



LAS RELACIONES DE COMERCIO ECUADOR – PAISES BAJOS

Análisis, Recomendaciones y Plan de Acción

EMBAJADA DEL ECUADOR EN LOS PAISES BAJOS

1. Introducción.....	3
2. La Economía Holandesa	5
2.1 Panorama macroeconómico	5
2.2 Comportamiento económico.....	6
2.3 Los principales sectores.....	8
<i>Sector de la Energía.....</i>	<i>8</i>
<i>Sector de servicios financieros.....</i>	<i>9</i>
<i>Otros sectores.....</i>	<i>10</i>
3. El Comercio Entre Ecuador y los Países Bajos	11
3.1 El Comercio del Ecuador con los Países Bajos.....	11
3.2 Las diez principales características de la balanza comercial Ecuador-Países Bajos.....	13
3.3 Los Países Bajos: una puerta de entrada para Ecuador a Europa	14
3.4 Los productos que importan los Países Bajos del Ecuador	15
3.5 Los Productos Refractarios a La Crisis 2008	18
3.6 Los Tres principales productos de exportación ecuatoriana a los Países Bajos	18
3.6.1 El cacao, Ecuador recupera la forma cacaotera.....	18
3.6.2 Maracuyá, Ecuador el primer exportador del mundo	22
3.6.3 Las Flores del Ecuador, su proyección mundial.....	28
4. El clima de negocios en Holanda	37
4.1 La lengua y etiqueta de negocios.....	37
4.2 Requisitos legales.....	39
1. <i>Requisitos de ingreso para personas que deseen permanecer en los Países Bajos.....</i>	<i>39</i>
2. <i>Formas jurídicas para iniciar un negocio en los Países Bajos</i>	<i>41</i>
3. <i>Selección de nombre comercial</i>	<i>41</i>
4. <i>Compruebe si usted requiere ciertas calificaciones</i>	<i>42</i>
5. <i>Registro con la Administración Aduanera y Tributaria.....</i>	<i>42</i>
6. <i>Registro con la Junta de productos o industria</i>	<i>43</i>
7. <i>Informar de un negocio en casa</i>	<i>43</i>
8. <i>Presentar una notificación de gestión ambiental.....</i>	<i>44</i>
4.3 Obtención de Capital	45
4.4 Búsqueda del socio de negocios o distribuidor adecuado.....	46
5. La Logística Holandesa	47
5.1 Datos claves.....	47
5.2 Métodos de Transporte	48

5.2.1 Transporte aéreo	48
5.2.2 Transporte por conductos (oleoductos, gasoductos)	49
5.2.3 Transporte ferroviario	50
5.2.4 Transporte por carretera.....	51
5.2.5 Transporte por vías navegables internas	52
5.2.6 Transporte marítimo de distancias cortas.....	53
5.3 El Puerto de Rotterdam.....	53
5.3.1 Hechos clave y cifras.....	55
5.4 El Puerto de Ámsterdam.....	57
 6. El “Comercio Justo”	59
6.1 ¿Qué es el “Comercio Justo” (Fair Trade)?	59
6.2 Los productos del Comercio Justo.....	59
6.3 El Comercio Justo en los Países Bajos.....	61
6.4 Productos de comercio justo en el mercado holandés:	62
 7. ¿Por qué hacer negocios en o a través de Holanda?	64
<i>Mercado de prueba real para Europa.....</i>	<i>64</i>
<i>Orientación internacional.....</i>	<i>64</i>
<i>Líder mundial en una gran variedad de industrias.</i>	<i>64</i>
<i>Los Países Bajos son la Puerta de Entrada para Europa.</i>	<i>65</i>
<i>Ambiente de negocios estable y seguro, y un régimen fiscal ventajoso.</i>	<i>66</i>
 8. Los productos ecuatorianos con mayores perspectivas de futuro en Holanda y Europa.....	67
9. Características específicas del mercado holandés a ser consideradas por empresas ecuatorianas.	71
10. Dificultades de las empresas ecuatorianas para entrar en el mercado holandés.....	72
11. Recomendaciones para las empresas ecuatorianas para entrar en el mercado holandés....	75
12. Plan de Acción y Recomendaciones.....	78
Fuentes y metodología	84
Apéndice I: Zona Económica (E-Zone) –Zona Franca en Curaçao.....	85
Apéndice II: Propuesta de Estudio Integrado Para la Gestión de Residuos en Preparación de un Proyecto de Basura a Energía	86

Tablas y figuras correspondientes al Capítulo 3

Tabla 1: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos 2007-2011

Figura 1: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos y Porcentaje de Cambio

Figura 2: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos en el Contexto Europeo

Figura 3: El Comercio entre Ecuador – varios países

Figura 4: Balanza Comercial Ecuador – varios países

Figuras 5: Productos (PRC/PNRC) Exportados del Ecuador a Holanda

Figura 6: Países Productores de Cacao

Figura 7: Cacao – Precios Internacionales 2007-2010

Figuras 8: Valores de Exportación e Importación del grano y derivados del Cacao Ecuatoriano

Figura 9: Los Países Destinatarios del Cacao Ecuatoriano

Figuras 10: Países Productores de Maracuyá en el Mundo

Figura 11: Evolución de la Producción de Maracuyá en Ecuador

Figura 12: Total de la Producción y Exportación de Maracuyá Ecuatoriano

Figura 13: Demanda de Maracuyá Ecuatoriano por Países

Figura 14: Las Exportaciones del Maracuyá Ecuatoriano a los Países Bajos

Figura 15: Precios del Jugo Concentrado de Maracuyá (50* BRIX) en Holanda

Figura 16: Productores, Exportación y Superficie Plantada de las Rosas Ecuatorianas

Figura 17: Total Exportación de Rosas del Ecuador (FOB – miles de USD) a todos países

Figura 18: Precio Internacional de las Rosas 2005-2009

Figuras 19: Total de Exportación y Porcentaje de Flores Ecuatorianas

1. Introducción

Los Países Bajos es un país atractivo cuando se trata de hacer negocios. Esto se debe a que proporciona una ubicación estratégica, tanto para las compañías locales como para las extranjeras, para servir a los mercados dentro de Europa, en Oriente Medio y África (región EMEA). La posición geográfica central y la infraestructura holandesa son algunas de las muchas razones por las que una empresa extranjera debería establecer su negocio en los Países Bajos. Sin embargo, las empresas podrían enfrentarse a varias dificultades en el proceso de establecerse en los Países Bajos y en cómo beneficiarse de los canales de distribución holandeses para ingresar en los mercados de la región EMEA. Esto requiere que dichas empresas dispongan de la información adecuada que les permita reducir las principales dificultades a la hora de hacer negocios en los Países Bajos.



Este informe se centrará en las empresas con sede en Ecuador que tengan serias intenciones de hacer negocios en los Países Bajos, y facilitará toda la información necesaria para poder acceder tanto al mercado holandés como al resto de los mercados de EMEA. Por lo tanto, este informe pretende dar respuestas a las principales preguntas: ¿Cuáles son las mejores posibilidades (estratégicas) del Ecuador y de sus empresas para exportar a los Países Bajos? ¿Cuáles son las exigencias para que estas empresas puedan beneficiarse de los canales de distribución holandeses y para servir tanto el mercado holandés como la región EMEA, y a qué tipo de dificultades se enfrentan? (dificultades generales para las empresas extranjeras, frente a dificultades específicas para las compañías ecuatorianas).

Este informe proporciona además información sobre las posibilidades que tienen el Ecuador y sus empresas, con fuertes intenciones de ampliar sus negocios en los Países Bajos y/o de hacer uso de la distribución holandesa, para entrar en otros mercados en Europa.

2. La Economía Holandesa

Los Países Bajos es un país atractivo para hacer negocios, ya que proporciona una ubicación estratégica, tanto para las empresas locales como extranjeras, para servir a los mercados dentro de Europa, Oriente Medio y África (región EMEA). La posición geográfica central y la infraestructura bien organizada holandesa o son algunas de las razones por las cuales muchas empresas extranjeras han establecido un negocio en los Países Bajos.

2.1 Panorama Macroeconómico

Jefe del Estado	Reina Beatrix
Forma de Gobierno	Monarquía constitucional / democracia parlamentaria
Capital	Ámsterdam
Sede del gobierno	La Haya
Superficie	41,543 km ² 16,039 mi ²
Ubicación	Europa Occidental, el Mar del Norte, frontera con Bélgica y Alemania
Clima	Marítimo templado
Temperaturas	14oC/57oF (Verano) 6º C/43oF (Invierno)
Población	16,670,701 (Marzo 2011)
Densidad de Población	493/km ² (Marzo 2011)
Fuerza de Trabajo	8,761,000 (2010)
Idiomas	Holandés y Frisón (Sólo en la provincial de Frisia)
Inglés	85% de la población
Desarrollo Económico	2.5% (Q4 2010)
Inflación	2.0 % (Marzo 2011)
La tasa de desempleo, sin tomar en cuenta la estación del año	5,1%de la fuerza laboral total (marzo de 2011)
Más importantes destinos de las exportaciones	Alemania, Bélgica, el Reino Unido y Francia (Europa 82%)

- PIB (2010): \$ 779 billones¹.
- El crecimiento del PIB (2010): 1,69%².
- PIB per cápita (2010): \$46.914,66³.
- Los recursos naturales: gas natural, petróleo, tierra fértil.
- La agricultura (1,8% del PIB): Productos - Productos lácteos, aves de corral, la carne, el ganado, bulbos de flores, flores, verduras y frutas, remolacha azucarera, patatas, trigo, cebada.
- Industria (25,4% del PIB): Tipos - agro-industrias, productos de acero y el aluminio, el metal y la ingeniería, maquinaria y equipos eléctricos, productos químicos a granel, el gas natural, productos derivados del petróleo, la construcción, equipos de transporte, la microelectrónica, la pesca.
- Servicios (72,8% del PIB): Tipos - comercio, hoteles, restaurantes, transporte, almacenamiento y comunicaciones, servicios financieros (banca y seguros) y servicios de oficina, atención y otros.
- Comercio (2009): Exportaciones - \$ 387,8 mil millones FOB: maquinaria y equipo de transporte, productos químicos, combustibles minerales, alimentos procesados y tabaco, los productos agrícolas. Importaciones - \$ 345,6 mil millones FOB: combustibles minerales y petróleo crudo, maquinaria, equipo de transporte, productos químicos, combustibles minerales y petróleo crudo, productos de consumo, los productos alimenticios. Los principales socios comerciales (exportaciones / importaciones) - UE (74,5% / 55,6%), Alemania (24,1% / 19,6%), Bélgica (11% / 10%), China (1,5% / 7,9%), Reino Unido (8,4 % / 6,1%) y EE.UU. (4,5% / 8,4%), Francia (8,9% / 4,9%).

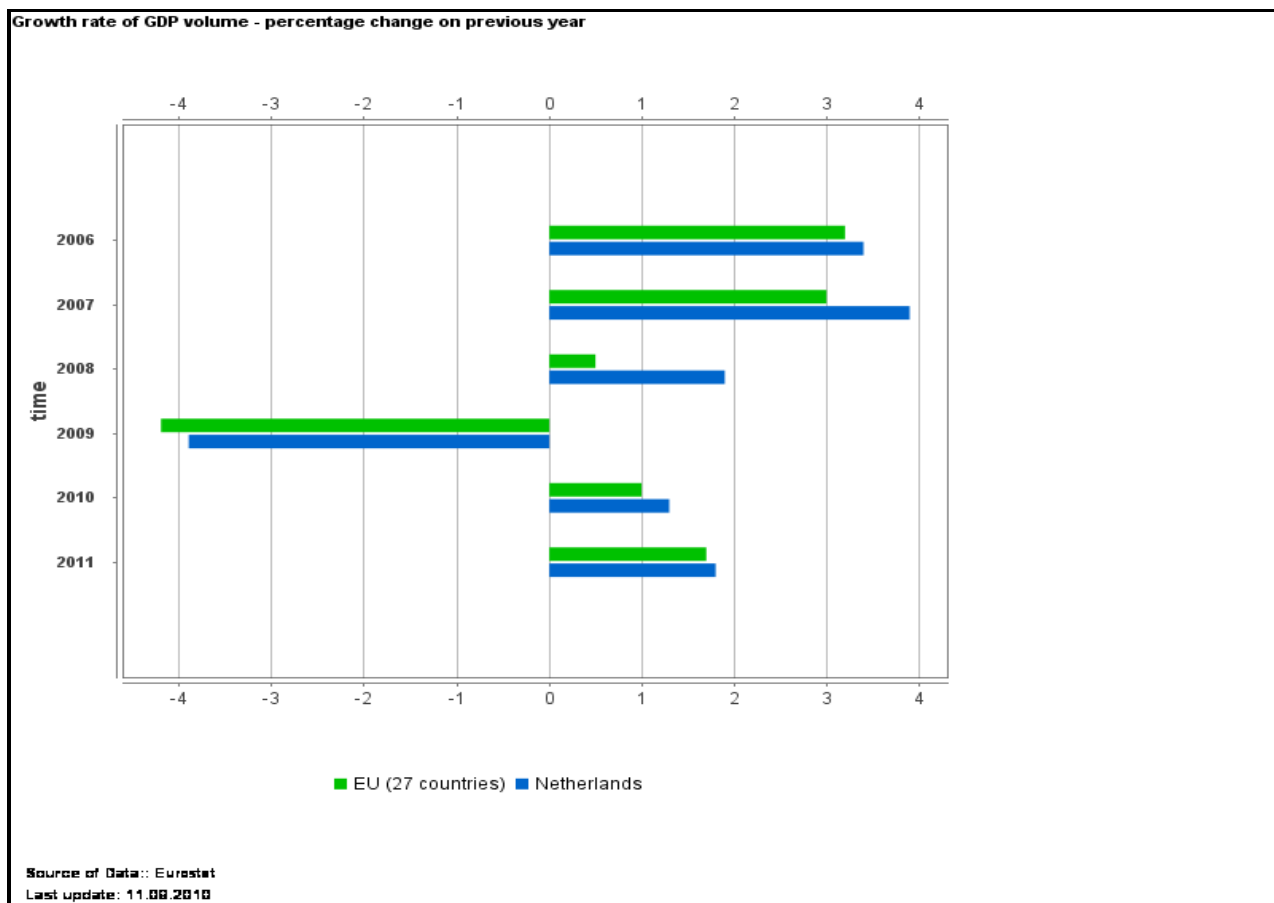
2.2 Comportamiento Económico

La estructura económica de los Países Bajos se basa en una economía de mercado abierta y depende en gran medida del comercio internacional. En el periodo de estancamiento económico de la primera mitad de la década de 2.000, los Países Bajos tenían una economía estable y creciente. El país se benefició de este período con el apoyo creciente de los inversores internacionales, quienes consideran que los Países Bajos son un lugar bueno para los negocios. Desde 2005, el Producto Interno Bruto (PIB) se ha fortalecido, la tasa de desempleo cayó a un nivel bajo y la situación fiscal se ha equilibrado. En el siguiente gráfico, se ve que cómo el PIB holandés se ha reducido en un 4% en el 2009 en comparación con el año anterior como consecuencia de la crisis económica y la recesión.

¹ Banco Mundial (dólares estadounidenses).

² Op cit. (porcentaje anual).

³ Op cit. (dólares estadounidenses actuales).



Según la primera estimación provisional efectuada por “Statistics Netherlands”, la economía holandesa creció un 2,1 por ciento en el segundo trimestre de 2010 en relación con el mismo trimestre de 2009. En comparación con el trimestre anterior, la economía holandesa creció un 0,9 por ciento en el segundo trimestre de 2010, teniendo efectos calendarios y estacionales.

El volumen de exportación de bienes y servicios fue del 12 por ciento mayor en el segundo trimestre de 2010 que hace un año. El crecimiento implica la exportación de productos manufacturados holandeses, así como las reexportaciones. Las exportaciones de productos manufacturados holandeses alcanzó a un 10 por ciento la tasa de crecimiento. Hubo mucha más demanda en el extranjero para la industria química holandesa, metal y productos de ingeniería eléctrica.

La industria de fabricación holandesa creció más de un 8 por ciento en el segundo trimestre. La producción en la industria manufacturera aumentó en todos los ámbitos. El comercio y el transporte se beneficiaron y crecieron en un 7 y un 6 por ciento, respectivamente. La caída de la construcción continúa, pero no tanto como en el primer

trimestre de 2010. La producción en el segundo trimestre se redujo en un 11 por ciento en el trimestre correspondiente de 2009.

Hubo 82 mil empleos menos en el segundo trimestre de 2010 a comparación del trimestre correspondiente a 2009. Esto constituye una disminución del 1 por ciento. Luego de los ajustes estacionales el número de puestos de trabajo en el segundo trimestre subió un 17 por mil en el primer trimestre de 2010. Después de 5 trimestres de crecimiento negativo, esto significó el primer crecimiento positivo, de un 0,2 por ciento, en el número de puestos de trabajo.

2.3 Los Principales Sectores

Los servicios representan alrededor de tres cuartas partes de la renta nacional y principalmente en el transporte, distribución, logística, y las áreas financieras, como banca y seguros. La actividad industrial genera cerca de un cuarto del producto nacional y está dominada por la industria metalúrgica, la refinación de petróleo, productos químicos y las industrias de procesamiento de alimentos. La agricultura y el sector pesquero cuenta por el 2% del PIB.

Sector de la Energía

Aunque la producción de petróleo crudo holandés es pequeña, los Países Bajos es el tercer mayor productor y exportador neto de la segunda más grande de gas natural en Europa (después de Noruega). Al cierre del ejercicio 2006, el país contaba con 1,4 billones de pies cúbicos de reservas de gas natural por valor de más de 166 mil millones de dólares. La ciudad portuaria de Rotterdam es uno de los centros más importantes del mundo para las importaciones de petróleo crudo, refinación de comercio, y la producción de petroquímicos. Principales fuentes de importación se encuentran Rusia, Arabia Saudita y Noruega.

Los recursos nacionales de gas se prevé que se agoten para el año 2030. Para seguir siendo un jugador importante en el sector de la energía después de que sus propios recursos se agoten, los Países Bajos están cultivando relaciones estrechas con posibles proveedores a largo plazo, tales como Argelia, Kazajstán, Libia, Qatar, y - Rusia – entre los más importantes. Por ejemplo, las tuberías de gas holandesa Gasunie, propiedad al cien por cien del Gobierno holandés, además Holanda tiene una participación del 9% en el gasoducto de Gazprom Nord Stream, que transportará gas desde Rusia a Alemania bajo el mar Báltico. Objetivo de los Países

Bajos es convertirse en el gran centro distribuidor de gas de la Europa occidental, es decir, un centro que reúne el gas natural de varias fuentes (incluyendo el Mar del Norte, Argelia y Qatar, el gas natural licuado (GNL), y Rusia), y luego lo distribuye a través de oleoductos a toda la Europa continental.

Sector de Servicios Financieros

Los Países Bajos siempre han estado orgullosos de su sector financiero. Fue en los Países Bajos donde el mercado de valores fue inventado en el siglo 17, y en el primer fondo de pensiones se creó en 1871. Y la Unión Europea Options Exchange (EOE) en Ámsterdam- un precursor de lo que ahora Euronext - fue el primer lugar se podría negociar opciones en Europa en 1978. Los Países Bajos es un centro financiero regional con carácter internacional. Que se encuentra en una intersección de conocimiento, las conexiones y las culturas de negocios, y forma una plataforma desde la Europa continental a otros centros financieros. Los Países Bajos es sinónimo de un clima estable para hacer negocios, con una población altamente educada e internacional en su orientación.

Varias medidas se están implementando para mejorar aún más los factores clave para un sector financiero competitivo: un atractivo sistema de regulación, un marco jurídico justo y previsible y la disponibilidad de profesionales altamente educados y multilingües. Estos incluyen bancos, aseguradoras, empresas comerciales, fondos de pensiones, gestores de activos, las empresas de auditoría y firmas de abogados.

Por otra parte, los Países Bajos cuentan con un régimen de fiscalidad estable, predecible y favorable para las inversiones extranjeras en el sector financiero, tanto a nivel corporativo e individual. Por ejemplo, los profesionales extranjeros altamente cualificados que eligen ser tratados como un contribuyente no residente no son imposables para el impuesto sobre el patrimonio neto holandés- lo cual es una medida muy positiva para atraer capital humano al país.

Holanda también cuenta con una gran cantidad de tratados para evitar la doble imposición con muchos países y también tratados especiales con sus antiguas colonias en el Caribe: Aruba, Curaçao y Bonaire. Estos tratados junto con el marco fiscal tan ventajoso para las empresas extranjeras hacen de Holanda:

- Un lugar ideal para el establecimiento de los cuarteles generales para Europa de muchas empresas extranjeras.

- Un centro mundial para operaciones financieras internacionales que involucren diversas jurisdicciones.

Otros Sectores

También deben de ser mencionados por su importancia:

- La agricultura / horticultura, es considerado como uno de los sectores claves más importantes en los Países Bajos. Debido a su buena reputación e influencia representa uno de los participantes más importantes en el mercado mundial de horticultura, especialmente dentro de la Unión Europea. No hay olvidarse mencionar las flores pues los Países Bajos son el mayor mercado mundial de flores.
- El sector de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (Software y Hardware) también es muy importante contando con empresas como Philips.

3. El Comercio Entre Ecuador y los Países Bajos

3.1 El Comercio del Ecuador con los Países Bajos entre 2007 y 2011

La última crisis mundial apareció en el segundo semestre del 2008 y no se ha terminado todavía. Existe una ligera recuperación en el 2010 pero las condiciones negativas recrudecen en el 2011 de tal manera que se puede afirmar que la crisis como tal no ha tocado fondo en el mundo y por ende en Europa Occidental. Actualmente, este último continente aparece como el “epicentro” de la crisis.

	2007	2008	2009	2010	2011
Exportaciones	261697,0	272022,4	303893,7	331553,5	348940,66
Importaciones	153298,2	130888,6	145116,9	124493,2	220333,84
Balanza Comercial	108398,9	141133,7	158776,8	207060,3	128606,8
Porcentaje Cambio Anual		0,30	0,13	0,30	-0,38
Porcentaje Cambio 2007-2011	18,64%				

Tabla 1: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos 2007-2011 (FOB miles de USD) - Banco Central de Ecuador 2012

Las exportaciones del Ecuador a los Países Bajos muestran un crecimiento desde cerca de 261 millones de dólares USA hasta cerca de 348 millones (ver *Tabla 1* y *Figura 1*). En contrapartida, se puede constatar que las importaciones desde los Países Bajos al Ecuador se mantienen entre 124 y alrededor de 220 millones de dólares USA en el 2011.

Como resultado de los procesos anteriormente descritos se puede constatar que la Balanza Comercial (BC) entre Ecuador con los Países Bajos es favorable al Ecuador y además, desde el año 2007, ésta mantiene un crecimiento constante desde cerca de 108 millones hasta casi 207 millones de dólares USA en el año 2010. Por ello, la curva que resume el comportamiento de las exportaciones actúa determinando la forma de la curva final, resultante de exportaciones menos importaciones, es decir la BC (*Figura 1*).

