



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMARÓN
ECUATORIANO, ORGÁNICO Y PELADO, HACIA EL MERCADO FRANCÉS.

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales.

Profesor guía

Luis Torres Beltrán

Autor

Paolo Santiago Amaya Lara

Año

2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Luis Torres Beltrán

Economista

1720264462

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Paolo Santiago, Amaya Lara

171536631-4

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por su amor incondicional, su comprensión, apoyo y sacrificios en todos estos años, a todos los amigos y personas importantes que de alguna forma han sido parte de la culminación de mis estudios y esta tesis.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mi madre por su apoyo incondicional, sacrificio y tenacidad por ver a su hijo graduado. También dedico este proyecto a mi padre quien siempre ha velado por mi bienestar y educación, a mi abuelito pilar importante en mi vida, mi hermana y hermanos quienes han estado presentes para apoyarme en cualquier momento.

RESUMEN

Ecuador es uno de los principales productores de camarón, y el primer exportador hacia Francia, por lo mismo, se estima la factibilidad de ingresar el camarón orgánico en este mercado. La investigación demostró que existe demanda por parte del mercado francés, donde en los últimos años se ha incrementado la tendencia de consumo de productos orgánicos, mientras que el camarón es muy consumido por parejas de más de 50 años y solteros de entre 35 y 49 años, siendo los primeros un grupo que muestra interés por alimentos sanos y nutritivos, lo que permite al camarón orgánico posicionarse como una excelente alternativa. Entre las estrategias de marketing se plantea el manejar la diferenciación por la calidad y exclusividad que el producto conlleva, manejando una estrategia de precios de prestigio, lo que supone una mayor rentabilidad. Las estrategias de publicidad y promoción están destinadas al cliente principalmente, compuesto por los grupos de distribución del país.

ABSTRACT

Ecuador is one of the leading producers of shrimp, and the first exporter to France, therefore, we estimate the feasibility of organic shrimp enter this market. The research showed that there is a demand by the French market, where in recent years the trend has increased consumption of organic products, while shrimp is consumed by more than 50 couples and unmarried aged 35 to 49 years , being the first group showing interest in safe and nutritious food, allowing the organic shrimp itself as an excellent alternative. Among the marketing strategies driving differentiation raises the quality and exclusivity that carries the product, managing a prestige pricing strategy, which means greater profitability. The advertising and promotion strategies are primarily intended for the customer, comprising the country's distribution groups.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I: La industria del camarón en Ecuador ...	1
1.1 Zonas de producción	8
1.2 La exportación de camarón en los últimos 10 años	9
1.3 Características de la producción	13
1.4 Variedades producidas.....	17
1.5 Proceso de producción de camarón.....	20
1.6 Producción orgánica de camarón.....	26
1.6.1 Cantidades y destinos de exportación	27
1.7 Incidencia de la producción y exportación de camarón en la economía ecuatoriana	28
2. CAPÍTULO II: El mercado francés de camarón	31
2.1 Aspectos generales del país	31
2.2 Demanda de camarón en Francia	34
2.3 Producción local, variedades y características.....	36
2.3.1 Proyección de las exportaciones de Francia al resto del mundo ..	38
2.4 Importación francesa de camarón	39
2.4.1 Procedencia de las importaciones	40
2.4.2 Variedades importadas.....	42
2.5 Relación comercial entre Ecuador y Francia.....	45
2.6 Tendencia de consumo de productos orgánicos.....	47
2.6.1 Consumo de camarón orgánico.....	48
2.7 Determinación de la oferta	49
2.7.1 Oferta actual	49
2.7.2 Oferta proyectada	50
2.8 Determinación de la demanda.....	53
2.8.1 Demanda actual.....	53

2.8.2	Demanda proyectada	54
2.9	Demanda potencial insatisfecha.....	54
2.9.1	Demanda potencial insatisfecha actual	54
2.9.2	Demanda potencial insatisfecha proyectada	56
2.10	Requisitos para exportar a Francia	57
2.10.1	Requisitos para exportar desde Ecuador	57
2.10.2	Requisitos de Francia para la Importación	57
3.	CAPÍTULO III: Estrategias de marketing	59
3.1	Mercado	59
3.1.1	Perfil del cliente	59
3.1.2	Perfil del consumidor	61
3.2	Estrategias de mercado	63
3.2.1	Producto	64
3.2.2	Precio	68
3.2.3	Plaza.....	71
3.2.4	Promoción	75
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
	CONCLUSIONES.....	77
	RECOMENDACIONES.....	79
	REFERENCIAS.....	81
	ANEXOS	88
	ANEXO 1 – Regímenes aduaneros, productos orgánicos y el camarón.....	89
	ANEXO 2 – Principales productores de camarón orgánico en ecuador.....	93
	ANEXO 3 – Normas de etiquetado de la Unión Europea para exportaciones a Francia	95

ANEXO 4 – Normas de envasado para productos importados y/o comercializados en la Unión Europea	99
--	----

INTRODUCCIÓN

a. Definición del problema

- Planteamiento del problema

El camarón es uno de los productos de exportación del Ecuador, que junto al banano, café, cacao y atún forman parte de los tradicionales no petroleros del país, grupo que ha experimentado un crecimiento anual del 18.7%, 17,9% y 15.10%, en precio FOB, durante los años 2010, 2011 y 2012 respectivamente. Puntualmente las exportaciones de camarón han tenido un incremento del 27,88% para al año 2010, 38,69% para el 2011 y 8,89% para el 2012, siendo este último un año en el que se ha frenado de alguna manera el incremento en casi todos los productos tradicionales. El camarón representó el 22.93% de las exportaciones de productos tradicionales no petroleros (en precio FOB), y un 5,38% del total de las exportaciones del país en el año 2012. (Ver Anexo 5) (Banco Central del Ecuador, 2013)

Justamente el año 2011 fue de gran progreso para el camarón, ya que logró un aumento en el primer semestre de ese año del 21% respecto del mismo semestre del año 2010. (El Hoy, 2011)

En el mundo existe una gran tendencia al consumo de productos orgánicos, que se basan en procesos de agricultura y acuicultura diferentes de los tradicionales, ya que no utilizan productos químicos para el proceso de cría y cultivo, como lo define la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO, 2013).

El consumo de estos productos orgánicos está al alza en Europa, sobre todo en Alemania, Reino Unido y Francia que lideran el consumo de este tipo de productos, que entre otros motivos se debe a una cultura diferente en su alimentación, respecto a otros países de la misma Unión Europea u otros continentes. “Francia gastó 2.000

millones de euros en productos orgánicos en 2008, lo que representó un 10% de crecimiento con respecto al año anterior”. (Flores, 2009)

En Ecuador existen algunas empresas que producen camarón orgánico desde hace varios años, tal es el caso de Organic-Ecuador que lo hace por más de una década y posee una certificación *Comercio Justo*, con lo que asegura la sanidad animal con el uso de bio-fertilizantes, insumos y alimentos balanceados certificados, que garantizan un camarón 100% libre de antibióticos. (Organic-Ecuador, 2013)

Dadas las condiciones del camarón orgánico ecuatoriano, se vislumbra una excelente oportunidad de exportación hacia el mercado francés. Por lo que se plantea en la presente investigación el respectivo análisis de mercado que permita confirmar esta situación estimada, así como plantear las respectivas estrategias a tomar en consideración para el éxito de la exportación.

- Pregunta de investigación

¿Es factible la exportación de camarón ecuatoriano, orgánico y pelado, hacia el mercado francés?

- Formulación de hipótesis

Dado que Francia es un país que importa camarón ecuatoriano, y que presenta un consumo creciente de productos orgánicos, es factible la exportación de camarón orgánico producido en Ecuador a dicho mercado.

- **Objetivo General**

Identificar los elementos que demuestran la factibilidad de exportación de camarón orgánico hacia el mercado francés.

- **Objetivos Específicos**

- Analizar las características generales del camarón ecuatoriano y su industria.
- Analizar la demanda de camarón en Francia.
- Conocer cuál es la tendencia de consumo de productos orgánicos en Francia.
- Conocer los requisitos para exportar e introducir el camarón orgánico en Francia.
- Diseñar una estrategia de marketing para comercializar el camarón orgánico en Francia.

b. Marco teórico

- **Teoría de la ventaja comparativa**

La ventaja comparativa es un concepto básico que fundamenta al comercio internacional; esta teoría, que fue formulada por David Ricardo en 1817, expone como se dio el origen de las enormes ganancias que generó el libre comercio, superando las explicadas por la teoría de la ventaja absoluta. (Appleyard, 2003, pág. 29)

“Según la teoría de la ventaja comparativa, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción

de aquellos cuya ventaja sea mayor. La teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costes del trabajo entre los países.” (Enciclopedia de Economía, 2009)

La comparación está en la posibilidad de la mejor producción y comercialización de productos o servicios, la cual da una ventaja a una empresa o país sobre otros, lo que a su vez le permite un mayor nivel de transacciones.

“La ventaja competitiva de una empresa y la ventaja comparativa (o la absoluta) de un país pueden converger o hallarse en discordancia, lo cual reforzará o atenuará, respectivamente, su potencialidad.” (Smith & Ricardo, citados en Romero Ríos, 2012). La empresa o el país deben tomar plena conciencia de que actividad puede realizar para explotar o aplicar de mejor manera la ventaja comparativa, y de esta forma llegar a tener una especialización que le proporcionará una ventaja competitiva frente a los demás empresas o países sobre dicho servicio o producto.

- Comercio internacional

“Del latín commercium, el comercio es una actividad que consiste en la compra o venta de bienes para su transformación, su reventa o su utilización. Es una transacción que implica el cambio de una cosa por otra, generalmente dinero. Internacional, por su parte, es aquello perteneciente o relativo a dos o más países o que ha trascendido las fronteras de una nación.” (Definicion.de, 2013)

El comercio exterior o internacional hace referencia a la actividad de compra y venta que rebasa los límites territoriales, es decir se realiza transacciones entre países. Esta actividad no solo denota un primer beneficio que sería el poder obtener artículos, bienes o incluso servicios que no son comunes dentro de una nación, sino que también permite a las economías potenciarse al poder contar con empresas que vendan

sus productos y/o servicios a una mayor cantidad de compradores de los que pudiera encontrar en su país.

El comercio internacional es entonces una actividad económica por medio de la que se intercambian bienes o servicios por dinero, y que se basa en un beneficio mutuo: el comprador adquiere lo que requería o necesitaba, y el vendedor gana dinero por la venta del producto entregado.

Dado que el comprador obtiene lo que necesita, se cubre una necesidad de la sociedad, por lo que la transacción no solo es económica, sino que podría definirse al comercio internacional como una actividad socio-económica entre diferentes países.

“Aunque el comercio internacional siempre ha sido importante, a partir del siglo XVI empezó a adquirir mayor relevancia con la creación de los imperios coloniales Europeos, el comercio se convierte en un instrumento de política imperialista. La riqueza de un país se medía en función a la cantidad de metales preciosos que tuviera, sobre todo oro y plata. El objetivo de un imperio era conseguir cuanta más riqueza mejor al menor coste posible. Esta concepción del papel del comercio internacional, conocida como mercantilismo, predominó durante los siglos XVI y XVII.” (Blogspot Comercio Internacional, 2009)

El comercio internacional debió tener sus orígenes en la antigüedad, aunque no haya evidencia plena de ello; sin embargo, como se comenta en el Blogspot citado, su relevancia inicia en el siglo XVI en Europa. En ese entonces, época de reinos y reyes, el poder se basaba justamente en la riqueza que los países tenían.

En la actualidad el comercio internacional ha tenido grandes saltos, no solo por la globalización, sino también por acuerdos bilaterales y/o multilaterales que se han firmado entre diferentes países, con el objeto de obtener beneficios económicos y sociales bajo ciertas normas que les permitan un marco legal, logístico y de negocios adecuado a sus necesidades.

El comercio exterior trae indudablemente múltiples beneficios, algunos son los mencionados por DeGerencia (2013):

- Impulso del bienestar económico y social
- Estabilidad de los precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Menor riesgo de pérdidas económicas

Se considera que aparte de los beneficios principales del comercio internacional, también se puede contar con un mejor nivel de precios, pues no solo se estabilizan sino también tienden a bajar. Otro punto importante sería el hecho de que el comercio exterior brinda un mejor nivel de calidad de los productos y servicios.

Adicionalmente datos importantes sobre regímenes aduaneros, productos orgánicos y el camarón se adjuntan en el Anexo 1.

1. CAPÍTULO I: La industria del camarón en Ecuador

La industria del camarón tuvo sus inicios en la década de los sesenta, como lo indica Bravo (2003), en su informe sobre La Industria Camaronera en Ecuador:

“La industria camaronera se inicia en el Ecuador a finales de la década de los sesenta, cuando un grupo de capitalistas empezaron a explotar las pampas salinas o salitrales. Debido a que éste se convirtió en un negocio muy rentable, fueron tomando tierras agrícolas y manglares. En los ochenta, esta actividad creció agresivamente. En 1987 el Ecuador fue el primer exportador de camarón del mundo, pero en los noventa, comienza una baja constante.

Esta industria creció a expensas de los bosques de manglar, y apoyada por todo tipo de subsidios y créditos, pues a pesar de ser muy rentable a corto plazo, es insustentable a largo plazo.” (Bravo, 2003)

En Ecuador la actividad camaronera ha sido próspera desde sus inicios, y es así que en el año 2000 existían 152.523 hectáreas de cultivo de camarón y 2.036 cultivadores. (Marriott García, 2003)

Según el informe de Bravo (2003), el negocio del camarón se consideraba uno de los más rentables del mundo, que genera una utilidad de aproximadamente 10 veces el valor de la inversión realizada, basado en un ejemplo de que un valor de 40 USD proporcionaría 400USD de ganancia líquida, pero se aclara también que el negocio no es sustentable en el largo plazo ni ecológica ni económicamente.

Pues para realizar la construcción de piscinas de cultivo de camarones se debe quitar el manglar, por lo que en el país se han destruido muchas hectáreas de este tipo de vegetación, lo que ha causado una grave afección al ecosistema nacional, debido a la cantidad de especies que tienen como hábitat a los manglares. Este puede ser un motivo por el cual varias camaroneras son ilegales en el país, y no se han censado, o no reporten la cantidad exacta de hectáreas que cultivan.

1.1 Zonas de producción

Según información de ThinkQuest (2000), en Ecuador existen cultivos de camarón en las zonas de Esmeraldas, Golfo de Guayaquil, Manabí y El Oro; y las principales son Muisne en Esmeraldas y Cojimíes en Manabí; en este mismo informe también se mencionan como principales destinos de exportación a: Estados Unidos, que abarca más del 60% de lo exportado por el país, Unión Europea y Japón.

Se estima que Ecuador cuenta con aproximadamente 175.000 hectáreas de cultivo de camarón. (Diario Hoy, 2011) Justamente para actualizar dicha información, la Cámara Nacional de Acuicultura inició en el año 2012 un censo para registrar a todos los productores de camarón. Hasta marzo del año 2013, se registraron 1.517 acuicultores con un total de 44.360 hectáreas.

Existe una gran diferencia entre el total estimado versus las hectáreas registradas en el censo, situación que se debe principalmente a que muchos productores se encuentran en una situación irregular, posiblemente porque están arreglando su circunstancia, o porque se les caducó el acuerdo respectivo. Otro grupo, que se entiende sería menor correspondería a productores ilegales, es decir aquellos que construyeron camaroneras posteriormente al año 1.999, en zonas de playa y bahía. (Jácome citado por Andrade, 2012)

El diario El Expreso, en su edición del día 9 de enero del año 2013, publicó información que la Cámara Nacional de Acuicultura había consolidado sobre el censo de camarón, registrando en ese mes un total de 41.082 hectáreas de cultivo, cuya distribución consta en el siguiente cuadro:

Tabla 1: Áreas de cultivo de camarón en Ecuador

Provincia	Hectáreas
Guayas	25.302
Esmeraldas	5.690
El Oro	5.126
Manabí	4.830
Santa Elena	134
TOTAL	41.082

Tomado de: Censo camaronero que la Dirección Nacional de Espacios Acuáticos (2012), en El Expreso (2013)

Según el censo camaronero realizado por la Dirección Nacional de Espacios Acuáticos (DIRNEA) a partir del año 2012, del total de 41.082 hectáreas, 40.148 están en operación, ya que 517 fueron abandonadas, 409 desalojadas y 2,8 en construcción.

1.2 La exportación de camarón en los últimos 10 años

La mayor parte de la exportación de camarón según el periódico Telégrafo (2012), es para Estados Unidos y Europa con porcentajes de 36% y 50% respectivamente, lo que indica que Europa es por ahora el principal comprador de camarón ecuatoriano, a diferencia de principios del año 2000, cuando Estados Unidos ocupaba el primer lugar con más de 60% de la exportación del país.

Según el Banco Central del Ecuador (estadísticas de comercio exterior publicadas en el año 2013), las exportaciones de camarón de los últimos 10 años, se registran en dos partidas arancelarias:

Tabla 2: Totales de exportación últimos 10 años (En miles de dólares)

AÑO	SUBPARTIDA NANDINA	0306.13.91.00	SUBPARTIDA NANDINA	1605.20.00.00	TOTAL	
	TONELADAS	FOB- DOLAR	TONELADAS	FOB- DOLAR	TONELADAS	FOB- DOLAR
2012	205.337,06	1.253.815,41	1.692,19	11.322,28	207.029,25	1.265.137,69
2011	174.981,97	1.100.492,78	1.191,71	8.278,44	176.173,68	1.108.771,22
2010	103.750,34	578.925,73	814,06	5.116,34	104.564,40	584.042,07
2009	99.043,80	473.509,12	847,62	4.838,92	99.891,42	478.348,04
2008	94.333,74	501.033,16	1.099,10	7.053,89	95.432,84	508.087,05
2007	29.489,04	143.917,42	721,71	3.855,59	30.210,75	147.773,01
2006	-	-	1.448,87	6.691,94	1.448,87	6.691,94
2005	-	-	1.481,35	6.383,22	1.481,35	6.383,22
2004	-	-	1.173,21	5.969,94	1.173,21	5.969,94
2003	-	-	746,97	3.888,51	746,97	3.888,51
TOTAL:	706.935,95	4.051.693,62	11.216,79	63.399,07	718.152,74	4.115.092,69

Tomado de: Banco Central del Ecuador

La partida 0306.13.91.00 corresponde a camarón y es la partida que comenzó a utilizarse a partir del año 2007, pero en la actualidad es la única que se utiliza para manejar nomenclatura internacional de manera estándar; en cambio, la partida 1605.20.00.00 se utilizaba para registrar principalmente el camarón, pero su descripción era: “camarones, langostinos y demás decápodos”, la cual se ha ido dejando de utilizar por cuanto ha sido reemplazada.

Se observa una tendencia creciente durante 9 años, excepto en el 2009 en que se registra una baja del 6% (véase Tabla 2). Desde el año 2007 se observa un crecimiento mayor, a partir de este año se registran datos de la partida arancelaria actual: 0306.13.91.00. El año 2008 presentó un crecimiento de más del 200% respecto al 2007, debido principalmente al auge del negocio camaronero en el país; luego hay incrementos menores como 22% para el 2010 y 14% para el 2012, ya que el año 2011 también se registró un crecimiento importante: 90%.

En cuanto a cantidad de exportación, la tendencia de crecimiento es similar, el año 2008 hubo un incremento del 216%, los años 2009 y 2010 crecieron en 5%, el año 2011 tuvo un incremento del 68% y el 2012 de un 18%. Los datos muestran que el precio promedio de la tonelada fue mejor en el año 2011: \$6,293.63, seguido del precio del año 2012: \$6,110.91, y los demás años el

precio fue menor de \$6,000; por ejemplo el año 2009 se tuvo un precio aproximado de \$4,788.68, lo que incide directamente en los resultados.

En los siguientes gráficos se ilustra la situación de la información presentada:



Según información del Banco Central del Ecuador (2013), el precio de la tonelada de camarón a enero de los 3 últimos años se ha mantenido casi invariable: 2011: \$6,316, 2012: \$6,342, 2013: \$6,169.

Los destinos principales de las exportaciones de camarón en el año 2012, de la partida arancelaria 0306.13.91.00 según las mismas estadísticas fueron: Estados Unidos 40%, Unión Europea 38,49% y Asia 15,39%, en el siguiente cuadro se muestra el detalle completo:

Tabla 3: Destinos de exportaciones de camarón año 2012

PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
ESTADOS UNIDOS	77.441,18	505.446,61	40,44%
ESPAÑA	26.683,04	148.737,61	11,9%
FRANCIA	23.135,44	123.819,53	9,91%
ITALIA	20.267,10	119.384,82	9,56%
VIETNAM	17.195,18	104.983,40	8,4%
CHINA	6.644,51	42.911,68	3,44%
BELGICA	5.719,73	34.990,48	2,8%
COREA (SUR), REPUBLICA DE	4.223,07	27.040,86	2,17%
REINO UNIDO	2.638,53	19.056,64	1,53%
CHILE	2.656,87	18.178,76	1,46%
JAPON	1.859,57	16.531,23	1,33%
EGIPTO	2.820,21	16.520,27	1,33%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	2.710,75	15.800,41	1,27%
COLOMBIA	3.774,81	11.472,01	0,92%
ALEMANIA	922,08	7.572,69	0,61%
GUATEMALA	737,40	4.881,10	0,4%
CANADA	704,88	4.554,43	0,37%
RUSIA	515,09	3.796,91	0,31%
GRECIA	648,16	3.732,66	0,3%
PORTUGAL	455,40	2.593,73	0,21%
ARGENTINA	340,85	2.371,64	0,19%
EMIRATOS ARABES UNIDOS	424,10	2.268,71	0,19%
SUDAFRICA, REP. DE	382,37	2.169,53	0,18%
DINAMARCA	254,28	1.764,83	0,15%
URUGUAY	187,59	1.504,02	0,13%
POLONIA	200,64	1.397,11	0,12%
MARRUECOS	184,24	1.039,30	0,09%
ANTILLAS HOLANDESAS	68,88	788,83	0,07%
ALBANIA	127,68	685,16	0,06%
COSTA RICA	72,35	578,24	0,05%
TAIWAN (FORMOSA)	81,77	510,37	0,05%
LITUANIA	80,14	394,98	0,04%
PARAGUAY	42,66	389,95	0,04%
LIBANO	59,48	361,71	0,03%
CHIPRE	60,00	321,32	0,03%
SINGAPUR	43,02	232,19	0,02%
SUECIA	11,85	204,36	0,02%
IRLANDA (EIRE)	32,18	178,71	0,02%
VENEZUELA	24,06	165,12	0,02%
BENIN	24,00	135,36	0,02%
PUERTO RICO	18,99	131,86	0,02%
PANAMA	13,04	91,83	0,01%
NIGERIA	15,00	87,56	0,01%
AUSTRIA	13,56	83,25	0,01%
INDONESIA	18,03	55,63	0,01%
BOLIVIA	5,12	46,42	0,01%
HONG KONG	0,05	0,41	0,01%
SURINAM	0,26	0,18	0,01%
	204.539,00	1.249.964,18	100

Tomado de: Banco Central del Ecuador

1.3 Características de la producción

A continuación se muestran algunas consideraciones que se explican en el documento “La industria Camaronera en el Ecuador” realizado por la autora Bravo (2013):

Camaroneras:

Para construir una piscina de cultivo de camarón es necesario primero talar todo el manglar de la zona, luego de lo cual será necesario aplicar biocidas para eliminar toda otra especie de vida que no sea la de cría, ya que podría haber dificultad en el proceso del crecimiento si la piscina no es ocupada exclusivamente por el camarón. El agua para las piscinas puede ser tomada de esteros cercanos, o se pueden construir puertas que permitan el acceso controlado del medio donde está el estanque; esta segunda opción puede producir problemas de impacto ambiental a la actividad.

Una vez que las piscinas tienen agua, se añaden fertilizantes, antibióticos y otros químicos que permitirán el éxito en la actividad acuífera; y entre 5 mil a 50 mil larvas por hectárea, situación que depende de la intensidad con la que se realiza el cultivo. Aparte de la tala de manglar, el uso intensivo de químicos para el proceso de cultivo de camarón hace que el suelo se salinice y por tanto en unos años ya no será utilizable ni para la propia actividad, ni para otras, se podría decir que aproximadamente el 60% de las camaroneras construidas han sido abandonadas debido a esta situación. Así mismo, las tierras aledañas a una camaronera se salinizan, debido al uso de químicos, y se vuelven inútiles en pocos años.

Otra situación que se presenta debido al impacto de tala del manglar, es que poco a poco se afecta el medio ambiente del mismo camarón y han comenzado a escasear las larvas, razón por la cual se ha tomado como medida alternativa la creación de laboratorios de larvas, donde se toman las hembras ovadas y por medio de shock eléctricos se las hace desovar, luego de lo que mueren dichas hembras.

Otro impacto adicional, se refiere a la necesidad de cambiar el agua constantemente para un adecuado cultivo de camarón, el problema ocurre ya que el agua con químicos es arrojada o transferida a ríos, esteros o sitios aledaños, lo cual también contamina dicha fuente de agua, sobre todo para las especies vivas que contiene.

Condiciones laborales:

La mano de obra que requieren las camaroneras, generalmente es temporal, y bajo condiciones fuertes de trabajo, ya que en las épocas que se requiere a los trabajadores deben laborar por jornadas de 12 o más horas, y en condiciones laborales inadecuadas, sobre todo si no se toma en consideración que los químicos usados en la industria también pueden afectar al ser humano.

Los larveros, que deben trabajar en las épocas de reproducción, muchas veces deben acampar con sus familias en los sitios aledaños, en condiciones muy básicas, para ubicar hembras ovadas, que serán llevadas con cuidado a los laboratorios.

Enfermedades:

Todo cultivo está expuesto a enfermedades o plagas que afectan su normal desarrollo. En el caso del camarón, una de las primeras enfermedades que afectó tanto a piscinas como a laboratorios fue del género *Vibrio*, que está relacionado con la bacteria que produce el cólera, y que puede sobrevivir en ambientes salinos y salobres. Para el tratamiento de esta bacteria se usó antibióticos cada vez más fuertes hasta llegar al cloranfenicol, que fue prohibido en Ecuador a partir del año 2002.

Otras enfermedades virales que han ido detectándose incluyen el Síndrome de la Gaviota y de Taura, la Mancha Blanca y la Cabeza Amarilla. Para evitar la afección del camarón por estas y otras enfermedades, existieron iniciativas de investigación para desarrollar variedades genéticamente modificadas del crustáceo, a las que no les afecten dichos virus, lo que cesó con la prohibición

constitucional de los transgénicos. Sin embargo, es importante resaltar que muchas de estas enfermedades se presentan por las condiciones de cultivo del camarón, sobre todo en cuanto al uso intensivo de químicos, tóxicos y antibióticos.

Al haber talado el manglar, se agrava la situación del ecosistema y del ciclo del camarón, ya que dicha vegetación funciona muchas veces como un filtro natural para mitigar el impacto de los tóxicos. También se debe destacar la contaminación de las aguas de los ríos aledaños a las camaroneras, que traen aguas contaminadas por la propia industria del camarón.

Por último, es válido mencionar que la tala del manglar afecta a aproximadamente otras 256 especies de seres vivos que se benefician de éste, entre las que se encuentran 14 de camarón.

Tipos de cultivo:

Por otro lado, Marriott García (2003) indica que existen 3 tipos de cultivo. A continuación se presenta un resumen:

Cultivo Extensivo:

- Está asociado a la capacidad de carga natural que tiene un estanque.
- Densidades de siembra entre 3 y 5 mil juveniles por metro cuadrado.
- Renovación de agua es por diferencia de pleamares, lo que hace casi nulo el bombeo y la alimentación suplementaria.
- Propio de regiones en donde no existe capital, y el recurso humano no tiene especialización técnica.
- Piscinas son grandes, entre 20 y 100 hectáreas.
- Construcción de piscinas utilizando sistema de contención de represa, generalmente elaborada con técnicas manuales, en un curso de agua natural o canal, dando lugar a la formación de una piscina.

- Baja incidencia de enfermedades.
- Costos administrativos y financieros relativamente bajos, por lo que se torna como un negocio atractivo.

Cultivo Semi-extensivo:

- Es más utilizado en Latinoamérica
- Densidad de siembra mayor a la natural: de 25.000 a 200.000 juveniles/hectárea.
- Piscinas de tamaño entre 5 y 15 hectáreas, con dimensiones más regulares y profundidades más uniformes, que permiten un mayor control sobre la siembra de crustáceos.
- Costos de operación y administrativos altos, deben financiar: mayor densidad, más alimentación, mano de obra, controles de producción, combustibles para bombeo de agua.
- Renovación de agua entre 10 y 30% al día, con sistema de bombeo y aireación.
- Estanques especiales para pre-cría en donde se colocan a los juveniles, sean silvestres o de laboratorio, hasta que alcanzan la resistencia necesaria para poder ser sembrados en densidades menores en piscinas de cría.
- Dependencia de la tecnología está en función de la mayor densidad del sistema, pues la oportunidad que la cosecha falle por enfermedades, alimentación insuficiente, o estrés de las especies sembradas aumenta con la cantidad de camarones por hectárea.

Cultivo Intensivo:

- Tasas de producción extremadamente alta: entre 5.000 y 10.000 kg/ha/año.
- Mayor aportación de capital operativo, equipamiento, mano de obra especializada, alimentación, nutrientes, químicos y antibióticos.
- Piscinas de tamaño entre 0,01 y 5 hectáreas.

- Densidad de siembra mayor: hasta 200.000 juveniles/hectárea.
- Cultivo del camarón por fases: de 1 hasta 5 fases.
- De acuerdo a la longitud y peso de los especímenes se siembran mayores cantidades en los primeros estadios y menores cantidades a medida que crece el camarón.
- Sistemas mecánicos de aireación y de circulación del bombeo para recambio del agua.
- Uso exclusivo de alimentación balanceada.
- Dependencia de laboratorios de larvas para asegurar una siembra sana y libre de enfermedades.

En el siguiente cuadro se resume la información más importante de los 3 sistemas:

Tabla 4: Comparación de los tres principales tipos de producción de camarón

Características	Extensivo	Semi-extensivo	Intensivo
Tamaño de piscina	1 -100 ha	5-25 ha	0.01 - 5 ha
Manejo	atención mínima	continuo, hábil	continuo, hábil
Forma de piscina	irregular	más regular	cuadrado o rectangular
Densidad siembra (por ha)	5.000- 30.000	25.000 - 200.000	200.000 +
Tasa de recambio de agua (por día)	5 -10% (mareas)	10-20% (bomba)	30% (bomba)
Profundidad agua (m)	0.4-1.0	0.7-1.5	1.5-2.0
Alimentación al camarón	organismos ocurren con flujo de agua natural (a veces suplementado con fertilización orgánica)	alimentación del camarón aumenta con organismos que ocurren naturalmente	principalmente alimento formulado (menos del 5% de alimento por presencia natural)
Tasa de supervivencia	60%	60-80%	80-90%
Cosechas por año	1-2	2-3	2.5-3
Demanda de energía (hp ha)	0-2	2-5	15-20
Mano de obra (persona ha)	0,15	0.10-0.25	0.5-1
Problemas enfermedades	mínimos	usualmente no es	pueden ser serios
Costos de producción (por kg)	US\$1-3	US\$ 3 - 5	US\$5 -7
Costo de construcción (por ha)	bajo	US\$ 15.000-25.000	US\$25.000-100.000
Rendimiento (ka ha año)	50 - 500	500 - 5.000	5.000- 10.000

Fuente: Fast 1992; Maur and Roberts 1982; Lumbegis and Friffin 1992.

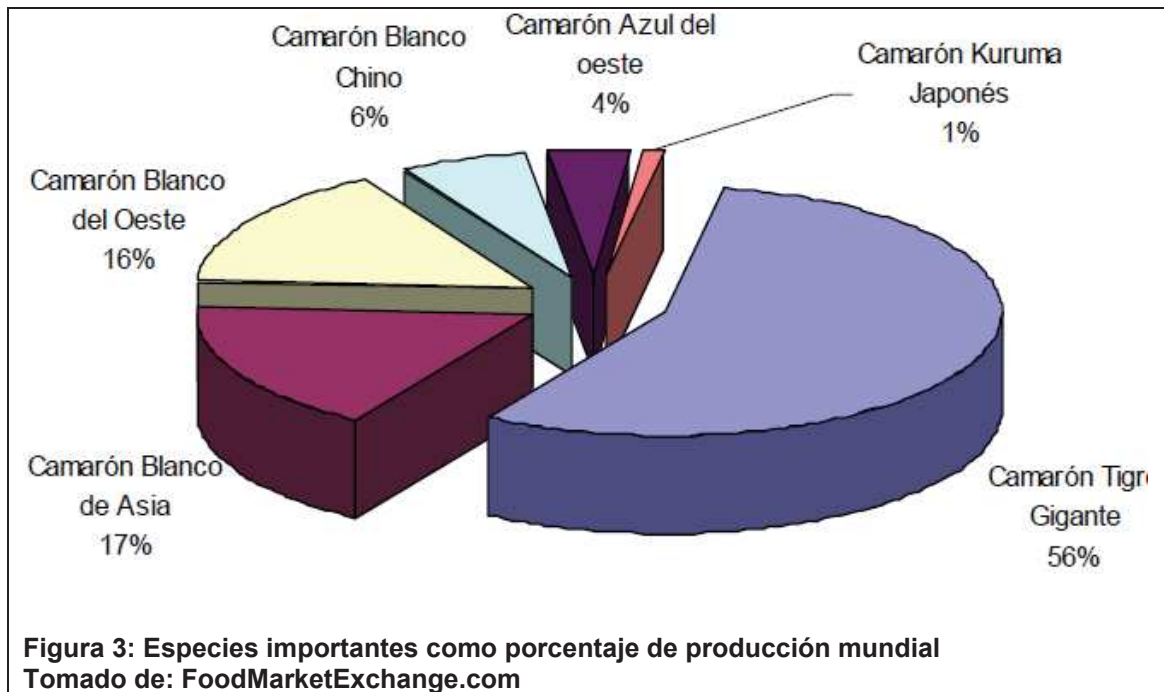
Elaboración: Tobey, James, et al.

Tomado de: **Marriott García, 2003**

1.4 Variedades producidas

El informe de “Análisis del Sector Camaronero”, Marriott Garcia (2003) señala que de las varias especies de camarón son 4 las que dominan en la producción

mundial, debido a condiciones de tamaño, sabor y textura. El siguiente gráfico muestra los porcentajes de producción de camarón a nivel mundial:



En Ecuador la especie más cultivada, con un 95%, es el camarón blanco del oeste o del Pacífico: *Litopenaeus vannamei*; pero también se cultivan crustáceos de las variedades: *L. stilyrrostris*, *L. Occidentalis* y *L. Californiensis*.

Variedad Camarón Tigre Negro

- Nombre científico: *Penaeus monodon*.
- Nombre de mercado: Camarón Tigre Negro.
- Nombre común: Tigre negro, tigre gigante, tigre jumbo.
- Características principales:
 - Su nombre se debe a líneas negras en su caparacho que es grueso.

- Es de gran tamaño de cosecha entre 18 y 25 centímetros, pero podría llegar a más de 30.
- Tiene un sabor suave y dulce, su carne cocida no es seca, es elástica.
- Regiones de cultivo: principalmente Asia, pero también Ecuador, Indonesia, India y Vietnam.

Variedad Camarón Blanco del Pacífico

- Nombre científico: *Litopenaeus vannamei*, *P. stylirostris*.
- Nombre de mercado: Camarón Blanco Occidental, Camarón Azul Occidental, Camarón Blanco del Oeste.
- Nombre común: Pierna blanca, Blanco Mexicano, Blanco del Pacífico, Blanco Ecuatoriano (*vannamei*), camarón Azul, duro (*stylirostris*).
- Características principales:
 - Existen dos sub-variedades que son: *vannamei* y *stylirostris*.
 - Son de colores blanco cremoso, verdoso o azulado.
 - Su tamaño puede ser de entre 18 y 23 centímetros.
 - Sabor dulce y suave, al cocinarse se torna rosado y de carne firme.
- Regiones de cultivo: mayor producción en el hemisferio occidental, en la costa del océano Pacífico desde Perú hasta México: Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Estados Unidos.

Variedad Camarón Blanco Chino

- Nombre científico: *Penaeus chinensis*.
- Nombre de mercado: Camarón Blanco Chino.
- Nombre común: Camarón Blanco Chino, China blanco, langostino de carne.
- Características principales:

- Carapacho blanco translucido de carne media grisácea de agua más fría.
- Tamaño medio de hasta 18 centímetros.
- Sabor suave y carne elástica.
- Regiones de cultivo: China, Japón y Corea.

Variedad Camarón Rosado

- Nombre científico: *Pandalus borealis*, spp.
- Nombre de mercado: Camarón rosado.
- Nombre común: Camarón del norte, Camarón rosado, Camarón de agua fría, Camarón Salado, Alaska.
- Características principales:
 - Cubierta translúcida rosada, de agua fría y cálida.
 - Tamaño de hasta 12,7 centímetros.
 - Textura firme y húmeda.
- Regiones de cultivo: Atlántico norte, Pacífico nororiental y occidental;

1.5 Proceso de producción convencional de camarón

Existen dos procesos productivos del camarón: la pesca silvestre, que ha sido principalmente adoptado por los países orientales, y la producción acuícola que es más utilizada en occidente. (Marriott García, 2003)

Sin embargo, de acuerdo al documento sobre la producción del camarón realizado por Bicenty, Amado, Lora & Rosales (2008), el proceso de producción acuícola se puede resumir en:

El camarón cultivado en granjas, es decir de producción en cautiverio de tipo semi-extensiva e intensiva, crece naturalmente en un ambiente de agua tropical. Las granjas se ubican en costas tropicales y subtropicales, a una distancia que permita bombear con cierta facilidad el agua desde el mar o

esteros aledaños a la instalación. Para ubicar el sitio del cultivo se debería tomar en consideración dos aspectos: la ubicación de la industria y el método para maximizar la eficiencia de la crianza.

Proceso de cultivo de Camarón

Los camarones, que son animales invertebrados, crecen por medio de mudas sucesivas a lo largo de su ciclo de vida; su primera fase de vida se llama: fase larval, durante la cual presentan metamorfosis.

Generalmente, el camarón se cría en grandes piscinas o estanques, que se encuentran cerca de las costas, para gozar de aguas salobres o saladas; estos estanques pueden ser contruidos manualmente o con maquinaria de excavación, luego de la tala artificial del manglar.

El cultivo del camarón se realiza en dos procesos principales:

- Producción de semilla, también denominado hatchery, que comprende el desarrollo de las diversas fases de la larva y post-larva de camarón, ocurre en laboratorios que utilizan estanques de 8 a 15 toneladas de capacidad donde se siembran de 80 a 150 nauplios por litro de agua de mar, y se espera una sobrevivencia del 50% al 70%.
 - La fase larval dura entre 20 y 22 días, inicia cuando los huevos, que han sido previamente fecundados y liberados por la hembra, eclosionan y se obtienen los nauplios. Esta fase comprende 5 subestadíos, y dura dos días, y se alimenta de las reservas que tenía en el huevo. Luego se transforma en zoea que tiene tres subestadíos, que duran entre cuatro y cinco días, durante los cuales el animal es exclusivamente fitófago, ya que consume microalgas.
 - La siguiente fase es la mysis que tiene tres subestadíos, dura aproximadamente cuatro días. Son herbívoros y carnívoros, ya

que se alimentan de algas y animales más pequeños. Finalmente aparece la post-larva, forma a partir de la cual el animal ya no se transforma sino solamente crece.

- Engorde, que comprende el crecimiento del camarón hasta llegar al tamaño comercial entre 10 a 20 gramos, pero usualmente entre 12 y 17 gramos. Dicho peso es alcanzado en 95 a 120 días a partir de la siembra. El ciclo puede realizarse de una a tres veces por año, dependiendo de las condiciones climáticas.

Nauplios

Se denomina nauplio a la primera larva de camarón, la cual puede obtenerse de dos maneras:

- Natural, mediante la captura de hembras grávidas en el mar, para lograr su desove en los tanques desovaderos.
- Artificial, produciendo reproductores en cautiverio, para lograr la reproducción y desove en tanques. Este proceso se realiza en un laboratorio mediante copulación natural o inseminación artificial.

Los reproductores se encuentran en el mar, o en piscinas de cautiverio, y están listos para reproducir cuando alcanzan un tamaño de 40 a 50 gramos, lo cual ocurre cercanamente de los 11 meses. Un reproductor diariamente puede desovar entre el 3% y 4% del total de las hembras, las cuales producen entre 150.000 y 300.000 huevos, de los cuales se obtienen entre 50% o 60% de nauplios.

Con el objeto de conseguir ovulación continua en las hembras, es decir fuera de los ciclos de la naturaleza, a éstas se les ablaciona uno de los ojos, donde guardan la glándula asociada al ciclo reproductivo; sin dicha glándula el animal comienza a producir, mediante estímulos externos como luz u oscuridad, y

genera desoves más rápidos. Pueden producir 150.000 huevos más o menos cada diez días, y tienen una vida útil de 3 a 4 meses.

Hay que agregar que, a pesar que entidades certificadoras, como Naturland, “las manipulaciones físicas de los animales para obtener huevos y larvas están principalmente prohibidas, ellos sí lo permiten cuando se trata de especies que, en la actualidad, probablemente no puedan ser reproducidas sin dichas manipulaciones (principalmente el camarón Tigre Negro/*Penaeus monodon*)”(C-CONDEM Ecuador, 2011). No obstante las normativas de la Unión Europea impulsan la búsqueda de métodos alternativos a la ablación.

Alimentación

El camarón es un organismo omnívoro, que varía su dieta desde el plancton hasta el alimento balanceado que tiene proteínas, carbohidratos, fibra, calcio, fósforo y aminoácidos. Se realizan controles diarios del agua para verificar la condición de los animales. A los 28 o 30 días de sembrados, se realizan controles señales de crecimiento para ajustar la alimentación. El alimento debe ser regulado para no dañar el nivel orgánico de las piscinas.

Cuidado de la piscina o estanque

Se debe mantener la calidad de agua para el adecuado cultivo del camarón, ya que dicho crustáceo es sensible a la concentración de oxígeno en el agua, por lo que los estanques de cultivo intensivo deben ser lavados y desaguados con frecuencia. Periódicamente se introduce agua dulce y de mar en las piscinas, y se quita el agua sucia. Dependiendo del sistema intensivo, podría requerir cambios del 50% de agua al día.

Recolección de la producción

Para recolectar la producción de camarones es necesario desocupar la piscina y secarla completamente, para dejarla descansar durante al menos 20 días, tiempo durante el cual, el sol se encargará de desinfectarla. Para llenar el estanque nuevamente, se rastrilla el fondo y añade carbonado de sodio e hidrógeno para lograr que la tierra se oxigene, desinfecte o fertilice.

Cuando la piscina está llena de agua, y los camarones se encuentran sembrados, se utilizan fertilizantes inorgánicos como la úrea, nitrógeno, fósforo y silicato, lo que permite el florecimiento de algas y microorganismos, los cuales constituyen el alimento natural y primario de las larvas cuando se siembran.

Cosecha

La cosecha ocurre entre los 98 y 120 días, cuando los camarones tengan un peso entre 12 y 17 gramos. El producto debe trasladarse vivo hacia la planta de pre-proceso, donde se separará de cualquier elemento ajeno, y se cargará inmediatamente en tinas con hielo para transportarlo a la planta de proceso donde será clasificado y seleccionado de acuerdo a su talla y calidad.

El producto se empaca entero, sin cabeza, pelado y/o desvenado según las especificaciones del comprador. La congelación del camarón debe hacerse a 45 grados centígrados bajo cero, para garantizar total frescura, que le permitirá durar cerca de dos años. El camarón entero se congela en la modalidad IQF (ultra congelación individual) o semi-IQF (en bloque sin agua), y debe mantenerse en una temperatura de 18 grados centígrados bajo cero, para evitar contaminación o daño.

A continuación se presenta el flujograma del proceso de cultivo de camarón:

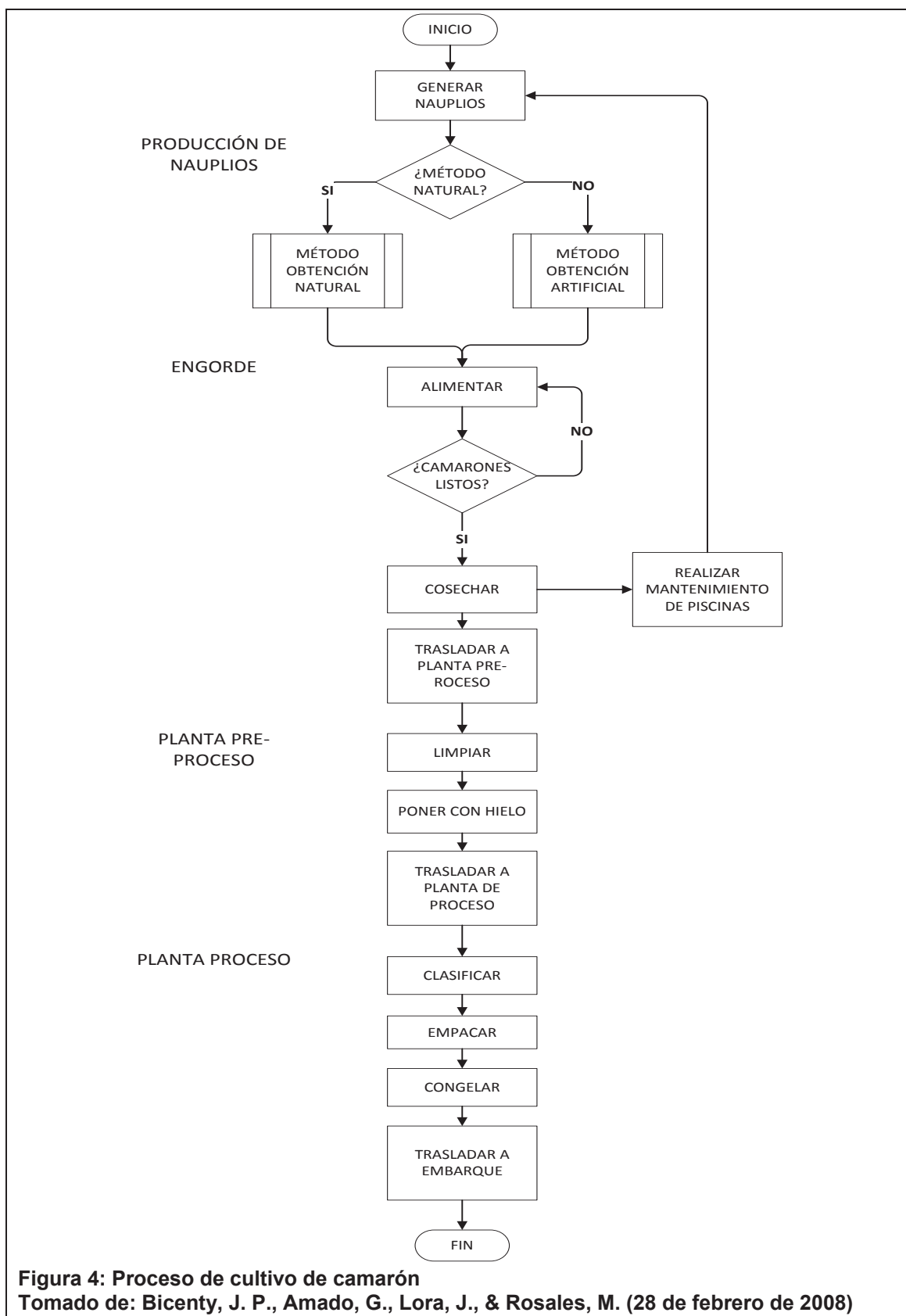


Figura 4: Proceso de cultivo de camarón

Tomado de: Bicenty, J. P., Amado, G., Lora, J., & Rosales, M. (28 de febrero de 2008)

1.6 Producción orgánica de camarón

La producción orgánica es considerada un método de agricultura que consiste en no utilizar productos químicos durante el proceso; lo que incide en menores impactos negativos al medio ambiente, así como también mejores condiciones de salud para los consumidores del producto.

Los productores de camarón en Ecuador están tomando conciencia del aspecto ambiental, y por tanto buscando la manera de minimizar el impacto negativo en el ecosistema, que es el principal afectado. En esta búsqueda de mejores prácticas de cultivo, una opción importante es la de producción orgánica, la cual está ganando fuerza desde hace más de 10 años en el país.

En este sentido, la Cámara Nacional de Acuicultura, agrupación a la que están afiliados la mayoría de miembros del sector del camarón del país firma convenios con entidades internacionales que permitan el mejoramiento de las prácticas de cultivo y manejo ambiental. (Perez & Armendáriz, 2006)

Por otro lado, un factor importantísimo para que los productores tomen la opción orgánica ha sido la tendencia de consumo de los compradores:

“El constante desarrollo del sector orgánico y la creciente demanda de alimentos orgánicos en los últimos veinte años, en la población de los países desarrollados a raíz de una mayor toma de conciencia del aspecto sanitario de la alimentación, así como de la creciente demanda de una variedad más amplia de productos, incluidos los alimentos de fácil preparación. Esta situación ha motivado a algunas empresas ecuatorianas a incursionar cada día en este sistema de producción.”
(Espinoza Arellano, 2011)

Por ejemplo la empresa Ormasa, cuenta con una finca específica para el cultivo de camarón orgánico, y asegura procesos orgánicos tanto para la producción, en la que no se utilizan químicos, sintéticos, ni antibióticos, como para el proceso en la planta, con las debidas medidas de higiene y seguridad que demandan las certificaciones con las que cuenta para exportar su producto, entre las que se encuentran las emitidas por Aquaculture Certification Council (AAC) y Naturald. (ORMASA, 2013)

1.6.1 Cantidades y destinos de exportación

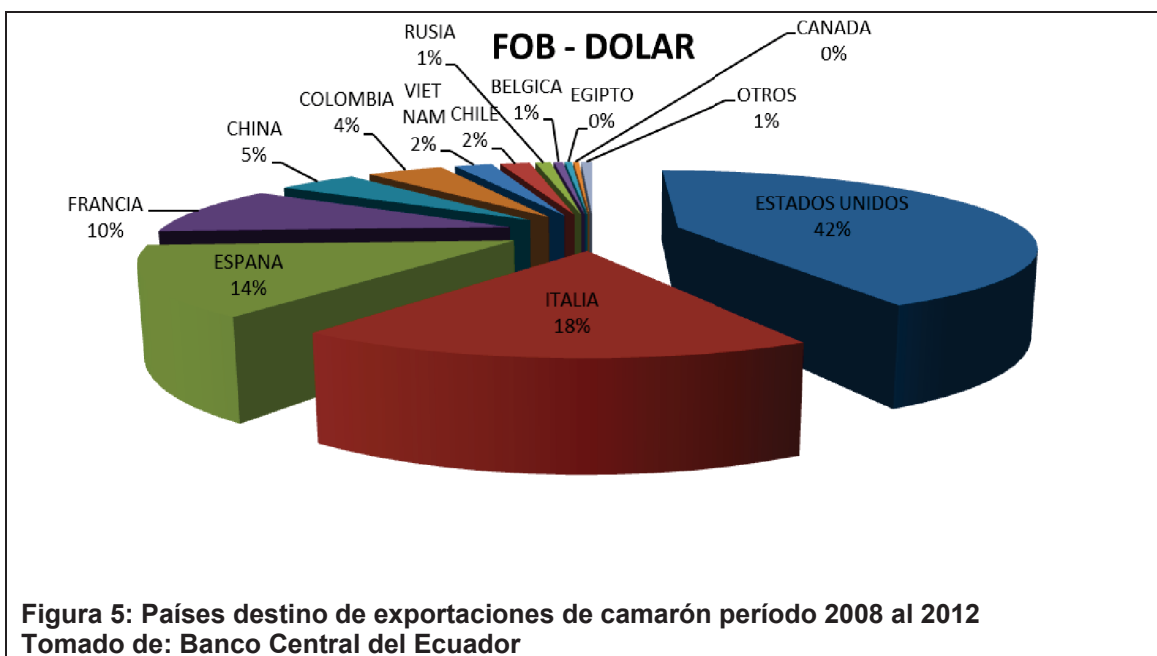
No existe una cifra cierta y oficial de exportación de camarón orgánico ecuatoriano, ya que la partida arancelaria es una sola para todo el camarón congelado que se exporta, que corresponde al código 0306.13.91.00 con descripción “Camarones”. Por esto a continuación se presenta un cuadro de los datos de los países destino del camarón ecuatoriano durante el período 2008 – 2012 (últimos 5 años), según datos publicados por el Banco Central del Ecuador:

Tabla 5: Sumatoria de las exportaciones de camarón del período 2008 al 2012

PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
ESTADOS UNIDOS	3.098,49	21.768,40	42,36
ITALIA	1.422,55	9.057,94	17,63
ESPAÑA	1.618,87	7.270,92	14,16
FRANCIA	1.124,12	5.185,08	10,09
CHINA	390,56	2.364,10	4,60
COLOMBIA	314,03	2.288,77	4,47
VIET NAM	216,00	1.121,83	2,19
CHILE	65,39	900,16	1,77
RUSIA	49,43	459,98	0,91
BÉLGICA	39,52	273,44	0,54
EGIPTO	44,30	212,56	0,42
CANADÁ	13,43	167,54	0,34
HONG KONG	18,16	109,53	0,23
VENEZUELA	10,00	100,00	0,20
ESTONIA	4,44	96,62	0,19
ARGENTINA	4,52	24,16	0,06
URUGUAY	0,33	5,76	0,02
BOLIVIA	0,03	0,33	0,01
PERÚ	0,01	0,01	0,01
TOTALES:	8.434,18	51.407,13	100,20

Tomado de: Banco Central del Ecuador

El principal mercado destino es Estados Unidos, con casi la mitad de la exportación ecuatoriana, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:



1.7 Incidencia de la producción y exportación de camarón en la economía ecuatoriana

El camarón ocupa el segundo puesto después del banano, dentro de los productos tradicionales. En el año 2012 las exportaciones de camarón en dólares alcanzaron un 30% del total de productos tradicionales exportados. (Banco Central del Ecuador, 2013)

A continuación, se presenta un resumen de los valores exportados de camarón durante los últimos 5 años, respecto de los valores exportados no petroleros y totales:

Tabla 6: Total exportaciones últimos 5 años, en miles de dólares

Período	Total Exportaciones	Petroleras		No Petroleras		Camarón	
		Valor	% de total exportaciones	Valor	% de total exportaciones	Valor	% de total No petroleras
2.008	18.818.326,85	11.720.589	62,28%	7.097.738	37,72%	712.724	10,04%
2.009	13.863.057,85	6.964.638	50,24%	6.898.419	49,76%	664.419	9,63%
2.010	17.489.927,48	9.673.228	55,31%	7.816.700	44,69%	849.674	10,87%
2.011	22.322.353,21	12.944.868	57,99%	9.377.485	42,01%	1.178.389	12,57%
2012*	23.847.758,04	13.791.928	57,83%	10.055.830	42,17%	1.283.189	12,76%
TOTAL	96.341.423,43	55.095.251	57,19%	41.246.171,98	42,81%	4.688.395,00	11,37%

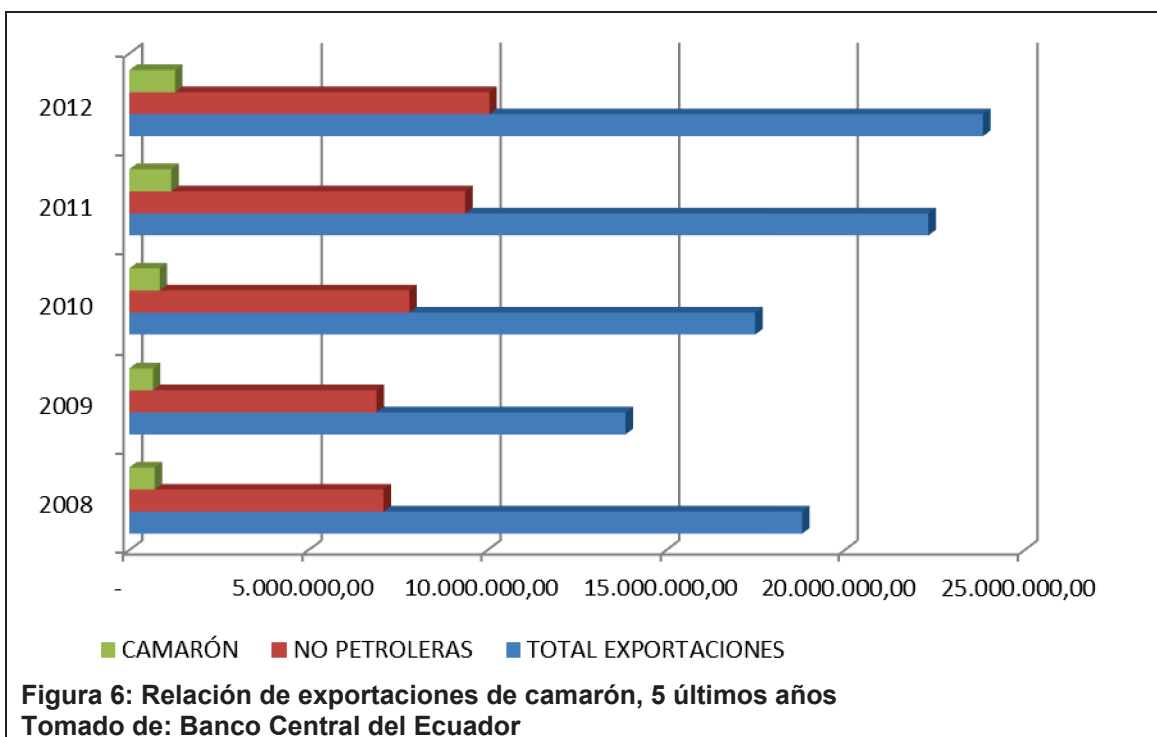
*Datos del año 2012 provisionales

Tomado de: Banco Central del Ecuador

En el año 2008, la participación del camarón en el total de exportaciones del país representó casi un 4%; es importante resaltar que las exportaciones petroleras ascienden a más del 60% hasta el 2012. El valor de exportación de camarón del 2008, respecto a los productos no petroleros fue del 10%, lo cual demuestra gran importancia de este producto respecto del total. En el año 2009, bajaron las exportaciones totales del país, y el caso del camarón no fue la excepción, a partir del año 2010 se presenta un crecimiento importante de alrededor del 30%, 2011 al representar el 5,28% del total de exportaciones y el 12,57% del total de exportaciones no petroleras del país. A pesar de que para el año 2012 las importaciones de camarón solo crecieron un 9% respecto del 2011, la incidencia del camarón frente a total de exportaciones del país fue del 5,38%, mientras que frente al grupo de no petroleras fue de casi 13%.

Ecuador es, desde hace más de 40 años un productor y exportador de camarón, y desde hace más de 10 años, un reconocido exportador de camarón orgánico, es por esto que la incidencia del producto en la producción y exportaciones sigue al banano, que es el primer producto tradicional del país, pero tiene una considerable diferencia, en valor de exportaciones, frente a los otros productos tradicionales no petroleros.

A continuación se muestra un gráfico que presenta la relación del camarón frente a exportaciones totales y no petroleras, de los últimos 5 años:



Finalmente se puede concluir que la industria del camarón en Ecuador ha registrado importantes crecimientos en los últimos años, debido principalmente a la demanda internacional de destinos como Estados Unidos, España, Francia, Italia, entre otros. La producción orgánica está permitiendo reducir los impactos negativos que causa esta actividad acuícola, ya que cada vez son más los productores que optan por esta técnica, motivo que también apoya al aumento del negocio camaronero en el país.

2. CAPÍTULO II: El mercado francés de camarón

Según el estudio *Alimentos orgánicos, la puerta a Europa* de Flores (2009), los productos orgánicos están logrando una fuerte aceptación por parte de los consumidores, principalmente en Europa, no solo por sus características de producción y proceso de alimentos, como por ejemplo la ausencia de químicos y tóxicos, materiales e higiene utilizados en el empaque, entre otros; sino también por las condiciones de beneficio al ecosistema donde se los cultiva. “La preferencia de consumo de estos alimentos tiene mucho que ver con la cultura de alimentación, que en la Unión Europea es diferente a otras partes del mundo, como por ejemplo América, Asia, etc.” (Flores, 2009)

Otro factor decisivo para el consumo de este tipo de alimentos, es el referente al poder adquisitivo de la población, ya que en general los alimentos orgánicos tienen un precio de venta mayor que el de los alimentos convencionales, situación que no varía en cuanto al camarón.

De los países europeos, los más interesados en los productos orgánicos son: Alemania, Reino Unido y Francia. Para ingresar a Europa se requiere que los alimentos cumplan con las certificaciones de cada país, además de las generales como el *Hazard analysis and critical control points* HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) o la que ofrece Naturland (Asociación alemana que emite certificados de producción orgánica), (Flores, 2009)

2.1 Aspectos generales del país

Oficialmente la República Francesa, es un país de la Unión Europea constituido en estado social y democrático de derecho, bajo un gobierno organizado como República semipresidencialista. Considerado como un país del primer mundo según el índice de desarrollo humano (se encuentra en la 20va posición según la ONU), con un PIB superior al del Reino Unido y únicamente detrás de

Alemania, de acuerdo con datos de BBC (2007), siendo además el principal productor agrícola de la Unión Europea.

Tabla 7: Indicadores socioeconómicos básicos de Francia

Capital	París
Forma de gobierno	República semipresidencialista
Presidente	Francois Holland
Primer ministro	Jean Marc Ayrault
Superficie	675417 km ²
Población	66 007 374 (a enero de 2010) según el INSEE (Instituto nacional de estadística y estudios económicos francés)
PIB	2.58 (billones de dólares americanos, est. 2012)
PIB per cápita	40,690 (dólares, est. 2011)
Inflación anual	0.1% (est. 2012)
Moneda	Euro
Tipo de cambio	0.78 (EUR por USD, 2012)
País miembro de	Unión Europea, OTAN, ONU, OSCE, BERD, OCDE, G-8, G-7, OIF, UL, COE.

Tomado de: PRO ECUADOR (febrero 2013). Ficha técnica de Francia.

Desde Ecuador, la entrada de productos a Francia puede llevarse a cabo vía marítima o aérea. De acuerdo con el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR (2013a) las principales vías de acceso a Francia son:

- Vía Marítima
 - Francia cuenta con más de cien puertos, sin embargo, los más importantes, y enfocados al comercio internacional son los puertos de Le Havre, Marsella-Fos, Dunquerque, Bordeaux, París y Rouen.

Acerca del puerto Marsella Fos vale mencionar que es el más grande de Francia y el tercero más grande de Europa, donde transitan cerca de 100

millones de toneladas al año. La trascendencia de este puerto radica en que cuenta con importantes canales de distribución terrestre (por carretera o tren), vía fluvial y alternativas aéreas.

Por otro lado, el puerto Le Havre, el segundo más grande, cuenta con el manejo de tráfico de cerca del 60% de contenedores, estando integrado en una importante zona industrial y comercial según PROECUADOR (2013a), lo que lo convierte en una opción muy recomendable para las exportaciones marítimas.

Entre las operadoras que ofrecen servicios logísticos a Francia están Transavia, Evergreen y HamburgSud, quienes cumplen la ruta en un tiempo aproximado de 25 días, con un costo de USD 2000 dólares por cada contenedor de 40 pies.

- Vía Aérea
 - Francia cuenta con una infraestructura para vía aérea compuesta por cerca de 30 aeropuertos con servicios aduaneros para recibir carga nacional e internacional; entre los más importantes destacan el Charles de Gaulle y el Orly.
 - El aeropuerto Charles de Gaulle, a 24 km de París, dispone de equipos necesarios para el manejo y almacenaje de carga, así como para el despacho de aduana, conforme a las necesidades del usuario, siendo el segundo más importante de Europa según PRO ECUADOR (2013). También destaca el aeropuerto de Orly, también en París, con un movimiento de pasajeros menor al primero.
- Vía Terrestre
 - La exportación que llega por vía aérea o marítima a Francia puede trasladarse de forma interna por una vasta infraestructura vial, con cerca de 10.950 km de autopistas y 951500 km de vías pavimentadas, adicionalmente cuenta con 29370 km de vías ferroviarias, de las cuales 14778km están electrificados y facilitan

la utilización del tren de alta velocidad, de acuerdo a información de PROECUADOR (2013).

Dentro de los aspectos de logística Francia cuenta con una infraestructura bastante adecuada a las necesidades de exportación, a más de ser un punto estratégico para la exportación hacia varios puntos de Europa.

2.2 Demanda de camarón en Francia

El mercado del camarón sufrió un revés durante mediados del 2012, después de cerca de tres años de estabilidad, debido a la crisis económica de la Eurozona, lo que empujó los precios a una disminución y también a las importaciones, afectando por ejemplo a España, que disminuyó la importación de camarón en un 28% durante el primer trimestre del 2012; de igual forma las exportaciones de camarón provenientes de Chile y Argentina se redujeron en un 31.4% y 37.1% cada uno. En el caso de Italia, las exportaciones de Ecuador y Argentina, sus dos principales proveedores, disminuyeron un 22.4% y 14.3% respectivamente según datos de FAO Globefish (2012).

No obstante, aún con la perspectiva del mercado de Europa en general, en el caso de Francia se tuvo un mejor escenario, donde las exportaciones del Ecuador disminuyeron solamente un 3.3%.

De acuerdo con datos de PROECUADOR (2012) “En lo que respecta de forma específica a los crustáceos, Francia no es un productor importante y prácticamente importa de terceros países para abastecer al mercado local. El principal país proveedor de camarones a Francia es Ecuador, quien le exporta aproximadamente 20.000 toneladas al año.” Las principales partidas arancelarias que Ecuador exporta a Francia son la 03061350 y la 03061380, de Camarón *Penaeus* Congelado, y Camarón Congelado respectivamente, agrupándose en el segundo el resto de variedades fuera del camarón tigre.

Francia es un país con un alto consumo de pescado y mariscos, donde según PROECUADOR (2012) alrededor de €7.000 millones se consumieron durante el 2011 lo que representó un crecimiento de 0.3 % con respecto al 2010.

En lo que concierne al consumo promedio de camarón durante el 2012, se calculó en alrededor de 50.000 toneladas y 670 millones de euros, que representa el 9.6%, lo que incluye consumo en el hogar y en la restauración para los productos: camarón crudo, cocido, refrigerado y congelado. El consumo per cápita en Francia de productos de la acuicultura es de 10.3 kilos por habitante. (PROECUADOR, 2012. Pág. 21).

El consumo de camarón en los hogares franceses se da de la siguiente manera, según PROECUADOR (2012):

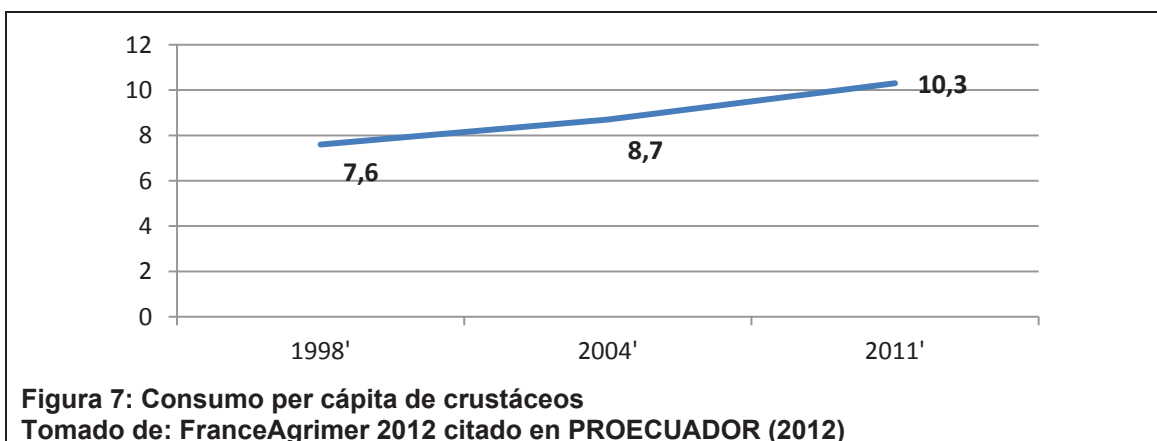
Tabla 8: Consumo en los hogares franceses – 2011 respecto 2010

	Toneladas	Miles de euros	Variación toneladas
Camarón /gambas crudo 1	943,00	23 529,00	(-8.6)
Camarón /gris crudo	365,00	184,00	34.9
Camarón/gambas cocidas refrigeradas	34 471,00	398 951,00	(-2.2)
Camarón congelado 9	008,00	123 802,00	(-5.3)
<i>enteros</i>	5 073,00	69 578,00	(-13.3)
<i>decorticados</i>	3 566,00	48 100,00	(-8.4)

Tomado de: FranceAgrimer 2012 en PROECUADOR (2013)

Cómo se puede observar, según la variación en la tabla 8, el consumo ha disminuido principalmente en el camarón congelado y crudo, sin embargo se observa un aumento importante en el consumo de camarón gris crudo.

El consumo per cápita de crustáceos ha aumentado en los últimos años, elevándose hasta 10.3kg en el 2011, frente a un promedio de 7.6kg en 1998 y 8.7kg en 2004.



A partir de estos datos se estima que la demanda de camarón pueda ir en aumento, no obstante se procederá a realizar el cálculo del consumo aparente, para lo cual se presentan los datos de producción, importaciones y exportaciones.

2.3 Producción local, variedades y características

De acuerdo con el Departamento de Pesca y Acuicultura de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2013), Francia no cuenta con producción propia de camarón, sin embargo registra salidas de producto, lo que se debe a re exportaciones.

Cabe notar que la partida arancelaria bajo la cual Francia registra las importaciones y exportaciones de camarón hasta el 2011 es la 030613 y sus subpartidas, sin embargo, a partir de la revisión del sistema arancelario 2012, se registran bajo las partidas del grupo 030617.

Las exportaciones realizadas por Francia, para camarón son las siguientes, de acuerdo con el Trademap (2013):

Tabla 9: Exportaciones de camarón desde Francia 2003-2012

Año	Exportación (toneladas)
2003	10606
2004	11629
2005	12688
2006	12601
2007	12962
2008	9578
2009	9247
2010	9705
2011	7671
2012	7239

Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea

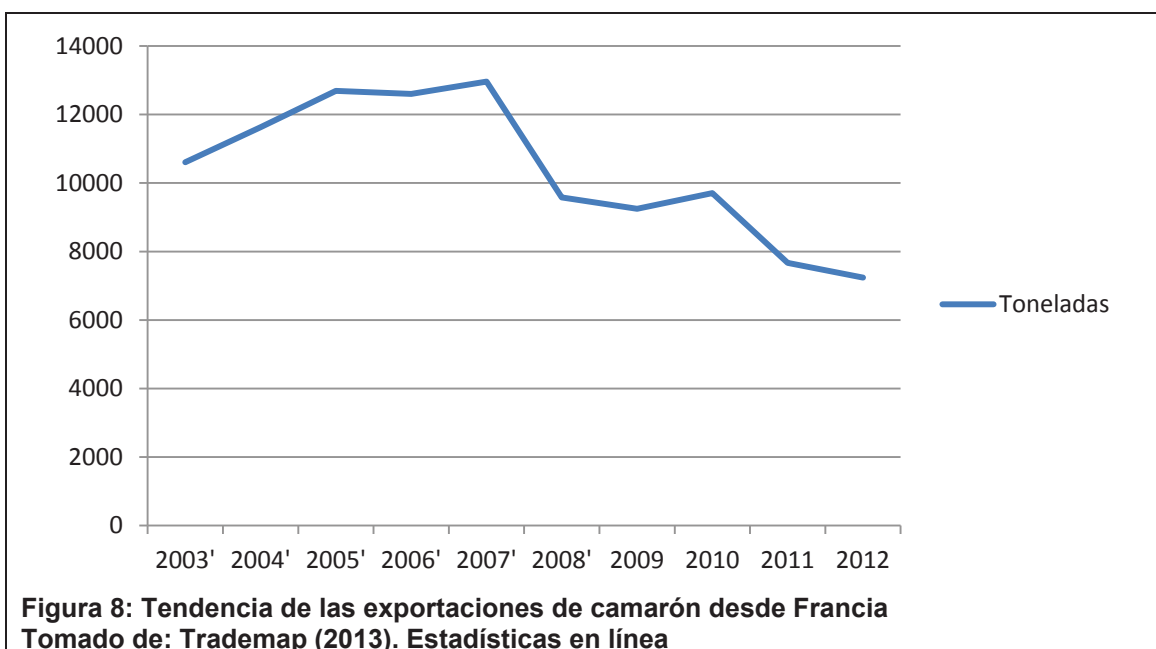


Figura 8: Tendencia de las exportaciones de camarón desde Francia
Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea

Se observa que las exportaciones de camarón de Francia, producto de reexportaciones, han disminuido a partir del 2007, con un ligero incremento en el 2012. El principal comprador de camarón a Francia es España, con 1593 toneladas en el 2012.

2.3.1 Proyección de las exportaciones de Francia al resto del mundo

Para la proyección de las exportaciones se aplicará el método de los mínimos cuadrados, con los datos del 2004 al 2012 y con una proyección a cinco años, es decir, hasta el 2017.

La ecuación estimada de la recta es:

$$y = mx + b$$

Dónde:

- m es la pendiente $m = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$
- b es el intercepto con el eje y $b = \frac{\sum y}{n}$

Tabla 10: Cálculo de exportaciones históricas

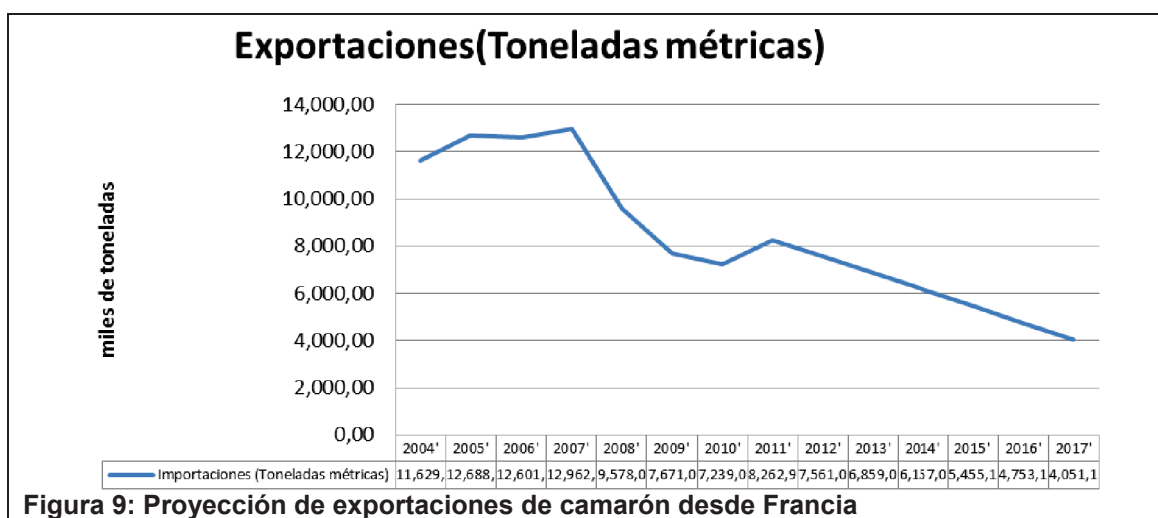
CALCULO DE EXPORTACIONES HISTÓRICAS					
Períodos (n)	Años	x	(Y) toneladas	x ²	Xy
1	2004	-4	11629	16	-46,516,00
2	2005	-3	12688	9	-38,064,00
3	2006	-2	12601	4	-25,202,00
4	2007	-1	12962	1	-12,962,00
5	2008	0	9578	0	0,00
6	2009	1	9247	1	9,247,00
7	2010	2	9705	4	19,410,00
8	2011	3	7671	9	23,013,00
9	2012	4	7239	16	28,956,00
SUMAS		0	93320	60	-42118

$$m = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{-42118}{60} = -701.97$$

$$b = \frac{\sum y}{n} = \frac{93320}{9} = 10368.89$$

Tabla 11: Proyección de las exportaciones

AÑO	VALOR EN X	Formula $y=mx+b$	VALOR EN Y (exportaciones)
2004	-4	--	11,629,00
2005	-3	--	12,688,00
2006	-2	--	12,601,00
2007	-1	--	12,962,00
2008	0	--	9,578,00
2009	1	--	7,671,00
2010	2	--	7,239,00
2011	3	$Y=(-701,97*3)+10368,89$	8,262,98
2012	4	$Y=(-701,97*4)+10368,89$	7,561,01
2013	5	$Y=(-701,97*5)+10368,89$	6,859,04
2014	6	$Y=(-701,97*6)+10368,89$	6,157,07
2015	7	$Y=(-701,97*7)+10368,89$	5,455,10
2016	8	$Y=(-701,97*8)+10368,89$	4,753,13
2017	9	$Y=(-701,97*9)+10368,89$	4,051,16



2.4 Importación francesa de camarón

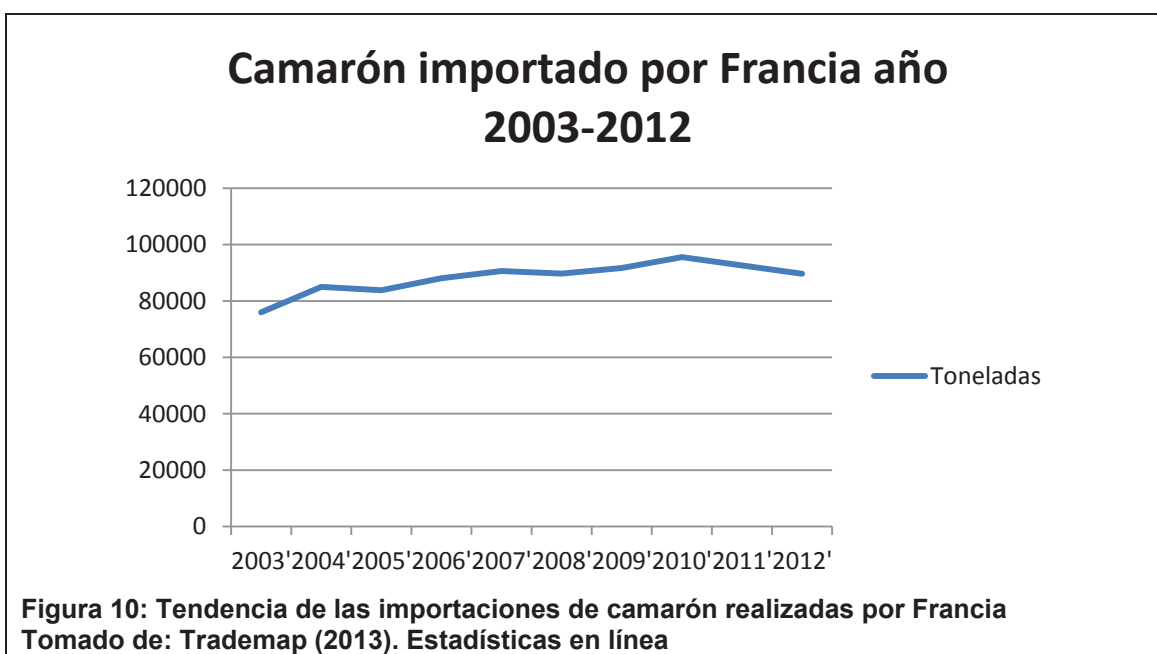
Francia es un país principalmente importador en lo que se refiere a crustáceos, destacando la compra a Ecuador de camarón, junto con países como la India y Madagascar.

Tabla 12: Camarón importado por Francia, toneladas, año 2003-2012

Año	Importación (toneladas)
-----	-------------------------

2003	75.946
2004	84.991
2005	83.824
2006	88.036
2007	90.593
2008	89.727
2009	91.687
2010	95.537
2011	92.572
2012	89.658

Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea



Al observar las importaciones es claro que se han mantenido en crecimiento, si bien de forma lenta, con una baja en el 2012, lo que sugiere que se mantendrá una demanda similar en los años siguientes.

2.4.1 Procedencia de las importaciones

Al observar la procedencia de las importaciones, ordenadas de mayor a menor de acuerdo a datos del 2011 se observa que Ecuador es el principal exportador de camarón hacia Francia, seguido de India y Madagascar:

Tabla 13: Procedencia de las importaciones

10 primeros Exportadores	Cantidad importada, Toneladas – año 2011	10 primeros Exportadores	Cantidad importada, Toneladas – año 2012
TOTAL Mundo	92.572	TOTAL Mundo	89.658
Ecuador	26.539	Ecuador	24.336
India	11.457	India	11.183
Madagascar	7.642	Bélgica	9.272
Bangladesh	5.464	Madagascar	7.093
Tailandia	4.868	España	6.781
Venezuela	4.387	Venezuela	5.641
Vietnam	4.321	Países Bajos (Holanda)	3.896
Bélgica	3.913	Tailandia	3.028
España	3.431	Colombia	2.987
Colombia	2.624	Bangladesh	2.744
RESTO DEL MUNDO	17.927	RESTO DEL MUNDO	12.699

Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea

Principales exportadores de camarón a Francia año 2011

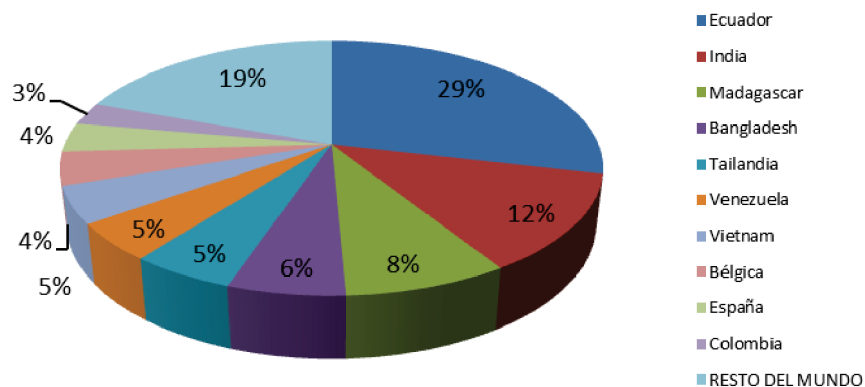


Figura 11: Principales exportadores de camarón a Francia año 2011

Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea

Principales exportadores de camarón a Francia año 2012

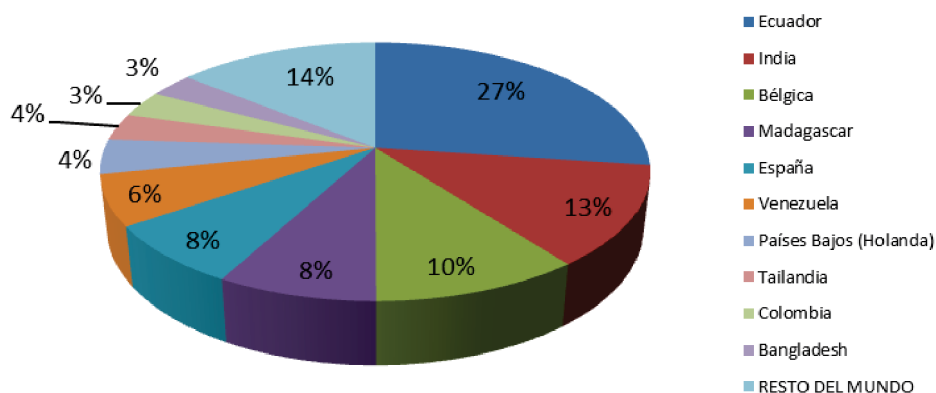


Figura 12: Principales exportadores de camarón a Francia año 2012
Tomado de: Trademap (2013). Estadísticas en línea

Se puede notar que Ecuador abarca más de la cuarta parte del total de camarón importado a Francia, siendo Venezuela y Colombia los únicos competidores de la región, aunque con porcentajes de entre el 6% y 3%. Llama la atención el caso de Bélgica, teniendo este un importante crecimiento durante el último año. Ecuador muestra una disminución de 29% durante el 2011 a 27% en el 2012, sin embargo se mantiene con una buena perspectiva de mercado.

2.4.2 Variedades importadas

Entre las variedades importadas por Francia, se pueden mencionar las siguientes a partir de las especies consideradas dentro de las partidas arancelarias que registran ingresos durante los últimos años, de acuerdo a datos del TradeMap(2013):

- Crangon crangon, también llamado camarón, quisquilla o gamba gris, en Latinoamérica y España y Crevette grise , Sauticot (Normandy), Bouc

(Brittany) o Gambaro gris (Provence) en diferentes partes de Francia. Llega a medir cerca de 10 cm (FAO, 1980).

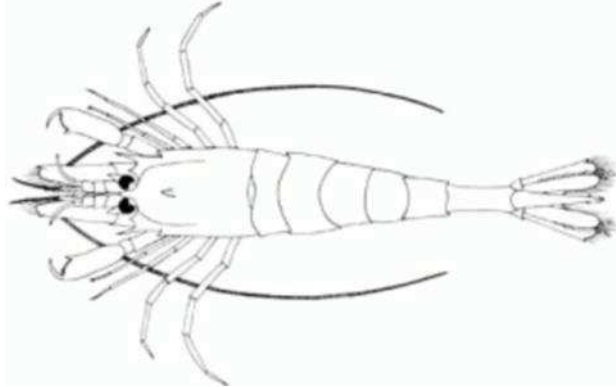


Figura 13: Crangon crangon
Tomado de: FAO (1980)

- Pandalidae, que abarca a una de las dos familias con que se subdivide la superfamilia de los pandaloideos (Pandaloidea). Son unos camarones que se caracterizan por tener el carpo del segundo par de pereiópodo dividido en dos o más nudillos, y no poseen la pinza del primer par de pereiópodo y, si la tienen, es muy pequeña. (Bauer, 2004. Pág. 296)

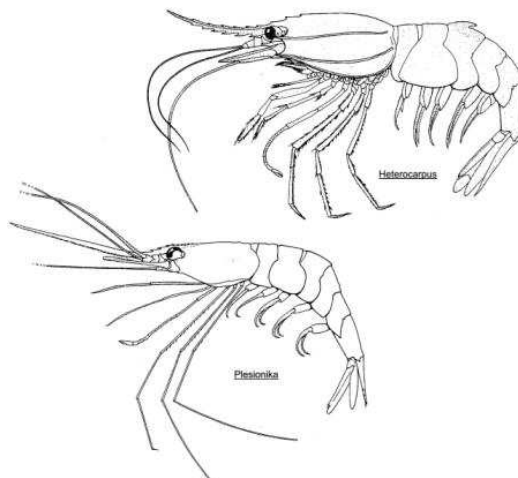


Figura 14: Dos especies de la familia de camarones Pandalidae
Tomado de: FAO (1983)

- *Penaeus*, abarca una serie de especies que incluye al camarón tigre, camarón jumbo, o gigante, siendo una de las especies más comercializadas. Puede alcanzar los 36 cm de longitud. (FAO, 2005)

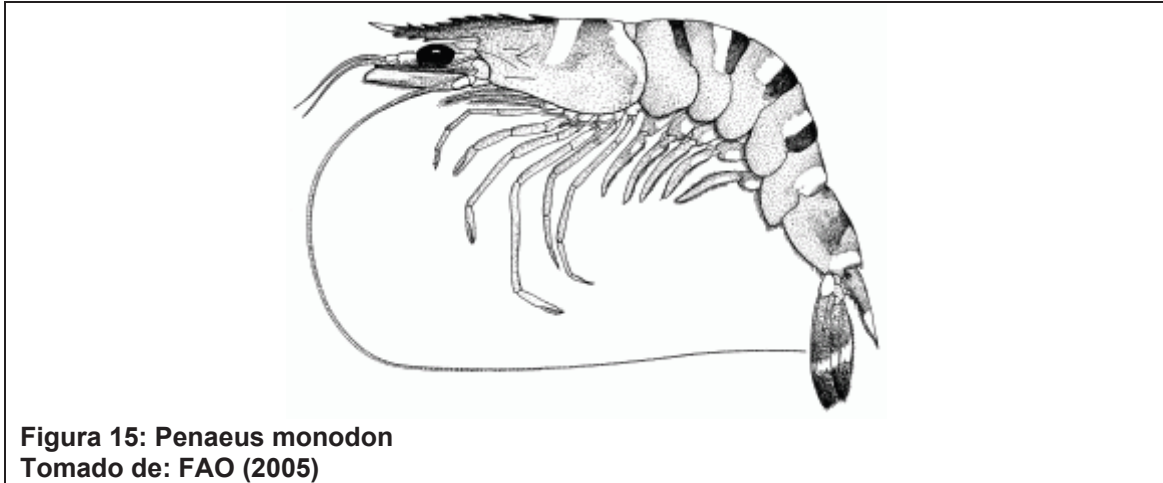


Figura 15: *Penaeus monodon*
Tomado de: FAO (2005)

- *Parapenaeus longirostris*, también conocido como gamba blanca y en Francia como *Crevette rose du large*, puede alcanzar los 20 cm. (FAO, 1980)

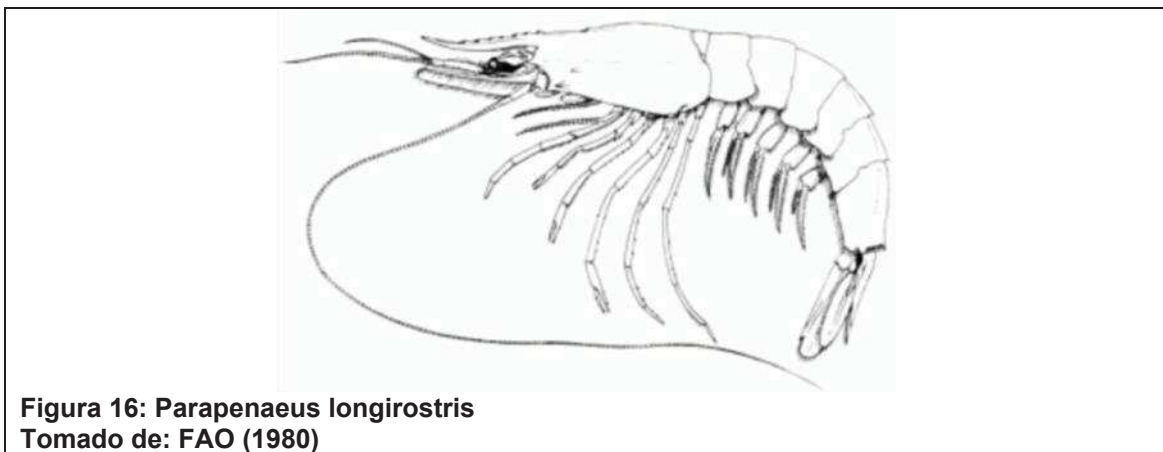


Figura 16: *Parapenaeus longirostris*
Tomado de: FAO (1980)

2.5 Relación comercial entre Ecuador y Francia

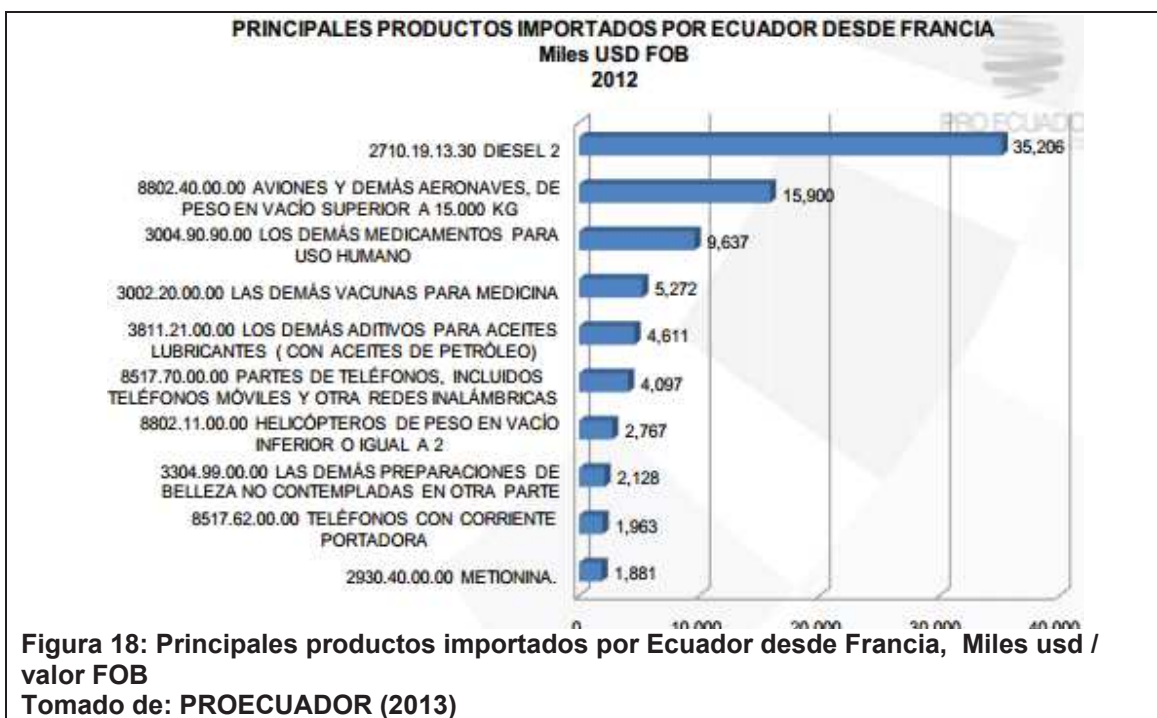
La relación comercial entre Ecuador y Francia se basa en la exportación principalmente de camarones, atunes, palmito y rosas. El entorno económico se ha mantenido estable los últimos años, donde la mayor variación en productos la ha tenido el banano, que se comenzó a exportar a Francia en el año 2007, y que aún no se posiciona entre las principales partidas, y la manteca de cacao que ha disminuido en el 2012 en comparación con el 2009.

Los principales productos exportados son:



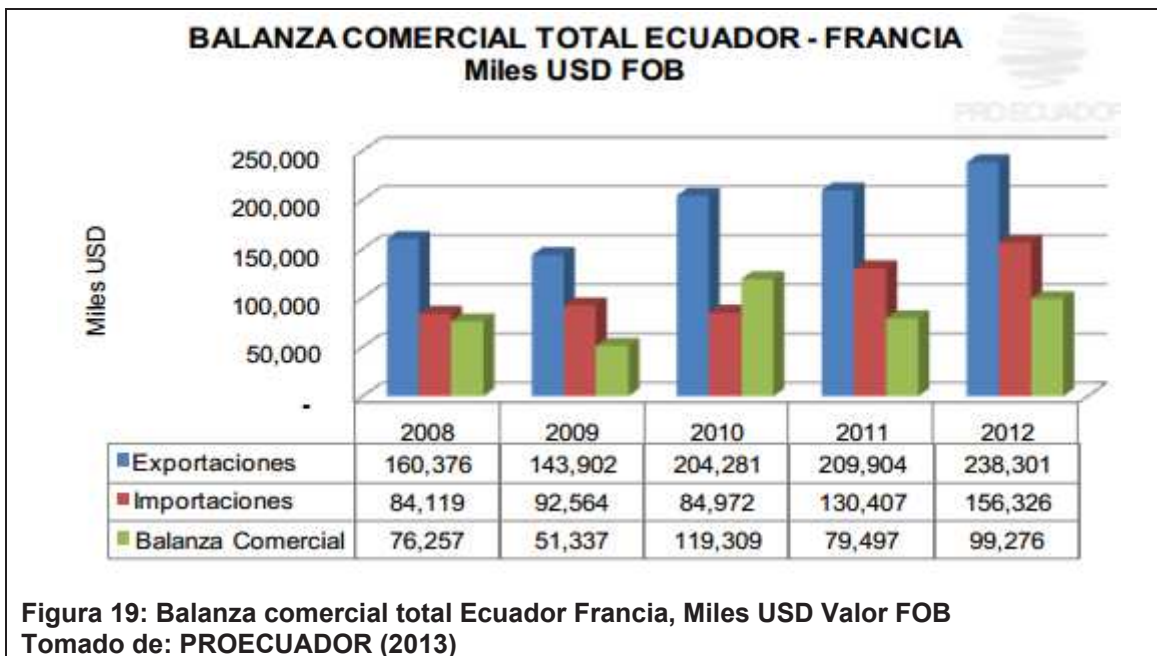
Los principales rubros de exportación son los camarones y el atún que representaron al 2012 un porcentaje de participación del 74% entre ambos.

Entre las importaciones realizadas por Ecuador desde Francia destacan:



Como se observa la mayor parte de productos importados por Ecuador la componen las mezclas de hidrocarburos, Aviones y aeronaves, y medicamentos.

Por otra parte, al revisar la balanza comercial bilateral se ha mantenido favorable para Ecuador, donde el país cerró el año 2012 con un valor de exportaciones a Francia por USD 238 millones, mientras que las importaciones desde el país europeo alcanzaron los USD 156 millones.



La balanza comercial registra un saldo positivo para Ecuador de cerca de USD 99 millones, lo que representa a Francia como un mercado muy atractivo para las exportaciones, más aún de productos como el camarón y el atún.

2.6 Tendencia de consumo de productos orgánicos

La producción orgánica se puede definir como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales. (Del Greco, 2010. Pág. 4)

Según un estudio de la FAO (1999) las ventas en Francia de productos orgánicos, eran, al año 1999, del 10% del total de las ventas de alimentos orgánicos de la Unión Europea:

Las ventas totales de alimentos orgánicos efectuadas en Francia en 1999 se estimaron en 6 mil millones de francos (INRA, 2000), lo que

representó aproximadamente el 10 por ciento del total de las ventas de alimentos orgánicos de la Comunidad Europea (CE). Según estimaciones provisionales, en 2000 el total de las ventas orgánicas podrían estar cercanas a los 7 mil millones de francos. El gasto per cápita en alimentos orgánicos en Francia fue inferior a la media de la CE (Sylvander, 1999). Los alimentos orgánicos representan menos del 1 por ciento de los gastos familiares en alimentos. (FAO, 2001)

La tendencia de consumo de productos orgánicos ha aumentado constantemente. Los principales compradores tienden a pertenecer a las categorías de personas de más de 65 años, familias de clase media de una o dos personas, y residentes en grandes ciudades. Un estudio realizado por Benevise y otros (2000) citado en FAO (2001) muestra que al año 2000, el 73 por ciento de las familias entrevistadas sabía que existían alimentos orgánicos. Sólo un 9 por ciento los consumía regularmente, mientras que el 31 por ciento algunas veces y el 58 por ciento nunca.

De acuerdo con el diario Hoy (2006), a partir de datos de la FAO, el consumo de productos orgánicos a nivel mundial crece entre el 20% y 25% al año, en gran medida por el interés de disminuir el consumo de productos que contienen químicos, por los diversos problemas de salud provocados en diversas partes del mundo por el uso de sustancias para la fertilización y eliminación de plagas. Esta tendencia fue en aumento, tanto así que al 2011 Saurwald (2011) menciona que un 20% de los productos consumidos en Alemania son orgánicos, siendo este país el de mayor consumo a nivel mundial. Le siguen mundialmente Reino Unido, Francia, Italia, Suiza y Suecia. América Latina, por el contrario, es tierra de exportadores más que de consumidores. (Saurwald, 2011)

2.6.1 Consumo de camarón orgánico

Existen pocos datos sobre el consumo de camarón orgánico, sin embargo, de acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural de Colombia (2010) Reino Unido, Francia y Alemania son los mercados más importantes para el

camarón orgánico debido al interés que se ha suscitado en los consumidores de estos países por el camarón, siendo también los mayores compradores del crustáceo en el continente europeo.

El mercado alemán ha crecido significativamente debido al interés en productos saludables y de buen impacto al ambiente de sus habitantes y es más grande que el de Francia y Reino Unido juntos. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural de Colombia, 2010)

2.7 Determinación de la oferta

2.7.1 Oferta actual

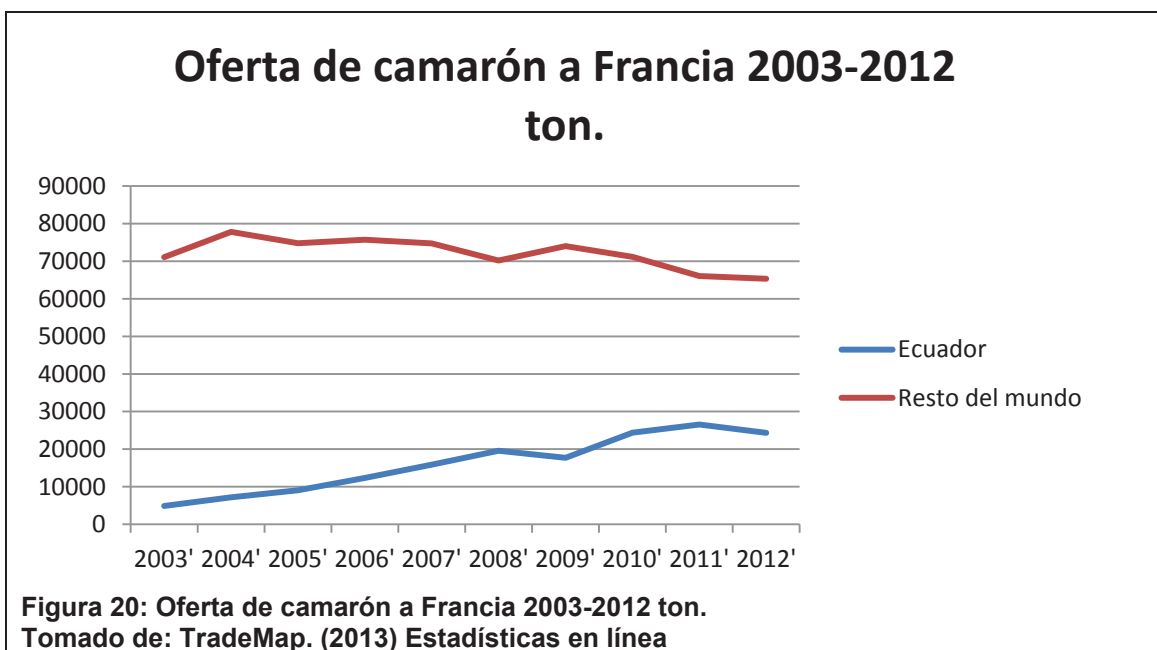
La oferta de camarón para Francia ubica a Ecuador como el principal proveedor, adicionalmente, el país es uno de los mayores productores de camarón orgánico de la región, de acuerdo a datos de PROECUADOR (2012) y estadísticas del TradeMap (2013).

La oferta de camarón orgánico a Francia está dada por todos los países exportadores de este producto, por lo mismo se considerará la oferta histórica:

Tabla 14: Oferta de camarón a Francia, años 2003-2012

Año	Oferta Ecuatoriana a Francia		Oferta Mundial a Francia excl. Ecuador		Oferta Mundial total a Francia (toneladas)
	Toneladas	%	Toneladas	%	
2003	4884	6,4%	71062	93,6%	75946
2004	7184	8,5%	77807	91,5%	84991
2005	9076	10,8%	74748	89,2%	83824
2006	12333	14,0%	75703	86,0%	88036
2007	15873	17,5%	74720	82,5%	90593
2008	19571	21,8%	70156	78,2%	89727
2009	17689	19,3%	73998	80,7%	91687
2010	24378	25,5%	71159	74,5%	95537
2011	26539	28,7%	66033	71,3%	92572
2012	24336	27,1%	65322	72,9%	89658

Tomado de: TradeMap. (2013) Estadísticas en línea



2.7.2 Oferta proyectada

Para la proyección de las importaciones (oferta) se aplicará el método de los mínimos cuadrados, en base a los datos presentados en la tabla anterior entre los años 2004 y 2012, obteniendo la proyección de las importaciones a un período de cinco años, es decir hasta el 2017.

La ecuación estimada de la recta es:

$$y = mx + b$$

Dónde:

- m es la pendiente $m = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$
- b es el intercepto con el eje y $b = \frac{\sum y}{n}$

Tabla 15: Cálculo de importaciones históricas

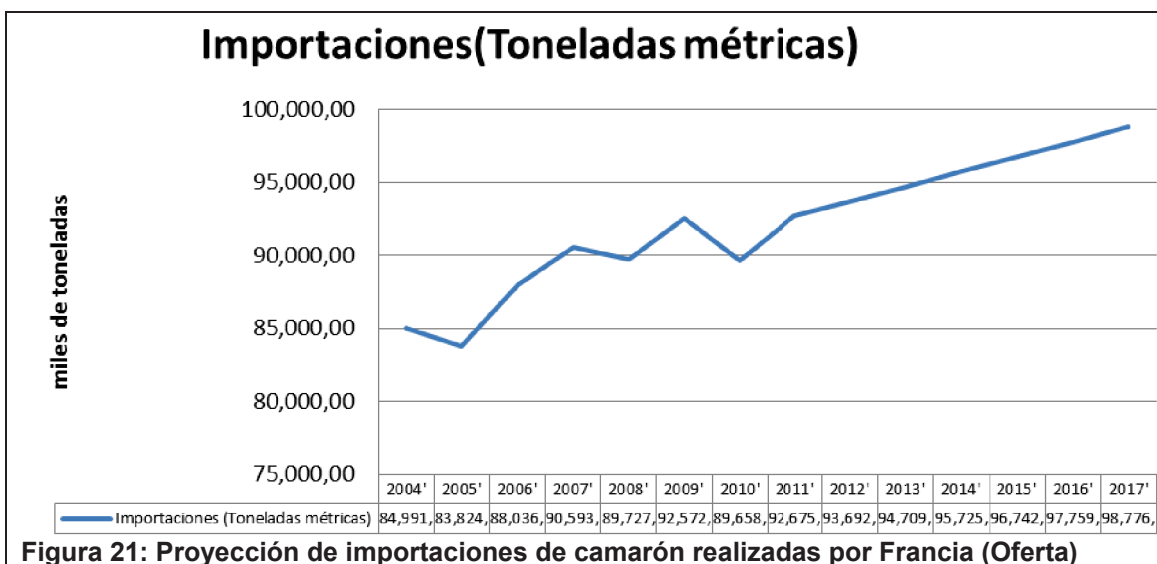
CALCULO DE IMPORTACIONES HISTÓRICAS					
Períodos (n)	Años	x	(Y) toneladas	x ²	xy
1	2004	-4	84991	16	-339,964,00
2	2005	-3	83824	9	-251,472,00
3	2006	-2	88036	4	-176,072,00
4	2007	-1	90593	1	-90,593,00
5	2008	0	89727	0	0,00
6	2009	1	91687	1	91,687,00
7	2010	2	95537	4	191,074,00
8	2011	3	92572	9	277,716,00
9	2012	4	89658	16	358,632,00
SUMAS		0	806625	60	61008

$$m = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{61008}{60} = 1016.80$$

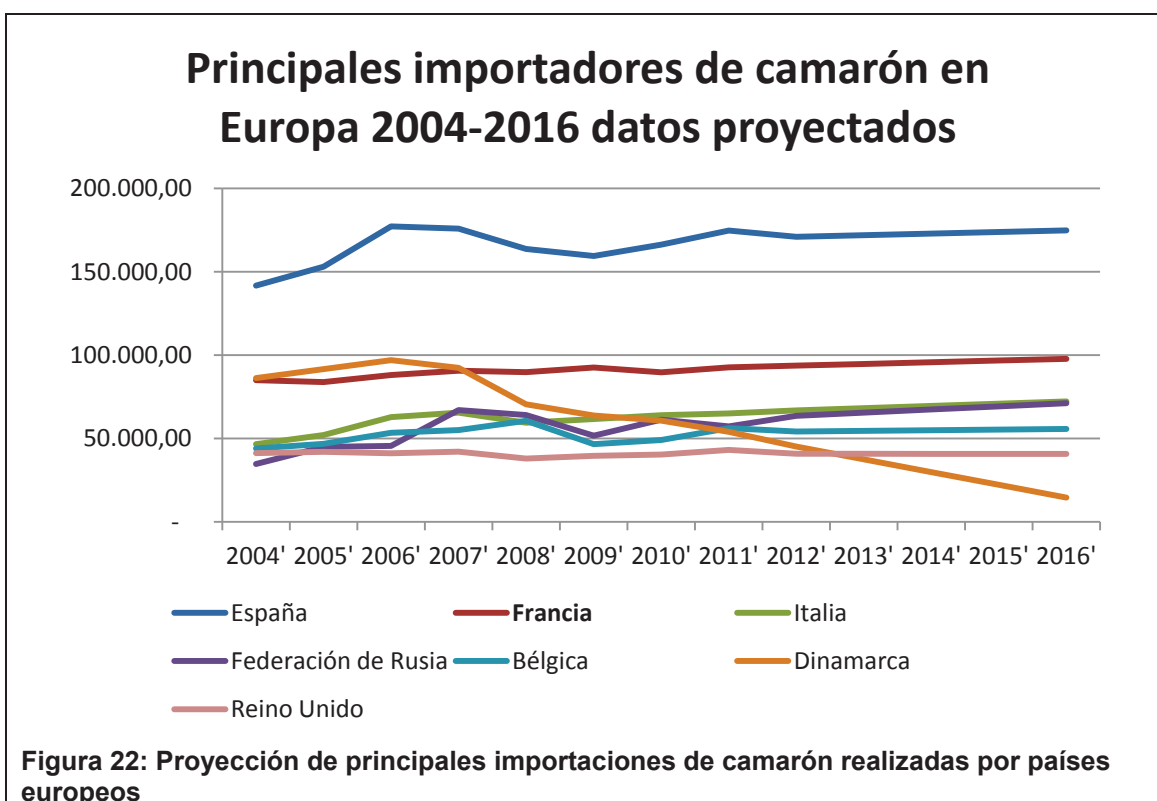
$$b = \frac{\sum y}{n} = \frac{806625}{9} = 89625$$

Tabla 16: Proyección de las importaciones (oferta)

AÑO	VALOR EN X	Formula y=mx+b	VALOR EN Y (Importaciones)
2004	-4	--	84,991,00
2005	-3	--	83,824,00
2006	-2	--	88,036,00
2007	-1	--	90,593,00
2008	0	--	89,727,00
2009	1	--	92,572,00
2010	2	--	89,658,00
2011	3	Y=(1016,8*3)+89625	92,675,40
2012	4	Y=(1016,8*4)+89625	93,692,20
2013	5	Y=(1016,8*5)+89625	94,709,00
2014	6	Y=(1016,8*6)+89625	95,725,80
2015	7	Y=(1016,8*7)+89625	96,742,60
2016	8	Y=(1016,8*8)+89625	97,759,40
2017	9	Y=(1016,8*9)+89625	98,776,20



Francia se perfila como el segundo principal importador de camarón después de España, como se observa en la Figura 2.16. Se observa que la mayoría de países mantienen una tendencia al crecimiento con la excepción de Dinamarca que mantiene una proyección negativa.



2.8 Determinación de la demanda

2.8.1 Demanda actual

La demanda representa la cantidad de bienes o servicios que los consumidores en conjunto están dispuestos a adquirir dentro de un período de tiempo definido, de aquí que existan dos tipos de demanda que interesan en el estudio, la demanda satisfecha, compuesta por la cantidad de bienes existentes que es menor o igual a la demanda total, y la demanda insatisfecha, siendo esta la cantidad faltante de bienes o servicios, necesaria para satisfacer a todos los consumidores, en el caso de que la demanda satisfecha no sea equivalente a estos.

No obstante, al hablar en términos macro, el comercio exterior se vale del cálculo del consumo total de un país de un producto determinado, debido a la falta y dificultad de obtener información sobre el consumo real, lo que se conoce como consumo aparente.

Para el cálculo de la demanda se utilizará el criterio del consumo aparente, bajo la siguiente fórmula, según (Olazabal & Mora, 1983):

El consumo aparente de un producto será igual a la producción nacional del mismo, más el volumen de las importaciones, menos el monto que se destina a la exportación. (pág. 5)

Es decir:

$$\text{Consumo aparente} = \text{Producción} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Reemplazando con los datos obtenidos anteriormente se tiene que:

Tabla 17: Demanda o consumo aparente de camarón en Francia, años 2003-2012

AÑO	A Producción	B Toneladas importadas	C Toneladas exportadas	D= A+B-C Consumo aparente
2003	0,00	75,946,00	10,606,00	65,340,00
2004	0,00	84,991,00	11,629,00	73,362,00
2005	0,00	83,824,00	12,688,00	71,136,00

AÑO	A Producción	B Toneladas importadas	C Toneladas exportadas	D= A+B-C Consumo aparente
2006	0,00	88,036,00	12,601,00	75,435,00
2007	0,00	90,593,00	12,962,00	77,631,00
2008	0,00	89,727,00	9,578,00	80,149,00
2009	0,00	92,572,00	7,671,00	84,901,00
2010	0,00	89,658,00	7,239,00	82,419,00
2011	0,00	92,675,40	8,262,98	84,412,42
2012	0,00	93,692,20	7,561,01	86,131,19

2.8.2 Demanda proyectada

Para la proyección de la demanda se consideran los datos proyectados anteriormente para las importaciones y las exportaciones, dando como resultado:

Tabla 18: Proyección de la demanda (Consumo aparente) de camarón en Francia, años 2013-2017

AÑO	A Producción	B Toneladas importadas	C Toneladas exportadas	D= A+B-C Consumo aparente
2013	0,00	94,709,00	6,859,04	87,849,96
2014	0,00	95,725,80	6,157,07	89,568,73
2015	0,00	96,742,60	5,455,10	91,287,50
2016	0,00	97,759,40	4,753,13	93,006,27
2017	0,00	98,776,20	4,051,16	94,725,04

2.9 Demanda potencial insatisfecha

2.9.1 Demanda potencial insatisfecha actual

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se procederá a determinar en primer lugar el consumo per cápita, para luego comparar el consumo actual con el consumo recomendado de pescado.

Tabla 19: Consumo per cápita de Camarón en Francia, años 2005-2012

AÑOS	A Consumo aparente (ton)	B Población	C=A/B Consumo per cápita (kg)
2005	71,136,00	63175900	1,13
2006	75,435,00	63167600	1,19
2007	77,631,00	64012100	1,21
2008	80,149,00	64370500	1,25
2009	84,901,00	64720200	1,31
2010	82,419,00	65075600	1,27
2011	84,412,42	65436600	1,29
2012	86,131,19	67510100	1,28

Tomado de: TradeMap y el Banco Mundial.

Por otra parte, el consumo mínimo recomendado de mariscos al año por la Seafood Health Facts(2012) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, es de 11.83 kg al año (a partir de un cálculo de 8 onzas por semana). El grupo de alimentos de mariscos está dividido en tres principales grupos, el pescado, los moluscos y los crustáceos, perteneciendo los camarones a este último. Al dividir el consumo recomendado de 11.83kg al año para los tres grupos se obtiene un consumo recomendado de camarones y otros crustáceos de 3.94 kg al año.

La demanda insatisfecha por ende, es de casi 2.60 kg per cápita al año.

Tabla 20: Demanda insatisfecha actual

AÑO	Consumo per cápita (kg)	Consumo recomendado	Demanda insatisfecha per cápita (kg)	Demanda insatisfecha total (toneladas)
2005	1,13	3,94	2,81	177777,05
2006	1,19	3,94	2,75	173445,34
2007	1,21	3,94	2,73	174576,67
2008	1,25	3,94	2,69	173470,77
2009	1,31	3,94	2,63	170096,59
2010	1,27	3,94	2,67	173978,86
2011	1,29	3,94	2,65	173407,78
2012	1,28	3,94	2,66	179858,60

Tomado de: TradeMap y el Banco Mundial.

2.9.2 Demanda potencial insatisfecha proyectada

Para el cálculo de la demanda insatisfecha proyectada se tomaron los datos proyectados del consumo aparente, y las proyecciones poblacionales del Banco Mundial, dividiendo el consumo total para la población:

Tabla 21: Consumo per cápita de Camarón en Francia, años 2013-2017

AÑOS	Consumo aparente (ton)	Población	Consumo per cápita (kg)
2013	87.849,96	67.913.900	1,29
2014	89.568,73	68.317.700	1,31
2015	91.287,50	68.721.500	1,33
2016	93.006,27	69.125.300	1,35
2017	94.725,04	69.529.000	1,36

Tomado de: TradeMap y el Banco Mundial.

Tabla 22: Demanda insatisfecha proyectada

AÑO	Consumo per cápita (kg)	Consumo recomendado	Demanda insatisfecha per cápita (kg)	Demanda insatisfecha total (toneladas)
2013	1,29	3,94	2,65	179.730,81
2014	1,31	3,94	2,63	179.603,01
2015	1,33	3,94	2,61	179.475,21
2016	1,35	3,94	2,59	179.347,41
2017	1,36	3,94	2,58	179.219,22

Tomado de: TradeMap y el Banco Mundial.

Se puede observar que la demanda insatisfecha total se mantiene en los 17900 en promedio, con una ligera disminución entre el primer y el quinto año que se proyectaron.

2.10 Requisitos para exportar a Francia

2.10.1 Requisitos para exportar desde Ecuador

Para exportar productos originarios de la Acuicultura y Pesca desde el Ecuador, se requiere lo siguiente de acuerdo a ProEcuador (2013):

- Obtención de la autorización en el MAGAP:
 - Acuerdo Ministerial (Autorización para exportar otorgada por la Subsecretaría de Pesca o acuicultura)
 - Acta de producción efectiva (Inspección del establecimiento por parte de la Subsecretaria de Pesca o Acuicultura).
- Aprobación de la verificación:
 - Presentación del formulario de inscripción 11.1 (descargable del sitio web INP), acuerdo ministerial, acta de producción efectiva y todo documento exigido por el Instituto Nacional de Pesca.
- Obtener certificación fitosanitaria y de calidad
 - Previo al embarque del producto, el exportador debe acercarse al INP para solicitar la emisión del Certificado Sanitario a los establecimientos verificados. También pueden emitir Certificados de Calidad y certificados varios (según exigencias del país importador).

2.10.2 Requisitos de Francia para la Importación

Francia, como muchos otros países europeos, se caracteriza por una amplia apertura comercial, por lo tanto los aranceles son bastante bajos. Sin embargo, la tarifa promedio NMF (Nación más favorecida) para los productos de origen animal es de 23.2%.

Ecuador es país beneficiario del Sistema General de Preferencias y obtiene reducciones arancelarias en la mayoría de productos que ingresan a la Unión

Europea. El camarón, dentro del Sistema General de Preferencias mantiene un arancel para Europa del 3.60%.

Los requisitos solicitados por Francia para las partidas arancelarias 03061 y sus subpartidas son las siguientes de acuerdo a Export Helpdesk (2013):

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos
- Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura)
- Control de la pesca ilegal (Excluidos los productos de la acuicultura obtenidos a partir de crías o larvas)
- Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano
- Control sanitario de productos pesqueros no destinados al consumo humano
- Etiquetado del pescado
- