de explotación y extracción de minerales, producción geotérmica, construcción de puertos en aguas profundas, energía nuclear, y otros sectores considerados de importancia para la seguridad nacional.

Los Estados Unidos no establecen controles de cambio por lo que hay plena libertad en el movimiento de capitales, solo supeditada a los controles fiscales. Los inversores de cualquier país pueden traer dinero y realizar transacciones con los bancos americanos, al mismo tiempo que tienen libertad para repatriar tanto el capital como los beneficios. Aunque la repatriación de capital es libre, existen ciertas obligaciones de información sobre pagos o desembolsos fuera del país por razones fiscales.

Hay que recordar que los estados tienen amplia autonomía a la hora de legislar y regular los negocios dentro de su territorio y aunque la presión fiscal y los requisitos para la apertura de un negocio pueden ser más complicados en un estado que otro, no suelen hacer distinción entre inversiones procedentes de los EE.UU. o del extranjero. Sin embargo, algunos gobiernos estatales o locales están tratando de atraer inversiones para las economías locales y regionales, incluyendo las inversiones extranjeras. Surge así una cierta competencia entre los diferentes gobiernos lo que genera algunas medidas como las exenciones temporales del impuesto sobre la propiedad para los inversores.

Estadísticas:

Cuadro 11.

Inversión directa extranjera en los EE.UU. por origen geográfico y por industrias

(en millones de dólares)

CONCEPTO	1997	1998	1999
TOTAL	689,834	793,748	986,668
POR INDUSTRIAS			
Petróleo	42,632	51,729	55,940
Manufacturas	271,287	334,898	391,013
Alimentos y bebidas	26,196	22,026	16,717
Productos químicos y afines	86,558	95,662	103,465
Metales y sus fabricados	20,465	19,340	21,808
Maquinaria	51,693	62,067	76,584
Otras manufacturas	86,373	135,803	172,440
Comercio al por mayor	86,248	89,980	108,936
Comercio al por menor	17,546	21,090	23,396
Banca	38,956	43,804	60,118
Sector financiero excepto banca	44,024	45,895	52,133
Seguros	71,327	77,785	101,760
Inmobiliario	38,922	43,804	60,118
Servicios	35,410	41,271	57,558
Otras industrias	43,481	43,741	91,106
POR PAISES			
Canadá	65,144	74,143	79,116
Europa	433,876	528,601	685,845
Francia	49,515	58,051	77,622
Alemania	70,901	94,404	111,138
.....Luxemburgo	11,433	26,650	54,894
.....Países Bajos	87,584	98,926	130,703
Suíza	37,874	48,403	55,280
Reino Unido	130,883	143,165	183,145
España	2,266	2,292	
Latinoamérica y Hemisferio Occidental	33,008	27,854	44,591
Bermuda	3,506	3,740	13,054
México	3,244	2,432	3,612
Panamá	5,898	6,504	5,896
Islas Vírgenes del Reino Unido-Caribe	11,425	9,009	13,883
África	1,464	862	1,545
Oriente Medio	6,585	6,346	7,087
Asia y Pacífico	149,757	155,943	167,884
Australia	13,977	12,883	10,818
Japón	126,464	134,590	148,947

Fuente: *Survey of Current Business*.

Generalidades

Política a nivel nacional y local:

- El gobierno de los EE.UU. apoya la empresa privada y el libre comercio.
- No se imponen nacionalizaciones ni políticas de precios o control de cambios.
- La política actual del gobierno favorece la desregulación de los sectores y evita las interferencias burocráticas.
- Se establecen fuertes medidas de protección de los consumidores.
- Los inversores extranjeros reciben el mismo trato que los inversores nacionales.

Inversiones - Posibilidades y restricciones:

- El gobierno federal y los estatales tienen generalmente una actitud favorable a las inversiones extranjeras en los Estados Unidos.
- Hay pocas barreras a la adquisición de sociedades americanas tanto por personas físicas como jurídicas extranjeras.

Formas de invertir:

- Para los inversores extranjeros, la forma más común de hacer negocios aquí es a través de una sociedad subsidiaria, filial o sucursal.
- Sin embargo, por motivos fiscales muchas sucursales se están reconvirtiendo en sociedades filiales.
- Se impone un capital social mínimo solamente para las empresas productoras.
- También se exige un capital mínimo para la banca, seguros y demás servicios que le acompañan.
- Las operaciones de joint-venture no requieren necesariamente un socio americano, aunque es aconsejable tener uno.

De las Compañías:

- La normativa relativa a diversos aspectos como por los procedimientos de incorporación, requisitos para registrarse y contabilidad, varían en cada estado.
- Las normas fiscales en el ámbito federal exigen que se mantenga una contabilidad de la empresa.
- Se recomienda también tratar antes con las agencias de desarrollo estatal.

Finanzas:

- Los inversores extranjeros se pueden beneficiar de los programas locales de financiación.
- Las compañías extranjeras pueden adquirir títulos de valores.
- También disponen de una amplia gama de servicios financieros y de crédito tanto de la banca nacional como de la internacional.
- Además, pueden disponer de financiación a largo plazo por parte de compañías de seguros, fondos de pensiones y compañías de inversión.

Repatriación de capitales e ingresos:

- No hay control de cambios.
- Ingresos y capitales pueden ser libremente repatriados.

Consideraciones fiscales:

- Los tipos impositivos en los Estados Unidos son bajos para un país industrializado.
- En general los aranceles son bajas.
- Según las leyes fiscales federales resulta más interesante para los inversores extranjeros constituir una sociedad propia (filial), en vez de establecer una simple sucursal.

3.4.2 Incentivos a la inversión extranjera

3.3.2.1 Federales

Gobierno Federal no ofrece incentivos específicos para atraer la inversión extranjera, aunque una empresa que se instala en los Estados Unidos tiene los mismos incentivos que una empresa americana. Un ejemplo de esto es la política fiscal, que trata del mismo modo a una inversión extranjera que a una local, ofreciéndole los mismos incentivos.

El Departamento de Comercio de los Estados Unidos proporciona a los inversores extranjeros toda clase de información relativa a los mercados, finanzas y demás

actividades relacionadas. Esta oficina también puede poner en contacto al inversor extranjero con empresas nacionales que desean crear joint-ventures o realizar acuerdos relativos a diferentes licencias. Además de la administración estatal y local, también existen oficinas similares al igual que ciertos bancos especializados en inversiones y otras empresas privadas.

La repatriación de los beneficios, dividendos, intereses o cualquier otra clase de ingresos de no residentes no sufre ningún tipo de restricciones aunque si son sometidos a una retención impositiva del 30%, salvo que por cualquier tratado internacional se haya establecido otra cosa.

Entre los incentivos que se ofrecen a la inversión en general hay que distinguir dos tipos:

A.) Fiscales:

Hay tratados firmados con otros países para evitar la doble imposición que permiten al inversor extranjero eximirse de pagar los impuestos correspondientes a las ganancias de capital. Los incentivos fiscales estatales y locales se concentran sobre todo en exenciones del impuesto sobre la propiedad, depreciación negociada de los terrenos para construir y exenciones en el impuesto sobre ventas en las compras industriales (por ejemplo materias primas).

B.) No fiscales: Los Programas Federales.

Las compañías extranjeras al igual que las locales se benefician de ciertos programas como son por ejemplo la construcción de canalizaciones y desarrollo de infraestructuras de transporte. El "*Small Business Administration*" es la organización oficial para la pequeña empresa que también concede préstamos para la compra de material y maquinaria.

3.3.2.2 Estatales

Los incentivos estatales pueden variar en su forma y aplicación dependiendo del estado en el cual se encuentra la empresa. En este caso en particular se analizan los incentivos estatales que pueden encontrarse en el estado de California que junto con

sus organismos locales de desarrollo, ha hecho un gran esfuerzo por incentivar la inversión a través de la creación de los varios incentivos fiscales. Entre los programas que brindan al inversionista ventajosos recursos de financiación, figuran:

Crédito de inversión para fabricantes (Manufacturers Investment Credit-MIC)

Ciertos fabricantes que trabajan en estados como el de California pueden optar a un crédito de inversión del 6%. El crédito de inversión para fabricantes se puede utilizar para compensar el impuesto de la renta basado en la compra o alquiler de equipamiento para la fabricación. El crédito también incluye ciertos costes directos de trabajo. Además pueden solicitar este crédito los fabricantes que alberguen "edificios con necesidades especiales", como por ejemplo una cámara aislada herméticamente. Se incluyen ciertos fabricantes de componentes electrónicos, de equipos semiconductores, de satélites o software para ordenadores. Cualquier crédito es válido por un periodo de hasta ocho años.

Crédito del impuesto por investigación y desarrollo (R&D Tax Credit)

Diseñado para animar a empresas a aumentar su investigación básica y las actividades del desarrollo en California, el crédito de impuesto para la investigación permite que las compañías reciban un crédito por el 12% de los costes de la investigación y del 24% para los pagos de la investigación básica, siendo esta ayuda la más alta de la nación en su categoría. Para solicitarlo, la investigación se debe conducir dentro de California y excluye la investigación con el fin de mejorar un producto comercial.

Pérdida en el Ejercicio (Net Operating Loss Carryover)

Las leyes de impuestos de California permiten a los negocios que experimentan una pérdida durante el año, trasladar esta pérdida al año próximo y así compensar los ingresos en el año siguiente. Los nuevos negocios pueden conservar el 100% de sus pérdidas hasta ocho años si la pérdida aconteció durante su primer año de operatividad; si tuvo lugar en el segundo pueden mantener el 100% de esas pérdidas hasta siete años; y si ocurre en el tercero, tienen hasta 6 años, etc.

3.3.2.3 Restricciones

No es necesario ningún procedimiento de aprobación o registro de las inversiones extranjeras a nivel federal, aunque el Comité para las inversiones extranjeras de los Estados Unidos, perteneciente al Departamento del Tesoro, fue establecido en 1975 para controlar las adquisiciones hechas por sociedades no americanas, se ha convertido en práctica habitual que este comité sólo investigue las adquisiciones realizadas directamente por un gobierno extranjero, aunque esto no excluye la posibilidad de que se haga la investigación tratándose de una empresa privada.

Los Estados Unidos no realizan ningún control del tipo de cambio. Tampoco hay control del flujo de divisas hacia dentro o fuera del país. La política del gobierno de los Estados Unidos es admitir y tratar el capital extranjero igual que el capital nacional.

La provisión Exon-Florio provee al Presidente del poder de restringir adquisiciones o tomas de control de sociedades que pudiesen amenazar la seguridad nacional (Como el caso de la administración portuaria a inicios de año). En la práctica, sin embargo, son muy pocos los casos en que se aplica esta medida. En el ámbito federal las restricciones a la propiedad extranjera se centran en los ámbitos de las comunicaciones y la defensa.

Algunos estados prohíben a las personas físicas y jurídicas extranjeras adquirir directamente propiedades o terrenos, mientras que otros exigen el cumplimiento de ciertos requisitos que son más bien formales.

Restricciones a la propiedad extranjera

- Comunicaciones: la posibilidad de que una compañía extranjera invierta en el campo de las comunicaciones está muy limitada por una norma federal que prohíbe a las empresas extranjeras obtener una licencia para operar con los instrumentos necesarios para realizar las comunicaciones. Se considera que una empresa es extranjera si más de una quinta parte del capital social de la empresa está en manos de personas o gobiernos extranjeros o es controlada por una compañía constituida bajo las leyes de otro país.

- Transporte Aéreo: la adquisición de una compañía aérea norteamericana está actualmente limitado a ciudadanos americanos, a sociedades donde cada socio sea norteamericano y a compañías constituidas en Estados Unidos que tengan como presidente a un ciudadano norteamericano, con dos terceras partes de los directivos nacionales y el 75% de los votos posibles en la junta procedentes de accionistas norteamericanos. Estas restricciones se han suavizado últimamente por un cambio de política seguido por el Departamento de Transportes y por algunos cambios legislativos.

- Contratación Pública: la participación extranjera en contratos del gobierno denominados "clasificados" está restringida por el Departamento de Comercio.

- El transporte fluvial y costero: está limitado a los ciudadanos del país. Así cualquier transporte entre dos puntos de los Estados Unidos. o entre sus territorios debe ser realizado por barcos construidos y registrados en el país y pertenecientes a ciudadanos norteamericanos.

- Minería en tierras federales: aunque los extranjeros no pueden adquirir licencias de explotación sobre minas pertenecientes al gobierno federal, sí pueden tener participación en una corporación que ostente esa licencia suponiendo que haya reciprocidad de trato en el país extranjero.

- Suministro de energía: las centrales hidroeléctricas en vías fluviales sólo pueden ser desarrolladas por personas o compañías de los Estados Unidos. Las licencias para explotar las plantas nucleares no pueden ser concedidas a empresas extranjeras.

- Banca y seguros: las restricciones se dan en el ámbito estatal, así por ejemplo muy pocos estados permiten la implantación de compañías de seguros extranjeras.

- Propiedades inmuebles: los terrenos que administra el *Bureau of Land Management* perteneciente al gobierno federal no pueden ser vendidos a extranjeros. Además, más de la mitad de los estados establecen restricciones a los extranjeros que quieran acceder a la propiedad de inmuebles.

3.4 Creando una empresa en California.

3.4.1 Requisitos generales

Hay ciertas leyes y regulaciones estatales, de condado y municipales que deben ser conocidas antes de establecer un negocio en el estado de California. En general la creación de una empresa en Estados Unidos es una tarea fácil para la que no se requieren demasiados documentos burocráticos. La contratación de un abogado, a pesar de no ser requerido por ley, es una recomendación que debe tomarse en cuenta para no tener problemas a medio o largo plazo. Aunque más adelante se detallan, los pasos y requisitos para establecer una empresa se resumen de la siguiente forma:

1. Licencia Estatal Ocupacional (necesaria)
2. Denominación Ficticia y/o Constitución Societaria
3. Requisitos locales de Zonificación
4. Licencias Ocupacionales de la Ciudad (necesarias)
5. Licencia Ocupacional del Condado
6. Impuestos de Ventas Estatales (necesarias)
7. Números de Identificación Estatal y Federal de los Empleadores (necesarios)
8. Seguro de Compensación a los Trabajadores (necesario)

3.4.2 Cómo constituir y registrar un negocio

Para constituir una empresa en California son necesarios ciertos requisitos, referentes a permisos y licencias que clasificaremos en federales y estatales:

a.- Requisitos Federales

IRS Form #SS4 Application for Employer Identification Number-EIN

(Número de Identificación Patronal):

Cualquier negocio que se establezca debe obtener un EIN (número de identificación) para declaraciones de impuestos federales del Servicio de Rentas Internas -IRS- de los Estados Unidos. ⁴⁵ Este número se usa para identificar cobros y pagos de seguridad

45. Número de Identificación Patrona. IRS Form #SS4 Application for Employer Identification Number-EIN U.S. Internal Revenue Service 2006. Atlanta, GA 39901-0002. Publication 2005. Información disponible en <http://www.irs.ustreas.gov>

social, cobros por impuestos federales y pagos de compensación sobre desempleo. El formulario indicado debe rellenarse y someterse en la forma debida dentro de los siete días posteriores a la fecha en que la empresa comienza a operar.

En el ámbito fiscal, el empleador es responsable por ley de tres clases diferentes de deducciones y pagos:

- 1.-El impuesto sobre la renta, la seguridad social y *Medicare* retenido del salario de los trabajadores y la seguridad social emparejada por el empresario (*Employer/employee Social Security Tax - FICA*).
- 2.-El Impuesto Federal del Desempleo (*Employer's annual unemployment taxreturn*).
- 3.-Impuesto sobre los salarios (*Income taxes withheld from employee wages*)

Form I-9 for Immigration Requirements (Requisitos sobre Inmigración):

Es deber del empleador verificar el estado inmigratorio de todo empleado nuevo, mediante el formulario I-9. Esta es una medida que no ha sido ampliamente regulada en el pasado, pero que sin embargo en los últimos años se ha rehabilitado su vigencia por el especial interés que se ha levantado en torno a los inmigrantes ilegales. Los formularios e información sobre las leyes de inmigración pueden ampliarse en: *U.S. Immigration & Naturalization Service 46*.

b.- Requisitos Estatales

Registro ante la Secretaría de Estado:

Es necesario registrarse en un primer lugar ante la *California Secretary of State* y cumplimentar el formulario *Statement by Foreign Corporation* que sirve para identificar la persona que representará la corporación y la ubicación de la oficina principal. Este formulario tendrá que actualizarse todos los años. *47*.

Registro del nombre ficticio del negocio (Ley sobre Denominación Ficticia):

Al no haber un registro central para nombres ficticios de negocios a nivel estatal, un negocio debe confirmar la disponibilidad del nombre propuesto con la Secretaría de Estado. Aquellos nombres que sugieran la existencia de propietarios adicionales,

deben ser registrados como nombres ficticios. Este procedimiento incluye el pago de 10 dólares por servicios prestados, más la publicación de un aviso en un periódico local. Todas las peticiones deben dirigirse a la Oficina de la Secretaría del Condado en la que se vaya a establecer el negocio. 48.

Registro de marca de la compañía:

Toda empresa extranjera tiene que registrar su marca o marca de servicios en la Secretaría de Estado; ha de cumplimentar el formulario *Registration of Trademark and Service Mark* junto con el pago de una cuota de 70 dólares 49.

Trámites de licencias y permisos locales:

La mayoría de las ciudades y condados requieren licencia para hacer negocios en su área. Se pueden requerir varios permisos de estacionamiento y ocupación de espacios en edificios. Es por ello necesario contactar con la sección de licencias del gobierno de esa ciudad para conocer las normas y regulaciones específicas. La cuota de la licencia de los negocios varía con la ubicación; puede ser una tarifa fija, un porcentaje de las ventas o una combinación de factores. Además, las compañías están sujetas a impuestos locales sobre propiedad personal y se les pedirá registrarse ante la Oficina de la Secretaría del Condado.

Registro ante el Departamento de Desarrollo de Empleo (EDD):

El EDD es responsable de proveer un número importante de servicios relacionados con el empleo, como por ejemplo ayudar a los empresarios a identificar a los candidatos capacitados para el empleo. Salvo algunas excepciones, a una compañía se le pedirá que se registre ante el EDD si está sujeta a la Ley de Retención de Impuestos sobre Ingresos o al Código de Seguros contra Desempleo.

Cualquier persona u organización que pague salario a un empleado, automáticamente estará sujeta a la Ley de Retención de Impuestos sobre Ingresos del estado de California. Asimismo, cualquier empleador estará sujeto al Código de Seguros contra Desempleo al darle trabajo a una o más personas durante el presente año o el anterior.

48. Ley sobre Denominación Ficticia. Registro del nombre ficticio del negoci. Oficina de la Secretaría de Sacramento. Información disponible en la web: <http://www.co.sacramento.ca.us/TTC/TAXLIC/Fbnfile.html> 49.S Registro de marca de la compañía. Registration of Trademark and Service Mark Secretary of State. Sacramento, CA. Información disponible en la web: <http://www.ss.ca.gov/business/ts/ts.htm>.

Los empleadores sujetos a retención de impuestos del salario a nivel personal, a seguro contra incapacidad o desempleo, deben rellenar el formulario de registro DE1 del EDD. Al registrarse, el empresario recibe un código de ocho dígitos que se debe utilizar en toda correspondencia con el EDD. Además, se ofrece amplia información respecto a retenciones, contribuciones de seguro y declaraciones trimestrales. 50.

3.4.3 Tipos de sociedades

Las opciones del tipo de entidad comercial varían desde el simple propietario individual hasta la corporación más sofisticada con valores en Bolsa. Las formas más comunes son la sociedad colectiva (*general partnership*), la sociedad limitada (*limited partnership*), la sucursal de una compañía extranjera (*branch*) y la corporación (*corporation*), siendo esta última la más utilizada.

Para elegir el tipo de sociedad es necesario tener en cuenta el tratamiento fiscal y la limitación de responsabilidades que la sociedad elegida va a comportar, así como cuales serían las implicaciones de poseer ese tipo de sociedad conforme a las leyes y regulaciones del Ecuador.

a.-Corporación

La corporación es la equivalente a una sociedad anónima de responsabilidad limitada al capital social. Se crea bajo las leyes de uno de los 50 estados de Estados Unidos y tiene las siguientes características:

- Tiene personalidad jurídica propia, y la empresa matriz no tiene responsabilidad jurídica sobre ella, siendo por ello la fórmula más adecuada para empresas de mediano y gran tamaño.
- Aunque suele resultar más costosa que otras formas de sociedades, no existen apenas requisitos de capital mínimo o máximo y todo el capital de la corporación puede ser gastado para cumplir sus objetivos. No puede, por ello, ser congelada partida alguna de su capital.
- Pueden tener una duración indefinida.
- Emite acciones transferibles por lo que es fácil ampliar capital y el cambio de dueños no tiene porque afectar a la dirección.
- Ofrece a los socios/accionistas una responsabilidad limitada a la aportación de capital social.

-Debe declarar y pagar impuestos (más que otras formas de empresa).

-Es utilizada para negocios de todo tipo y dimensión.

Algunas de las diferencias principales entre la corporación estadounidense y figuras similares en otras legislaciones son que: una corporación en Estados Unidos está sometida a normas menos estrictas y más flexibles que las europeas o latinoamericanas y que dicha sociedad puede ser creada más rápidamente y, por lo general, será menos costosa que sus equivalentes en Europa y Sur América.

No existe una ley federal única sobre las corporaciones. Por ello, se formará una corporación americana, al amparo de las leyes de uno de los 50 estados. El estado de incorporación no es necesariamente aquel en el que se halla el centro de operaciones o la principal oficina. Toda corporación debe formular e inscribir los debidos Artículos de Incorporación. Las etapas para la constitución de una corporación son:

1.-Ponerse en contacto con un abogado americano que gestione las operaciones (recomendable).

2.-Solicitar el Certificado de Reserva del nombre bajo el cual va a operar la sociedad. Se debe comprobar que el nombre elegido esté disponible y no reservado en el estado de incorporación elegido. Esto se puede solicitar al Departamento de Estado. Una vez recibido el nombre o título legalizado, inscribir ese nombre en la Oficina de la Secretaría del Condado donde estarán localizadas las oficinas principales de la compañía.

3.-Preparar los trámites de archivo del Certificado o Artículos de Incorporación (equivalente al acta de constitución) con todos los derechos de registro y otros gastos menores relacionados con la formación de la corporación. Este certificado es habitualmente un documento corto, de 3 a 7 páginas que es preparado, firmado y archivado por el abogado ante la autoridad estatal. Usualmente contiene poca información (el nombre de la sociedad, sus objetivos, el máximo número de acciones que puede emitir, etc.). Es un documento público. No declara quiénes son los accionistas, cuántas acciones poseen, las contribuciones de capital, nombres, direcciones del consejo de administración y ejecutivos, quién puede firmar por la sociedad, etc.) Una vez la oficina del Secretario de Estado ha aceptado el Certificado, la corporación nace.

4.-Obtención por parte del abogado de un libro corporativo (*corporate record book*), sello y certificados de las acciones de la corporación.

5.-Preparación y firma de los siguientes documentos:

-Los "*By-Laws*", documentos equivalentes a los estatutos sociales.

-La declaración del incorporador.

-Borrador de la primera reunión del Consejo de administración, o en su lugar un consentimiento por escrito.

-Oferta y aceptación de suscripciones al capital social de la nueva corporación, elección de los ejecutivos, año fiscal, regulación de la sociedad a efectos fiscales, etc.

-Registro de la corporación en los estados en los que realizará operaciones.

-Apertura de cuentas bancarias en los Estados Unidos.

Se tardará entre 2 y 14 días en formar la sociedad bajo las leyes de la mayoría de los estados, contados desde que el abogado ha recibido la oportuna información. Las acciones son normalmente registradas bajo el nombre de su propietario. Una corporación emite lo que se denomina *voting stock* (típicamente llamado *common stock*) o acciones con derecho a voto, pero puede emitir otras clases de acciones (por ejemplo acciones preferentes), bonos y otros instrumentos. No sólo con dinero se puede contribuir al capital de una sociedad de esta categoría, sino que también se pueden aportar propiedades y derechos. 51.

Una corporación tiene tres niveles en su estructura de operaciones:

1.-Accionistas (propietarios). Una corporación puede tener sólo un accionista. Es obligatorio que tengan una Asamblea General anual.

2.-El "*Board of Directors*" o Consejo de Administración, que toma la mayor parte de las decisiones de gestión y todas aquellas para las que está autorizado conforme a los estatutos. Serán siempre elegidos por los accionistas.

3.-Los "*Officers*" o Consejo Ejecutivos, formado habitualmente por un presidente, uno o más vicepresidentes (de forma opcional), un tesorero y un secretario. Los ciudadanos Ecuatoriano y residentes en Ecuador pueden ser accionistas, miembros del consejo de administración, y/o ejecutivos con pocas excepciones.

Otras cuestiones legales típicamente presentes en el proceso de establecer una corporación en los Estados Unidos son las siguientes:

- Preparación y presentación de solicitudes de patentes, marcas registradas y *copyrights*.
- La consecución de visados de trabajo americanos para el personal.
- El análisis de posibles incentivos y/o subvenciones por parte de autoridades locales
- La preparación de contratos de empleo para el personal es aconsejable.
- El alquiler de espacio de oficina y mobiliario. Un asesor americano debería revisar el contrato de alquiler.
- El alquiler o compra de bienes inmuebles, maquinaria y equipo, etc.
- Los contratos para préstamos bancarios y apertura de líneas de crédito, así como aperturas de cuentas corrientes.
- La preparación de contratos de ventas, distribución y agencia.
- Los contratos entre compañías de su grupo.

b.- Sucursal de una sociedad Ecuatoriana.

La sucursal no tiene personalidad jurídica propia, es una extensión de una compañía extranjera y depende completamente de la sociedad matriz que responde legalmente de todas las obligaciones que pudiera contraer. Una subsidiaria de una empresa extranjera incorporada en los Estados Unidos debe ser enteramente propiedad extranjera.

Se trata de una empresa "no incorporada" en el país. y por lo tanto no tiene que cumplir con todas las formalidades legales que conlleva la constitución de una corporación. El establecimiento es mucho más sencillo debiéndose únicamente gestionar la obtención de una autorización para operar en el estado en que vaya a establecerse.

No se exige ningún mínimo o máximo de capital, el cual provendrá de la empresa matriz. No hay requerimientos para una auditoría estatutaria, sin embargo el *Internal Revenue Code* exige que se lleven los libros y registros adecuadamente para reflejar con claridad los ingresos impositivos de la sucursal.

El sistema de retribución de los empleados así como la seguridad social, vacaciones, etc., queda simplificado, al no tener que ajustarse a la legislación y usos laborales norteamericanos. La sucursal más simple consiste en un agente que actúa en nombre ajeno con inventario o instalación permanente registrado a su nombre. 52.

El procedimiento es el siguiente:

- Presentación de una solicitud de autorización "*License*" acompañada del Acta de Constitución de la sucursal Ecuatoriana ante el Secretario de Estado de California.
- Pago por la constitución de la sucursal.
- Pago de las tasas anuales "*Franchise Fee*".

c. Establecimiento por adquisición

Se puede hablar de tres métodos para la adquisición de una compañía estadounidense:

- 1.-Se puede formar una compañía subsidiaria estadounidense y proceder a la absorción (*statutory merger*) o consolidación.
- 2.-Se puede formar una compañía subsidiaria estadounidense y hacer que ésta adquiera el patrimonio de la compañía estadounidense, comprando todos o determinados activos de ésta.
- 3.-Y se pueden comprar las acciones o una participación de una compañía, ya sea a través de la compra privada de las acciones de uno o más accionistas, de la compra de acciones en Bolsa o tomando posesión por oferta pública de adquisición (*tender offer*) que puede ser "amistosa" u "hostil".

Para cualquiera de estos casos habrá que tener en cuenta las numerosas leyes que afectan a la adquisición de una compañía. Existen ciertas restricciones a la inversión/participación extranjera en determinados sectores industriales como telecomunicaciones, explotación de recursos naturales, transportes, defensa, entidades financieras y energía nuclear. 53.

d.- Oficina de representación

Esta es una fórmula económica mediante la cual un agente comercial, un individuo o una firma, actúa como nexo entre las ventas del exportador y la empresa que compra. Para utilizar este sistema es importante que la oficina no reciba ingresos en los EE.UU., para evitar que estos se vean sometidos a obligaciones fiscales. De este modo el agente comercial no comprará ni venderá los bienes.

El concepto “oficina de representación/agente” se refiere a las funciones, más que a la forma de organización de la oficina de una empresa extranjera. No existe procedimiento específico para implantar tales operaciones. Las actividades serán limitadas a funciones tales como: estudios de mercado o de producto, control de calidad y nexos de unión con las compañías locales para obtener pedidos. Así pues, como su propio nombre indica, realiza trabajo de representación, de información y de enlace. Otro sistema es la utilización de un distribuidor que a diferencia del agente, compra los productos al proveedor y los vende en su propio nombre en una zona determinada, por su propia cuenta, y sobre base regular y continua. ⁵⁴

e.-Joint Ventures o Acuerdos de Asociación

La gran mayoría de las *Joint Venture* estadounidenses van a suponer la formación de una nueva corporación en la que dos o más personas o compañías norteamericanas y ecuatorianas son accionistas. En otros casos, se establecen como sociedad colectiva, en la que la compañía estadounidense y la subsidiaria estadounidense de una ecuatoriana son socios. Se pueden también formar *Joint Ventures* con socios que no sean americanos.

Esta fórmula se ha empleado mucho por empresas europeas que se han asociado con compañías distribuidoras de productos similares para aprovechar de la red de distribución de la compañía norteamericana. En términos generales, los tipos más comunes de *Joint Ventures* en los Estados Unidos son:

- 1.-Las de distribución donde se forma una corporación o sociedad americana para la venta y distribución en los EE.UU. de productos fabricados en Europa o América Latina. La contribución principal del socio es capital, su experiencia y conocimiento del mercado y gestión de empresas en el territorio americano, así como su fuerza de ventas.
- 2.-Las de producción, donde la unión se realiza para la producción, montaje, empaquetado y/o venta de determinados productos, siendo generalmente los mismos productos que la empresa de América Latina / Europa / Asia - produce en su país, por lo que se deberán conceder las pertinentes licencias para la utilización de las patentes, marcas, *know-how*, derechos de autor, etc.
- 3.-De investigación y desarrollo, combinando los respectivos recursos para investigar y

desarrollar una determinada tecnología o producto. Para una empresa América Latina / Europa / Asia - el constituir una *Joint Venture* con forma de corporación estadounidense y regida por una jurisdicción neutral es normalmente la forma más segura. Si la unión fuera para una *Partnership*, debido a consideraciones impositivas y legales, la empresa internacional debería utilizar una subsidiaria estadounidense, siendo la dirección de la *Joint Venture* mucho más difícil.

Algunos puntos que la parte Internacional (América Latina / Europa / Asia) debe tener en cuenta a la hora de entablar una relación de este tipo con otra parte, ya sea americana o no, serían:

-Asegurarse de registrar todas las solicitudes para los Estados Unidos de patentes, marcas comerciales, *copyrights*, y demás derechos de propiedad industrial, siendo ellos los propietarios solicitantes.

-Considerar si debe tener el control, si puede tener el 50% o si puede aceptar una posición minoritaria.

-Negociar otras áreas problemáticas tales como: salarios, garantías de pago, *royalties*, precios, financiación, entre otros.

Será beneficioso empezar las negociaciones con la ayuda de un abogado americano, para la preparación de un Resumen de Puntos Esenciales (SOT) del contrato. También es importante saber que bajo las leyes estadounidenses es posible la contribución de tecnología, patentes, maquinaria, inventario y otros activos a una corporación o *partnership* como aportación de capital. 55.

e.- General Paternship o Limited Paternship

La *General Partnership* y *Limited Partnership*, equivalen a una sociedad colectiva y a una sociedad comanditaria respectivamente. Es un tipo de establecimiento poco usado por las empresas o individuos Latinoamericanos, Europeos o Asiaticos, y para el que se recomiendan previas consultas con abogados norteamericanos.

Ambas sociedades son relativamente fáciles, rápidas y económicas de constituir. No se requiere un mínimo de capital suscrito a los socios. Desde un punto de vista legal, cada estado tiene sus reglas, aunque existe gran uniformidad al estar todos modelados por el *Uniform Partnership Act* (UPA).

El establecimiento es muy sencillo debiéndose rellenar únicamente unos certificados describiendo el nombre y datos de los socios y algunos registros de la oficina para el estado en que vaya a establecerse. Se recomienda sin embargo al inversor extranjero que pretenda establecer este tipo de negocio, que se asegure que exista un acuerdo por escrito –*partnership agreement*- incluyendo la razón social, actividad del negocio, contribuciones de capital de cada socio, reparto de pérdidas y beneficios, compensaciones para cada socio, división de poderes, división de activos y provisiones en caso de disolución, etc.

No es un documento público. La principal diferencia entre ambas es que:

- Una *General Partnership* requiere dos o más personas físicas o jurídicas (partes), que serán completamente responsables de las deudas y responsabilidades de la sociedad.
- Una *Limited Partnership* consiste en uno o más socios con responsabilidad ilimitada (*general partners*) y uno o más socios con responsabilidad limitada (*limited partner*) a sus respectivas contribuciones de capital. El socio de responsabilidad limitada no puede participar activamente en la gestión de la sociedad. 56.

3.4.4 Contabilidad y auditoría

Existen en los Estados Unidos una serie de principios contables aceptados, establecidos desde 1973 por el *Financial Accounting Standards Board* (FASB), que son transmitidos a través del *Statements of Financial Accounting Standards* y ciertos boletines técnicos.

Básicamente los estados financieros de las empresas son:

- Informe del Director
- El balance.
- La cuenta de resultados.
- Declaración de los beneficios retenidos.
- Declaración de los movimientos de caja.
- Notas aclaratorias.

Las leyes estatales no suelen pedir a las corporaciones que nombren auditores, sin embargo cualquier corporación que desee proponer sus acciones para la venta al público deberá dar a la *Securities and Exchange Commission* (SEC) una serie de estados financieros de un número específico de años que generalmente deberán ser auditados. Además, bancos y otros acreedores suelen pedir a una corporación que les ofrezca los estados financieros, auditados anualmente.

Para auditar los estados financieros, es necesario un auditor independiente que actúe conforme a los *accepted auditing standards*, enumerados en el *Statements on Auditing Standards* basado en las publicaciones del *American Institute of Certified Public Accountants* 57.

3.5 Sistema fiscal & pago de impuestos

Los Estados Unidos tienen un sistema impositivo complejo debido a que tanto el gobierno como cada uno de los estados y los diferentes gobiernos locales, en determinados casos, elaboran sus propias leyes impositivas y establecen sus propias formas de imposición. Nos encontramos con dos grupos de impuestos: los federales, que son comunes a todos los estados y que están regulados por el *Department of the Treasury*, y los estatales y locales, que son fijados de forma independiente por cada estado y por cada ciudad, recaudándose conjuntamente. Hay que aclarar también que cuando en la legislación fiscal de un estado se habla de una compañía extranjera, se hace referencia no sólo a las de otros países sino también a las de otros estados.

Igualmente, es importante saber que en virtud de la legislación de impuestos de los Estados Unidos, un inversor extranjero deberá pagar impuestos en dos casos: cuando tenga un negocio en el país y los beneficios obtenidos estén directamente conectados con ese negocio en los Estados Unidos, o si recibe un cobro de una fuente de pasivo (tales como dividendos, intereses, *royalties*) aunque no esté directamente conectado con un negocio de los Estados Unidos. 58.

3.4.1 Impuestos federales

La aplicación de estos impuestos dependerá del tipo de empresa y del tipo de negocio de que se trate. A continuación se detallan los principales impuestos que gravan las actividades empresariales. 59.

Impuesto general sobre la renta de sociedades (U.S. Corporate Tax Return):

Se paga anualmente y la base imponible es igual a los ingresos brutos derivados de la actividad de la empresa en los Estados Unidos, menos los gastos de operación y otras deducciones aplicables. La escala para el tipo impositivo se muestra en la tabla siguiente:

Si los Ingresos Brutos (en \$) son...		el impuesto es...	más (%)...	de la cantidad (en \$) que sobrepase los ...
mayores que...	pero menores a...			
0	50.000	0	+ 15%	0
50.000	75.000	7.500	+ 25%	50.000
75.000	100.000	13.750	+ 34%	75.000
100.000	335.000	22.250	+ 39%	100.000
335.000	10.000.000	113.900	+ 34%	335.000
10.000.000	15.000.000	3.400.000	+ 35%	10.000.000
15.000.000	18.333.333	5.150.000	+ 38%	15.000.000
18.333.333	-----		+ 35%	0

Fuente: Federation of Tax Administrators

El *Internal Revenue Code* es el conjunto de leyes que define lo que se está sujeto al impuesto federal sobre la renta y lo que debe ser declarado como ingreso bruto. Además, el código especifica qué costes y qué gastos pueden ser deducidos del ingreso bruto para llegar a la base imponible.

Impuesto aplicable a partidas "preferentes", como amortizaciones, depreciación acelerada, etc: este impuesto grava con un 20% del valor total de estas partidas teniendo en cuenta que se aplica una exención igual a la mayor de estas dos cifras: 40.000 dólares o la cantidad a pagar en concepto de impuesto general sobre la renta de sociedades (*U.S. Tax return*).

Impuesto sobre la renta de empresas sucursales de empresas extranjeras: Se trata de un impuesto que grava los ingresos obtenidos por las sucursales de empresas extranjeras. El tipo impositivo es del 10%.

Impuestos sobre los beneficios acumulados: las tasas del impuesto federal sobre los beneficios no distinguen entre los beneficios distribuidos a los accionistas y los retenidos en la corporación estadounidense. Existe, sin embargo, una tasa de sanción si las autoridades creen que la corporación no está distribuyendo sus beneficios, sino manteniendo los fondos en el negocio más allá de sus necesidades razonables. El importe del impuesto exigido varía entre el 27,5% y el 38,5% del ingreso imponible acumulado.

Impuestos que gravan la remuneración a los asalariados (Payroll Tax)

El empleador es responsable por ley de tres clases diferentes de deducciones y pagos:

1.- *Seguridad Social (Federal Insurance Contribution Act, FICA):* La contribución por parte de la empresa y por parte del trabajador es a partes iguales. Ambos contribuyen con el mismo porcentaje del salario bruto y es pagadero trimestralmente.

IRS Form 941 Employer's Quarterly Federal Tax Return (Impuesto por razón del empleo): Este es el formulario que establece, de forma trimestral, el impuesto sobre la renta y la seguridad social (FICA) retenido del salario de los trabajadores y la seguridad social emparejada por el empresario.

2.- *Impuesto Federal del Desempleo (FUTA):* Impuesto federal sobre seguro de desempleo (*Federal Unemployment Tax, FUTA*). Es un seguro de desempleo soportado por la empresa con un tipo impositivo del 6,2% sobre los primeros 7.000 dólares pagados en concepto de salario/año a cada empleado. Si el impuesto estatal de desempleo (pagado directamente al Estado) cumple con los requisitos establecidos por el Gobierno Federal, la empresa podrá repercutir el impuesto estatal contra el federal, hasta en un 5,4% de este último. Esto hace pues que la tasa FUTA efectiva sea de 0,8%, una vez aplicado el crédito *IRS Form 940 Employer's Annual Unemployment Tax Return* (Impuesto de desempleo): Este formulario sirve para establecer y pagar anualmente la tasa federal de compensación por desempleo. Si un negocio carece de trabajadores, no necesita este impuesto.

3.-Impuesto sobre los salarios (Income Taxes Withheld From Employee Wages):

Los dueños de negocios, las sociedades y corporaciones son responsables de hacer la declaración de impuestos federales sobre los salarios, rellorando el formulario W-4.

Impuestos que gravan el patrimonio (Property Taxes)

Impuesto federal sobre la inversión extranjera en bienes inmuebles (*Foreign Investors Real Property Tax Act, FIRPTA*). Afecta a las ventas de propiedad localizadas en los Estados Unidos que pertenecen a un individuo o compañía extranjera. El tipo impositivo es de 10% sobre el precio de venta.

3.4.2 Impuestos Estatales - California

Los negocios que tengan ingresos en California están sujetos al impuesto conocido como *Corporation Franchise Tax*, o al *Corporation Income Tax*. El tipo impositivo de ambos impuestos es del 8,84% sobre los ingresos netos. Además de este porcentaje, los bancos e instituciones financieras tienen un impuesto adicional de hasta un 2%, que se impone sobre los bienes profesionales y personales.

Corporation Franchise Tax (Impuesto sobre el beneficio de las corporaciones)

El Impuesto sobre el beneficio de las corporaciones lo tiene que abonar cualquier corporación, banco o institución financiera que tenga ingresos en California. Se paga sobre la base de los ingresos del año anterior. Si la empresa se ha registrado en la Secretaría de Estado, también lo ha hecho en la *Franchise Tax Board (FTB)* para los asuntos impositivos a lo largo del año. La Secretaría de Estado comunica el registro de una empresa a la FTB que a su vez mandará a la empresa los formularios necesarios para declarar los impuestos anualmente.

Las empresas que hayan sido creadas bajo la forma *general patership* o sociedad colectiva no están sujetas a un impuesto inicial de apertura del negocio, pero el propietario y los socios pagan anualmente impuestos estatales sobre los beneficios del negocio en la proporción aplicable.

La sociedad *limited paternship* y *limited liability paternship* o sociedad limitada y sociedad de responsabilidad limitada respectivamente, deben pagar un impuesto anual de 800 dólares si llevan un negocio en California, si están organizados en California, o se han registrado en la Secretaria de Estado. El impuesto sobre beneficios derivado de este tipo de sociedades es pagado por las partes según su tasa aplicable.

Las *limited liability paternship* clasificadas como sociedades, están sujetas a un impuesto anual de 800 dólares más una cuota basada en sus ingresos totales. Sin embargo, las *limited liability paternship* clasificadas como *corporations* siguen las normas de las *corporartions* para pagar sus impuestos estatales anuales.

Las *corporations* o sociedades anónimas operantes en California están obligadas a pagar su impuesto anual de franquicia. El pago para el primer año impositivo se hace a la Secretaría de Estado. Los siguientes años se hacen directamente a la FTB. Existe un pago mínimo de 800 dólares.

Corporation Income Tax:

Este impuesto se aplica a las empresas que "sin hacer negocios" directamente en California obtienen ingresos de fuentes fuente de pasivo (tales como dividendos, intereses, *royalties*) del estado.

Cuadro 12. Principales impuestos de California:			
Impuesto	Base	Tasa imponible	Agencia
I. Sobre el beneficio de las corporaciones	Beneficio neto de la corporación en el año anterior	8,84%	Franchise Tax Board
I. De venta y de uso	Recibos de ventas o alquiler de material	7,25-8,25%	Board of Equalization
I. sobre el seguro del desempleo	Primeros \$7.000 del salario/empleador/año	3,40%	Employment Dev. Dept.
Seguro de compensación laboral	Nómina	Variable	Dept. of Industrial Rel.
I. Sobre la propiedad	100% de la tasación calculada	1,10%	Franchise Tax Board
I sobre la renta personal	Renta personal	1-9,3%	County Government
Seguro de incapacidad laboral	Primeros 31,767 del salario	0,50%	Employment Dev. Dept.
I. De telecomunicaciones	Factura mensual	0-3,8%	Public Utility Comm.

Fuente: California Technology, Trade and Commerce Agency.

3.4.3 Tratamiento fiscal a la sociedad extranjera

El principio básico sobre la imposición de las sociedades extranjeras es que los ingresos relacionados directamente con un negocio en los Estados Unidos y los que no lo son tanto (como dividendos, intereses, ventas de patentes, etc.) son fiscalizados por separado. Los ingresos procedentes de fuentes americanas y ciertos tipos de ingresos de fuentes extranjeras son fiscalizados según las tasas aplicables a una sociedad norteamericana. Los ingresos procedentes de fuentes independientes del negocio son fiscalizados al 30% sobre el ingreso bruto, a menos que un tratado garantice una tasa más baja. Aunque hay que destacar que sólo ciertas clases de este último tipo de ingresos son fiscalizados.

3.5. Estatus Migratorio

3.4.4 Visados Temporales de trabajo

3.5.4.1 Visado B1/B2. Visitante & Negocios

Es para los individuos que tenga su residencia en un país extranjero (Fuera de los Estados Unidos) y que no tenga intención de abandonar la misma. Permite la estancia temporal (generalmente 6 meses, aunque hay prórrogas sucesivas), para realizar negocios en nombre de una empresa extranjera, o hacer una visita de placer. El titular de este visado no puede ser empleado ni recibir remuneración de una empresa americana, aunque puede ser reembolsado por los gastos en que incurra durante su estancia. La definición “Negocios” de la ley de inmigración de los EEUU es limitada y no le permite involucrarse en actividades operativas remuneradas dentro de una empresa. Por ende la visa de negocios no le permite residir o acceder a empleos remunerados, ni con sueldo, ni con salario dentro de los Estados Unidos ⁶⁰.

De acuerdo a la ley de los Estados Unidos, la definición “negocios” / visa B1 / implica la *negociación de contratos, consultas profesionales con colegas y similares, litigios, participaciones científicas, educativas, profesionales o convenciones de negocios, conferencias o seminarios, y otras actividades comerciales de un legítimo carácter comercial o profesional.*” Esto quiere decir que bajo una visa B1 usted puede realizar las gestiones necesarias para organizar un negocio, reunirse con sus asociados (o potenciales socios) en los Estados Unidos, asistir a un convenciones profesionales y de negocios, realizar compra – venta de bienes y activos, negociar contratos, y otras actividades comerciales legítimas, siempre y cuando estas a se realicen sin remuneración, ni de sueldo ni por salario; dentro de el plazo de estancia otorgado por los oficiales de migración a su ingreso en los Estados Unidos.

3.5.4.2 Visado L-1. Traslado intra – compañía

Se otorga a ejecutivos, gerentes-directivos y/o personas que van a los Estados Unidos a trabajar en una subsidiaria, filial u oficina sucursal de cualquier compañía extranjera.

Las regulaciones de inmigración requieren un contrato de alquiler o una escritura de propiedad para demostrar que tiene verdaderamente un sitio donde hacer negocios en el país. Además, el solicitante extranjero debe demostrar que ha trabajado por lo menos un año en la compañía extranjera en un cargo administrativo, ejecutivo o en un puesto cualificado, así como también demostrar que se trasladará a los Estados Unidos a trabajar temporalmente para la citada compañía.

3.5.4.3 Visado H, Trabajo

Existen 3 tipos de visados del tipo H. Este es un visado que solicita una empresa estadounidense para que un extranjero trabaje en ella, con un propósito particular y un tiempo definido. ⁶¹.

Para el visado H-1 el solicitante debe normalmente poseer, al menos, una graduación universitaria o su equivalente. Estarán incluidos en esta categoría los arquitectos, ingenieros, abogados, médicos, maestros, así como otras ocupaciones que puedan considerarse como profesionales. Los artistas están a menudo incluidos en este grupo.

El visado H-2 es para trabajadores en general y se otorga para un periodo de un año. Este visado se otorga a aquellas personas que van a desempeñar, de forma temporal, servicios que no pueden ser realizados en el país de origen. Este tipo de visado requiere una certificación del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos explicando que el trabajador no le está quitando el trabajo a ningún estadounidense sin empleo capaz de realizar dichos servicios.

El visado H-3 es para aprendices, concediéndose a aquellas personas que se desplazan a recibir formación de un empresario estadounidense. Esta fórmula requiere la prueba de que el extranjero no va a ser remunerado, que es un programa de formación legal, y que el *training* no tiene el propósito de reclutar y formar personal extranjero para trabajar en compañías estadounidenses. La duración máxima suele ser de dos años, aunque existe la posibilidad de que sea mayor.

⁶¹. Consulado de Los Estados Unidos de norteamérica en Ecuador, Guayaquil. <http://quayaquil.usconsulate.gov/wwwhspannivbusiness.html>

3.5.4.4 Visado E. Inversionista

Se aplican a comerciantes e inversores de países con tratados comerciales con Estados Unidos. 10,000 visas anuales están disponibles para individuos calificados (*solos o acompañados de su conyugue e hijos menores de edad*) que buscan la residencia permanente en los Estados Unidos en base a su involucramiento en un nuevo emprendimiento comercial. ⁶².

Para ser elegibles califican los individuos que cumple con los siguientes 3 criterios:

1. Han establecido un nuevo emprendimiento:
 - Creando un negocio nuevo e innovador.
 - Comprando un negocio existente para reestructurarlo o reorganizarlo de tal forma que se convierta en una nueva iniciativa comercial
 - Expandiendo un negocio actual donde:
 - a. Se incremente en un 140% el capital neto o el numero de empleados.
 - b. Se mantenga el numero existente de empleados en un negocio en problemas, que haya perdido un 20 % de su capital neto en los ultimos 12 a 24 meses.
2. Han invertido – o estan activamente en el proceso de inversion – en un nuevo emprendimiento comercial:
 - De al menos \$ 1,000,000.00
 - O un minimo de \$ 500,000.00 en una area calificada como "targeted employment area," que experimenta un nivel de desempleo de al menos un 150 % con relacion a los indices nacionales.
3. Han beneficiado - o estan activamente en el proceso - la Economía de los Estados Unidos aportando al crecimiento de las exportaciones, o al

mejoramiento de la productividad regional, o con la creación de nuevos puestos de trabajo y/o al incrementar las inversiones de capital locales.

- Se deberán crear al menos 10 plazas de empleo a tiempo completo.
- Mantener un número de empleados mayor al promedio de los últimos dos años. O invertir capital en un negocio en problemas, que haya perdido un 20 % de su capital neto en los últimos 12 a 24 meses.

3.4.5 Visados Permanentes.

EL visado de residencia permanente permite la residencia permanente en los Estados Unidos y se conceden, entre otras razones, cuando existe un parentesco cercano con un ciudadano norteamericano o cuando hay una oferta permanente de trabajo en dicho país. Debido a la dificultad de obtener visados por un largo periodo de tiempo, una persona de negocios que debe permanecer en Estados Unidos durante más de 3 ó 4 años, debería considerar solicitar una residencia legal permanente con anticipación durante su estancia con el visado temporal. Para obtener un visado de residencia permanente hay que estar incluido en alguna de las categorías que se presentan en el siguiente cuadro.

3.5.5.1 Cuadro explicativo.

<i>Cuadro. 13.</i>		<i>VISADOS PERMANENTES</i>
Primera Preferencia	Trabajadores Prioritarios: A. Extraordinaria habilidad. B. Profesores especiales e investigadores. C. Ejecutivos de dirección de multinacionales.	No se requiere certificado de trabajo. No se requiere oferta de trabajo para un extranjero de la categoría de extraordinaria habilidad.
Segunda Preferencia	Profesionales con titulaciones avanzadas Extranjeros con excepcional habilidad.	Se requiere certificado de trabajo pero puede servir una oferta.
Tercera Preferencia	Profesionales, trabajadores con habilidades y otros trabajadores.	Se requiere certificado de trabajo.
Cuarta Preferencia	Inmigrantes especiales.	No se requiere certificado de trabajo.
Quinta Preferencia	Empresarios.	No se requiere certificado de trabajo.

Fuente: United States Department of State

Información práctica.

3.4.6 Lo que debe saber al hacer negocios en EEUU

3.5.6.1 Horario Comercial

Horario comercial: Las oficinas comerciales y gubernamentales funcionan ocho horas por día, de lunes a viernes. El horario de trabajo varía entre las 8:00 y las 18:00 horas, pero en general se puede ubicar a funcionarios de gobierno y ejecutivos de negocios entre las 9:00 y las 17:00 horas. El horario bancario también varía, pero la mayoría de los bancos está abierta entre las 9:00 y las 15:00 horas, de lunes a viernes; algunos también abren sus puertas una pocas horas el día sábado. Las tiendas generalmente atienden al público entre las 9:00 y las 18:00 horas, hasta las 21:00 horas en los centros comerciales, de lunes a sábado y entre las 11:00 y las 17:00 hs. el domingo.

3.5.6.2 Dias Festivos Nacionales

<i>Cuadro 14.</i> DIAS FESTIVOS NACIONALES	
<i>Año Nuevo</i>	<i>1 de enero</i>
<i>Natalicio de Martin Luther King</i>	<i>Tercer lunes de enero</i>
<i>Natalicio de George Washington</i>	<i>Tercer lunes de febrero</i>
<i>Día de los Muertos por la Patria</i>	<i>Ultimo lunes de mayo</i>
<i>Día de la Independencia</i>	<i>4 de julio</i>
<i>Día del Trabajo</i>	<i>Primer lunes de septiembre</i>
<i>Día del Descubrimiento de América</i>	<i>Segundo lunes de octubre</i>
<i>Día de los Veteranos</i>	<i>11 de noviembre</i>
<i>Día de Acción de Gracias</i>	<i>Cuarto jueves de noviembre</i>
<i>Navidad</i>	<i>25 de diciembre</i>

U.S. Department of State.

Muchas empresas también cierran el viernes posterior al Día de Acción de Gracias. Por otra parte, se recomienda no visitar algunos de los mercados de Nueva York durante las fiestas judías (cuya fecha de observancia cambia todos los años) ya que tienden a cerrar más temprano o directamente no abren esos días. Antes de viajar a Estados

Unidos verifique con sus contactos estadounidenses que no haya ningún feriado administrativo o religioso que interfiera con su itinerario de viaje.

3.5.6.3 Fechas, Pesos y Medidas

El uso del sistema métrico decimal no está muy difundido en Estados Unidos, aunque poco a poco está ganando aceptación, especialmente en aplicaciones científicas e industriales. El sistema de pesos y medidas predominante en el país es el *U.S. Customary System* (Sistema Normativo de Estados Unidos) o *American Standard* (Norma Estadounidense), que está basado en el *British Imperial System* de Gran Bretaña. El *National Institute of Standards and Technology-NIST* (Instituto Nacional de Normas y Tecnología), del Departamento de Comercio de Estados Unidos, es el organismo oficial encargado de las normas, pesos y medidas, etc.

Las fechas suelen escribirse en orden, empezando por el mes, el día y el año, como por ejemplo el 26 de Enero de 2001, en los Estados Unidos se lo escribiría: 01/23/01. Al escribir los números, las comas se utilizan para separar los cientos, miles, millones, etc., y los dólares están separados de los centavos por un punto. Un ejemplo muestra como se escribe seis mil cincuenta dólares y 25 centavos: \$6,050.25. Además, un billón en estados Unidos, significa un millardo de millones (**1,000.000.000**), distinto a nuestro antiguo concepto en sures, o al concepto actual de Euros en Europa, donde un Billón significa, un millón de millones. (**1,000.000.000.000.000**)

3.4.7 Tips de Negocios.

3.5.7.1 Aspectos culturales en los negocios.

La magnitud y complejidad del mercado y la cultura estadounidenses impactan en el modo en que los estadounidenses se conducen en el día a día de los negocios. A pesar de que la mayoría de los habitantes son de ascendencia europea, existen también grupos minoritarios muy importantes tales como los Indígenas Americanos, afro-americano, Latinos y Asiáticos. Esta diversidad también se ve reflejada en los negocios. En ese contexto, las generalizaciones responden a criterios amplios:

Los hombres de negocios suelen ser informales, francos y directos. Generalmente se ven a sí mismos como ambiciosos, trabajadores y enérgicos; están orgullosos del alto nivel de vida y de la importancia económica y política de su país en el mundo. También La cultura estadounidense tiende a promover los logros individuales; poniendo muchas veces en un segundo plano el sentido de pertenencia a una familia, comunidad u organización. Aquellas personas que han tenido poca experiencia en materia internacional, pueden parecer muy nacionalistas y carecer de una visión global de los negocios y del mundo. Los empresarios de firmas locales pueden subestimar a veces las condiciones vigentes en otros países, especialmente en el área latinoamericana.

Los temas de negocios pueden ser abordados en cualquier contexto, mezclándolos muchas veces con aspectos sociales; se trata inmediatamente de considerar los temas de interés para evitar perder la oportunidad. El hombre de negocios en los Estados Unidos espera que sus contrapartes extranjeras se comporten en forma similar a lo que están acostumbrados en el mercado local: cordialidad, obtención de resultados positivos, éxito y profesionalismo.

3.5.7.2 En la práctica con empresarios.

Existen varios detalles que debe conocer cuando contacta una empresa por primera vez, con frecuencia es más efectivo un llamado telefónico que una carta. Una carta probablemente languidezca en el escritorio de una persona sumamente ocupada bajo una pila de papeles y finalmente quede sin respuesta. Si se trata de una empresa grande, intente obtener un número directo para la persona con la cual necesita comunicarse. La comunicación por correo electrónico es conveniente sólo después de establecido el primer contacto. La comunicación por fax también está muy difundida. Trate de responder a los faxes que reciba de Estados Unidos de un día para otro. En Estados Unidos se percibe la falta de respuesta como falta de interés. Además, no olvide incluir una carátula con su fax.

Las reuniones de negocios en Estados Unidos deben ser coordinadas con suficiente antelación, para asegurar que el personal clave de la empresa esté disponible y pueda incluir la reunión en sus a menudo ajustadas agendas. Dependiendo del producto de que se trate, "llegar" a una empresa sin cita previa puede resultar frustrante y desgastante, pocas veces se concreta la ansiada

reunión. Los desayunos, almuerzos o cenas de negocios son frecuentes. No dude en extender una invitación de este tipo. Es normal dejar propina en restaurantes (15-20% de la cuenta) y taxis (15% de la tarifa). Además, cuentan con ella. Si un maletero en el aeropuerto o el botones en un hotel lo ayuda con las valijas, debería darle por lo menos US\$1.00 por valija de propina. Las mucamas de hotel también deberían recibir US\$1.00 por noche de alojamiento.

En los Estados Unidos no se acostumbra y sería mejor no incluir títulos académicos en las tarjetas de negocios. Los estadounidenses quedarán más impresionados con su conocimiento del mercado y de los negocios, y su interrelación, que con sus diplomas. Es preferible que cuando trate con Estado Unidense sus pedidos, solicitudes y comunicaciones sean breves, concisos y puntuales y que así mismo esté preparado para responder preguntas directas y proporcionar algunos datos esenciales.

Los estadounidenses suelen ser menos formales y menos reservados en una primera instancia. Es habitual el uso de nombres, aún entre gerentes y subordinados. En la costa oeste de Estados Unidos la gente de negocios tiende a vestirse más informalmente que en la costa este. Sin embargo, nunca se sentirá fuera de lugar si viste de traje. Cuando existe duda, un traje es lo mejor.

Evite usar lenguaje demasiado coloquial, especialmente si lo aprendió de americanos jóvenes. Es posible que no le comprendan o que malinterpreten sus palabras. Además en muchos casos es probable que los estadounidenses no puedan captar su sentido del humor. Haga sus reservas de hotel con antelación a través de un agente de viajes local; le pedirán el número de su tarjeta de crédito. En general, se mantienen las reservas hasta las 18:00 hs., a menos que usted avise que llegará más tarde. Es conveniente contar con cobertura médica internacional cuando viaja a Estados Unidos, ya que los costos de atención médica son altos.

3.5.7.3 Medios de pago.

El medio de pago más utilizado en Estados Unidos entre un importador y un exportador es la apertura de una cuenta abierta en un banco, mediante la cual el

importador acredita al exportador el pago por la mercancía. Este pago puede realizarse de forma anticipada, en la fecha de embarque de la mercancía, en la fecha de entrega de la misma o en una fecha acordada por ambas partes. Sin embargo, debe señalarse que el plazo más habitual empleado en Estados Unidos para el abono de las transacciones comerciales es el pago aplazado a 30 ó 60 días, concedido por la empresa exportadora al importador estadounidense.

Otro medio de pago también utilizado en las relaciones comerciales es el de crédito documentario, principalmente en los comienzos de los intercambios comerciales entre exportador e importador.

CAPITULO 4to.

4. ACUERDOS COMERCIALES ECUADOR – EEUU.

3.6 El ATPA y el ATPDEA

3.4.1 Introducción.

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA, por sus siglas en inglés) es un régimen de excepción otorgado unilateralmente por los Estados Unidos al Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador para apoyar la lucha contra el tráfico ilícito de drogas. Fue otorgada por primera vez el 4 de diciembre de 1991 ofreciendo ingreso libre de aranceles a cerca de 5,500 productos dónde no se encontraban incluidos, entre otros, los textiles y las confecciones.

Dado que la cocaína comercializada en Estados Unidos virtualmente se origina en los países de la Ley de Preferencia Comercial Andina, este programa funciona como un instrumento de la política comercial de Estados Unidos, que contribuye a la lucha contra la producción y tráfico de drogas ilícitas. Al fortalecer las economías legítimas y crear alternativas viables al provechoso comercio de drogas ilícitas, la ley de preferencias ha sido un importante componente en los esfuerzos para contener la expansión de esas actividades ilícitas. Las preferencias han generado importantes oportunidades de trabajo en una variedad de sectores, como ser el cultivo de flores, frutas y hortalizas no tradicionales, joyería y ciertos instrumentos electrónicos.

La ley de preferencias arancelarias andinas venció el 4 de diciembre del 2001 y fue extendido como ATPDEA después de más de tres años de trabajo coordinado por los países andinos, con los sectores públicos y privados de sus países, y acciones de lobbying con el congreso de los EE.UU. El ATPDEA renueva las preferencias arancelarias a los productos que se beneficiaban del ATPA hasta el 31 de diciembre del 2006. ⁶⁴.

⁶⁴. Comercio Ecuador Estados Unidos bajo el ATPDEA 2000-2003. Camara de Industriales de Pichincha. Quito. Ecuador.

3.4.2 Nuevas Inclusiones a las preferencias.

Las preferencias arancelaria no solo se extiende por un periodo de cinco años, (2001 - 2006) sino que adicionalmente, desde el 1 de octubre del 2002 extiende los beneficios de esta ley a un grupo de nuevos productos de interés para los países andinos, que son:

- Atún envasado al vacío en empaques flexibles "tuna pouches".
- Prendas de vestir elaborados con insumos regionales.
- Prendas de vestir elaboradas con insumos de los EE.UU. (maquila),
- Prendas de vestir elaboradas con pelos finos de alpaca, llama y vicuña.

Por otro lado, el Presidente de los EE.UU. quien tiene la facultad de determinar el ingreso libre de aranceles a los productos no son sensibles para su industria nacional, aprovo el ingreso adicional sin aranceles de : Calzado, Petróleo o algún producto derivado del petróleo, Relojes y partes de relojes, Carteras y maletines de mano, guantes de trabajo y confecciones de cuero.

3.6.2.1 El Atun

Esta ley no otorga el beneficio de exención arancelaria al atún enlatado. Sin embargo el atún pescado por embarcaciones de los EE.UU. o de los países beneficiarios del ATPDEA, que sea preparado o preservado utilizando cualquier medio en algún país beneficiario y que sea empacado en aluminio u otros contenedores flexibles al vacío cuyos contenidos pesen no más de 6.8 kilogramos, entrará a territorio de los EE.UU. libre del pago de aranceles y de cualquier restricción cuantitativa.

3.6.2.2 Prendas de Vestir

Prendas de vestir fabricadas en uno o más países beneficiarios del ATPDEA de tejidos o componentes regionales andinos. Esto incluye Los tejidos y componentes hechos a forma (knit to shape) y los de hilados totalmente formados. Dichas prendas de vestir podrán ingresar al mercado estadounidense, por periodos anuales, comenzando el 1 de octubre del 2002 y en cada uno de los cuatro periodos anuales siguientes, en un monto que no excederá el "porcentaje aplicable" en metros cuadrados equivalentes de

todas las prendas de vestir importadas por los EE.UU. en el periodo de 12 meses precedentes.

El término "porcentaje aplicable" significa, para el periodo anual que comienza el 1 de octubre del 2002, el 2% que se incrementará en cada uno de los cuatro periodos anuales siguientes en incrementos equitativos (0.75% por año) de tal manera que, para el periodo que comienza el 1 de octubre del 2006, el "porcentaje aplicable" no exceda el 5%.

Cuadro 15.

PERIODOS Y PORCENTAJES DE CUOTA.

Periodo	Porcentaje de la cuota
Del 1/octubre/02 al 30/septiembre/03	2.00%
Del 1/octubre/03 al 30/septiembre/04	2.75%
Del 1/octubre/04 al 30/septiembre/05	3.50%
Del 1/octubre/05 al 30/septiembre/06	4.25%
Del 1/octubre/ 06 al 31/diciembre/ 06	5.00%

United States Trade Representative

3.6.2.3 Maquila.

Este capítulo de la Ley hace referencia a las prendas de vestir cosidas o ensambladas en uno o más países beneficiarios del ATPDEA o en los EE.UU., de tejidos o sus componentes totalmente formados o componentes hechos a forma (knit to shape) en los EE.UU., de hilados totalmente formados en uno o más países beneficiarios o en los EE.UU. Estas prendas de vestir podrán ingresar libres del pago de aranceles o de cualquier restricción cuantitativa, limitación o nivel de consulta. Las prendas de vestir que utilicen en su ensamblaje tejidos de punto y/o planos deberán calificar bajo esta sub cláusula sólo si dichos tejidos son teñidos, estampados y acabados en los EE.UU.

A solicitud de un país beneficiario, el Presidente de los EE.UU. podrá incluir nuevos tejidos e hilados como elegibles del tratamiento preferencial de no poder ser proveídos en cantidades comerciales y de una manera oportuna por la industria nacional de los

EE.UU. Para ello, deberá remitir un reporte al Comité de Medios y Arbitrios de la Cámara de Representantes y al Comité de Finanzas del Senado indicando la acción propuesta y las razones que lo sustenten.

3.6.2.4 Prendas de vestir elaboradas con pelos de Camelidos

Este capítulo hace referencia a los tejidos o sus componentes formados o componentes tejidos de punto en uno o más países beneficiarios del ATPDEA, de hilados totalmente, siempre y cuando la mayor parte del valor de dichos tejidos o componentes proviene de fibras de pelos finos de llama, alpaca o vicuña. Estos podrán ingresar libres del pago de aranceles o de cualquier restricción cuantitativa, limitación o nivel de consulta.

3.6.2.5 Productos textiles artesanales.

Este capítulo corresponde a productos tejidos a mano en un telar artesanal, productos hechos a mano y artesanías textiles. Estos podrán ingresar libres del pago de aranceles o de cualquier restricción cuantitativa, limitación o nivel de consulta.

3.4.3 Productos excluidos

El tratamiento preferencial arancelario no se extiende a los siguientes productos:

- Textiles (hilados y tejidos) y confecciones con excepción de las prendas de vestir.
- Ron y Tafia (aguardiente de caña),
- Azúcar, concentrados líquidos y productos que contengan azúcar
- Atún preparado o preservado por cualquier medio en empaques al vacío excepto pouches.

3.4.4 Reglas especiales

Excepciones para ribetes y avíos (findings y trimmings): Una prenda de vestir elegible bajo esta Ley no dejará de ser elegible si los ribetes y avíos de terceros países no exceden el 25% del costo de los componentes del producto ensamblado. Ejemplos de ribetes y avíos son hilo de coser, ganchos y anillos, broches de presión o cierres de

resorte, botones, lazos o moños, lazos decorativos, adornos, tiras elásticas, todo tipo de cierres incluyendo cierres que pegan, y otros productos similares.

Ciertas entretelas o ciertos entreforros (interlinings): Una prenda de vestir elegible bajo esta Ley no dejará de ser elegible si el valor de los "interlinings" (más el de cualquier ribete y avío) de terceros países contenidos en dicho producto no excede el 25% del costo de los componentes del producto ensamblado. Para este efecto, sólo se consideran los siguientes "interlinings": "chest type plate", "hymo piece" ó "sleeve header". El tratamiento preferencial de esta cláusula terminará si el Presidente de los EE.UU. determina que existe producción en los EE.UU. de dichos "interlinings" en cantidades comerciales.

Regla especial de origen: Una prenda de vestir no dejará de ser elegible porque contiene hilados de filamentos de nylon (otras que hilados elastoméricos) clasificables bajo las siguientes partidas: 5402.10.30, 5402.10.60, 5402.31.30, 5402.31.60, 5402.32.30, 5402.32.60, 5402.41.10, 5402.41.90, 5402.51.00 ó 5402.61.00 provenientes de un país que es parte de un acuerdo con los EE.UU. para un Area de Libre Comercio en vigor antes el 1 de Enero de 1995.

Regla De Minimis: Un producto que de otra manera sería inelegible para el tratamiento preferencial en virtud de este sub párrafo por el hecho que dicho producto contiene hilados no formados totalmente en uno o más países beneficiarios del ATPDEA o en los EE.UU., no será inelegible para dicho tratamiento si el peso total de todos los hilados mencionados no es mayor al 7% del peso total del producto.

3.4.5 Sanciones.

Si el Presidente determina, sobre la base de evidencia suficiente, que un exportador ha realizado una reexpedición en relación con las prendas de vestir de un país beneficiario del ATPDEA, denegará todos los beneficios estipulados en la Ley de preferencias al exportador que infringiere por un periodo de 2 años. Si el Presidente determina que un país no está tomando las acciones correspondientes para evitar tal transbordo, podrá reducir la cantidad de prendas de vestir que podrían ser importadas a los EE.UU. desde dicho país tomando como referencia la cantidad de los productos multiplicada por 3.

3.4.6 La ley de preferencias en acción.

El *Andean Trade Preference Act* Permitió el acceso libre de aranceles o con aranceles preferenciales a un total de 5,524 posiciones arancelarias, que representan el 54.2% de las posiciones arancelarias de los Estados Unidos. Entre 1991 y 2000, las importaciones de EEUU desde los países ATPA crecieron un 123%. y se aumentó el grado de diversificación de las exportaciones andinas hacia ese país. Considerando la clasificación arancelaria, en 1990 las exportaciones de los países andino cubrían 1939 subpartidas, en el 2000 se llegó a 3066 subpartidas, un aumento del 58%. Sin embargo, el universo de subpartidas sobrepasa las 5,5000, mostrando que puede aprovechar mejor estas preferencias.

Alrededor de dos tercios de las importaciones de EEUU desde los países beneficiarios entran sin aranceles. En total, los países andinos representan el 1% de las importaciones de EEUU. Las principales exportaciones andinas fueron las flores Colombianas y Ecuatorianas, los cátodos de cobre procedentes del Perú, pigmentos procedentes de Colombia, piedras preciosas y joyería de Perú y Bolivia, madera y artículos de madera de Ecuador, zinc de Perú y atún de Ecuador.

3.6.6.1 Principales exportaciones

Cuadro 16.

PRINCIPALES EXPORTACIONES

Producto	% 1997	% 2001	País beneficiario principal
Artículos de cobre	13.88	26.29	Perú
Flores cortados	32.89	22.85	Colombia
Colorantes y Pigmentos	0.33	11.66	Colombia
Joyería y piedras preciosas	16.19	9.12	Perú
Vegetales comestibles	2.94	4.66	Perú
Azúcar	2.51	2.65	Colombia
Plásticos	3.15	2.64	Colombia
Zinc	1.68	2.41	Perú
Madera y artículos de madera	2.37	1.91	Ecuador
Preparaciones de vegetales	1.52	1.83	Perú
Otros	22.52	13.98	
Total	100	100	

Fuente: USITC (2002). *Andean Trade Preference Act: Impact on U.S. Industries and Consumers and on Drug Crop Eradication and Crop Substitution, Eighth Report, 2001*

Los estudios realizados por la CAF entre 1992 y 2000 muestran que las exportaciones en el marco del ATPA aumentaron en \$1.7 billones de dólares, es decir en un 207%, Este aumento de exportaciones implicó un crecimiento de producción de \$3.2 billones de dolares y generó 142,251 nuevos empleos. Es importante destacar que esta cifra está subestimada, por cuanto no toma en cuenta el sector informal.

3.6.6.2 Efectos de la ley.

Cuadro 17. *EFFECTOS DE LA LEY. (Miles de dolares)*

	Exportaciones hacia EEUU	Producción	Empleo
Bolivia	\$81 millones	\$190 millones	6,913
Colombia	\$761 millones	\$1133 millones	84,060
Ecuador	\$131 millones	\$231 millones	20,819
Perú	\$725.3 millones	\$1636 millones	30,459

USITC (2002). Andean Trade Preference Act: Impact on U.S. Industries and Consumers and on Drug Crop Eradication and Crop Substitution, Eighth Report, 2001

En la industria atunera el Ecuador representa el 5% de las exportaciones mundiales de pescado preparado en conserva; el rubro “Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado” representa el 1.1% del PIB nacional. La industria atunera en el país se desarrolló fuertemente en la década de los 70s, con la nacionalización de las empresas atuneras en Perú, que se trasladaron a las costas del Ecuador. Actualmente nuestro país produce el 60% de las exportaciones atuneras latinoamericanas. El atún representan el 3.4% de las exportaciones ecuatorianas totales y genera alrededor de 2000 empleos directos para el cual, los EEUU representan el mercado más importante dentro del marco del ATPDEA.

Para la industria textilera se ha visto un aumento de las exportaciones juntamente con confecciones al mercado de los Estados Unidos de \$47.4 millones en 2001 hasta \$52.6 en 2006. Esto ha implicado la generación de aproximadamente 27,000 empleos adicionales llegando a una cifra aproximada de 52,000 empleos directos.

Para el sector agropecuario en el Ecuador las exportaciones agrícolas representaron alrededor del 30% de las exportaciones totales a EEUU. El producto de exportación más importante es el banano, donde Ecuador representa el 11% del mercado mundial y las exportaciones a EEUU constituyen el 25% de las exportaciones totales. Sin embargo, este producto ya goza de entrada libre en el mercado estadounidense por el tratamiento de Nación Más Favorecida. La ley de preferencias ha permitido una mayor diversificación de las exportaciones agropecuarias ecuatorianas, en particular en el sector de las flores. Otros productos de interés para Ecuador bajo el ATPDEA son el mango y la piña, para los cuales no sólo han aumentado notablemente la exportación en los últimos años sino también ha crecido la demanda estadounidense.

En madera y productos de madera Los beneficios que brinda hasta diciembre de este año el ATPDEA son limitados a plywood y puertas de madera, dado que los demás productos ya gozan de entrada libre en el mercado estadounidense por el tratamiento de Nación Más Favorecida o bajo el Sistema General de Preferencias.

En Ecuador el sector de los productos de madera terciada representaron el 2.1% del PIB en el año 2002. En 2001, las exportaciones fueron de \$39 millones para la madera terciada, con los EEUU representando el principal mercado de destino. Se estima que la actividad forestal y maderera contribuye al empleo con aproximadamente 200,000 puestos directos de trabajo, lo que representa el 5.6% de la población económicamente activa. Otras 100,000 personas dependen indirectamente de este sector. No obstante la falta de manejo técnico sustentable de los bosques han impedido obtener las calificaciones ambientales fundamentales para la exportación.

3.7 EL Tratado de Libre Comercio.

Uno de los acontecimientos de mayor trascendencia para el desarrollo del Ecuador en los últimos tiempos será la firma de un tratado de libre comercio TLC. En medio de la apertura mundial de mercados, se nos habrá un abanico de oportunidades y amenazas de las cuales podemos participar como protagonistas, dentro del obvio contexto de negociación que tiene el país.

Esto representa un hito histórico para el Ecuador que se encamina hacia la integración por tratados comerciales internacional en un proceso de acuerdos y negociaciones moldeadas a los intereses comerciales específicos del país. Con mayor o menor margen de maniobra, el Ecuador organizó, estructuró, y definió una estrategia de negociación basadas en la conveniencia real para el país como un todo, en un marco de negociación técnica y profesional. Durante el proceso, comentarios empíricos y populares alcanzaron las esferas políticas que lanzaron al centro del debate nacional un tema complejo y técnico, lo cual desencadenó en una serie de eventos que más tarde bloquearon las negociaciones.

Cuando existen procesos de liberalización comerciales entre los países, el universo de productos, bienes, servicios, leyes y regulaciones que pasan a ser parte de las negociaciones hace que la estructura de negociación tenga mayor complejidad, y cada punto sobre la mesa de negociación puede convertirse en un punto de debate controversial que distorsione la imagen y el entendimiento real de un tratado comercial. Es por esto que es necesario revisar que es un tratado de libre comercio, que consecuencias “globales” trae el tratado para un país, cuales pueden ser las consecuencias para los consumidores, y para las empresas.

3.4.1 Que es un TLC

Un tratado de Libre Comercio (TLC), es un acuerdo mediante el cual dos o más países establecen reglas y normas para el libre intercambio de productos, servicios e inversiones. De la mano es necesario crear una serie de normas y estándares de comercio internacional que permitan el eficaz funcionamiento de un TLC.

La diferencia entre un TLC y la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas es que la ley de Preferencias Arancelarias Andinas son una concesión temporal y unilateral de los Estados Unidos para los Países de la Comunidad Andina. La concesión es temporal porque estas dejan de tener efecto una vez expirado el plazo, sin embargo estas han recibido extensiones y nuevas fechas de expiración. La última siendo el 31 de diciembre de 2006. Es unilateral porque la concesión de reducir o eliminar aranceles a la importación de productos ocurre únicamente de parte de los Estados Unidos, Los Países andinos no tienen obligación ni necesidad de reducir o eliminar sus aranceles.

El TLC es un acuerdo permanente y bilateral. Es decir que no necesitara de renovaciones periódicas o de estar sujeto a condiciones externas que pongan en riesgo su continuidad, sino que será continuo y permanente en el tiempo. Es bilateral porque las concesiones de reducción y eliminación de aranceles viene dado por las dos partes firmantes, según lo negociado en el tratado. ⁶⁵.

3.4.2 Desventajas de un Acuerdo Comercial

Entre las desventajas de un tratado comercial podemos encontrar:

1. Obliga a las empresas, industrias, profesionales, agricultores y trabajadores a moverse del estatus QUO.
2. Las industrias ineficientes se verán obligadas a especializarse, cambiar o desaparecer.
3. Si esto pasara, generará desempleo entre los trabajadores de dichas industrias.
4. Existirán casos sentimentalmente conmovedores por la perdida de empleos y negocios puntuales.
5. Las personas de escaso conocimiento, preparación y habilidades técnicas necesitaran de ellas para competir en una economía orientada el comercio internacional. Las empresas demandaran personal con mayor preparación y conocimiento.
6. Perdida de la tradicionalidad. Un cambio de productos y servicios tradicionales por aquellos de mejor costo y calidad.
7. Hace de la creatividad, innovación, la especialización y profesionalización una obligación para poder competir.

3.4.3 Ventajas de un Acuerdo Comercial

Entre las principales ventajas o consecuencia de los tratados comerciales podemos encontrar:

1. Ampliación de mercados.
2. Eliminación del pago de aranceles (impuestos) a la importación de productos, así como toda medida que impida o dificulte el intercambio comercial.

3. Asegurar el cumplimiento de los derechos y obligaciones legales y jurídicas estableciendo un mecanismo de solución rápida a problemas que surjan en el comercio de productos, servicios o en inversiones.
4. Generación de fuentes de trabajo.
5. Promover el crecimiento económico.
6. Establecimiento de disposiciones legales que regulen las áreas relacionadas con el comercio.
7. Garantizar los derechos de personas o empresas.
8. Establecer disposiciones que regulen el comercio de servicios.
9. Promover condiciones para una competencia justa.
10. Incrementar las oportunidades de inversión nacional e internacional.

3.4.4 Como afectara a los sectores al largo plazo.

3.7.4.1 Al Ciudadano

El ciudadano y consumir recibirá mayor variedad y mejor calidad en productos y servicios, que también reflejara una reducción de precios en productos importados y nacionales. Además de las nuevas oportunidades comerciales internacionales que estarán abiertas para los ciudadanos comunes.

3.7.4.2 Al Productor

Los productores, industriales y pequeños industriales se verán obligados a moverse en una continua innovación, mejorar la calidad y desarrollo de competitividad. A su vez esto les posibilitara acceso a mayores niveles de ventas y a alcanzar economías de escala promoviendo la especialización de la producción y la búsqueda de nichos de mercado. Se incentivara la importación de insumos y materias primas de mejor calidad para la industria y a menores costos.

3.7.4.3 Al País.

A través de la historia mundial se ha podido ver que el libre comercio entre los países mejora la calidad de vida de sus habitantes, al generar mayores ingresos e impulsar un mayor desarrollo del conocimiento y la eficiencia a nivel local. Como en el caso de Alemania y Japón después de la segunda guerra mundial, o el caso de Chile y Mexico en nuestra historia contemporánea. Al negociar un TLC el Ecuador se prepara a un

proceso de globalización y de mercados competitivos, fomentara una estrategia país de importantes oportunidades de comercio y empleo. Aumenta el interés de los inversionistas en el Ecuador que crearan nuevas fuentes de transferencia de tecnología y motiva la profesionalización de las empresas y procesos.

CAPITULO 5

5. REFLEXIONES.

Quizás una de las debilidades más grandes del Ecuador, como 13 millones de habitantes, es la limitada preparación académico - practica, desarrollada sobre una base de evidencia científica que nos permitan proyectarnos a futuro en forma objetiva. Es así que para analizar las alternativas de desarrollo que requiere adoptar el país se necesita llegar a reflexiones más profundas, lejos de debates filosóficos, políticos, o peor aun pretender llevar temas tan trascendentales a consulta popular. Es necesario un análisis técnico, objetivo y ejecutable de parte de nuestros mejores profesionales y lideres, en función de la nación como un todo, mirando al mediano y largo plazo.

5.2 El Efecto Imperialismo.

El indiscutible poderío económico y militar de los Estados Unidos, sumado a su desarrollo tecnológico y científico les han permitido estar a la vanguardia en la creación de los sistemas y procedimientos de desarrollo económico alrededor del mundo. Al proponer y crear las reglas del “juego” internacional, junto con todo su potencial, están también en capacidad (y lo están haciendo) de sacarle la mejor ventaja y manejarse eficientemente en el sistema mundial.

Al mismo tiempo la política internacional de Estados Unidos en la historia mundial contemporánea ha sido polémica. Desde Vietnam hasta Irak, pasando por las intervenciones en América latina en los años 50, la no adhesión al tratado de Kyoto y las fallidas rondas de negociaciones en la OMC, han generado posiciones cuestionables alrededor del mundo, y han levantado las criticas de descontento que sustentan un creciente sentimiento anti - americanista en varias regiones del planeta.

En América Latina esta no es la excepción, y en Ecuador se suman las noticias que se escuchan diariamente sobre quienes soportan los tediosos procesos para solicitar una visa, que mas tarde se la niegan, o sobre las trágicas muertes de migrantes que intentaron llegar a ese país, o de los indocumentados que sufren miseria, explotación y deportaciones. Todos estos hechos cuestionables que merecen critica y reflexión.

Cuando se trata de negociación comercial internacional entre Ecuador y EEUU estas delicadas premisas también pueden generar sentimientos antagónicos y de rechazo hacia el país y su política. Esta influencia, de ser mal manejada, puede influir negativamente en las decisiones que deben ser tomadas en base a un fundamento comercial, técnico y objetivo, en función de ¿Que es lo que más le conviene al Ecuador como nación, a mediano y largo plazo?

La respuesta a esta pregunta sin duda tendrá un alto costo político para quien asuman la responsabilidad de tomar decisiones,

5.2 Compatibilidad Comercial

Ecuador exporta a 148 países según los registros del Banco Central del Ecuador. Estados Unidos con 5,000 millones de dólares ocupa el primer puesto, seguido por Perú, Panamá y Colombia que en promedio compran 675 millones. BRUNEI es el ultimo país de la lista con compras por \$900 dólares en el 2005. Las exportaciones no petroleras a Estados Unidos son un 260% superiores a las de nuestro segundo socio comercial, Colombia. Como se puede ver en la tabla a continuación:

Cuadro 18. Exportaciones del Ecuador 2005:

TOTAL EXPORTACIONES \$ 10.171.507,06				TOT. EXP. PETROLERAS \$ 5.869.644,64				TOTAL EXP. NO PETROLERAS \$ 4.301.862,41			
PAIS	2005 VALOR FOB (MILES USD)	%	Acum	PAIS	2005 VALOR FOB (MILES USD)	%	Acum	PAIS	2005 VALOR FOB (MILES USD)	%	Acum
ESTADOS UNIDOS	5,016,890.37	49.3	49.32	ESTADOS UNIDOS	3,777,336.89	64.35	64.35	ESTADOS UNIDOS	1,239,553.48	28.81	28.81
PERU	876,066.88	8.6	57.94	PERU	743,595.89	12.67	77.02	COLOMBIA	469,727.75	10.92	39.73
PANAMA	679,552.25	6.6	64.62	PANAMA	657,064.29	11.19	88.22	ITALIA	386,165.78	8.98	48.71
COLOMBIA	471,151.32	4.6	69.25	CHILE	223,134.12	3.80	92.02	RUSIA	308,689.49	7.18	55.89
ITALIA	386,165.78	3.8	73.05	GUATEMALA	146,242.52	2.49	94.51	ESPAÑA	217,709.34	5.06	60.95
RUSIA	308,689.49	3.0	76.08	BRASIL	58,301.44	0.99	95.50	HOLANDA(PAIS ES BA.IOS)	204,355.08	4.75	65.70
CHILE	299,811.26	2.9	79.03	EL SALVADOR	54,066.85	0.92	96.42	ALEMANIA	201,377.14	4.68	70.38

Elaboración: Geovany Osorio M
Fuente: CORPEI - BCE.

Para sustentar el comercio favorable es necesario invertir en la consecución acuerdos comerciales que resulten económicamente sustentables para el Ecuador. La compatibilidad comercial es clave, ya que permite a los países involucrados minimizar los efectos negativos reales sobre las industrias de sus países. En el caso de Ecuador,

su principal socio comercial es EEUU, con un consumo que representa el 49% de las exportaciones totales, seguidos por Perú con el 8.61% y Panamá con el 6.68%.

Ecuador es un exportador neto de agroindustriales y productos primarios. Así los productos comercializados por excelencia son las frutas tropicales y camarón o atún, como se puede observar en el capítulo 2. De la mano se han mantenido interesantes niveles de exportaciones de productos alternativos como brócoli, palmito, rosas, manufacturas en cueros, y cerámicas, esto sin dejar de lado el petróleo que significó en el 2005 el 58% de las exportaciones ecuatorianas. (Un 64% destinado al mercado norteamericano.)

Por otro lado Estados Unidos es un exportador de tecnología, software, servicios, y productos de alto valor agregado. Las importaciones de Ecuador desde Norteamérica constan principalmente de productos con un componente tecnológico y de valor agregado como se puede ver en la tabla *“Productos Exportados e Importado con EEUU”*. Nuestras importaciones de Estados Unidos están lideradas por: teléfonos celulares, partes y piezas de maquinaria agrícola, maíz amarillo, impresoras, algodón y unidades de memoria; productos que están fuera del esquema de producción ecuatoriano o que la demanda del mercado ha sido significativamente mayor a la capacidad de producción de los productores nacionales, quienes se han convertido en importadores para cubrir sus déficit de abastecimiento.

Cuadro 19.

Productos Exportados e Importados con EEUU

NUESTRAS VENTAS	NUESTRAS COMPRAS
Aceites de petróleo o de mineral	Teléfonos móviles, radiotelefonía.
Banano tipo cavendish valery	Partes de máquinas
Camarones, langostinos, Atunes	Maíz duro amarillo, Trigo
Rosas	Impresoras
Cacao crudo	Algodón sin cardar ni peinar
Flores frescas	Unidades de memoria
Preparaciones y conservas de pescado	Unidades de proceso digitales
Balsa	Máquinas de sondeo o perforación
Plátano para cocción	Máquinas y aparatos para la industria del jabón
Fregaderos, lavados pedestales de lava	Partes de bombas para líquidos
Fuel	Polietileno de densidad inferior a 0.94
Filetes de pescado	Fosfato diamónico
Maderas contrachapadas	Máquinas automáticas datos digitales
Albacoras o atunes blancos	Diesel 2
Mangos Piñas	Aparatos receptores de televisión en colores.

*Elaboracion: Geovany Osorio M
Fuente: Banco Central del Ecuador.*

Esta simbiosis comercial favorable para el Ecuador se deja ver en el resultado de la balanza comercial, que desde el 2001 sobrepasó los mil millones de dólares. Solo desde 1990 hasta el 2000, se generaron nuevas exportaciones por mas de 2,310 millones de dólares, y se crearon mas de veinte mil fuentes de trabajo directos solamente en Ecuador.

A la fecha, la industria atunera del Ecuador se ha convertido en una de las mayores y más eficientes industrias en América latina representando el 60% de las exportaciones atuneras de la región y generando dos mil puestos de trabajo directos. La industria textil ha generado 27,000 nuevos empleos y sus ventas de exportación han llegado a sobrepasar los 52 millones de dólares en el 2006. El sector florícola exporta 223 millones de dólares anuales a Estados Unidos y ha llegando a generar 57,000 empleos directos y 127,000 empleos indirectos.

Al 2006, la proyección de expansión de las exportaciones ecuatorianas en base a un acuerdo comercial con estados unidos (ATPDEA - TLC) son del 14%, y el porcentaje de crecimiento de puestos directos de trabajo es del 7%, es decir 4,000 nuevos puestos por año, conforme los estudios del COMEXI.

5.2 Alianzas con los latinoamericanos.

Ecuador ha comprobado ser un productor y exportador exitoso, nuestra ubicación geográfica y climas privilegiados nos ofrecen una ventaja competitiva en la producción de bienes para la venta en Estados Unidos y Europa. Estas ventajas no son aplicables a todos los países, y disminuyen aun mas ante nuestros vecinos latinoamericanos. A excepción de Peru, tenemos un déficit comercial con toda América Latina.

En un estudio oficial realizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores sobre el comercio del Ecuador con Sudamérica, la balanza comercial con el resto de países de América Latina (excepto Perú) ha sido negativa a lo largo de la última década, lo que implica que el Ecuador ha importado de los países antes mencionados un volumen mayor de lo que ha exportado, generando un flujo negativo de capitales de mas de 1,200 millones de dólares en el 2003, como se puede observar en el cuadro “Balanza Comercial”. Para el 2005 solo el déficit con Brasil y Colombia bordeo los \$ 900 millones, el flujo negativo con Brasil fue de 390 millones de dólares y con Colombia sobrepaso lo 600 millones.

Cuadro 20.

BALANZA COMERCIAL (MILLONES DE DÓLARES)										
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
TOTAL AMERICA DEL SUR	-134,99	-285,93	-177,24	-253,8	-600,45	-144,8	-273,6	-725,6	-1334,5	-1255,5
Argentina	58,68	22,83	7,84	13,97	46,93	8,2	25,4	22,3	153,8	142,9
Brasil	193,22	133,38	99,84	107,94	143,49	79,7	117,3	179,3	386,4	347
Chile	108,11	84,21	86,83	86,43	46,93	72,8	11,8	174,8	1,7	288,5
Otros países	-2,604	0,66	6,95	-9,4	2,16	-11,6	-19,2	-13	-24,1	-42,3
Bolivia	2,135	1,33	-0,62	3,02	-7,73	0,3	0	-1,8	-1,1	-4,6
Colombia	50,73	-117,67	82,51	123,43	278,36	136	232,4	446,1	539,3	563,6
Perú	108,73	33,17	10,22	162,33	106,36	132,1	219	239,9	219,7	455,9
Venezuela	128,1	204,87	86,7	230,27	183,24	128,7	166,8	127,8	288,3	327,8

Fuente: BCE

Elaboración: DPGEI

El concepto de: “primero integración entre los iguales”, hablando de nuestros vecinos latinoamericanos, deja una disparidad comercial que podría tener fuertes

consecuencias para las industrias y el desenvolvimiento comercial dentro del Ecuador. Países como Brasil y la misma Colombia, que poseen similares características climatológicas, geográficas y ambientales, han alcanzado grados de productividad agroindustrial, tecnológica e industrial que comprometen gravemente a nuestra producción. Esta realidad reflejada en la balanza comercial se ve también en el efecto negativo sobre nuestras industrias textiles, manufacturas en cueros, calzado, producción agroindustrial, automotriz, entre otros.

Si bien sería oportuno para nuestro país y para Latinoamérica la creación de un frente de objetivos comunes que nos permitan presentar planteamientos e influir con peso ante los países desarrollados y los organismos internacionales que tradicionalmente han sido por ellos manejados, esto de ninguna manera significar que exista un sustento técnico para dar prioridad a la integración comercial del Ecuador – C.A.N. con el Mercado Común del Sur, antes que firmar acuerdos comerciales con nuestros mejores socios. Al largo plazo será necesario firmar tantos tratados comerciales como sea objetivamente posible, pero por ahora, necesitamos fortalecernos con quienes tenemos un alto potencial de complementación.

5.2 Hacia donde dirigirnos.

Ecuador es un país que necesita inmergirse en los mercados mundiales para dar el salto de ser un país globalizado a ser un país globalizador. Los beneficios que brinda el libre comercio a las economías y al nivel de vida de sus habitantes no es cuestión de sentirse alineado o no alineado con una ideología. La historia ha comprobado que el crecimiento económico, la generación de riqueza y mejoras en el nivel de vida han estado directamente relacionados con la facilitación comercial, tanto en nuestra historia moderna, como desde los primeros registros comerciales entre las naciones a inicios del milenio.

El MICIP calcula que de variar la apertura comercial que existe con nuestro principal socio comercial, las consecuencias paulatinas a mediano y largo plazo sería que Ecuador perdería el 39% de las exportaciones a ese país (excluidas petróleo), lo que equivale a alrededor de 500 millones de dólares anuales, y que tendrá un efecto directo sobre 600.000 puestos de trabajo de los sectores involucrados; además pondría

en riesgo el sector más dinámico de la economía ecuatoriana, y frenaría el flujo de inversiones directas provenientes del exterior.

El proteccionismo ha sido una medida de refugio que buscan los países ante la incertidumbre de la competencia internacional. Es el miedo al cambio del status quo, es la incertidumbre de salirse de la comodidad artificialmente generada por barreras comerciales que genera esta resistencia. Ecuador no puede quedarse atrás, no puede cerrarse ante esta nueva realidad mundial y debe inteligentemente moverse hacia la integración en pos de sus intereses.

En estudios realizado por el Dr Shang-Jin Wei de la Universidad de Harvard se demuestra que menores niveles de apertura comercial son también la causa de mayores niveles de corrupción. Los países abiertos al comercio mundial tienen más razones y recursos para eliminarla. El Ecuador no encontrara soluciones a sus problemas inhibiéndose del comercio internacional, ni evadiéndolo, ni postergarlo, sino que el reto para el Ejecutivo, Legislativo, empresarios y gremios, es poder asegurar que los beneficios de la integración económica del Ecuador frente a los mercados mundiales sean ampliamente compartidos por la mayoría de la población. Mientras mayor equidad exista, mayor conciencia y sentido de responsabilidad despertara en la población.