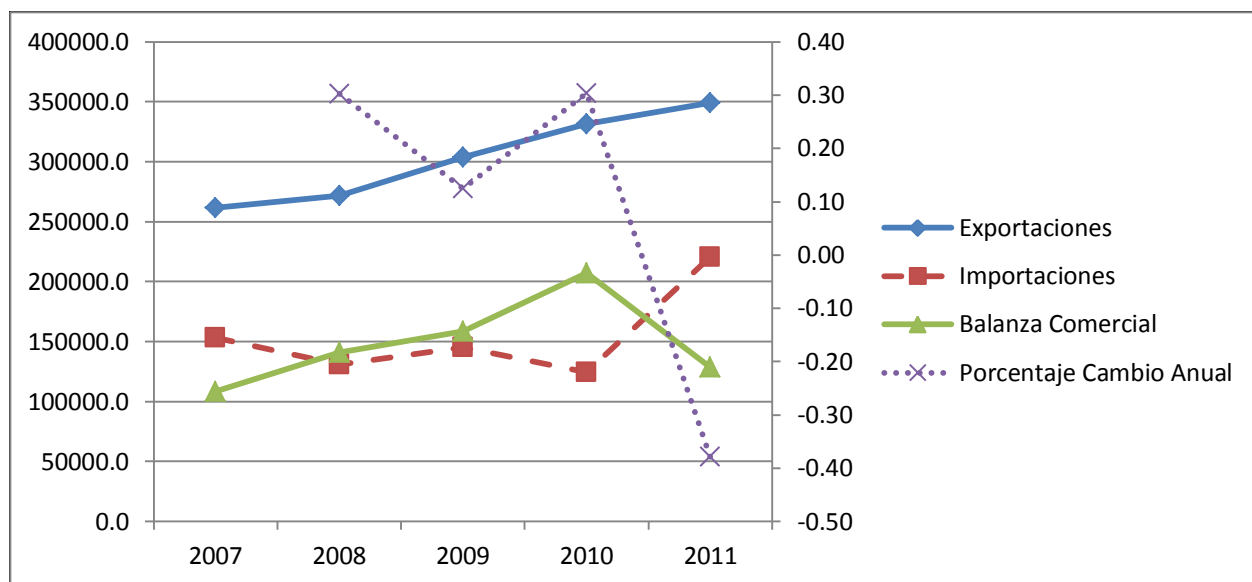


Figura 1: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos y Porcentaje de Cambio (FOB - miles de USD) - Banco Central del Ecuador 2012

En la misma Figura 1 se puede apreciar la variación de la BC en términos porcentuales. Así, se puede ver que baja en el 2009 posiblemente como producto de la crisis mundial y vuelve a subir en el 2010 hasta el 2011, en la cual se presenta con un decrecimiento.

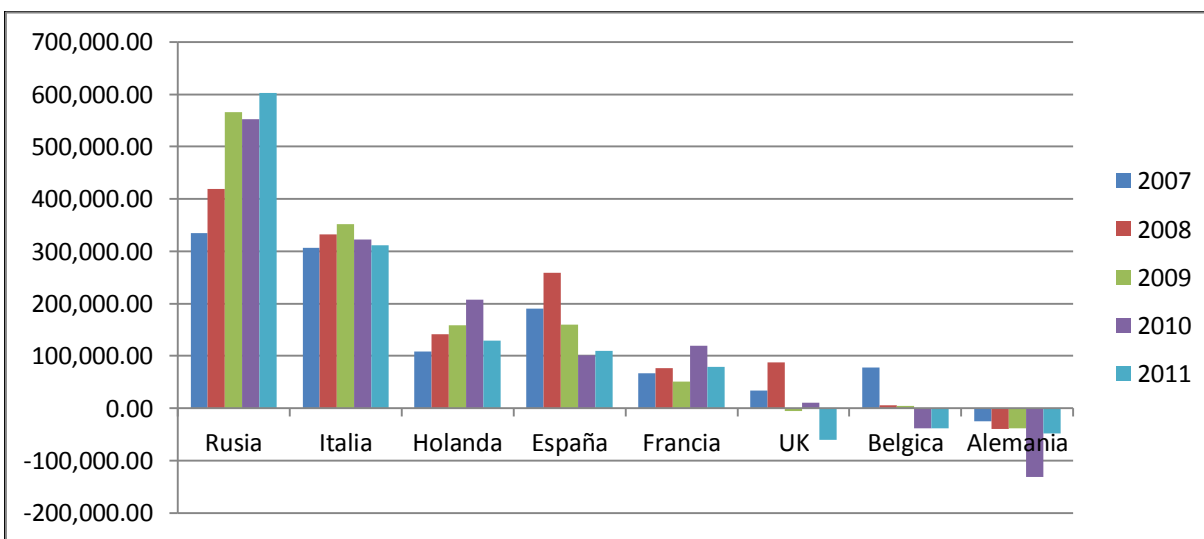
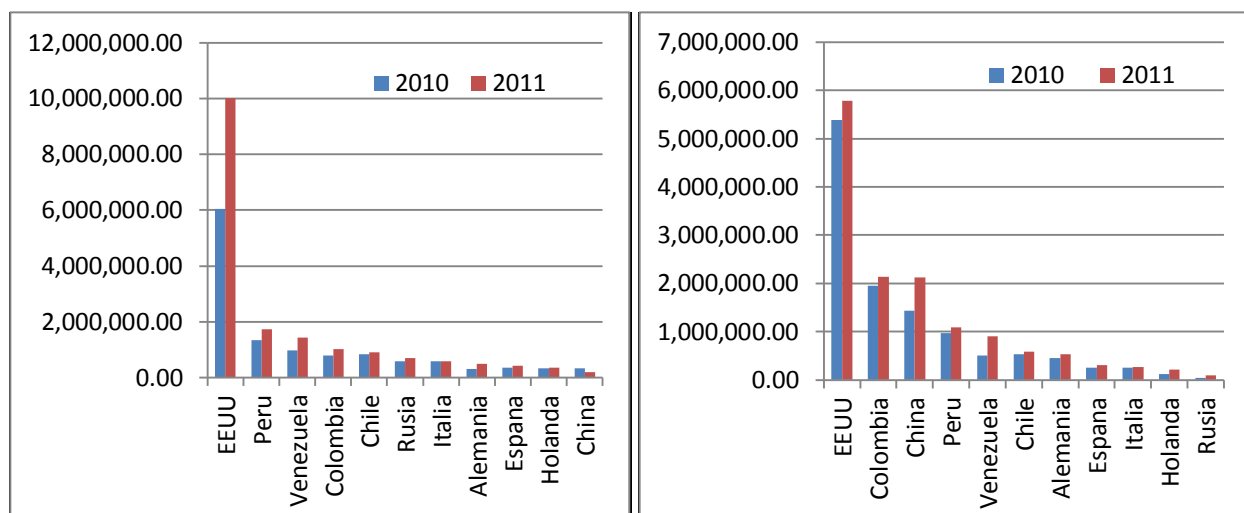


Figura 2: Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos en el Contexto Europeo (FOB - miles de USD) - Banco Central del Ecuador 2012

3.2 Las diez principales características de la balanza comercial Ecuador-Países Bajos

La relación comercial entre Ecuador ha tenido una intensidad y alcance muy significativos desde después de la Segunda Guerra Mundial. Después de varias décadas, el comercio entre estos dos países se presenta bajo estas diez características:



Exportaciones

Importaciones

Figura 3: El Comercio entre Ecuador – varios países (FOB – miles de USD) - Banco Central del Ecuador 2011

- i) Los Países Bajos se sitúan entre los diez primeros socios comerciales con Ecuador en exportación e importación (Figura 3);
- ii) En términos de exportaciones e importaciones, los Países Bajos se ubican como el décimo socio. No obstante, cuando se observan los mismos parámetros desde el punto de vista de la balanza comercial, se puede ver a los Países Bajos en un prominente sexto puesto (Figura 4) en general y un segundo sitio en Europa Occidental;
- iii) Las exportaciones del Ecuador a los Países Bajos son siempre crecientes en el periodo de análisis 2007-2011 (Tabla 1 y Figura 1);
- iv) Las importaciones de los Países Bajos al Ecuador aparecen relativamente constantes (Tabla 1 y Figura 1)
- v) Por efecto de los dos anteriores procesos, la BC es, creciente hasta el 2010, a favor del Ecuador, incluso en los momentos más difíciles de la crisis que comenzó en el 2008 (Figura 2);

- vi) En el periodo de análisis, la BC creciente y favorable para el Ecuador pasa de ser la tercera a la segunda más importante de Europa Occidental (*Figura 2*);
- vii) Los Países Bajos son el primer importador de cacao, maracuyá y flores del Ecuador;
- viii) El Ecuador es el primer exportador de banano, maracuyá y el segundo de rosas en el mundo;
- ix) Los montos del comercio de varios productos ecuatorianos son muy significativos con los Países Bajos; a saber: cacao ($\approx 100'$ \$USA), maracuyá ($\approx 80'$ \$USA), flores ($\approx 60'$ \$USA), atún ($\approx 30'$ \$USA), café ($\approx 12'$ \$USA) y otros. Lo relevante de esta característica es que involucra en gran medida **comercio justo** con pequeños y medianos productores ecuatorianos y, por lo tanto, están en primera línea de la lucha contra la pobreza;
- x) El mundo vive una etapa de crecimiento del **comercio justo** y los Países Bajos se han vuelto un eje de promoción del mismo.

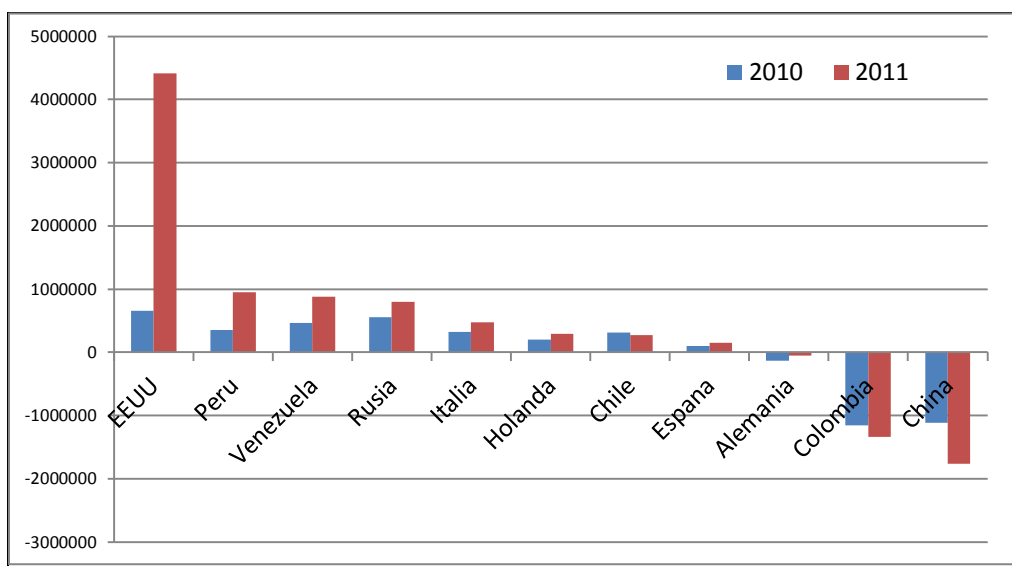


Figura 4: Balanza Comercial Ecuador – varios países (FOB – miles de USD) - Banco Central del Ecuador 2012

3.3 Los Países Bajos: una Puerta de Entrada para Ecuador a Europa

Se puede constatar en la *Figura 2* que la balanza comercial de los Países Bajos con Ecuador inicia en el periodo de estudio, 2007, más baja que aquella de España. Al contrario de España que tiene sus altibajos, la BC de los Países Bajos es siempre creciente a lo largo del periodo 2007-2010 y en forma sostenida, crece a pesar de la crisis

que se inicia en el 2008. Finalmente, cuando se revisa la situación en el 2011, se puede encontrar que los Países Bajos tiene una BC con Ecuador del orden previsible de 130 millones de dólares, en tanto que España cerca de 110 millones de dólares (ver *Figura 2*).

Investigaciones aún no terminadas, no obstante, nos dan pistas de una connotación muy importante en el comercio Ecuador-Países Bajos. Holanda, desde el punto de vista comercial con Ecuador, actúa de tal manera que importa nuestras mercancías para volver a reexportarlas, con un valor añadido que en unos casos es mayor que en otros.

Tomemos por ejemplo el caso del comercio de las flores (rosas, en particular). En las plataformas comerciales, en las que se recibe para reenviarlas a otros países en unos casos o dejarlas en el mercado holandés en otros, se nos ha reportado que no más del 5% se queda en suelo holandés y el resto van a países como Alemania, Bélgica, Francia, Suiza, etc. En la misma línea podría situarse el cacao, porque cuando se estudia las exportaciones que llegan de Ecuador a los Países Bajos se verá que éste vuelve a ser reexportado en forma de chocolate o de materia prima. Estos asuntos se estudiarán más adelante.

Si los Países Bajos vienen actuando en lo comercial como una “puerta de entrada” a Europa, esto no haría sino confirmar una vieja tradición holandesa que viene por lo menos desde el siglo XVI en que Ámsterdam se llega a erigir como el centro hegemónico del comercio mundial por efecto, entre otras cosas, de esta gran capacidad de gestión en el comercio internacional (Braudel, 1979). No obstante, esta puerta de entrada habría mutado un tanto yendo desde Ámsterdam a Rotterdam y constituyéndola a ésta como uno de los puertos más grandes del mundo moderno.

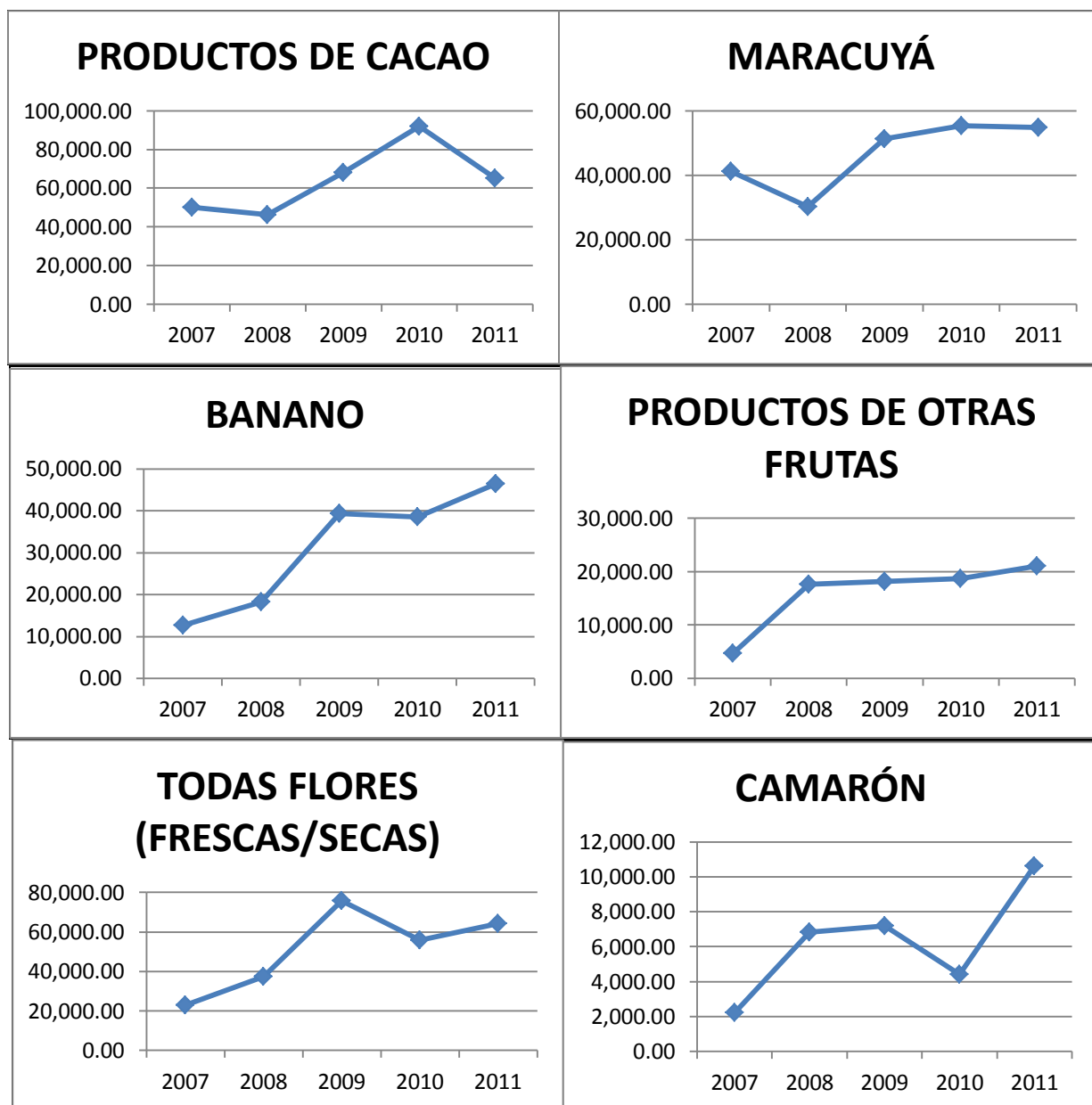
Hemos comenzado a investigar esta pista general del comercio entre Ecuador con los Países Bajos por la cual estos se constituyen en una puerta de entrada a Europa, sobre todo respecto a las peculiaridades en que este comercio se presenta por países y por productos. Se supone que Holanda manejaría con la misma característica de las flores, otro tipo de productos importantes que vienen del Ecuador como son el cacao, maracuyá, banano, atún, etc. (en su orden de importancia actual). Esperamos tener resultados en unos seis meses.

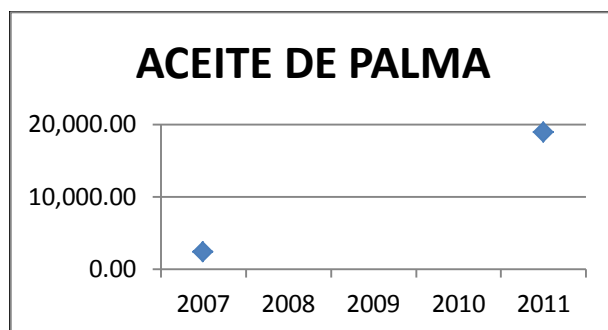
3.4 Los productos que importan los Países Bajos del Ecuador

Cerca de una docena de productos ecuatorianos constituyen alrededor del 95% de las importaciones que hacen los Países Bajos actualmente. Los hemos dividido en dos

grupos. Productos Refractarios o Resistentes a la Crisis (PRC) o Productos No Resistentes a la Crisis (PNRC). Entre los primeros, vamos a ubicar a aquellos productos que habiendo sufrido la crisis del segundo semestre del 2008, no han decrecido sus montos de exportación como son los casos de cacao y derivados, maracuyá, banano y productos de frutas.

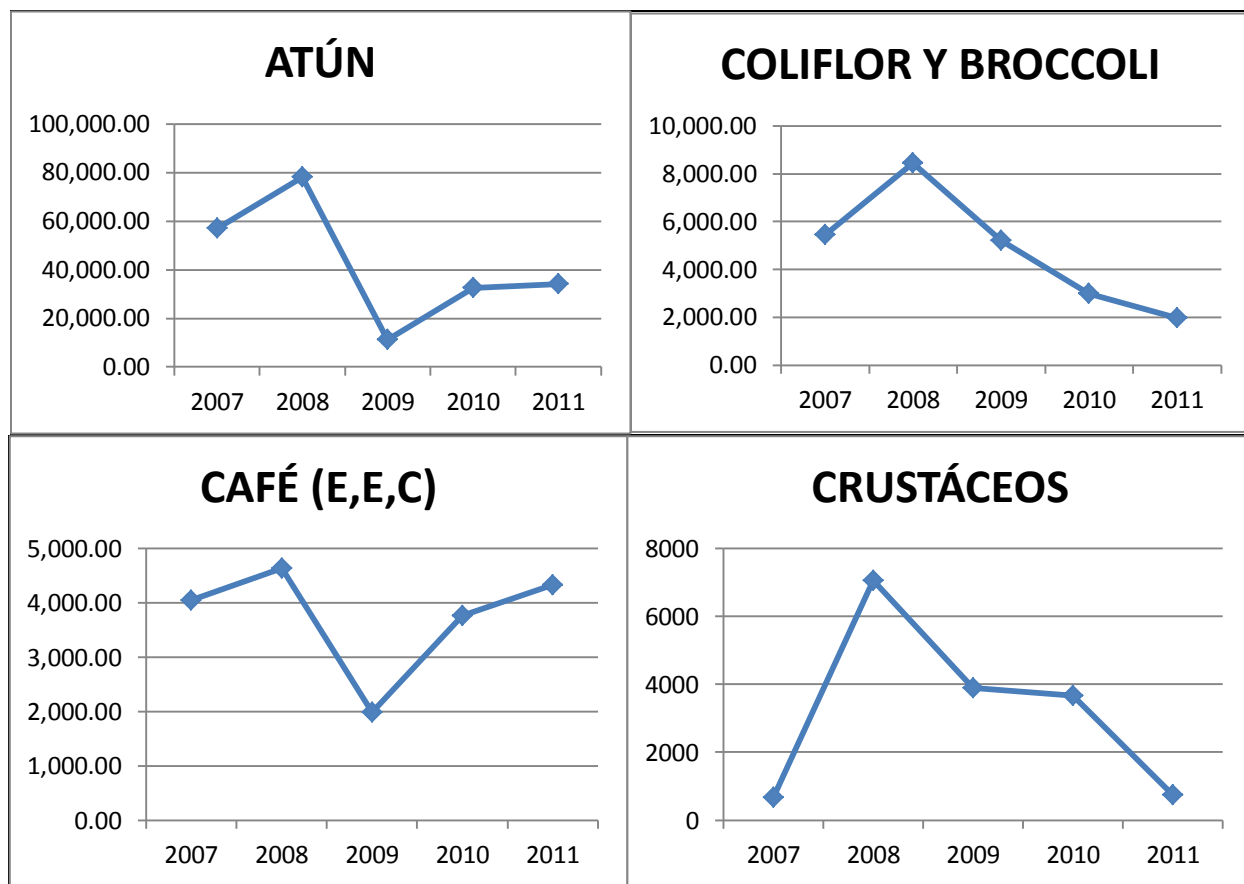
Dentro de este mismo grupo hay un subgrupo compuesto por flores frescas y secas (rosas), camarón y aceite de palma, los cuales están atravesando la crisis con cierta desaceleración de exportaciones pero debido a otros factores “extra crisis” o que tienen esta característica por efecto de otros factores a explicarse más adelante.





Figuras 5: Productos (PRC) Exportados del Ecuador a Holanda (FOB – miles de USD – por Código Nandina) Fuente: Banco Central del Ecuador, 2011

En el segundo grupo hemos asociado a aquellos productos que han sido afectados por la crisis actual. Vale decir, los montos de exportación del Ecuador han bajado significativamente en relación con la crisis que se inició en 2008. Entre estos productos se pueden mencionar el atún, coliflor y brócoli, café y crustáceos.



Figuras 5: Productos (PNRC) Exportados del Ecuador a Holanda (FOB – miles de USD – por Código Nandina) - Banco Central del Ecuador 2012

3.5 Los Productos Refractarios a La Crisis 2008

Aquí sobresalen en un primer grupo el cacao, maracuyá, banano y los productos de otras frutas. En todos estos casos se puede verificar un incremento de exportaciones incluso dentro del periodo de crisis. Podía anexarse a este grupo las flores porque se puede ver que en el año 2008, pese a la crisis, su exportación sigue creciendo; no obstante, tal como se puede ver en el gráfico de las flores de arriba, en el año 2009 su exportación decae debido a otros factores que serán analizados.

3.6 Los tres principales productos de exportación ecuatoriana a los Países Bajos

3.6.1 El cacao, Ecuador recupera la forma cacaotera

Encabeza este grupo el cacao y sus derivados, mismo que tal como se puede ver en la *Figura 5* (PRC), su exportación desde el 2007 de alrededor de 50' \$USD casi se ha duplicado, pasando a bordear los 100' \$USD. Durante los años de la crisis, 2008 a 2010, se produce esta remontada que haría pensar que los europeos en tiempos de crisis “pueden eximirse de varios productos pero no del chocolate”.

Desde el lado de la oferta mundial, una producción estable, con 3.613 millones de toneladas de 2009/2010, oculta tendencias diferentes en las distintas regiones productivas. La producción decreció en 60.000 toneladas (o más del 2%) en África, hasta alcanzar las 2.458 millones de toneladas, mientras que en las dos Américas, Asia y Oceanía aumentó en 34.000, hasta alcanzar las 522.000 y 633.000 toneladas, respectivamente. No obstante, África sigue manteniendo su posición de principal región productora de cacao, con una cuota del 68% de la producción cacaotera mundial en 2009/2010, seguida de Asia y Oceanía, con un 18% y luego América con un 14%, donde Ecuador es el primer productor (*ver Figura 6*).

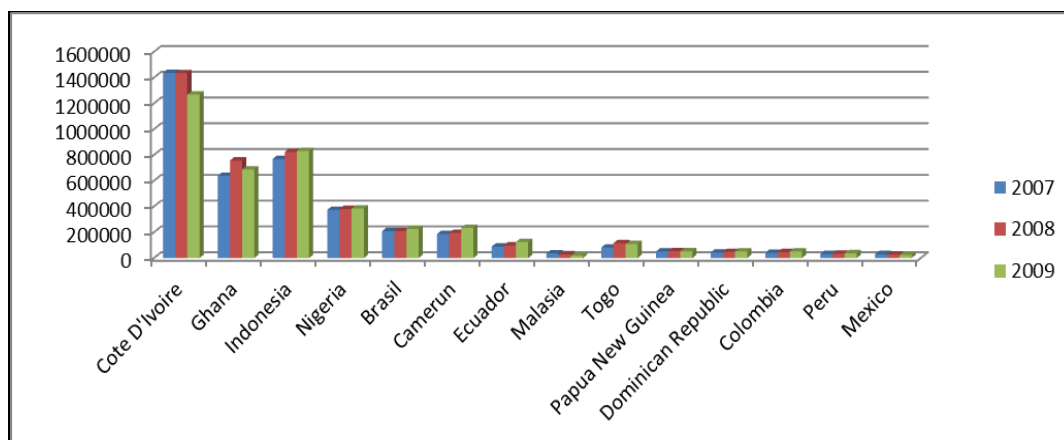


Figura 6: Países Productores de Cacao (en 1000 USD) - FAO 2011

Dentro de esta remontada de América Latina, Ecuador presenta un incremento en la oferta mundial desde 118.000 toneladas en el 2007/2008 hasta 160.000 toneladas en el 2009/2010, lo que significa un 4,42% de la producción mundial en este último año.

La producción de cacao es muy sensible a los cambios en las condiciones meteorológicas. La temporada cacaotera 2009/2010 sufrió situaciones desfavorables relacionadas con El Niño que se prolongaron desde junio de 2009 hasta abril de 2010, afectando a ciertos países asiáticos como Indonesia. Sin embargo, se estima que las repercusiones del último episodio de El Niño han sido menos significativas que en el pasado. Concretamente, su impacto en la producción de cacao de Indonesia, uno de los países normalmente más afectados por este fenómeno meteorológico, parece haber sido muy moderado. De hecho, a pesar de estas condiciones atmosféricas adversas, la producción aumentó hasta alcanzar las 535.000 toneladas (Informe ICCO 2010).

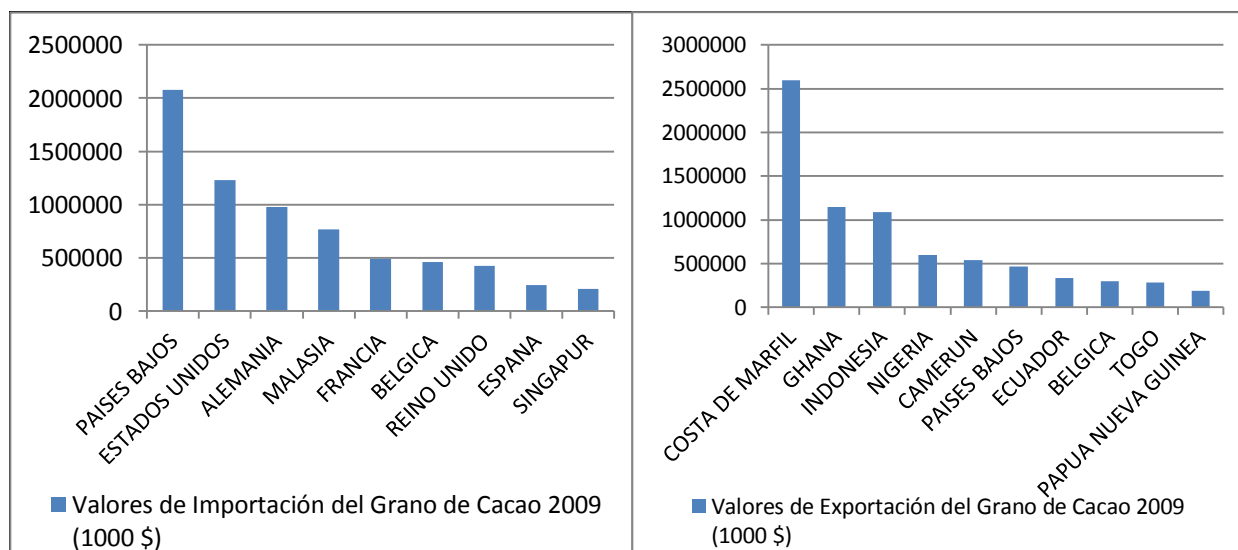
En Costa de Marfil, el mayor productor del mundo, la cosecha principal sufrió su nivel más bajo por efecto de lo que se considera como la más fuerte sequía de los últimos 15 años. La remontada de las exportaciones de cacao ecuatoriano podría entonces estar vinculada con esta baja en la producción de Costa de Marfil (casi 35% de la producción mundial 2010) y de Indonesia (14.8% de la producción mundial de 2010) por efecto de la baja pluviosidad en un caso y de la corriente del Niño en el otro. No obstante, se debe también pensar en que el incremento de la exportación de cacao ecuatoriano tiene que ver con la calidad del cacao fino de aroma.

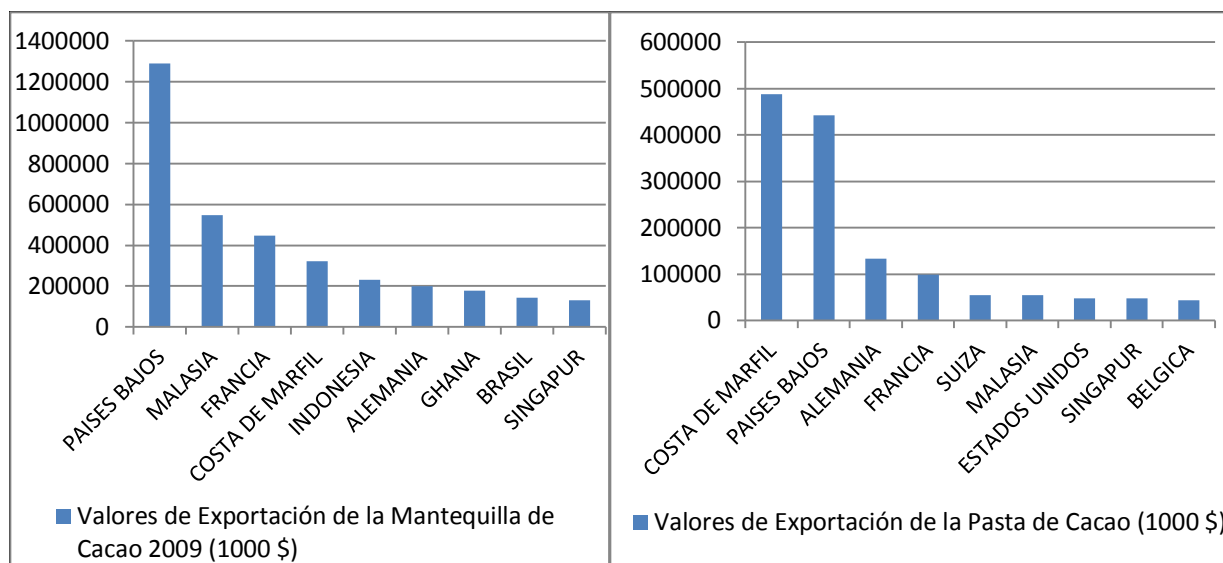


Figura 7: Cacao – Precios Internacionales 2007-2010

Desde el año 2007 se registra una tendencia claramente alcista de los precios del grano de cacao, con un ritmo más acelerado en el segundo semestre del 2009, con crecimientos de hasta 5% promedio mensual, y llegar a precios no vistos de 3500 US\$/TM.

Los precios del cacao siguen un tanto la lógica oferta-demanda de acuerdo a lo indicado anteriormente. Hay una subida en 2009 por efecto de la presión que ejerce Costa de Marfil y luego una bajada en 2010 a la que se sigue una subida en el 2010 con una ulterior bajada que corresponde siempre a las buenas condiciones meteorológicas en África y/o Indonesia. Vale decir que el precio del cacao no depende en forma determinante de la crisis 2008.





Figuras 8: Valores de Exportación e Importación del grano y derivados del Cacao Ecuatoriano - Banco Central del Ecuador 2012

Los Países Bajos son los mayores importadores de grano de cacao en el mundo hasta el 2009 (ver gráfico de arriba a la izquierda). Siendo que no producen en su territorio, los Países Bajos son el sexto país exportador del grano del mundo (ver gráfico de arriba a la derecha), el exportador más importante de la mantequilla en el 2009 (ver gráfico de abajo a la izquierda) y el segundo exportador del mundo de la pasta de cacao en el 2009 (abajo a la derecha). Estos gráficos demuestran el rol de los Países Bajos en el mercado mundial de cacao, en el que se constituyen en un tercer pivote que importa, procesa y exporta nuevamente y con mayor claridad como en este caso, siendo que no los produce domésticamente.

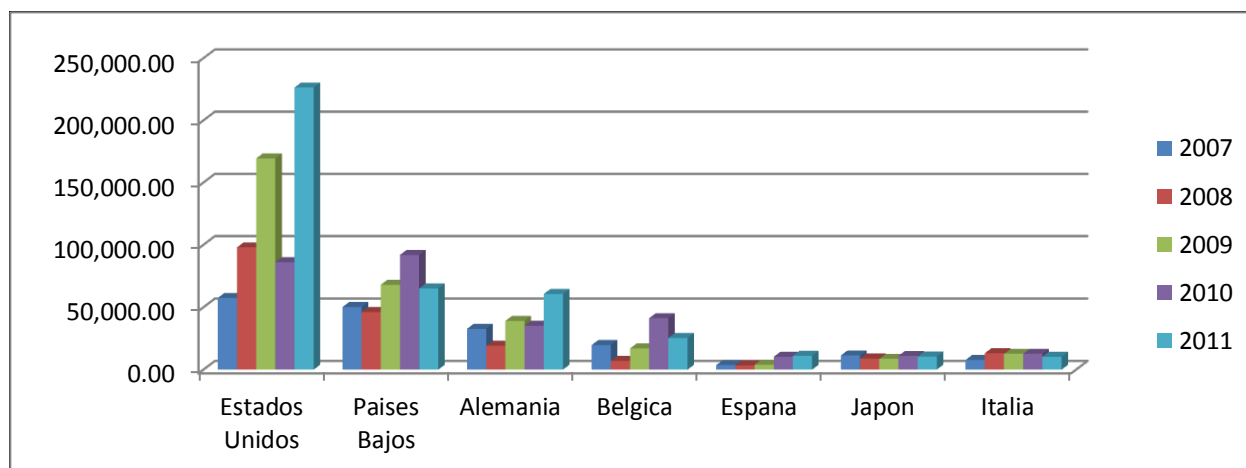


Figura 9: Los Países Destinatarios del cacao ecuatoriano - BCE 2012

3.6.2 Maracuyá, Ecuador el primer exportador del mundo

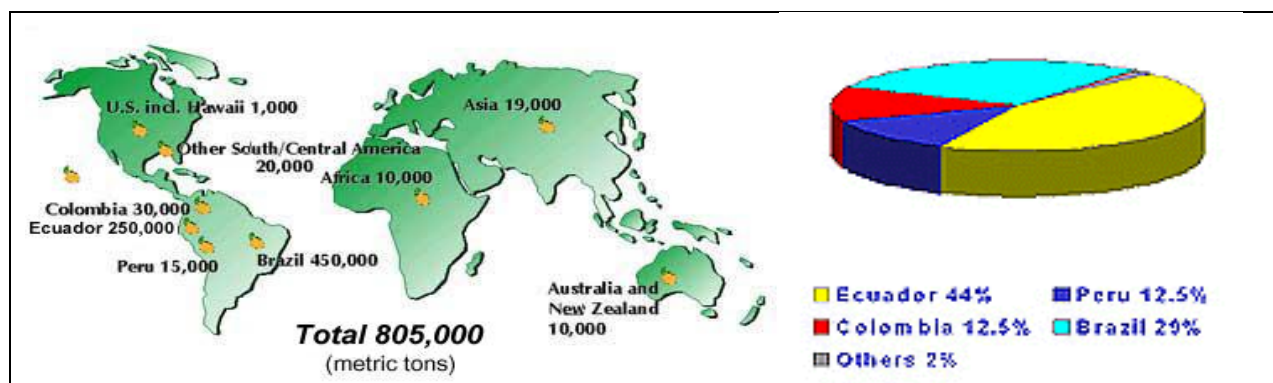
Relativamente nuevo en el mercado mundial, el maracuyá es un producto concebido como exótico en los mercados donde ha cobrado fama en los últimos años por varias de sus características que le abren paso entre la competencia de otras frutas. La fruta se caracteriza por su intenso sabor y su alta acidez, razones por las cuales se utiliza como base para preparar bebidas industrializadas.

El maracuyá se utiliza para la elaboración de pulpas, dulces, néctares, jaleas, mermeladas y concentrados. El jugo de maracuyá puede ser industrializado para la elaboración de cremas, dulces cristalizados, helados, licores, confites, néctares, jaleas, refrescos y concentrados. La cáscara es utilizada en Brasil para preparar raciones alimenticias de ganado bovino, pues es rica en aminoácidos, proteínas, carbohidratos y pectina, este último elemento hace que se pueda usar para darle consistencia a jaleas y gelatinas.

El maracuyá se exporta en estado fresco y procesado, especialmente como néctar, jalea, mermelada, jugo y concentrado. No obstante, la mayor proporción del comercio internacional se realiza con jugo o concentrado —en sus formas, concentrado (50° Brix) y simple (14° Brix).

La Oferta Mundial de Maracuyá

El maracuyá ha pasado a ser casi el 6 por ciento de todas las frutas tropicales secundarias producidas en el 2008. La producción del maracuyá está cercana a casi un millón de toneladas del total de 17.8 millones de toneladas de frutas producidas mundialmente (FAO, 2009). Cabe resaltar que el jugo de maracuyá es el tercer jugo exótico en importancia, después de los jugos de mango y de piña. Brasil, Ecuador y Colombia son los principales productores mundiales de maracuyá, pero Ecuador es el mayor exportador mundial. Se debe saber además, que los Países Bajos son el primer importador de maracuyá ecuatoriano.



Figuras 10: Países Productores de Maracuyá en el Mundo

Ecuador se convirtió, desde finales de la década pasada, en el segundo productor mundial, pasando de 4.460 a 25.000 hectáreas cultivadas entre 1994 y el año 2000, lo que implicó un incremento en la producción de maracuyá de 20.000 a 250.000 toneladas en el mismo período. Este crecimiento en la producción se debe también al aprovechamiento de las ventajas climáticas y al aumento en los rendimientos del cultivo, que pasaron de 4,52 a 10 toneladas por hectárea sembrada. Adicionalmente, Ecuador es un importante productor de jugo concentrado de maracuyá, del que es el principal exportador a nivel mundial.

Maracuyá del Ecuador: el proceso hacia la cabeza mundial de exportaciones

En 1970, siete países cubrían entre el 80 y 90 por ciento de la producción que ingresaba al mercado mundial: Hawái (Estados Unidos), Islas Fiji, Australia, Kenia, Sudáfrica, Nueva Guinea y Nueva Zelanda.

El principal productor de maracuyá a nivel mundial a partir de los años ochenta es Brasil. En este país se dedicaron a su cultivo entre 25 mil y 33 mil hectáreas durante los años noventa, generando 50 por ciento de la producción mundial (entre 250 mil y 420 mil toneladas).

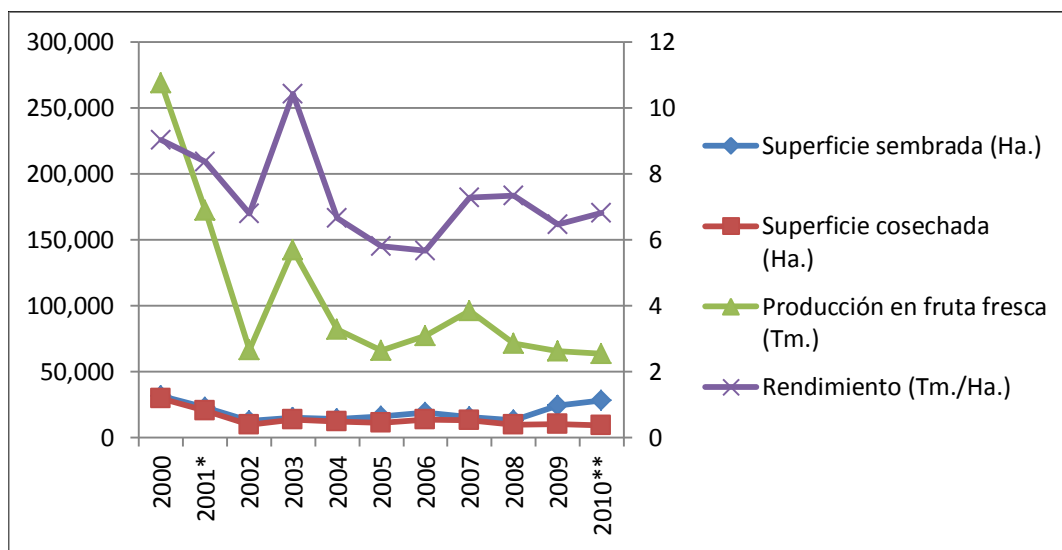


Figura 11: Evolución de la producción de Maracuyá en Ecuador - MEGEP 2011

Por sus condiciones climáticas, en este país se puede cosechar prácticamente durante todo el año. Su productividad oscila de 1.2 a 45 toneladas por hectárea, el promedio es de 12 toneladas por hectárea, sus costos, por lo tanto, son muy variables. De su producción anual, se comercializa el 70 por ciento como fruta fresca; el 30 restante va a la producción de jugo fresco y concentrado. Su participación en el mercado mundial es del 10% puesto que su demanda interna ha crecido sustancialmente, hasta requerir importar jugo de maracuyá.

Según QUICORNAC, “la afirmación de Ecuador como exportador comienza desde finales de la década de los noventa, debido a la consolidación de sus ventajas competitivas. Ecuador ha llegado a ser el principal exportador a nivel mundial, debido a las excelentes tierras y a su clima favorable, una estabilidad en la cosecha a través de todo el año, mientras que otros países sólo obtienen una o dos cosechas al año, además de abundante y disponible mano de obra barata, fragmentación de los productores, industrias bien establecidas con suficiente capacidad y modernos equipos, diferentes centros mayoristas y de transporte, fincas localizadas relativamente cerca de las industrias procesadoras, puerto cercano y excelentes conexiones marítimas” (National Juice Products Association. World Crop Report Passion Fruit, Bernhard Frei Ceo, QUICORNAC. Ibídem).

Según el Servicio de Información y Censo Agropecuario, SICA, del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador, entre enero y agosto del 2003, las exportaciones ecuatorianas de jugo concentrado de maracuyá ascendieron a 13.979 toneladas, por

valor de \$ 24,6 millones de dólares; los principales destinos fueron los Países Bajos, Estados Unidos y Brasil.

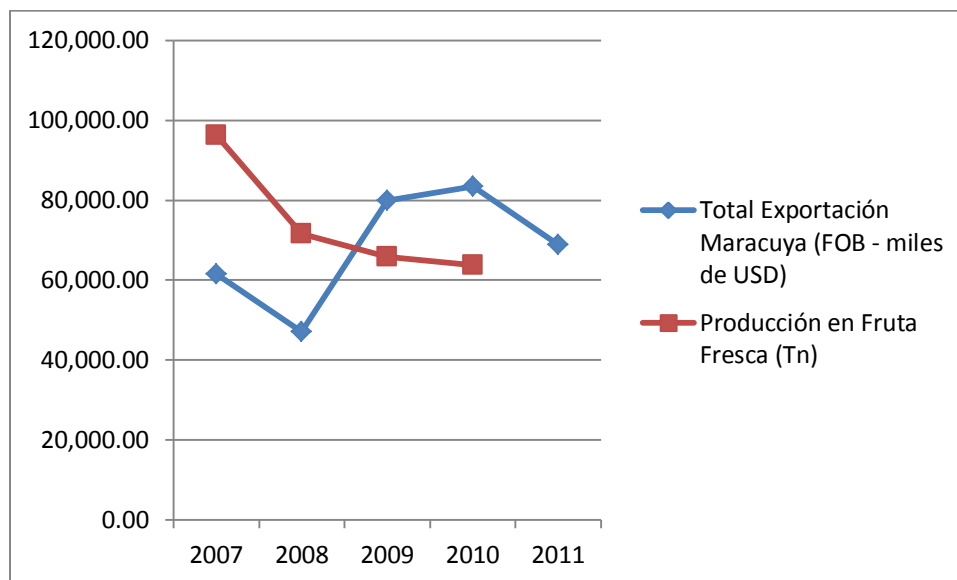


Figura 12: Total de la Producción y Exportación (FOB - miles de USD) de Maracuyá Ecuatoriana - BCE y MEGEP 2011

En los últimos cuatro años se puede constatar en el gráfico de arriba que luego de un descenso en el año 2007, las exportaciones de maracuyá vienen creciendo en forma sostenida hasta el 2010, cuando alcanzó más de 80 millones.

Demanda Mundial de Maracuyá Ecuatoriano

La demanda mundial de maracuyá se concentra primariamente en los países industrializados. Los países de la Unión Europea, Norte América y Australasia son los que más importan los productos del maracuyá. Se ha notado una demanda creciente en países como Francia, el Reino Unido, Canadá y EEUU. Esas tendencias se deben al consumo creciente de jugos de “zum de concentración natural”, cada vez más popular en las sociedades preocupadas con su salud, y los postres y yogures. Aunque su jugo y concentrados son todavía los más importantes en el comercio mundial de maracuyá, también está creciendo el consumo de derivados como aroma, pulpa, semillas y aceite (v.r. Linden, 2007).

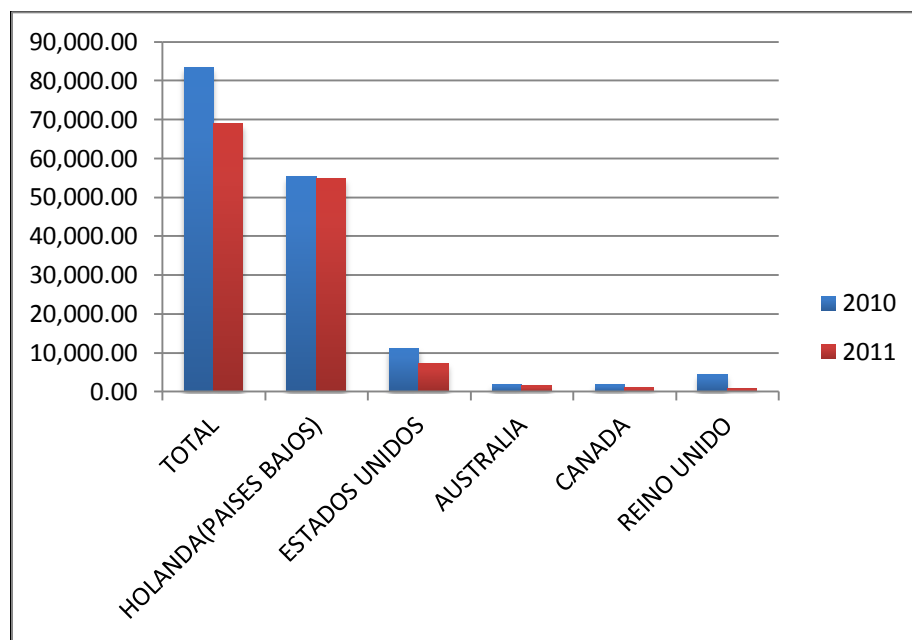


Figura 13: Demanda de Maracuyá Ecuatoriano por Países (FOB – miles de USD) - Banco Central del Ecuador 2012

El Comercio de Maracuyá con los Países Bajos

Como se puede observar en la siguiente figura, en los últimos cuatro años los Países Bajos se han ido constituyendo en el principal socio importador de maracuyá ecuatoriano. Se espera que las importaciones holandesas de ese producto lleguen casi hasta los 80 millones de dólares en el 2011. Consecuentemente, los Países Bajos son el mayor importador de la fruta ecuatoriana, adquiriendo más del 80 por ciento de sus exportaciones, siendo el Ecuador el primer exportador de maracuyá a nivel mundial.

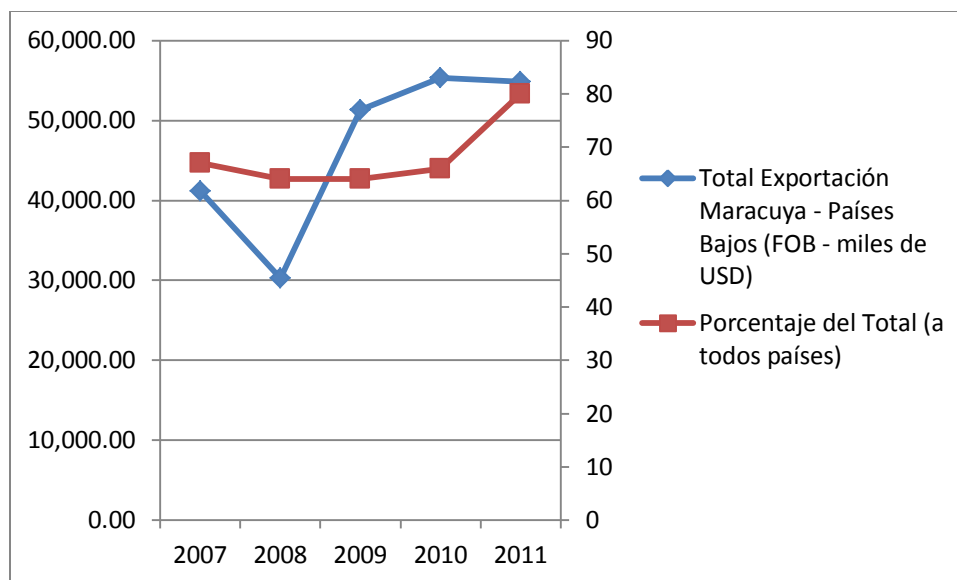


Figura 14: Las Exportaciones del Maracuyá Ecuatoriano a los Países Bajos - BCE 2012

Los Precios de Maracuyá

Los precios de maracuyá tienen una característica estacional, como se puede apreciar en la siguiente curva de los precios de jugo concentrado en el puerto de Rotterdam. En ella se pueden verificar indicios de variación con respecto a la presencia de la corriente del Niño en el Pacífico.

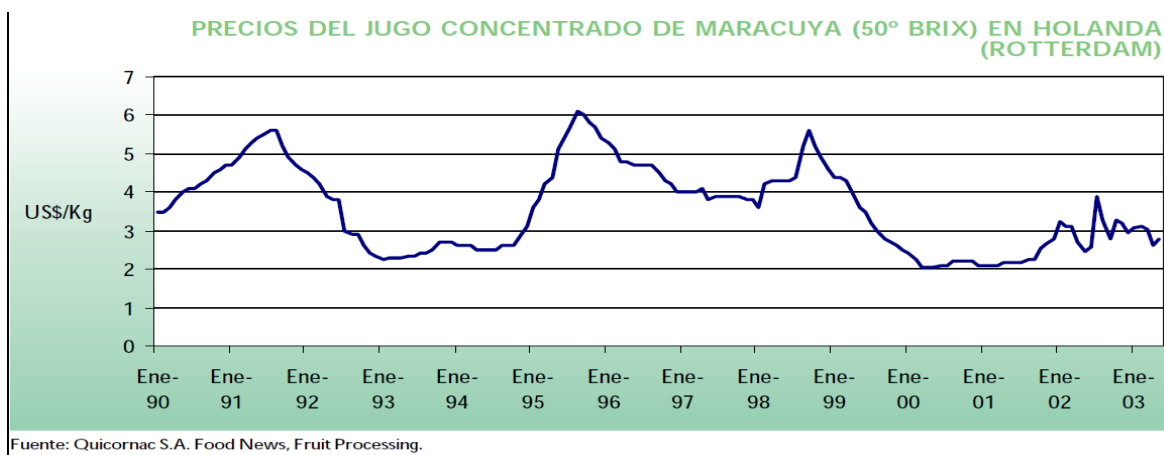


Figura 15: Precios del Jugo Concentrado de Maracuyá (50* BRIX) en Holanda (Rotterdam) - Quicornac S.A. Food News, Fruit Processing

3.6.3 Las Flores del Ecuador, su proyección mundial

Al nivel mundial, acerca de 44000 millones de dólares se derivan del consumo de flores y plantas. El principal cultivo y más comercializado de las flores es la cortada, mientras las plantas en floración y verdes en maceta se encuentran en segundo lugar (HDT, 2007).

Los flujos más importantes de las flores en términos del comercio intercontinental son las rutas desde América del Sur y Central hacia América del Norte y Europa y el Medio Oriente y África hacia Europa; es decir, desde los países denominados “en vías de desarrollo” hacia los más industrializados. Sin embargo, los mercados están ya creciendo en países como México, Corea y Europa del Este, entre otros.

La preeminencia de los Países Bajos en la producción y comercio de las flores

Solo tres países tienen el control de la mitad de la producción mundial de flores. Los principales productores de flores son los Países Bajos, EEUU y Japón. Holanda es el primer exportador de flores cortadas y domina el 85 por ciento de las exportaciones de ese sector en la Unión Europea. Esta tendencia se debe a varios factores: 1) una alta inversión en investigación y desarrollo, 2) un sistema de distribución y logística avanzadas y 3) el sistema de subastas que concentra la producción y comercialización de flores a nivel mundial, y determina su precio (ibid).

En la Unión Europea, las flores pasan principalmente por los puertos holandeses. Las subastas en los Países Bajos son el epicentro del mercado de flores europeo; entre el 75 y el 80 por ciento de todas las flores comercializadas en estas subastas provienen del propio país (Navas, 2004). FloraHolland es la subasta holandesa más grande y unos de los más importantes del mundo. Por esta subasta, donde se reúnen alrededor de 7800 productores y 4000 compradores, pasan 2000 millones de Euros anuales (ibid).



Flores en las plataformas de Holanda - *Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011*

Las enormes instalaciones de FloraHolland aparecen arriba. A la izquierda se puede ver una mujer que está etiquetando los vagones cargados de flores que van a entrar a los trece sitios de subastas previstos cada uno para casi cien proponentes con sus computadoras. En la foto de la derecha se puede ver el gran espacio previsto para los vagones que salen de las subastas con flores “ya compradas” (justo por la parte derecha de la fotografía). Un hombre está recogiendo los vagones adquiridos por un comprador cualquiera para agruparlos en un solo ‘tren’ que los llevará a los camiones en la salida, en donde se ven los diversos grupos por salir (parte superior de la foto). Toda esta gestión se realiza en unos cuantos minutos, puesto que con las flores el tiempo apremia.



Subasta de flores en Holanda - *Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011*

La figura del convencional subastador inglés ha desaparecido en las salas de subasta de FloraHolland, ha sido sustituida por los computadores que reciben todas las ofertas y adjudican al mejor postor en cuestión de segundos. Un hombre vigila en la foto de la izquierda el desfile de los vagones con flores cuyas características se exponen en enormes pantallas y también el resultado de la subasta.

Tan sólo unos segundos las flores son expuestas y cuando salen ya tienen su comprador. Los oferentes de la subasta que se encuentran en la sala de la derecha, deben levantarse temprano porque el negocio empieza diariamente a las tres de la mañana de todos los días. De aquí, las flores que llegaron a Holanda salen hacia diferentes rumbos, particularmente europeos.

Los países industrializados son los más grandes consumidores de todo tipo de flores. Alemania se encuentra en el primer lugar de importadores de flores. Los Países Bajos es el país que más abastece flores a sus vecinos europeos, tales como Alemania, Suiza, Francia y el Reino Unido. Según un estudio del 2007 (HDT), alrededor de 50 por ciento de todas las flores vendidas dentro de los supermercados holandeses provienen de producción doméstica, mientras casi un cuarto se importan de Kenia y el 14 por ciento del Reino Unido.



Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011

Las flores se cultivan en los Países Bajos en fibra de vidrio, no en el suelo. Por ello, nos dice el ingeniero jefe de planta, “quizá nunca lograremos la calidad de la rosa ecuatoriana”. En las fotos de arriba se puede apreciar el típico suelo arenoso holandés sobre el que yacen las estructuras metálicas donde crecen las rosas sobre fibra. A la derecha se puede constatar no obstante el elevado nivel tecnológico para el control de la

temperatura, entrega de agua, iluminación, humedad, etc, que se hace con sistemas automáticos computarizados.

De las Américas, mientras Colombia se encuentra en primer lugar de exportadores de flores a los EEUU, Ecuador se encuentra en el segundo lugar. No obstante, Ecuador es el tercer exportador de flores en el mundo. Su clima favorable para la producción de flores significa que Ecuador puede producir y exportar sus flores en todo el año. Por lo tanto, después de las flores holandesas son las rosas ecuatorianas son las que más exigen en las subastas de los Países Bajos (Navas, 2004).

Las Rosas Ecuatorianas, primeras en medio de la competencia mundial

En Ecuador hay por lo menos 275 productores de rosas, cosechando una superficie de alrededor 2500,00 hectáreas anuales. A nivel mundial, Ecuador es el país que más exporta rosas. La industria de las rosas emplea alrededor de 76 mil ecuatorianos. Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2011), durante el periodo 2005-2008, las exportaciones de rosas se incrementaron en un 88 por ciento.

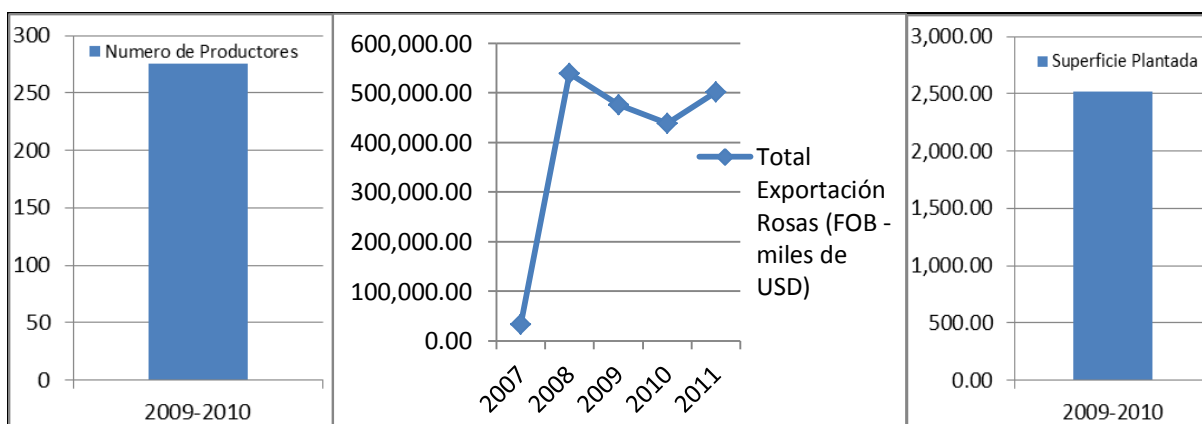


Figura 16: Productores, Exportación y Superficie Plantada de las Rosas Ecuatorianas - BCE y SICA 2012

Demanda Mundial de Rosas

Los mercados más importantes para las rosas ecuatorianas son los EEUU, Rusia, los Países Bajos, Canadá, Italia y España.

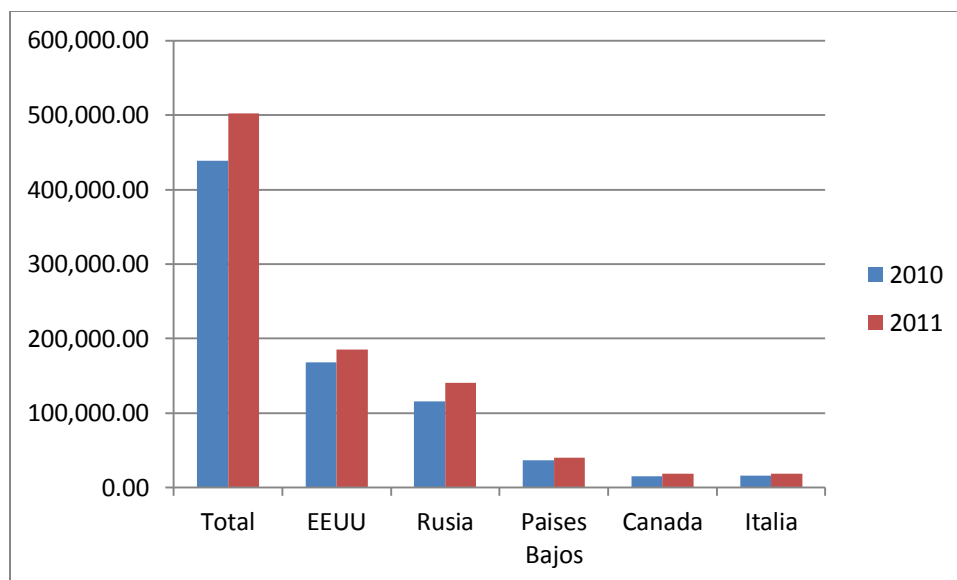


Figura 17: Total Exportación de Rosas del Ecuador (FOB – miles de USD) a todos países - Banco Central del Ecuador 2012

Los Precios de las Rosas

Según el MAGAP, “los precios internacionales de rosas y para las flores en general se comportan en forma cíclica, siendo los meses de registro récords de precios en Febrero de cada año, los mismos que coinciden con el día del amor y la amistad”. Otros factores indicados por el mismo son la estacionalidad de la demanda mundial, tasas de cambio, los precios de las rosas en EEUU y la capacidad instalada de las floricultoras domésticas. Se ha notado que en el Ecuador, el ciclo de los precios FOB por tonelada métrica durante los años 2005-2009 está vinculado con las tendencias internacionales de precios.

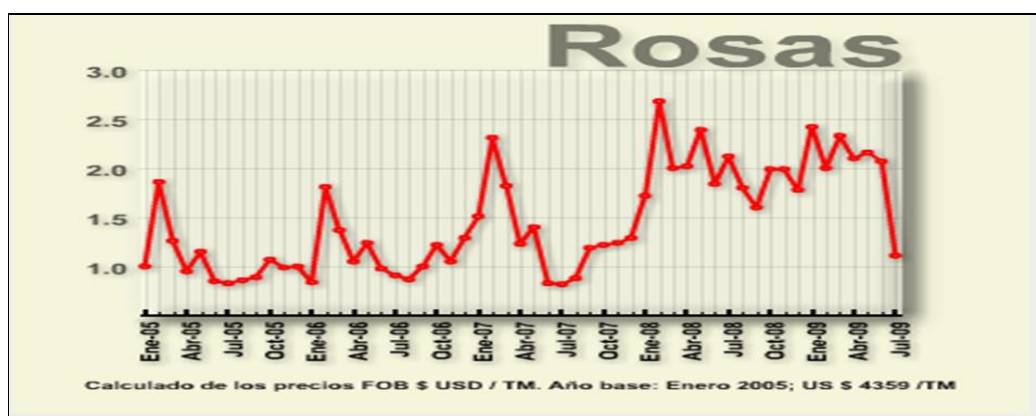
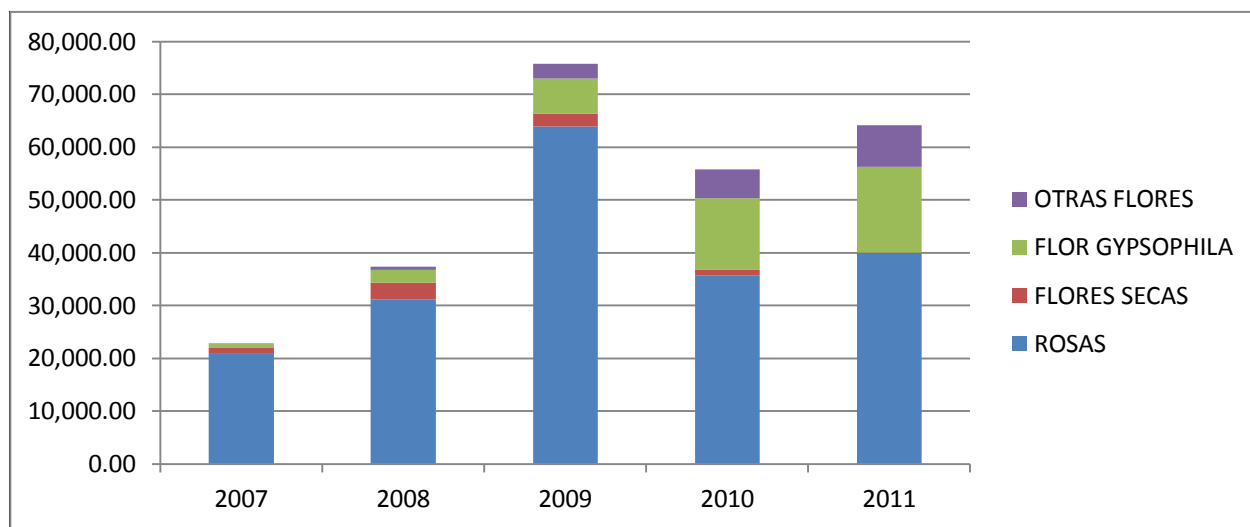


Figura 18: Precio Internacional de las Rosas 2005-2009 - SICA 2011

Flores y Rosas: Ecuador – Países Bajos

De todas las flores exportadas a los Países Bajos desde el Ecuador, las rosas representan entre el 40-80 por ciento (ver figura abajo). Aunque la flor gypsophila ocupa cada vez más un papel importante en el comercio de flores entre los dos países, las rosas se mantienen como la flor más importante. Cuando se examina las siguientes figuras se puede constatar que, para las rosas más claramente, se produce un descenso en las exportaciones hacia Países Bajos que comienza en el 2009, va hasta el 2010 y luego hay una ligera recuperación en el 2011. Las exportaciones totales del 2011 superaron a las del 2010, bordeando los 65 millones de dólares USA. Tan solo un 5 por ciento de las flores originarias del Ecuador son comercializadas en floristerías de Holanda. El 95 por ciento, no obstante, tienen como destino otros mercados europeos.



Figuras 19: Total de Exportación (FOB – miles de USD) y Porcentaje de Flores Ecuatorianas - Banco Central del Ecuador 2012

Existen fundamentalmente tres subastas que reciben rosas ecuatorianas en los Países Bajos. Visitarlas ha sido útil para comprender las razones de la caída de las exportaciones ecuatorianas de este sector durante el 2009. Efectivamente, según conocimos directamente de expertos importadores y exportadores la causa es que la sustitución progresiva de las rosas ecuatorianas por las exportadas por Kenia.



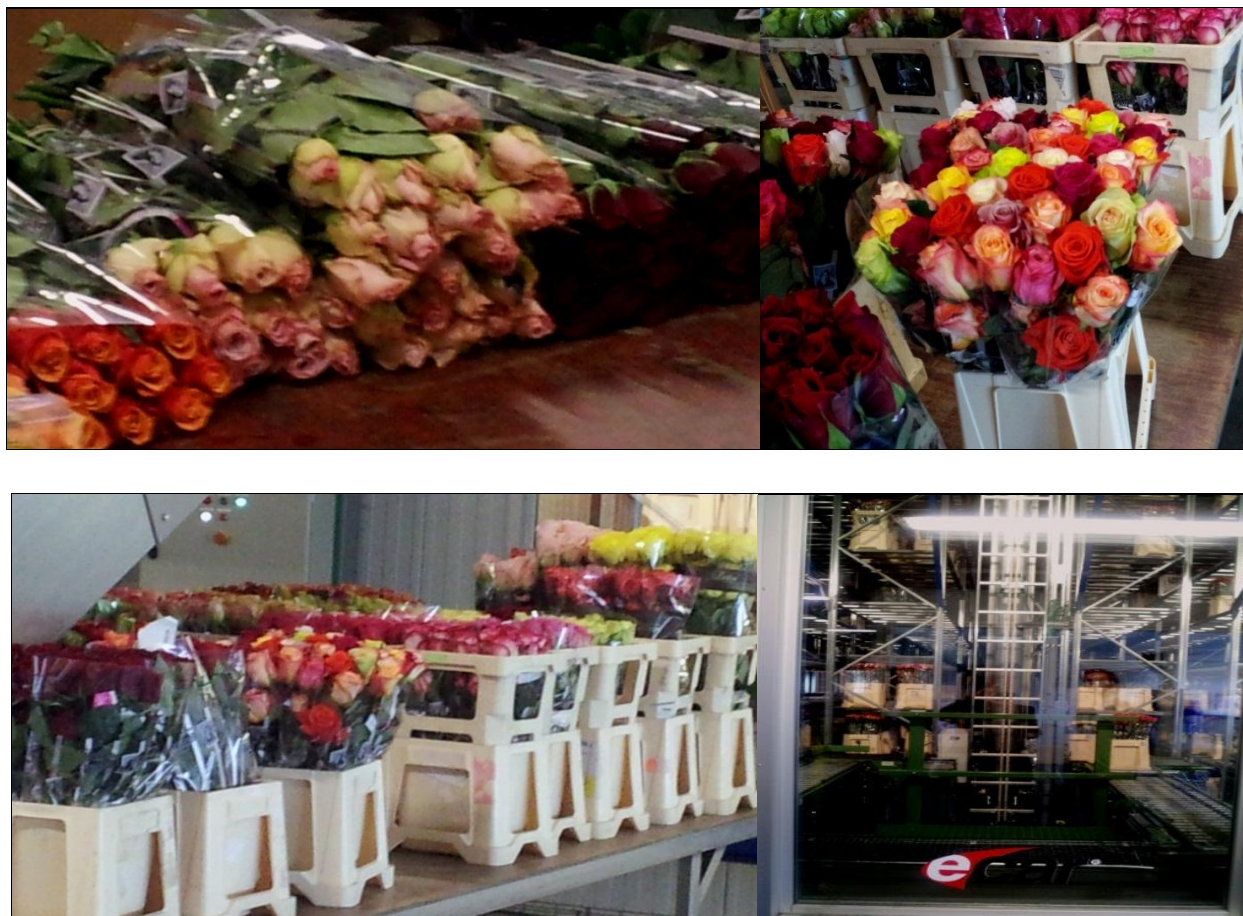
Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011

“El holandés, si lleva a casa rosas para el diario, compra rosas de Kenia, aunque menos bonitas pero más baratas”, nos explicaba el gerente de ventas de una de las plataformas que visitamos. En la foto de arriba a la izquierda se pueden ver rosas keniatas, en efecto, menos deslumbrantes que las ecuatorianas que están a la derecha.

“En cambio”, prosiguió el mismo gerente, “si se trata de llevar rosas a su esposa o novia para un evento especial como cumpleaños por ejemplo, el holandés obsequiará rosas ecuatorianas”. Cuando se revisa las dos fotos de arriba se puede ver la diferencia en calidad de entre las dos.

Se supone que existen dos factores esenciales para una tal diferencia de precios en general entre las flores africanas y las ecuatorianas: costos de transporte y mano de obra. El uno que implica transporte a mayor distancia y en el segundo, los salarios estarían 3:1 a favor de los keniatas.

El trabajo de las plataformas (subastas) en Holanda, no obstante, es digno de encomio, puesto que se puede, in situ, verificar la calidad de las instalaciones y la tecnología que se usa para recuperar las rosas de un largo viaje desde Ecuador en que sobretodo, tiempo y condiciones cuentan en el mantenimiento de la calidad de las mismas. En las fotos siguientes se puede ver el estado que tienen las rosas ecuatorianas luego de ser tratadas en las plataformas e incluso su posterior proceso. Arriba a la izquierda se ven las rosas ecuatorianas luego que han llegado a la plataforma y se les sitúa sobre las cadenas de tratamiento. A la derecha e izquierda en primera línea, se presentan en unos casos las mismas rosas anteriores luego que han sido tratadas inicialmente.



Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011

Por cierto que las instalaciones son de lo más avanzadas, tecnológicamente hablando. En segunda línea a la izquierda se puede ver una parte de ellas, justo en la entrada a las cadenas iniciales para la recuperación. En este caso también se puede ver un enorme refrigerador, a la derecha, de 12 metros de altura y 40 metros de largo. En él se pueden almacenar rosas hasta por dos meses sin que se deterioren y con ello, dar más margen de maniobra a la gestión de comercialización.

Las rosas ecuatorianas tienen una gran calidad y por tanto un enorme aprecio en el mercado europeo. Están sufriendo ahora la competencia denodada del ya difícil mercado mundial y en él, los costos de transporte, mano de obra y otros le restan competitividad. No obstante, hay muchas iniciativas que se pueden adoptar en beneficio del país como, por ejemplo, la organización de un Foro Especializado de la Rosa Ecuatoriana en los Países Bajos. En el que exportadores, importadores y empresas de transporte y todos los actores interesados en promover las exportaciones de rosas

ecuatorianas a Europa analicen, en Ámsterdam, la problemática y propongan soluciones.



Embajada del Ecuador en los Países Bajos 2011

Del 2-4 de noviembre del 2011, se realizó una Feria Internacional de Floricultura en Vijfhuizen, Holanda, con la participación de varios exportadores ecuatorianos bajos el sello Flor Ecuador (www.iftf.nl).

El presente estudio es el primero de una serie de investigaciones especializadas que realiza la Embajada del Ecuador en los Países Bajos para construir una nueva estrategia de acceso al mercado holandés, y aprovechar de mejor manera su posición estratégica para aumentar las exportaciones ecuatorianas hacia Europa. La Embajada en los Países Bajos se ha propuesto continuar durante el 2012 con este tipo de investigaciones para cumplir con los objetivos de política exterior que en materia de promoción comercial le competen.

4. El clima de negocios en Holanda

Los Países Bajos tienen una de las economías más abiertas de Europa y dependen del comercio internacional. Esta nación tiene tanto su centro político como su centro económico en la región de Randstad, zona densamente poblada, donde se encuentran las ciudades de Ámsterdam, Rotterdam, Utrecht y La Haya. Los Países Bajos son considerados como uno de los países líderes, capaz de atraer inversiones extranjeras además de ser uno de los miembros fundadores de la Unión Europea y en razón de que utiliza el euro. El comprender los valores y la cultura de negocios holandesa es una cuestión fundamental a la hora de hacer negocios en los Países Bajos.

Los inversores potenciales y/o exportadores deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- La lengua y la etiqueta de negocios;
- El derecho y la legislación;
- La obtención de capital;
- Encontrar el socio adecuado.

4.1 La lengua y etiqueta de negocios

El lenguaje es un elemento muy importante al momento de llevar a cabo negocios en los Países Bajos. Tener un adecuado nivel de inglés es esencial debido a que muchas empresas internacionales establecidas en este país se comunican en inglés, tanto dentro de la empresa como con sus clientes. Además, los inversionistas potenciales y/o los nuevos exportadores deben ser conscientes de que toda la información que necesitan está disponible en inglés. Pero a largo plazo, el aprendizaje del holandés será considerado como un "deber" a fin de comunicarse a nivel local. En términos de negocios se apreciará tener al menos un nivel básico. Toda compañía extranjera debe también tener en cuenta que es importante traducir su sitio web -información de productos, folletos, manuales, etc.- tanto en holandés como en inglés.

Por otra parte, toda empresa debe conocer la cultura holandesa y comprender no sólo la forma de hacer negocios sino también los valores de los holandeses en general. Tener igualdad de oportunidades es visto como uno de los valores claves más importantes en los Países Bajos, ya que aquí todo el mundo se considera valioso y digno de respeto. A pesar de que la gente respeta la opinión de cada individuo, tienden a sentirse incómodos cuando hay personas que se apartan de esta norma. Es un país en el que el status y el respeto se obtienen a través de estudios y trabajo duro en vez de

mediante vínculos familiares y por antigüedad. La individualidad es un segundo valor clave muy apreciado y protegido. A toda persona se le permite hacer y expresarse a su modo, siempre y cuando no infrinja la libertad de otro individuo.

Por lo tanto, la aceptación de las diferencias individuales es considerada un deber para la sociedad holandesa. Pero junto con los aportes y sugerencias individuales, el consenso es considerado como algo muy importante en los Países Bajos. Cuando se realizan negocios, el alcanzar el consenso normalmente demora la toma de decisiones y, consecuentemente, las reuniones pueden durar más tiempo de lo previsto. El ser simples y con un estilo de comunicación directa es lo que les proporciona apertura y claridad a la sociedad holandesa. La intuición y las emociones, especialmente en los negocios, son vistas con desconfianza. Los holandeses prefieren basarse en hechos y cifras.

A la horade hacer negocios, un recién llegado podría enfrentar algunas dificultades para entender su cultura. Toda empresa extranjera debe tener en cuenta que los holandeses no pierden el tiempo en los negocios sino que el manejo del mismo se considera una cuestión muy importante. Esto significa que todo debe estar bien organizado y que, por ejemplo, las reuniones deben encajar perfectamente en el calendario. La improvisación durante las reuniones se considera como no profesional y por lo tanto una pérdida de tiempo. Los siguientes puntos podrían ser tenidos en cuenta a fin de efectuar negocios en los Países Bajos:

- En las reuniones con holandeses no pierda el tiempo con largos preliminares de charla, debe ponerse a trabajar inmediatamente.
- Debido al hecho de que los holandeses no se olvidan de los errores con facilidad, los conceptos deben ser claros y las cifras utilizadas deben ser precisas al momento de hacer una presentación.
- Las empresas holandesas son muy formales cuando se trata de comunicarse con otras empresas. Debe acusar recibo por escrito de toda comunicación que recibe de este modo.
- Debido a los horarios ajustados, un socio de negocios se debe ser puntual. Llegar tarde puede transmitir una sensación de incompetencia o desconfianza. Los holandeses están familiarizados con sus carreteras y comunicaciones ferroviarias, lo que les permite organizar varias reuniones en un día con diversas empresas en diferentes ciudades pero suelen fijar las citas con varios días de antelación. Los holandeses poseen agendas ocupadas y también viajan mucho.

Durante una negociación, el negociador holandés puede utilizar excusas o alegar problemas que parecen difíciles de superar en lugar de dar un "no" por respuesta. Una

vez que la propuesta se ha negociado se debe preparar una carta de intención o un memorándum que resuma las condiciones que se han establecido, el que se utilizará como referencia para futuras negociaciones. Todos los asistentes de una reunión son consultados y por lo tanto, toma algún tiempo antes de que se tomen las decisiones. Aunque es un proceso lento, debe mantener la calma y evitar el uso de técnicas de presión. Una vez que una decisión ha sido tomada, no se puede cambiar y los acuerdos son rápidamente puestos en práctica.

Los holandeses son también muy directos, efectivos y ágiles a la hora de negociar. Sin embargo, éste no es el caso cuando deben declinar una oferta. Suelen hacer una investigación exhaustiva de los socios de negocios potenciales antes de hacer negocios. Al negociar los precios, los holandeses analizarán el precio en detalle, aunque consideren también otros factores como importantes. El regateo no es una opción para la oferta holandesa, por tanto la oferta inicial debe acercarse a los precios de cierre. Esto significa que una empresa debe ajustar su precio desde el principio mediante el análisis de los mismos. En el caso de que una empresa realice una gran cantidad de concesiones, ésta perderá credibilidad. Además, es esencial responder rápidamente como por ejemplo a las solicitudes de precios, la confirmación de los pedidos, etc. Mantener un estrecho contacto con la empresa es importante cuando se quiere seguir haciendo negocios.

4.2 Requisitos legales

Las empresas y personas que deseen hacer negocios en los Países Bajos deben actuar de acuerdo con una serie de normas y reglamentos, por ejemplo, ser registrarse en el Registro de Comercio y ante la Administración Tributaria Aduanera (Belastingdienst).

1. Requisitos de ingreso para personas que deseen permanecer en los Países Bajos

Los empresarios que tengan la intención de permanecer en los Países Bajos deben cumplir con una serie de condiciones. En ciertos casos, se requiere además de un permiso de residencia. Los empresarios por cuenta propia provenientes del Ecuador que deseen permanecer en los Países Bajos por un período largo o indefinido deben cumplir las siguientes condiciones¹:

- Debe tener un pasaporte válido;
- Debe tener seguro de salud con cobertura en los Países Bajos;
- No debe constituir un riesgo para el orden público;

- No padecer de tuberculosis;
- Debe tener fondos suficientes;
- Debe cumplir con los requisitos para la práctica de su profesión;
- Con sus actividades comerciales debe servir materialmente a los fines económicos holandeses.

Para determinar si las actividades comerciales sirven como material para los fines holandeses se efectúa una evaluación sobre la base de un sistema de puntuación. Este sistema se compone de tres partes:

- Experiencia personal (educación, experiencia como trabajador por cuenta propia, experiencia laboral);
- Plan de negocio (análisis de mercado, producto / servicio, precio, organización, financiación);
- Material para la finalidad económica de los Países Bajos (creación innovadora, empleo, inversiones).

Es posible poseer un máximo de 300 puntos por todas las partes combinadas. Pero se necesita por lo menos de 90 puntos con un mínimo de 30 puntos por parte.

El formulario denominado "Solicitud de recomendación para obtener un Permiso Provisional de Residencia" describe todos los documentos que se requieren. Para mayor información se puede visitar la página web del IND.⁴

Si el empresario es ciudadano de un estado que sea parte del Espacio Económico Europeo (EEE) o de Suiza, no le será necesario solicitar un permiso de residencia para los Países Bajos.

El gobierno holandés exige a algunos ciudadanos extranjeros tramitar una visa para permanecer en los Países Bajos. La página web del Ministerio holandés de Asuntos Exteriores indica cuáles son los ciudadanos extranjeros a los que se les aplica la obligación de visado. El trámite para obtener una visa se puede realizar en la embajada holandesa o consulado en su país de residencia. Una vez obtenido el visado podrá viajar sin restricciones en todos los países de aplicación del Acuerdo de Schengen.

Si tiene la intención de permanecer más de 4 meses en los Países Bajos, es necesario estar registrado en el registro de bases de datos personales municipal (Gemeentelijke Basisadministratie, GBA) del municipio donde usted vive. Esto debe

⁴ <http://www.ind.nl/EN/verblijfwijzer/>

realizarse dentro de cinco días de su llegada a los Países Bajos, si proviene de un país miembro del EEE o Suiza. De otro modo, el registro debe efectuarse inmediatamente después de recibir su permiso de residencia. Si viaja fuera de los Países Bajos por más de 8 meses, debe darse de baja en la municipalidad. Esta baja puede hacerse hasta 5 días antes de su partida.

2. Formas jurídicas para iniciar un negocio en los Países Bajos

Las empresas que quieran iniciar su negocio en los Países Bajos tienen que tomar una decisión respecto a la forma jurídica que adoptarán. La elección de la forma jurídica determina el modo en el que operará la empresa y otros aspectos como la responsabilidad y las obligaciones fiscales.

Se puede seleccionar entre las siguientes formas jurídicas:

- Sociedad de responsabilidad limitada (Besloten vennootschap, BV)
- Sociedad anónima (naamloze Vennootschap, NV)
- Trabajador Autónomo (eenmanszaak)
- Asociación
- Asociación General (vennootschap onder firma, VOF)
- Sociedad limitada (CV)
- Empresas europeas
- Trabajador por cuenta propia sin asalariados (ZZP)

3. Selección de nombre comercial

Toda empresa debe tener un nombre comercial, el que debe ser único en el sector que está operando. La empresa debe estar registrada en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio (KvK). Se puede efectuar el registro durante el período comprendido entre una semana antes hasta una semana después del inicio del negocio. La Cámara de Comercio puede realizar una investigación sobre el nombre comercial de forma gratuita. Este trámite sólo puede hacerse a solicitud del interesado, y se investigará no sólo respecto a nombres comerciales que se escriban de la misma manera sino también nombres que se pronuncien igual.

4. Compruebe si usted requiere ciertas calificaciones

No es necesario tener un título para establecer un negocio en los Países Bajos salvo en el caso del ejercicio de una profesión regulada. En este caso se exige una calificación específica lo que debe ser reconocido por la autoridad competente que supervisa su profesión.

La página web de Nuffic proporciona una lista de profesiones con una referencia a las organizaciones que son responsables de la supervisión de cada profesión. (<http://www.nuffic.nl/international-organizations/services/professional-recognition>). Los títulos expedidos en la Unión Europea, Liechtenstein, Noruega, Islandia y Suiza son normalmente reconocidos por el Acta de Reconocimiento de CE de Calificaciones Profesionales (Algemene wet erkenning EG-beroepskwalificaties).

El valor de los títulos expedidos en otro país puede ser determinado por el Centro de Información para la Evaluación de Credenciales (Informatiecentrum Diploma Waardering, IcDW). Para obtener más información debe contactarse con la autoridad competente responsable de su profesión. También podría ocurrir que un título deba ser autenticado y en este caso se debe realizar una autenticación en el país donde se expide el diploma.

5. Registro con la Administración Aduanera y Tributaria

Es obligatorio registrar su negocio en la Administración Tributaria y Aduanera. Si la empresa no está situada en los Países Bajos pero presta servicios en el país o suministra bienes a empresas holandesa, debe inscribirse también en la Administración holandesa de Impuestos y Aduanas. A su vez es necesario informar al Departamento de Asuntos Internacionales de la Administración Tributaria en Heerlen.

El registro en la Administración Aduanera y Tributaria de una empresa unipersonal, asociación, sociedad general o sociedad limitada en los Países Bajos puede realizarse al mismo tiempo que el registro en la Cámara de Comercio. Sin embargo, el registro de otras formas jurídicas sólo puede hacerse directamente en la Administración Tributaria y Aduanera.

La Administración Aduanera y Tributaria utiliza su información para determinar qué impuestos se deben pagar, los que pueden incluir:

- Impuesto sobre la renta;

- Impuesto sobre el volumen de negocios;
- Impuesto sobre Sociedades;
- Impuesto sobre la nómina.

Los cambios en la forma jurídica de su empresa o de la empresa de colaboración en la que su empresa participa, tendrá consecuencias fiscales y administrativas. Por lo que todos los cambios deben ser reportados a la Administración Aduanera y Tributaria (Belastingdienst) y a la Cámara de Comercio (KvK).

6. Registro con la Junta de productos o industria

Todos los sectores en los Países Bajos están bien organizados. Normalmente las Juntas de mercancía o industrial aseguran que ciertos asuntos específicos de un sector estén debidamente regulados. Cada sector puede determinar una Junta si así lo desea. Una vez que existe para determinado sector una Junta, éste rige para todo el sector, lo que implica que toda empresa perteneciente al mismo tiene la obligación de ser miembro de la Junta y cumplir con sus reglas.

Como las Juntas son autoridades gubernamentales únicas con poderes excepcionales, deben ser supervisadas. Esta tarea está a cargo de diversos ministerios y del Consejo Económico y Social.

Una empresa no tiene que registrar su negocio con el Consejo, porque esto se hace automáticamente cuando se registra con la Cámara de Comercio holandesa. Para más información puede ponerse en contacto con la Cámara de Comercio.

7. Informar de un negocio en casa

En caso de iniciar un negocio en casa, debe reportar este plan a la autoridad municipal local. En algunos casos es necesario obtener un permiso de conversión (onttrekkingsvergunning) que le permite utilizar su casa como lugar comercial. Cuando este permiso es emitido, la autoridad municipal le otorga la oportunidad de trasladar su casa de la zona de viviendas locales. Deberá tenerse en cuenta si el plan se ajusta con el plan de zonificación local.

Existen una serie de factores que deben considerarse, teniendo siempre en cuenta el IVA y el impuesto sobre la renta, a saber:

- La posibilidad de dividir la casa en zona de trabajo y una zona de vivienda.
- Tener en cuenta las disposiciones del contrato de arrendamiento en caso de que se trate de un alquiler de una casa.
- En caso de que sea dueño de una casa y haya sacado una hipoteca para financiar la casa, tome en cuenta las disposiciones del contrato de hipoteca.

Para más información puede ponerte en contacto con la Línea de Información de Impuestos holandesa sobre Cuestiones de Impuesto de No-Residentes, al número +31 (0) 55 538 53 85. Están disponibles de lunes a jueves de 08,00 a 20,00 horas (hora local) y viernes de 08,00 a 17,00 horas (hora local).

8. Presentar una notificación de gestión ambiental

Permiso ambiental o la notificación de la gestión ambiental:

El Decreto de Actividades (Activiteitenbesluit) constituye la base de las regulaciones ambientales con el que todos los negocios en los Países Bajos tienen que cumplir y que rigen diversos aspectos tales como:

- Ruido,
- Energía,
- Residuos,
- Calidad del aire,
- Calidad del suelo.

La empresa se clasificará, en función de las actividades comerciales de la compañía, en una de las tres categorías existentes: 'A', 'B' o 'C). Mediante el modulo del Decreto de Actividades en línea (Activiteitenbesluit Internet Module, AIM) se puede determinar qué categoría le corresponde a su empresa.

Categoría A: No debe efectuarse ninguna notificación de gestión ambiental, opera sin permiso ambiental.

- Esta categoría indica que su empresa no tiene ningún impacto o no afecta al medio ambiente.
- La empresa sólo tiene que cumplir con las normas del Decreto de Actividades.
- La empresa no tiene la necesidad de solicitar una licencia ambiental.
- No hay necesidad de presentar una notificación de medio ambiente.

Categoría B: Debe realizarse una notificación de gestión ambiental.

- Esta categoría indica que el impacto ambiental de la empresa es considerable.
- En este caso, la empresa entra en el marco del Decreto Actividades.
- La autoridad municipal debe ser notificada de sus actividades comerciales.
- La empresa debe presentar una notificación cuando se constituye, modifica y se encuentra en expansión.

Categoría C: Debe obtenerse un permiso de medio ambiente.

- Esta categoría indica que el impacto ambiental de la empresa es intensiva.
- La autoridad municipal o provincial debe otorgar a la empresa una licencia ambiental.
- En casos excepcionales, el Ministro de Infraestructura y Medio Ambiente o el Ministro de Economía, Agricultura e Innovación (EL&I) tiene que conceder el permiso.
- Es necesario obtener el permiso todo-en-uno para los aspectos físicos (omgevingsvergunning). Para obtener más información acerca de este permiso puede visitar la siguiente página web: <http://www.answersforbusiness.nl/product/permits/Omgevingsvergunning>
- Hay que tener en cuenta que en caso de que su compañía de negocios u operaciones de cambios no están de acuerdo con el permiso todo-en-uno para los aspectos físicos, debe solicitar la modificación del permiso.

4.3 Obtención de Capital

La obtención de capital es uno de los grandes problemas a los que se enfrenta cualquier empresario a la hora de desarrollar su actividad productiva. En el caso de empresarios ecuatorianos en estos momentos las mejores posibilidades de financiación están en el Ecuador.

Sugerimos contactar con las Cámaras de Comercio Locales, Gobierno ecuatoriano y con la Embajada del Ecuador en los Países bajos para informarse sobre las ayudas disponibles para la exportación.

Aquí hemos incluido a continuación algunos enlaces interesantes:

- <http://www.mcpec.gob.ec/>
- <http://www.cfn.fin.ec/>

- <https://www.bnf.fin.ec/>
- <http://www.bancoestado.com/>
- <http://www.lacamaradequito.com/>
- <http://www.lacamara.org/>
- <http://www.camaracuenca.org/>

4.4 Búsqueda del socio de negocios o distribuidor adecuado

Los canales de distribución holandeses son complejos. Siempre hay que buscar el socio o distribuidor adecuado.

Recomendamos que desde el Ecuador se empiece contactando con la Embajada del Ecuador en los Países Bajos y también alguna de las compañías consultoras especializadas que pueden ofrecer servicios de búsqueda y selección de socio de negocio y/o distribuidor. También puede ser interesante visitar las siguientes páginas web:

- <http://www.companeo.nl/>
- <http://www.evd.nl>

5. La Logística Holandesa

Debido a su ubicación e infraestructura bien desarrollada y su gran oferta de servicios de transporte, los Países Bajos se consideran la mejor puerta de entrada para ingresar en el mercado europeo. Muchas empresas internacionales y nacionales se benefician de los múltiples medios de transporte que los Países Bajos ofrecen a fin de ingresar en otros mercados europeos.

5.1 Datos claves

Infraestructura Holandesa Datos claves (5)	
Carreteras	135.470 km de carreteras, de los cuales 2.360 km son autopistas.
Ferrocarriles	2.809 km, de los cuales más de dos tercios es eléctrico
Viaductos	5.046 km, de los cuales más del 75% son canales. 6.215 km (navegables por barcos de 50 toneladas) (2007)
Gasoductos y oleoductos	Alrededor de 18.000 km. 3.816 km de gas, 365km de petróleo y 716 km de productos refinados (2008)
Puertos marítimos	Existen 15 puertos marítimos en los Países Bajos, con conexiones regulares internacionales. Los puertos marítimos importantes son Rotterdam y Ámsterdam
Aeropuertos	Hay cuatro aeropuertos internacionales: el aeropuerto de Ámsterdam Schiphol, el aeropuerto de Rotterdam, el aeropuerto de Eindhoven, y el aeropuerto de Maastricht Aachen, y existe una red de pequeños aeropuertos privados.
Carga aérea	Existen más de 70 empresas de transporte aéreo al servicio de Europa y del mundo.
Compañías aéreas que operan con Holanda	Más de 28; las principales incluyen KLM, American, Continental, Delta.
Transportistas por carretera	Existen alrededor de 12.000, de los cuales 500 prestan servicios de logística

⁵Fuente: www.HIDC.nl.

5.2 Métodos de Transporte

5.2.1 Transporte aéreo

El Aeropuerto Schiphol de Ámsterdam es conocido internacionalmente por transporte de carga y pasajeros. En el año 2009, ha ganado un 14 por ciento de cuota de mercado y 1,2 millones de toneladas de carga fueron transportados desde y hacia Schiphol, lo que lo sitúa como el tercer aeropuerto más grande de Europa respecto a la carga individual y en la posición 17 de los aeropuertos de carga más grandes de todo el mundo.



El aeropuerto tiene una ubicación ideal y se puede llegar en aproximadamente tres horas de vuelo desde todos los puntos de Europa conectándose con 284 destinos en todo el mundo. También es uno de los aeropuertos más accesibles de Europa, con conexiones a través de modernas carreteras, ferrocarriles y por aire. En el año 2011 la línea de alta velocidad (HSL), que tiene parada en Schiphol, así como el centro de Ámsterdam, reducirá el tiempo de viaje a otros centros europeos como Bruselas, París, Fráncfort y Múnich.

Muchas empresas se encuentran en la zona del aeropuerto, debido principalmente a la frecuencia de los vuelos de los aeropuertos, la excelente red de conexiones y la accesibilidad. Esto convierte a la zona del aeropuerto como un lugar privilegiado para las empresas, las que se posicionan en un perfecto lugar para hacer negocios en toda Europa.

- El mercado más importante para el aeropuerto de Schiphol es Asia, el 45% del volumen total de carga aérea se transporta desde y hacia esta región.
- La segunda región más importante es América del Norte, con una participación del 16% del volumen de carga aérea total.

Los Países Bajos poseen además del aeropuerto Schiphol, varios aeropuertos regionales. Maastricht Aachen Airport es el segundo centro con mayor carga; 82,00 toneladas de carga en 2009. Este aeropuerto ha logrado, en la difícil coyuntura económica, establecer nuevos servicios de carga con el Lejano Oriente y América del Sur.

5.2.2 Transporte por conductos (oleoductos, gasoductos)

El transporte por conductos se realiza en silencio pero la mayoría de los habitantes de los Países Bajos saben de su existencia. Alrededor del 40% del volumen total de transporte se bombea bajo tierra en forma de gases y líquidos. La industria química y muchas compañías petroleras internacionales hacen uso de la infraestructura de tuberías holandesa y consideran a los Países Bajos como un centro logístico para la conexión con Europa. Estas empresas transportan el crudo de petróleo y productos químicos desde los puertos holandeses a diversos destinos en Bélgica y Alemania.

- El 75% de todo el volumen transportado se realiza a través de tuberías; en caso en que el agua potable, aguas residuales y el gas estén incluidos en el cálculo;
- El tonelaje de carga (transporte internacional): 100 millones de toneladas por año se transporta por conductos, lo que ha permitido mejorar las condiciones sanitarias y su vez aumentar considerablemente la esperanza de vida;
- El transporte por conductos es fiable y rentable gracias a los conocimientos técnicos y la innovación;
- Los niveles en continuo crecimiento de movilidad de personas y mercancías imponen mayores exigencias sobre el uso de transporte por conductos.

Hay muchas ventajas de este tipo de transporte y la empresa holandesa / belga BIG (Pipeline Industry Guild) tiene como objetivo crear un sistema de transporte subterráneo en los Países Bajos con conexiones a otros países para carga general en el año 2025.

5.2.3 Transporte ferroviario

Aunque el transporte por carretera sigue siendo el modo de transporte más popular en Europa, en la última década la demanda de transporte ferroviario de mercancías ha crecido enormemente. La red ferroviaria holandesa es moderna, está bien comunicada y ofrece excelentes conexiones con las principales regiones económicas del interior de Europa. Debido a que las compañías buscan modos alternativos de transporte para evitar el tráfico y los costos del transporte por carretera y los gobiernos estimulan el uso del ferrocarril, cada vez se realizan más inversiones con la finalidad de ampliar y mejorar la infraestructura ferroviaria, lo que hace más atractivo que muchas rutas de transporte.

Una de las principales ventajas del transporte por ferrocarril es que no hay congestión, por lo que es un modo muy fiable de transporte. El transporte ferroviario de mercancías es a su vez muy seguro y respetuoso del medio ambiente. El ferrocarril es especialmente el medio adecuado para el transporte de grandes volúmenes, tanto húmedo como seco, y es menos susceptible de ser afectado por las fluctuaciones de los costos del combustible.

En 2008, el 15% del total del transporte de mercancías en Europa se llevó a cabo por medio del ferrocarril y todavía puede seguir creciendo. En Holanda, el volumen de toneladas transportadas por ferrocarril (nacional e internacional) se duplicó durante los últimos diez años alcanzando un volumen de 45,5 millones de toneladas. En particular, es alto el crecimiento del transporte ferroviario de mercancías desde los Países Bajos a Europa oriental, ya que muchos clientes se basan en estos países. También hay varias conexiones directas por agua. Los Países Bajos son uno de los principales países de la UE en lo que se refiere a la introducción de la competencia en el transporte ferroviario. Los usuarios del transporte ferroviario en los Países Bajos tienen la opción entre catorce empresas que compiten para brindarles servicios de transporte ferroviario de mercancías, servicios de puerta a puerta y servicios de entrega de tracción contenedores.

Desde el puerto de Rotterdam, salen numerosos trenes de carga a diario hacia los principales centros industriales de Europa, a los que se puede llegar en 24 horas. Además, en junio de 2007, comenzó a funcionar un nuevo ferrocarril dedicado al transporte de mercancías, la línea de Betuwe, ofreciendo conexiones ininterrumpidas y mucho más rápidas de las que existían hasta el momento. La línea de Betuwe proporciona un acceso directo a la red ferroviaria transeuropea de transporte de mercancías y se extiende desde los puertos de Rotterdam y Ámsterdam directamente

hasta la frontera alemana. Los pronósticos muestran que los volúmenes holandeses de transporte ferroviario se elevarán a 78-110 millón de toneladas en el período de 2020-2040.

5.2.4 Transporte por carretera

El transporte por carretera es un modo de transporte rápido y flexible, ofreciendo servicios de puerta a puerta a prácticamente todos los destinos. El transporte por carretera representa el 84% del transporte de mercancías dentro de los Países Bajos, el 32% de todo el transporte internacional de mercancías y el 22% del transporte entre Rotterdam y destinos en el interior y puntos de origen. Casi el 43% de todos los bienes en Europa se transportan por carretera, y alrededor del ocho por ciento del total de transporte por carretera transfronteriza de mercancías en la Unión Europea (UE) se lleva a cabo por las empresas de transporte holandesas.

Los Países Bajos tienen una amplia, moderna y bien mantenida red de carreteras y autopistas que se integra perfectamente en a las europeas. Amplios servicios son ofrecidos por alrededor de 12.000 empresas de transporte que van desde muy pequeñas, transportes de un solo camión, a operaciones de grandes empresas internacionales. La industria del transporte holandés tiene una excelente reputación, y gracias a la libre competencia y la mínima intervención del gobierno, las empresas holandesas de transporte ofrecen la mejor relación calidad-precio para el transporte y los servicios de distribución en Europa.

Los Países Bajos han mantenido su liderazgo en el transporte por carretera (FTL –envío de camión completo- y LTL-envío inferior al camión completo). Las tarifas de transporte hacia y desde los Países Bajos suelen ser más bajas que en los demás países estudiados, convirtiendo a las industrias de transporte holandesas (entrada a Holanda por vía aérea, marítima, y a través de barcas por canales; y de salida de Holanda por carretera) más atractivas para los clientes.

La congestión de las carreteras es y seguirá siendo percibida como un problema de los países de Europa occidental en general, especialmente en las zonas portuarias. El área de Rotterdam fue uno de los primeros puertos afectados por esto, pero también parece estar a la vanguardia en la búsqueda de soluciones a este problema. Rotterdam fue el primer puerto de Europa que ha dedicado una conexión ferroviaria con el interior (Betuwelijn). Rotterdam es también muy activa en el establecimiento de puntos de transferencia de contenedores hacia el interior.

5.2.5 Transporte por vías navegables internas

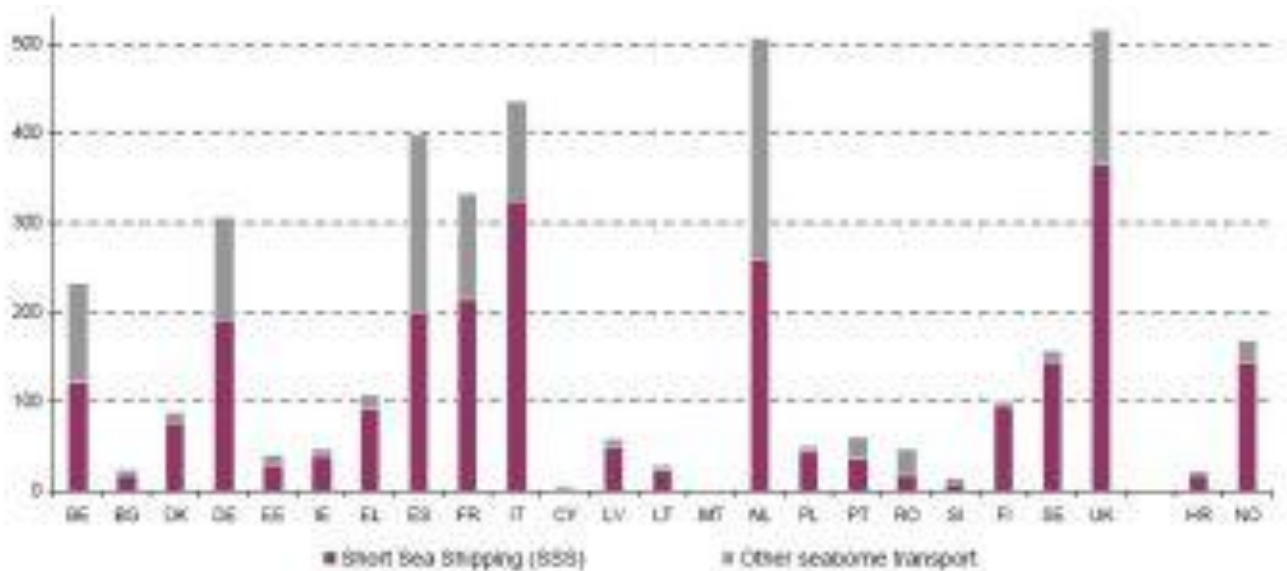
La navegación interior, o transporte con barcazas, se está convirtiendo en un modo cada vez más popular de transporte en Europa. El transporte fluvial es compatible con el cuidado del medio ambiente, fiable y rentable. Los Países Bajos tienen una excelente infraestructura física para el transporte de agua y tiene la mayor participación accionaria en el mercado de navegación interna en Europa. La red de la Unión Europea de vías navegables por ríos y canales se extiende en más de 35.000 kilómetros y conecta populares destinos industriales, como por ejemplo de los Países Bajos, Bélgica, Alemania, Francia, Luxemburgo, Austria y Suiza.

Como consecuencia de la congestión del tráfico, el aumento de los precios del petróleo, las políticas gubernamentales dirigidas a la reducción de emisiones de CO₂ y la modernización de la industria, la navegación interior está siendo cada vez más popular en Europa. Aunque el transporte fluvial es generalmente más lento que el transporte por carretera, la amplia capacidad en el agua evita congestión y hace al transporte más confiable. La tecnología moderna y técnicas de planificación, junto con la creciente red de terminales intermodales, hacen que la navegación interior sea un componente ideal de un sistema integrado de transporte. Otra de las ventajas competitivas de la navegación interior es la capacidad de ofrecer a bajo costo un amortiguamiento para el almacenamiento de existencias, “buffer stock storage”, combinado con la entrega a tiempo.

Aproximadamente el 10% de la red europea de vías se encuentra en los Países Bajos. El Rin, el Mosa y el Waal son ríos que ofrecen conexiones ideales entre el puerto de Rotterdam y el interior. Como generalmente son necesarios múltiples modos de transporte (de agua y carreteras) para llegar al destino final, el acceso a una terminal de transbordo hacia el interior es esencial para la eficiencia de la navegación fluvial. El acceso directo a una terminal interior reduce la necesidad de utilizar el transporte por carretera y minimiza el costo total de transporte. Hay aproximadamente 3.500 zonas industriales en los Países Bajos, de las cuales alrededor de 250 (7%) tienen acceso directo a una terminal interior. A causa de que el número de terminales interiores de los Países Bajos sigue creciendo, la red de transporte por vías navegables es cada vez más densa y la navegación interior se torna cada vez más atractiva para el transporte en distancias cortas.

5.2.6 Transporte marítimo de distancias cortas

Los Países Bajos es el número uno de los países de Europa de transporte marítimo en largas distancias y también el punto de mayor tránsito de transporte de corta y larga distancias. Una publicación efectuada por EUROSTAT, oficina de servicios de estadísticas de la UE, revela que los tres países de mayor importancia en cuanto al transporte marítimo de cortas distancias en términos de volumen fueron los Países Bajos, el Reino Unido e Italia.



El transporte marítimo de cortas distancias (SSS - Short Sea Shipping) es un importante modo de transporte en Europa, debido a que es eficiente y económico. En 2007, SSS representó el 61% del transporte marítimo total de mercancías en Europa, un total de 1,9 millones de toneladas de carga. En 2007, unas 291,2 millones de toneladas fueron transbordadas en los puertos holandeses desde y hacia destinos de corta distancia. Aproximadamente el 60% de este volumen fue carga líquida (petróleo y productos derivados del petróleo). Las 291,2 millones toneladas transporte de corta distancia representan el 54% del total de transbordo en los puertos holandeses.

5.3 El Puerto de Rotterdam

-CAMBIAR INGRESO BANANO AMBERES-AMSTERDAM

-PQ A AMBERES – PQ CAMBIAR ROTTERDAM – TIEMPO/DINERO

-RIO RHINE – INGRESAN POR ROTTERDAM – SALE MAS ECONOMICA/RAPIDA A CENTRO Y EUROPA ORIENTAL

Rotterdam es uno de los principales puertos de Europa y una ciudad que actúa como centro interno de más de 360 millones de consumidores dentro de un radio de 500 kilómetros, y aproximadamente 500 millones de consumidores en Europa. Desde Rotterdam se puede ingresar a Europa a través de cinco modos competitivos de medios de transporte: carretera, ferrocarril, transporte fluvial, transporte marítimo y por conductos. Debido a su ubicación se puede llegar en menos de 24 horas a todas las industrias y centros económicos importantes de Europa Occidental.

Rotterdam se encuentra estratégicamente situada en el Mar del Norte. Se puede acceder al puerto sin restricciones 24 horas al día, siete días a la semana. Los buques siempre pueden ingresar y salir del puerto con seguridad y sin la molestia de esclusas, y con el apoyo de los mejores proveedores de servicios náuticos.

Una de las principales ventajas de Rotterdam es su ubicación en la desembocadura de los ríos Rin y el Mosa. Consecuentemente, es posible transportar mercadería de forma eficiente y económica a través de embarcaciones hasta el corazón de Europa. La ruta Betuwe es la nueva línea de 160 kilómetros de largo que une a Rotterdam directamente con Alemania. Los buques cargueros y los de corta distancia conectan Rotterdam con más de 200 puertos europeos: Reino Unido e Irlanda, Escandinavia, la Península Ibérica y desde los Estados bálticos a Rusia, a menudo con varios servicios al día. Los destinos en el Mediterráneo, el Mar Negro, Norte de África y las Islas Canarias también son fácilmente accesibles, normalmente efectuando varias salidas al día. Los buques cargueros y los de corta distancia se están formando en una alternativa a las carreteras transitadas de Europa cada vez más importante para el transporte de mercancías. Rotterdam tiene conexiones directas con los principales centros industriales en otros lugares del noroeste de Europa. Los conductos son un modo ideal de transporte para los productos químicos, petróleo crudo y sus derivados. Sin embargo, los camiones siguen siendo indispensables, sobre todo cuando se trata de cortas distancias y de entrega puerta a puerta.

En el Puerto de Rotterdam, los servicios de transporte marítimo de corta distancia se agrupan alrededor de la zona Waalhaven / Eemhaven, y están cerca del mercado europeo. Aquí, los transportistas, los corredores de buques y los agentes de transportación pueden elegir entre varias terminales especializadas para contenedores, cada uno con sus propias fuerzas (a pesar de la flexibilidad y la fiabilidad siempre encabezan la lista). Los buques son rápidamente cargados y descargados, y los contenedores pueden ser presentados para su transporte hasta poco antes de la salida.

Además, debido a la concentración de muchos servicios regulares en un solo lugar, es fácil de cambiar el destino. La gran escala de los servicios también supone un ahorro considerable en costos. A diferencia de los puertos vecinos, el servicio continúa las 24 horas del día, 7 días a la semana.

Como regla general, el transporte marítimo de corta distancia es un componente del servicio de puerta a puerta en Europa. Los clientes tienen un punto de contacto único para todo el recorrido. Con respecto al transporte interior de Europa, Rotterdam ofrece tres modalidades competitivas, de las cuales el ferrocarril se está convirtiendo cada vez en la más atractiva. Desde 2007, el puerto ha sido el punto de partida y el punto final de la ruta Betuwe, una línea de carga de 160 kilómetros entre Rotterdam y Alemania, con una conexión directa a la extensa red ferroviaria europea, que llega al Centro y Sur de Europa (Italia). El puerto natural también ofrece acceso directo a la red de carreteras europeas, y hay un gran número de transportistas especializados que ofrecen sus servicios en los alrededores de Rotterdam. Debido a la ubicación de Rotterdam -directamente en las bocas de los ríos Rin y Mosa-, la navegación interior también puede ofrecer una opción atractiva alternativa para la carga de corta distancia. Grandes barcas pueden garantizar un transporte fiable, rentable y respetuoso del medio ambiente en el interior de Europa.

A raíz de que son cada vez más productos los que se envían a través de este puerto y más las empresas que quieren establecer su negocio en esta área, el puerto actual se está quedando sin espacio. Se espera que para alrededor del 2012-2014 ya no haya ningún espacio grande libre. Por lo tanto, la expansión del puerto es fundamental y desde el año 2008 se ha comenzado con la construcción de un nuevo puerto llamado Maasvlakte 2. Esta será una extensión directa del puerto existente y estará conectado a todo el interior de Europa.

5.3.1 Hechos clave y cifras

- En el 2010, el movimiento de mercancías en el puerto de Rotterdam alcanzó los 430 millones de toneladas. Esto es un 11,1% más que en el 2009 y un 2,1% más que el año anterior récord de 2008.
- El aumento de las importaciones en un 12% alcanzaron los 306 millones de toneladas, mientras las exportaciones aumentaron un 9%, llegando a 124 millones de toneladas.
- El transporte de gran tonelaje se incrementó en un 11%, del mismo modo que los contenedores / carga fraccionada.

- El flujo del carbón se redujo en casi un 2 por ciento, mientras los agroalimentarios se mantuvieron estables.
- Otro tipo de cargas que mostraron un incremento: hierro y desechos de hierro (71%), mercadería seca (22%), petróleo crudo (4%), productos minerales derivados del petróleo (7%), otras mercaderías líquidas (8%), contenedores (12%), roll on / roll off (5%) y otro tipo de carga general (16%).

Carga seca a granel

- La producción total de mercadería de carga seca aumentó casi un 28% alcanzando las 85 millones de toneladas.
- El flujo del carbón cayó un 1,7%, llegó a 24 millones de toneladas.
- El consumo del vapor de carbón disminuyó debido a una disminución de la demanda de energía como consecuencia de la recesión económica y los precios bajos del gas natural.
- Además, las existencias acumuladas en 2009 fueron golpeadas. Alrededor del 40% de las importaciones de carbón en Rotterdam, aumentó en paralelo con la creciente tendencia en la producción de acero.

(Volúmenes) Líquidos a granel

- El volumen de producción de líquidos a granel aumentó casi un 6%, alcanzando las 209 millones de toneladas.
- Las importaciones del petróleo crudo aumentaron un 4%, llegando a 100 millones de toneladas el nivel de 2008.
- La demanda de productos derivados del petróleo en el oeste de Europa se vio afectada por la crisis y dio lugar al cierre o reducción de la producción de las refinerías menos eficientes en el norte de Francia y el norte de Alemania.
- Esto fue en beneficio de las refinerías más grandes y más flexibles en Rotterdam. Como resultado, fueron capaces de mantener una buena posición en la competencia cada vez más global.
- Las importaciones de productos derivados del petróleo aumentó en un 1% a casi 43 millones de toneladas, las exportaciones en un 15% a poco más de 34 millones de toneladas. En total, una producción récord de 77 millones de toneladas (+7%) fueron (otra vez) alcanzados. Este sector ha crecido enormemente desde hace unos diez años. En el primer trimestre de 2009, en particular, el almacenamiento se redujo debido a la subida de los precios (efecto contagió) y la recuperación de la economía.

Contenedores y carga fraccionada (suelta)

- El manejo de contenedores ha mejorado en casi un 12% en comparación con el año pasado y en una cifra de 112 millones de toneladas, fue una vez más la categoría de carga más importante de Rotterdam.
- El crecimiento en TEU (unidades equivalentes veinte pies) volvió a la "normalidad" los aumentos de este año (Rotterdam es también una terminal de contenedores vacíos): hasta un 14%, a 11,1 millones de TEU.
- Rotterdam ha ampliado aún más su posición en la ruta comercial más grande cuantitativamente entre Europa y Asia.

5.4 El Puerto de Ámsterdam

El Puerto de Ámsterdam, también podría ser considerado como uno de los principales centros internacionales del mundo. Debido a su ubicación central y estratégica en Europa, el puerto es de fácil acceso y asegura una excelente comunicación con todos los principales mercados europeos. El Puerto de Ámsterdam es parte del gobierno local y opera, administra y desarrolla toda la zona portuaria.

Estadísticas Generales del 2009

- Región del área portuaria: 4.500 hectáreas
- Zona portuaria de Ámsterdam: 2.600 hectáreas
- Ingresos: 125 millones
- Inversión anual: 40-50 millones
- Empleo del Área del Canal del Mar del Norte (directos e indirectos): 60.453
- Número de empresas en la zona portuaria: 2.000
- Rendimiento de la región: 86,7 millones de toneladas
- Valor Añadido a la industria marítima en 2007: 6.4 billones

Ventajas náuticas

- Ubicación central en Europa
- Puerto de poca marea
- Tiempo de entrada breve desde el Mar del Norte
- Menos de dos horas y medias de tiempo de tránsito por el Canal del Mar del Norte, incluidos los bloqueos del mar en IJmuiden.

Los puntos focales

- Centro logístico internacional
- Accesibilidad
- Valor de empleo
- Puerto innovador
- Sostenibilidad
- Transporte intermodal

Otros hechos

- El puerto de Ámsterdam es el número uno del mundo de cacao
- Ámsterdam ha combinado el “aeropuerto-puerto” más grande en Europa.

Como se mencionó anteriormente el Puerto de Ámsterdam es el cuarto puerto más grande de Europa por lo que es una intersección importante de la logística internacional. Ofrece una gama extremadamente amplia de las instalaciones e intereses comerciales dirigidas a un transporte eficiente y de procesamiento de la carga general, gráneles y contenedores entrantes y salientes.

6. El “Comercio Justo”

6.1 ¿Qué es el “Comercio Justo” (Fair Trade)?

El Comercio Justo es una aproximación alternativa al comercio convencional y se basa en una alianza entre productores y consumidores. El Comercio Justo ofrece a los productores un mejor trato y mejores términos de intercambio. Esto les da la oportunidad de mejorar su vida y planificar su futuro. Este tipo de comercio ofrece a los consumidores una forma eficaz de reducir la pobreza a través de sus tiendas, todos los días.

Los productores pueden llevar la marca de Comercio Justo en sus productos una vez se hayan cumplido los estándares del Comercio Justo. Estos estándares están diseñados para abordar el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, mercados inestables y las injusticias del comercio convencional

Hay dos tipos distintos de estándares, que reconocen los distintos tipos de productores en desventaja:

- Un conjunto de normas se aplica a los pequeños productores que están trabajando juntos en cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática.
- El otro grupo se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizar la salud y normas de seguridad y proporcionar una vivienda adecuada en su caso.

Las normas de Comercio Justo también alcanzan las cuestiones referidas al cambio. La mayoría de productos tienen un precio de Comercio Justo, que es la cantidad mínima que debe pagarse a los productores. Este precio tiene como objetivo garantizar que estos productores puedan cubrir sus costos de producción sostenible. Los compradores deben pagar un precio de mercado más alto que el mínimo de Comercio Justo.

6.2 Los productos del Comercio Justo

Los productos comerciales más comunes son:

- **Bananas:** En la industria bananera, la producción, las ganancias y el poder están muy concentrados. Solo cinco corporaciones controlan alrededor del 80% del mercado mundial de importación de bananos.
- **Cacao:** El cacao se produce, comercializa y consume en grandes cantidades en todo el mundo. Aunque la mayor parte del consumo de cacao se consume en el mundo desarrollado, el cacao se cultiva en las regiones tropicales del mundo en desarrollo. Más de 30 países en desarrollo producen cacao, lo que mantiene a más de 14 millones de personas.
- **El café:** El café es un gran negocio y sigue siendo uno de los productos primarios más valiosos en el comercio mundial. Sin embargo, para muchos de los 25 millones de productores de café del mundo, el café es un cultivo de trabajo intenso pero que con frecuencia el rendimiento financiero es muy bajo.
- **Algodón:** Se estima que 100 millones de hogares están involucrados en la producción de algodón en 70 países de todo el mundo. Los principales países productores de algodón son los Estados Unidos, China, India, Uzbekistán y la región de África Occidental y Central.
- **Flores:** Los Países Bajos controla la mitad de la producción de flores del mundo. Los países desarrollados controlan la mayor parte de la tecnología y conocimientos especializados pertinentes.
- **Fruta fresca:** la expansión de la producción de fruta fresca ofrece oportunidades para crear empleo, aumentar los ingresos de los hogares y generar ingresos en divisas mediante las exportaciones.
- **Oro:** alrededor del 50% de la demanda mundial de oro es para joyería. Alrededor de unos 137.500 millones de dólares fueron gastados en joyas de oro en el 2010, por lo que es una de las mayores categorías del mundo de bienes de consumo.
- **Miel:** En los EE.UU. y Europa, un gran porcentaje de la miel importada es producida por los apicultores pobres en los países en desarrollo de América Latina y Asia.
- **Jugos:** Muchos productores de jugo tienen grandes dificultades ya que los precios han caído significativamente en los últimos años.
- **Arroz:** El arroz es el alimento más consumido en el mundo, 397 millones de toneladas métricas se producen y se consumen cada año.
- **Azúcar:** El azúcar es uno de los productos más importantes del mundo, se produce y consume en todo el mundo. Hay 135 millones de toneladas de azúcar producidas cada año por millones de granjas y plantaciones en 127 países de todo el mundo. Para muchos países es una de las más importantes fuentes del ingreso nacional.

- **Té:** El té es un producto con diversos grados y tipos que van desde tés del mercado de masas utilizadas en las bolsitas de té de hojas especiales de alta calidad y tés orgánicos. Los precios del mercado varían ampliamente, no sólo en función del grado y tipo, sino también en función de los métodos de producción y el origen geográfico.
- **Vino:** El vino ha sido social y culturalmente importante para la sociedad humana durante miles de años.

Las siguientes organizaciones son algunas de los más grandes involucradas con el Comercio Justo:

- La “Fairtrade Labelling Organizations Internacional”, también conocida como FLO se creó en 1997 y es una asociación de tres redes de productores y veinte iniciativas de etiquetado. Estas iniciativas promueven y comercializan la marca de certificación de comercio justo en sus países-
- La Organización Mundial de Comercio Justo, IFAT. Esta organización se creó en 1989, por el comercio justo las cooperativas de productores y asociaciones. Se puso en marcha la marca registrada para identificar FTO, organizaciones de comercio justo.
- La Red Europea de Tiendas del Mundo es una red que agrupa a 15 asociaciones nacionales del mundo compras en 13 países de toda Europa.
- La Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) es una red europea de organizaciones de comercio alternativo. Las importaciones de productos de la AELC de unos 400 grupos de productores económicamente desfavorecidos de África, Asia y América Latina.

6.3 El Comercio Justo en los Países Bajos

Los Países Bajos tienen uno de los mercados más maduros de Comercio Justo en todo el mundo, con un gran número de organizaciones de la importación, una red muy densa y bien desarrollada de Tiendas del Mundo y una de las organizaciones más grandes de Europa, para el etiquetado. Como tal, ha servido a menudo como un modelo para los demás. En los años setenta, el comercio justo original (o más correctamente, su predecesor SOS Wereldhandel) ayudó a crear organizaciones de Comercio Justo en los países vecinos y en los años noventa la Fundación Max Havelaar se convirtió en el modelo seguido por las iniciativas de etiquetado de todo el mundo.

La fundación Max Havelaar, la base de funcionamiento de la Marca de Certificación de Comercio Justo en los Países Bajos, ha sido la primera organización en

el etiquetado de comercio justo en el mundo. Desde sus comienzos en 1988, ha desempeñado un papel pionero en la dirección de Comercio Justo además de haber abierto el mercado para los productos de Comercio Justo. En julio de 2007, la organización se enorgulleció en anunciar que el algodón de comercio justo estaba siendo utilizado en la producción de los billetes de 10 euros por el Banco Nacional holandés, Bank 128, a una cantidad estimada de 31 toneladas utilizadas para este propósito. Este fue el primer paso de una campaña más amplia para lanzar el algodón de comercio justo planificada para 2008.

6.4 Productos de comercio justo en el mercado holandés:

La cantidad de productos certificados FLO en los Países Bajos ha aumentado en 2009. Se han vendido más de un 40 por ciento de productos de Comercio Justo. El grupo de productos de Comercio Justo en los Países Bajos son los siguientes:

- **Café:** el precio promedio de la mezcla de Arábica en 2009 fue de 0.135 dólares por libra. Desde abril de 2009 el precio mínimo de Max Havelaar se incrementó debido a que el precio subió en diciembre de 2008. Las organizaciones de pequeños agricultores habían obtenido un beneficio adicional de € 1,2 millones por la venta de aproximadamente tres millones de kilos de café en el mercado holandés. Esto se debe una tasa de cambio del dólar mejor y una tasa de beneficio más alto.
- **Frutas:** el 2009 fue un año de caída de precios en lo que respecta al sector de la fruta de comercio justo. A pesar de que la venta de banano ha aumentado ligeramente, las ventas de las otras frutas se redujeron en un 20%. La razón principal para la disminución de este sector es la gran diferencia de precio entre los productos de comercio justo y el regular. Esto resultó en una reducción en la compra de fruta de Comercio Justo en los supermercados. De acuerdo con la Organización Holandesa de Productores de Fruta, la fruta de comercio justo (excepto los plátanos) es considerada como nuevos productos para los supermercados y es por eso que la fruta no tiene una posición fuerte en éstos. El aumento de los jugos de frutas fue notable, alrededor de un 18%.

En la siguiente tabla se puede ver un resumen de las ventas en kgs. en los Países Bajos:

Las ventas en Kilos *		
Productos	2008	2009
Café	3.091.268	2.977.892

Cacao / chocolate	806.888	2.136.885
Plátanos	4.633.629	4.761.289
Jugos de frutas	1.377.057	1.621.177
Otras frutas	1.254.264	956.252
Miel	87.118	100.768
Galletas, etc.	71.449	82.958
Nueces	12.308	23.126
Aceitunas / aceite de oliva	0	4.383
Arroz	203.840	288.075
Azúcar	94.294	221.869
Té	76.691	131.636
Vino	689.334	744.629
Helado	392.949	624.745
Total de los alimentos	12791089	14675684

7. ¿Por qué hacer negocios en o a través de Holanda?

1. Mercado de prueba real para Europa

Con más de 16 millones de habitantes de un poder adquisitivo alto, los Países Bajos es un país pequeño en comparación con sus vecinos europeos. Sin embargo, debido a su tamaño y manejabilidad unidos a que es además muy diverso e internacional las empresas extranjeras tienden a utilizarlo como mercado de prueba de la Unión Europea (UE) donde sondear y poner a prueba sus productos antes de intentarlo con el resto de los países.

2. Orientación internacional

- Debido a su ubicación en Europa, las empresas holandesas realizan una gran cantidad de negocios con países como Alemania y Francia, las grandes economías de Europa. *Las empresas extranjeras, especialmente las empresas del Reino Unido y de los EEUU, a menudo entran en los Países Bajos primero, y luego usan esas redes y como un “trampolín” para saltar a estos últimos mercados más grandes.*
- Los Países Bajos tienen una gran experiencia como importadores, agentes de ventas y distribuidores con gran experiencia en el comercio internacional.
- La fuerza laboral de los países bajos está muy motivada y a menudo es multilingüe con un alto nivel en el uso de la lengua inglesa. Es una fuerza laboral muy bien educada con vocación internacional. En una encuesta sobre si "las habilidades del lingüísticas de los empleados se adecuan a las necesidades de las empresas", los Países Bajos ocuparon el puesto 4º (2008) y también Holanda sale clasificada con un 5º por la flexibilidad y adaptabilidad de su fuerza laboral para adaptarse a nuevos desafíos (2009).

3. Líder mundial en una gran variedad de industrias.

- Los Países Bajos es un líder mundial en una serie de sectores de actividad:
 - Tecnologías del Medio Ambiente.

- Ciencias de la Vida y Biotecnología
 - Tecnología de la Información y Comunicaciones
 - Energía
 - Logística Avanzada / Infraestructura
 - Semillas, bulbos y plantas jóvenes – Agricultura.
 - Los Países Bajos son un líder en I + D en el sector de Información y Comunicación (TIC). Muchos avances importantes han sido realizados por los ingenieros holandeses, en particular, Bluetooth y WiFi.
- Las empresas holandesas continúan innovando y desarrollando nuevas soluciones científicas y tecnológicas, especialmente en áreas como la seguridad alimentaria, el consumo de energía y la protección del medio ambiente.

4. Los Países Bajos son la Puerta de Entrada para Europa.

- Son el centro logístico y de distribución de mercancías para Europa. Se ofrecen servicios logísticos de alto valor añadido: almacenaje, control de calidad, mantenimiento y reparaciones, actividades de ensamblaje, facturación, y servicios de control y gestión de pagos sofisticados.
- Su infraestructura de transporte de primera clase y sus redes de distribución hacen de los Países Bajos un punto de partida ideal para llegar a clientes en Europa.
- Un tercio de la población de la Unión Europea (360 millones de personas) se encuentra dentro de un radio de 500 kilómetros desde el puerto de Rotterdam que el tercer puerto más grande del mundo.
- La mayoría de las mercancías enviadas desde los Estados Unidos a Europa por mar llegan a Europa a través del puerto de Rotterdam. Pudiendo alcanzar cualquier mercado europeo en 24h.
- Casi el 22% de las mercancías de la UE transportadas por carretera pasa por los Países Bajos.

- El aeropuerto de Schiphol en Ámsterdam fue calificado por viajeros de negocios el mejor de Europa. Se sitúa en el 4º puesto mundial en cuanto al número de pasajeros y 3º en cuanto a mercancías.
- Los mayores mercados de exportación de los EEUU en Europa en el 2007 fueron:
 - Los Países Bajos con 53.000 millones de dólares.
 - El Reino Unido con 45.000 millones de dólares.
 - Alemania con 41.000 millones de dólares.
 - Francia con 25.300 millones de dólares.

5. Ambiente de negocios estable y seguro, y un régimen fiscal ventajoso.

- El medio ambiente político en los Países Bajos es estable.
- Políticas proactivas del gobierno, a partir gobernabilidad y la poca corrupción crean un entorno estable donde las empresas extranjeras son capaces de realizar negocios de manera segura.
- Los Países Bajos cuentan con un régimen de fiscalidad estable, predecible y favorable para las inversiones extranjeras en el sector financiero, tanto a nivel corporativo e individual.
- Holanda también cuenta con una gran cantidad de tratados para evitar la doble imposición con muchos países y también tratados especiales con sus antiguas colonias en el Caribe: Aruba, Curaçao y Bonaire. Estos tratados junto con el marco fiscal tan ventajoso para las empresas extranjeras hacen de Holanda:
 - Un lugar ideal para el establecimiento de los cuarteles generales para Europa de muchas empresas extranjeras.
 - Un centro mundial para operaciones financieras internacionales que involucren jurisdicciones diversas.

8. Los productos ecuatorianos con mayores perspectivas de futuro en Holanda y Europa

- En general los productos agroalimenticios y forestales en el Ecuador son de una excelente calidad y un sabor exquisito en caso de los comestibles. Hay un gran potencial en el aumento de las exportaciones de las materias primas agroalimenticias y forestales.
 - Se debería diversificar mercados y productos.
 - Gran potencial para exportar más variedades de flores, no sólo rosas.
 - Frutas tropicales (banana, mango, piña, maracuyá, naranjilla, uvilla, chirimoya, babaco, tomate de árbol,...)

El principal producto de producción es el banano. Ecuador es el primer exportador en el mundo de esta fruta.

- Productos del mar, en especial atún, camarones y tilapia (acuicultura)
- Café y sus elaborados.
- Cacao, principalmente la variedad “arriba” reconocido mundialmente por su calidad. Ecuador es el primer país productor de este cacao fino de aroma. Una importante industria chocolatera se ha desarrollado alrededor del cacao y los chocolates arriba -origen Ecuador- empiezan a tener renombre en el mundo
- Brócoli, espárragos y alcachofas.
- Té.
- Palmito.
- Yuca.
- Arroz.
- Azúcar morena. Azúcar refinada.
- Panela: edulcorante natural sin calorías.
- Quínoa.
- Maderas tropicales.
- Tagua, el marfil vegetal.
- Bambú y laminados de bambú.
- Aceite de palma. Se destina principalmente a la elaboración de aceites y grasas comestibles y solamente desde hace pocos años es comercializada para la producción de biodiesel. Ecuador cuenta con el laboratorio más sofisticado de análisis de América Latina.
- Toquilla, y productos fabricados con ella como los Sombreros.

- Plantas medicinales, productos medicinales, aceites esenciales y productos cosméticos basados en éstas. Productos homeopáticos.
 - Hierbas aromáticas utilizadas como condimentos.
 - Miel del Ecuador.
 - Vino del Ecuador.
 - Agua mineral de Vilcabamba.
 - Un paso lógico es también exportar productos elaborados en base a estas materias primas: semi-elaborados de cacao y el chocolate, pulpas de fruta, concentrados de fruta, banana chips y otros productos con valor agregado en base a frutas y café.
- Productos etiquetados como “Comercio Justo” – *Fair Trade*

La responsabilidad social de los consumidores holandeses es realmente alta y tiene un gran futuro pero incluso aquí el factor precio es determinante. Unos pocos productos como el café han tenido éxito hasta ahora en esta categoría. Pero tienen que ser promocionados otros y se debe de compartir y aplicar la experiencia adquirida para implementar las mejores prácticas a lo largo de toda la cadena de valor para mejorar los procesos de producción y comercialización.

- También hay que buscar en opciones un poco fuera de los habituales hasta ahora.
 - Textiles: Lanas.
 - Joyería. Especialmente con toques artesanales e inspiraciones tradicionales.
 - Moda.
 - Cerámicas y artesanías. Especialmente productos artesanales que pueden obtener la etiqueta de comercio justo y desarrollo sostenible.
 - Productos para la decoración y mobiliario para el hogar.
 - Turismo. En este sector Ecuador tiene mucho que ofrecer: cuatro regiones totalmente diferenciadas pero muy próximas entre sí. Las playas del Pacífico pueden competir las mediterráneas. La Sierra es más impresionante que los Alpes. Y la selva virgen amazónica de la cual Europa carece. El punto de venta único para Ecuador es que estás tres regiones tan diferenciadas y distintas están muy cerca entre sí. Otro aspecto a considerar es que los ecuatorianos son gente amable por naturaleza y los índices de criminalidad son bajos. Es un país seguro para viajar lo cual lo hace único comparado con otros países latinoamericanos mucho más violentos. Los holandeses valoran mucho la libertad

individual y Ecuador puede ofrecérsela. Ecuador puede tener una oferta turística con calidad y variedad.

- Turismo ecológico. Por ejemplo, senderismo en parques nacionales y observación de aves.
- Turismo de aventura: rutas en los Andes, descenso de los rápidos de los ríos (rafting), campamentos en la selva amazónica...
- Turismo cultural. Rutas culturales por las ciudades de Ecuador, la ruta del cacao...
- Turismo geriátrico. Estancias en balnearios de lujos, tratamientos con medicinas y hierbas medicinales tradicionales. Aguas minerales medicinales como las de Vilcabamba.
- Turismo médico. Tratamientos médicos y cirugías más baratos que en Holanda y con las mismas garantías que en Holanda. Balnearios con tratamientos de rejuvenecimiento basados en medicinas y remedios tradicionales.
- Casas y propiedades para retirados holandeses que quieran sacar el máximo provecho a su pensión y trasladen su residencia permanente a Ecuador. Para poder desarrollar este sector habrá que desarrollar una infraestructura de atención médica paralela de primera calidad.
- Materiales de construcción y aislantes ligeros basados en rocas volcánicas como por ejemplo ingredientes para cementos ligeros.
- Tratado y procesamiento de desechos industriales.
- Software.
- Externalización (outsourcing) de trabajos y tareas e incluso proyectos enteros que se pueden realizar hoy en día en remoto gracias a internet en áreas como arquitectura, ingeniería, diseño gráfico, diseño industrial, “call centers” en español...
- Metalmecánica.
- Certificados MDL (Mecanismo de Desarrollo Limpio). La idea principal del

Mecanismo de Desarrollo Limpio es:

- Los países industrializados - a través del Estado mismo o de la empresa privada - invierten en proyectos ubicados en países en desarrollo, que reducen las emisiones de gases invernadero.
- Los países en desarrollo - a través del Estado o de la empresa privada - también podrán ejecutar tales proyectos en forma independiente.
- Realizar estos proyectos no sólo contribuye a la modernización de un sector específico, sino también aporta una contribución positiva a la protección del clima global.

- El país industrializado inversionista podrá también deducir de sus obligaciones de Kioto las reducciones logradas en el país contraparte en desarrollo.
- A su vez, el país en desarrollo puede vender los certificados de reducción directamente a países industrializados.

9. Características específicas del mercado holandés a ser consideradas por empresas ecuatorianas

1. Es un mercado maduro donde se compite mucho en precio y calidad. Es posible encontrar productos a un precio razonable y de muy buena calidad. Es un mercado donde entran productos de todos los países del mundo por lo que la rivalidad es muy grande y se buscan buenos productos a un precio competitivo y con fiabilidad en los tiempos de entrega.
2. Un mercado consolidado donde unos pocos grandes distribuidores controlan todo el mercado. Es un mercado dominado por grandes compañías en régimen oligopolio.
3. Gran desarrollo de la publicidad y la venta a través de internet. La tradicional cadena de distribución se está acortando.
4. Un mercado donde la publicidad y la presentación del producto: el envase, el desarrollo de marca, juegan un papel crucial.
5. El mercado holandés está regulado por las directivas de la Unión Europea lo cual debido a las altas exigencias y cierta complejidad también dificultan la entrada de las compañías extranjeras. Se busca fiabilidad y responsabilidad: por ejemplo, hay estrictas regulaciones técnicas y certificaciones en cuanto a la seguridad del uso y consumo de los productos. Se exigen también responsabilidades post-venta: ¿qué pasa si ocurre un accidente durante la utilización o consumo de producto?
6. Es posible introducir nuevos productos que podrían ser interesantes para el consumidor holandés pero hay que invertir en desarrollar el nuevo mercado. Hay que tener en cuenta las variables demográficas como: edad, educación, ocupación, composición del hogar y renta a la hora de determinar quién es nuestro mercado. También hay que tener en cuenta que el país tiene cuatro estaciones anuales muy marcadas.
7. El consumidor holandés busca seguridad y es conservador por lo que aprecia la continuidad del producto y la marca en el mercado. También es un consumidor exigente y ahorrador que busca siempre la mejor oferta. Hay que desarrollar la confianza en el producto. Pero una vez que se consigue es un consumidor leal y con el que se puede contar.

10. Dificultades de las empresas ecuatorianas para entrar en el mercado holandés

1. *Cumplir con la complejidad de la burocracia y normativa de la Unión Europea y Holanda en materias de comercio e importación de productos.*

Las especificaciones técnicas y de fabricación/elaboración de los productos están muy reguladas. También hay exigencias fito-sanitarias para los productos agrícolas.

2. *Cumplir con la complejidad de los canales de distribución.*

Carácter oligopólico de grandes partes del mercado hacen difícil la entrada de compañías extrajeras. Obtener información de mercado es costoso. Los viajes y participación en ferias demandan inversiones altas. Además hay mucha competencia de países que por unas razones u otras pueden ofrecer los productos a menores precios. Sobre todo el primer paso: conseguir el primer comprador es muy difícil.

3. *Cumplir con las exigencias de los consumidores.*

- Calidad del producto
- Precio competitivo
- Fiabilidad y servicio post-venta
- Aspecto/diseño y presentación del producto
- Empaquetado y envase del producto.
- Creación de mercado: publicidad y marca.

El mercado holandés está saturado de ofertas de productos muy buenos, el nivel de competencia es muy alto, muchas veces los productos ecuatorianos no llegan a esos niveles, o no son de mucho interés en este mercado.

El consumidor holandés es conservador y fiel por lo cual el hecho de que no haya una línea continua de desarrollo de los productos ecuatorianos en Holanda dificulta la venta. Ejemplo: A veces hay bananas: “made in Ecuador” y a veces no. A veces hay chocolates, hechos con chocolate ecuatoriano y a veces no.

Muchas veces las presentación o/y publicidad de los productos tal vez sean las apropiadas para el Ecuador pero no para el mercado holandés. Hay que tener en

cuenta los gustos y preferencias de los consumidores que aquí pueden ser diferentes.

4. *Las diferentes prácticas de negocio, las diferencias culturales y de idioma. Estas diferencias pueden ser barreras menos tangibles pero no por eso menos reales.*
 - El idioma. Se pueden hacer negocios en Holanda sin hablar holandés pero un buen nivel de inglés es imprescindible.
5. *Falta de conocimiento de cómo se comporta el mercado holandés:* todos los aspectos anteriores (normativas holandesa y de la Unión Europea, canales de distribución e importadores y los consumidores). Esta falta de conocimiento complica la entrada de las empresas ecuatorianas al mercado holandés.
6. *La distancia y los gastos de transporte tan elevados para transportar los productos desde Ecuador a Holanda.*
7. *Los productos y servicios ecuatorianos tienen actualmente poco desarrollada su presencia en internet.*
8. *La financiación.*

Un problema concreto en la exportación es disponer del capital necesario para las operaciones.

Plazos de pago de 90 días no son nada extraño cuando los distribuidores importadores compran productos en Holanda y esto puede suponer un problema para las empresas exportadoras.

Las PYMES necesitan hacer grandes inversiones para ponerse al día en todos los aspectos mencionados en los puntos anteriores.

En Ecuador no existen instrumentos financieros adecuados que los exportadores puedan utilizar para sus exportaciones. Los bancos pueden prestar dinero pero a tasas de interés demasiado altas y con condiciones de pago inadecuadas.

9. *Falta de conocimiento sobre el Ecuador y sus productos y la carencia de una imagen del país.*

Los productos ecuatorianos son desconocidos para el consumidor holandés. En Holanda existe la expresión “el granjero no se come lo que no conoce”. Así que será de la máxima importancia familiarizar al consumidor holandés con los productos ecuatorianos y el país.

La calidad de productos ecuatorianos es casi desconocida.

10. Percepción de Ecuador y de toda América Latina

La percepción del holandés medio es que toda Latinoamérica es inestable políticamente y no fiable para los negocios. Esto puede ser una barrera a la hora de hacer negocios con empresas ecuatorianas directamente.

11. Recomendaciones para las empresas ecuatorianas para entrar en el mercado holandés

1. Preparación

- Capacitación del personal en todos los ámbitos incluyendo especialmente el conocimiento de la lengua inglesa.
- Introducir sistemas de calidad como filosofía empresarial.
- Elaboración de un estudio de mercado en la cual quede claro qué productos ecuatorianos serían rentables en el mercado holandés, qué nichos podrían explotarse, qué características debería tener un producto en concreto para tener éxito en el mercado holandés...

2. *A partir de la investigación realizada en el punto anterior: establecer objetivos claros, planear en fases y definir estrategias en función de los objetivos.*

- Formular objetivos a largo plazo, no esperar un éxito inmediato a corto plazo.
- Empezar con un nicho de mercado: ¿a qué segmento poblacional está dirigido nuestro producto? ¿Quiénes serán nuestros clientes? Este nicho de mercado estará definido en función de los objetivos planteados.

3. *Tener en cuenta las peculiaridades del consumidor holandés y la cultura holandesa. Así como los requerimientos de la normativa holandesa y europea.*

- Entender el comportamiento del consumidor holandés y sus preferencias.
- Innovación: Crear algo diferente porque el nivel de competición en el mercado holandés es grande.
- Información: Proporcionar toda la información que los clientes puedan necesitar: el contenido nutricional, beneficios para la salud, amigable con el medio ambiente, las comunidades locales en el país de origen... Comprobar que el etiquetado se ajusta a la normativa europea y holandesa.
- Calidad y compromiso serio: cumplir con las promesas y expectativas en cuanto a características del producto.
- Los nuevos productos deberían tener una calidad superior para competir con los productos existentes. Esta calidad extra podría ser: sabor, elaboración artesanal, sostenibilidad...
- Presentación atractiva del producto para el mercado holandés.

- Productos con garantía.
 - Comprobar que el producto cumple con todas las normativas tanto europeas como holandesa y obtener todas las posibles certificaciones que pudiera requerir.
 - Buen producto a buen precio y con un buen servicio.
4. *Definir claramente en función de la investigación realizada las estrategias de promoción del producto, y hacer un plan de promoción, publicidad y venta para los productos. Las empresas ecuatorianas muchas veces olvidan que no basta con tener un buen producto. Los productos no se venden solos y hay que saber venderlo y promocionarlo de manera independiente o quizá la ayuda de alguna empresa de consultoría y/o publicidad que pueda ayudar con el mercado holandés.*
 5. *No es solamente el producto, si no la idea que el producto transmite y su imagen lo que determina si un producto tiene éxito o no. Hay que crear y contar una historia detrás del producto. En el caso de Ecuador hay varios conceptos que son clave para contar: sostenibilidad, comercio justo, comunidades indígenas/locales que producen el producto, responsabilidad corporativa y respeto al medio ambiente. Todos estos conceptos añaden un valor añadido al producto.*
 6. *Campañas de marketing online.*
 7. *Considerar que Holanda contiene muchas nacionalidades así que etiquetar no solo en holandés sino también en inglés.*
 8. *Asistir a las ferias comerciales apropiadas que se celebran anualmente en Holanda.*
 9. *Conocer los canales de distribución holandeses específicos para el producto y conocer quiénes son nuestros competidores. Así podremos afinar toda nuestra planificación y estrategia.*
 - Seleccionar desde el principio un socio fiable para temas de logística.

No es conveniente centrarse solamente en las ventas inmediatas a través de un importador en Holanda.

- Es mucho más estratégico para el crecimiento de las ventas la búsqueda de un socio en Holanda para crear una alianza estratégica en el medio-largo plazo. Considerar la posibilidad de crear una sociedad conjunta “joint venture”.
- Otra opción es la de contratar un agente comercial en Holanda que se encargue de vender el producto y pueda representar a la empresa

directamente en el mercado holandés. Este agente también puede asesorar a las empresas ecuatorianas en muchos aspectos.

10. *Conocer y ser consciente la diferente cultura empresarial y manera de hacer negocios en Holanda. Haciendo énfasis en:*

- La puntualidad con los plazos de entrega
- Consistencia en la calidad del producto vendido según lo acordado.
- Es importante negociar desde el principio las expectativas en cuanto al volumen del producto que se va a entregar y la frecuencia de entrega.

11. *Considerar diferentes formas de pago (tarjeta de crédito, tarjetas de débito y transferencias bancarias). Especialmente para ventas por internet considerar la posibilidad de incorporar el sistema holandés IDEAL de pago con tarjeta de débito.*

12. *Acceder a los programas de apoyo existentes a nivel nacional e internacionales para definir proyectos con ellos.*

13. *Hacerse miembro de los gremios, cámaras de comercio y asociaciones empresariales para obtener el conocimiento e informaciones necesarias para empezar el proceso exportador.*

- Para poder también defender conjuntamente los intereses comunes.
- Para poder acceder a los servicios e información disponible a través del gobierno ecuatoriano de una manera más eficiente.
- Mandar delegaciones conjuntas para asistir a ferias comerciales y promocionar los productos.

14. *Contratar los servicios de alguna compañía consultora local especializada que pueda asesorar y asistir en cualquiera de los aspectos que necesitemos: desde un estudio de mercado a la estrategia de penetración en el mercado holandés pasando por las normativas a tener en cuenta, asesoramiento legal, búsqueda de socios y/o importadores, representación comercial, etc.*

12. Plan de Acción y Recomendaciones

Teniendo en cuenta las dificultades encontradas por las empresas ecuatorianas para entrar en los Países Bajos se sugiere:

1. *Estudio de mercado del sector del cacao en Holanda.*

Aspectos a considerar:

- Estudio de los canales de distribución y venta holandeses.
- Normativa del sector y de la UE para el cacao y sus derivados, y para la importación de cacao del Ecuador.
- Estudio de la situación actual y perspectivas de futuro del cacao ecuatoriano determinando qué derivados del cacao tendrían más perspectivas de futuro.
- Posibilidades con la etiqueta “Comercio Justo”.
- Recomendaciones para los exportadores ecuatorianos.
- Posibilidades de financiación para el exportador pequeño y mediano.
- Creación de una Base de Datos de importadores y de empresas relacionadas con el sector.
- Facilitar la disponibilidad del informe en las diferentes cámaras de comercio del Ecuador y a nivel ministerial.

2. *Estudio de mercado del sector de las flores en Holanda.*

Aspectos a considerar:

- Estudio de los canales de distribución y venta holandeses.
- Normativa del sector y de la UE para las flores y para la importación de flores del Ecuador.
- Estudio de la situación actual y perspectivas de futuro de la flor ecuatoriana determinando qué flores son actualmente exportadas y nuevas especies con perspectivas de futuro.
- Posibilidades con la etiqueta “Comercio Justo”.
- Recomendaciones para los exportadores ecuatorianos.
- Posibilidades de financiación para el exportador pequeño y mediano.
- Creación de una Base de Datos de importadores y de empresas relacionadas con el sector.
- Facilitar la disponibilidad del informe en las diferentes Cámaras de Comercio del Ecuador y a nivel ministerial.

3. *Estudio de mercado del sector de las frutas y sus derivados en Holanda.*

Aspectos a considerar:

- Estudio de los canales de distribución y venta holandeses.
- Normativa del sector y de la UE para las frutas y para la importación de flores del Ecuador.
- Estudio de la situación actual y perspectivas de futuro de la fruta ecuatoriana determinando qué frutas son actualmente exportadas y nuevas especies con perspectivas de futuro. Además, los productos derivados de la fruta.
- Posibilidades con la etiqueta “Comercio Justo”.
- Recomendaciones para los exportadores ecuatorianos.
- Posibilidades de financiación para el exportador pequeño y mediano.
- Creación de una Base de Datos de importadores y de empresas relacionadas con el sector.
- Facilitar la disponibilidad del informe en las diferentes cámaras de comercio del Ecuador y a nivel ministerial.

4. *Estudio de mercado para el café, quínoa y panela.*

Aspectos a considerar:

- Estudio de los canales de distribución y venta holandeses.
- Normativa del sector y de la UE para las frutas y para la importación de flores del Ecuador.
- Estudio de la situación actual y perspectivas de futuro de la fruta ecuatoriana determinando qué frutas son actualmente exportadas y nuevas especies con perspectivas de futuro. Además, los productos derivados de la fruta.
- Posibilidades con la etiqueta “Comercio Justo”.
- Recomendaciones para los exportadores ecuatorianos.
- Posibilidades de financiación para el exportador pequeño y mediano.
- Creación de una Base de Datos de importadores y de empresas relacionadas con el sector.
- Facilitar la disponibilidad del informe en las diferentes cámaras de comercio del Ecuador y a nivel ministerial.

5. *Selección de las principales ferias comerciales dónde la Embajada debería/podría estar presente dando prioridad a los siguientes sectores: Flores, Frutas y alimentos, Comercio Justo y Turismo.*

Hay que tener en cuenta que la mayoría de estas ferias están orientadas a la empresa privada por lo cual en estos casos si la Embajada asiste debería de ser como facilitadora para los empresarios/importadores ecuatorianos asentados en Holanda y también de posibles empresarios ecuatorianos que quisieran venir desde el Ecuador. Para conseguir esto la Embajada debería de anunciar con antelación su presencia en la feria en las cámaras de comercio y organismos públicos ecuatorianos con invitación expresa a los empresarios para asistir a la feria acompañando a la Embajada. (Aquí quizá habrá que solventar las reticencias de posibles competidores a asistir juntos con la Embajada a la feria en lugar de hacerlo cada uno independientemente).

6. *Creación de una Base de Datos a nivel de la Embajada con: todas las Ferias Comerciales de Holanda, importadores y distribuidores holandeses de diversos productos y empresas de consultoría y servicios de negocio –incluyendo abogados. Esta Base de Datos será puesta a disposición de los empresarios ecuatorianos residentes tanto en el Ecuador como en Holanda.*

Además de las grandes ferias internacionales que se celebran anualmente en Holanda son de un gran interés los mercados al aire libre y ferias menores (www.freshevents.nl). Sería también muy interesante el crear una Base de Datos sistemática y clasificada de estos eventos para ponerlos a disposición de los pequeños empresarios ecuatorianos afincados en Holanda.

7. *La Embajada debería de prestar una especial atención a los pequeños empresarios e importadores ecuatorianos residentes en Holanda pues ellos son el puente entre el Ecuador y Holanda. Unas posibles acciones serían:*

- Programa anual de capacitación.
- Acceso a las Bases de Datos de la Embajada con ferias, contactos e información sobre posibles programas de financiación disponibles.
- Organización de una Mesa Redonda Anual de Empresarios Ecuatorianos en Holanda presidida por el Embajador para tratar la problemática de hacer negocios en Holanda y fomentar la creación de la conciencia de grupo. Además de fomentar los contactos de negocios (“networking”).

8. *Proyecto creación de “Marca Ecuador”.*

Uno de los grandes problemas detectados en la sección anterior es el gran desconocimiento existente por parte del público holandés y por el europeo en general del Ecuador y sus productos. Recomendamos encarecidamente un proyecto piloto en Holanda para crear una “Marca Ecuador” no sólo como destino turístico si no como país para hacer negocios. Este proyecto una acción concreta y muy focalizada de Relaciones Públicas con los medios de comunicación holandeses especializados para lanzar Ecuador dentro de la conciencia colectiva del público holandés. Holanda, tal y como hemos visto ya en el apartado 6 de este informe, el país de prueba ideal donde se puede desarrollar un proyecto piloto a partir del cual se podría exportar-extrapolar el concepto a otros países occidentales.

9. *Facilitar la venida de estudiantes y jóvenes ecuatorianos a Holanda.*

- Establecer un diálogo con universidades holandesas para perfilar un programa de intercambio de estudiantes entre el Ecuador y los Países Bajos.
- Establecer un diálogo con empresas holandesas de carácter internacional que pudieran traer estudiantes y jóvenes profesionales en régimen de prácticas.

10. *Acciones facilitadoras de la Embajada a nivel político que amplíen la influencia del Ecuador en los actores políticos neerlandeses, sobre todo en el nivel de toma de decisiones para el diseño de un marco legal que facilite el acceso y competencia de productos ecuatorianos en los Países Bajos y Europa.*

- Establecer diálogo político que facilite la firma de un acuerdo comercial y la inclusión del Ecuador en los programas holandeses de ayuda a países en desarrollo.
- Organizar una visita oficial de autoridades del gobierno ecuatoriano a los Países Bajos.
- Cursar invitación oficial a las autoridades del gobierno holandés para visitar el Ecuador.

11. *Fortalecer la red de contactos a alto nivel del Ecuador en el Reino de los Países Bajos con la selección de Cónsules Honorarios en Ámsterdam, Rotterdam, Curaçao y Aruba que puedan facilitar contactos con actores empresariales, gubernamentales y de la sociedad holandesa en general.*

- En el caso de los Cónsules Honorarios en Ámsterdam y Rotterdam, para fortalecer la red de contactos a alto nivel dentro de Holanda; para las funciones consulares ya existe un Consulado del Ecuador en Holanda.
- En caso de Cónsules Honorarios en Curaçao y Aruba, éstos deberán ayudar con las funciones consulares también debido a la carencia de representante consular en dichas islas, pertenecientes al Reino de los Países Bajos, que cada vez son visitadas por más ciudadanos ecuatorianos y que presentan muchas ventajas para los negocios y como puente entre las Américas y Holanda (y por extensión la EU).

12. *Por supuesto, la Embajada en su papel de intermediador entre el Ecuador y el Reino de los Países Bajos facilitará con su apoyo logístico, tiempo y buen hacer mediador – e incluso fomentará de una manera activa diferentes iniciativas privadas y misiones comerciales desde el Ecuador hacia Holanda y desde Holanda hacia el Ecuador en sectores económicos estratégicos preferenciales:*

- Flores
- Alimentos (cacao, frutas y verduras)
- Energía y especialmente las renovables
- Petróleo
- Gestión de residuos urbanos
- Infraestructuras y gestión medio ambiental (Propuesta para estudio de gestión integrada de basuras en preparación de un proyecto de conversión de Basura en Energía.)
- Transporte público
- Gestión de gobiernos locales
- Seguridad

13. *Misión de Alcaldes Ecuatorianos de la Mancomunidad de los cantones de la provincia de Imbabura a los Países Bajos.(Ver Apéndice II y Ver Apéndice III)*

- El objetivo de esta visita ver como las municipalidades gestionan sus residuos sólidos en Holanda y contactar con empresas holandesas del sector de los residuos sólidos para conseguir iniciar en Ecuador un proyecto de construcción de una planta de tratamiento de residuos sólidos que genere energía. Este proyecto debería ser financiado por las municipalidades involucradas, las empresas constructoras, el gobierno ecuatoriano y por fondos disponibles de la Unión Europea, Naciones Unidas y el gobierno holandés.

- A esta misión se podrían sumar también, además de los Alcaldes, un representante de la Confederación Ecuatoriana de Municipalidades como observador.
 - También sería conveniente invitar a representantes del Ministerio de Asuntos Económicos, Agricultura e innovación; que podrían utilizar esta misión para ayudar con el programa nacional de Gestión de Residuos. En dicho caso la agenda de la visita podría incluir ser modificada o ampliada para incluir reuniones de trabajo con el Agencia de Gestión de Residuos holandesa a nivel ministerial.
 - La misión también incluye reuniones relativas al uso de la bicicleta en la Municipalidad de Ámsterdam con el concejal de transporte e infraestructura de dicha ciudad.
 - Se podría celebrar una mesa redonda sobre el Ecuador invitando a empresarios holandeses del más alto nivel y las Cámaras de Comercio holandesas que complementaría bastante bien la visita de los Alcaldes junto con los representantes ministeriales ecuatorianos.
 - También durante la misión se establecerán contactos con las Cámaras de Comercio de Ámsterdam y Rotterdam y con los Ayuntamientos de dichas ciudades.
14. *Estudiar la posibilidad de crear una Zona Franca del Ecuador en Curaçao que facilitara la entrada de productos ecuatorianos a la EU a través de Curaçao. Curaçao podría ser el eslabón que enlazara el eje comercial del Pacífico (entre Manta/Guayaquil y Asia) con la Unión Europea a través del Canal de Panamá. Curaçao sería puerta de entrada a la EU (a través de Holanda).*
15. Organizar anualmente el “Evento Empresarial del Ecuador” orientado a empresarios holandeses y representantes del gobierno holandés. *Para que este evento sea un éxito deberá siempre contar con una representación de alto nivel del gobierno del Ecuador y del mundo empresarial ecuatoriano. El evento podría ser tipo mesa redonda y sería aprovechado para mostrar el Ecuador como lugar para hacer negocios siendo los aspectos culturales y gastronómicos. Incluso cada año el Evento Empresarial del Ecuador podría tener un tema monográfico diferente para hacerlo más efectivo.*

Fuentes y metodología

Cuando se empezó este proyecto el primer hecho que verificamos fue la ausencia de material escrito disponible sobre las relaciones comerciales entre el Ecuador y Holanda, excepto las estadísticas oficiales publicadas cada año, y mucho menos material sobre las dificultades que los empresarios ecuatorianos podrían encontrar para hacer negocios en Holanda.

Se utilizaron las siguientes fuentes:

- Portales de Internet de organizaciones públicas y privadas. También tuvimos conversaciones/entrevistas tanto telefónicas y en persona con representantes de dichas organizaciones:
 - ND – <http://www.ind.nl/EN/>
 - Aduana - <http://www.douane.nl/english/entry.html>
 - Belastingdienst (impuestos) – <http://www.belastingdienst.nl>
 - Tienda online certificada - <http://www.keurmerk.info/index.php?taal=en>
 - EVD: www.evd.nl
 - Cámara de Comercio: www.kvk.nl
 - SER:
http://www.ser.nl/en/about_the_ser/statutory_trade_organisation.aspx
 - http://ec.europa.eu/transport/inland/index_en.htm
 - <http://www.rotterdamportinfo.com/results.cfm?sbranch=acc>
 - Puerto de Rotterdam: <http://www.portofrotterdam.com>
 - Banco Central del Ecuador
 - <http://www.hidc.nl/>
- Se realizó una encuesta entre los empresarios ecuatorianos residentes en Holanda y entre empresarios y profesionales holandeses involucrados de alguna manera en el comercio entre Holanda y los Países Bajos. Se recibieron un total de 20 respuestas de esta encuesta, donde se preguntaban sobre dificultades y oportunidades para los empresarios y productos ecuatorianos en Holanda. Como culminación a esta encuesta se realizó una sesión de “lluvia de ideas” (*brainstorming*) en la Embajada del Ecuador en la Haya el 23 de noviembre del 2010, con 15 asistentes. La información obtenida ha sido utilizada en el presente informe.

Apéndice I: Zona Económica (E-Zone) –Zona Franca en Curaçao

Una Zona Económica (E-Zone) es un sitio designado como tal – en realidad es una zona franca, donde los productos pueden ser almacenados, procesados, acabados, ensamblados, envasados, expuestos y pasar la aduana, y dónde (o desde dónde) se pueden proporcionar servicios.

Estos servicios incluyen:

- Mantenimiento y reparaciones de los productos de empresas que realizan negocio fuera de las Antillas holandesas.
- Mantenimiento y reparaciones de maquinarias y otros equipos situados fuera de las Antillas holandesas con los productos almacenados en la Zona Económica (E-Zone) u otro tipo de servicio dirigido a países fuera de las Antillas Holandesas incluyendo almacenamiento y nuevas actividades comerciales.
- Actividades de apoyo al comercio y otras actividades de servicio para ser comercializados en el contexto internacional que puedan ser realizadas con (o a cuenta de) comunicación electrónica y oportunidades informativas.

Para establecer en una Zona Económica, la empresa debe cumplir con los criterios establecidos por el Departamento de Asuntos Económicos de Curaçao que es el encargado de conceder las licencias para una Zona Económica. La compañía que administra la Zona Económica proporciona soporte profesional a todas las partes que estén interesadas en establecerse en uno de los parques y en enviar una solicitud para obtener una licencia de Zona Económica.

Las facilidades fiscales para empresas de un área de Zona Económica son las siguientes:

- 0%, en la importación, exportación y los impuestos especiales
- Impuesto de sólo el 2% sobre los beneficios de exportación
- 0% de impuesto sobre las ventas (IVA)
- 0% de impuesto sobre el terreno y la propiedad

Estas tarifas son válidas hasta el 01 de enero 2026. Además no hay aranceles de importación ni impuesto sobre el volumen de ventas sobre bienes que entren la Zona Económica. Sólo en las Zonas Económicas del Aeropuerto y el Puerto está permitido el almacenar mercancías. Sólo empresas de servicios están permitidas en las otras Zona Económica.

Curaçao ofrece tres servicios completos parques empresariales:

- La Zona Económica del Aeropuerto

- La Zona Económica del Puerto
- El Parque Industrial Brievengat.

Todas son gestionadas por Curinde N.V. Industrial (Curaçao y Desarrollo del Comercio Internacional Co.).

Apéndice II: Propuesta de Estudio Integrado Para la Gestión de Residuos en Preparación de un Proyecto de Basura a Energía

Objetivo

La Agencia Española de Comercio Internacional lleva adelante conversaciones con la Embajada del Ecuador en los Países Bajos para el diseño de una estrategia integrada de gestión para el desarrollo de modelo de ejecución municipal para manejo de desechos sólidos, desarrollo de energías renovables y uso de movilidad limpia.

Alianzas Estratégicas

- Planta de tratamiento de Resíduos: AfvalVerwerkingRijnmond (AVR)
http://www.emgroup.nl/?nl_afval-verwerking-rijnmond-br-rotterdam-rozenburg,⁵⁷
Visita a la planta y reunión con el director de la planta.
- Compañía constructora de plantas de residuos: van Gansewinkel
<http://www.vangansewinkelgroep.com/> Especializados en la recogida y procesado de basuras para obtener de ellas materias primas y energía.
- Abengoa (<https://es.wikipedia.org/wiki/Abengoa>, www.abengoabioenergy.com) - Biogás en Rotterdam. Mayor planta de biogás de Europa. Abengoa es una multinacional española en el sector de las telecomunicaciones, transporte y medio ambiente. Biogás, energía solar, tratamiento de aguas y manejo de residuos industriales.
- Ayuntamiento de Rotterdam.
- Cámaras de Comercio de Rotterdam y Ámsterdam.
- Acción de relaciones públicas con prensa holandesa seleccionada. Publicación-nota de prensa del encuentro con el Alcalde.
- Ayuntamiento de Ámsterdam- Gestión de transporte urbano (bicicletas).
- Planta de producción de gas a partir de basuras (Noroeste de Holanda).
http://www.energieprojecten.nl/pr_wijster.html²
<http://www.attero.nl/body.asp>
- Acción de relaciones públicas con prensa holandesa seleccionada.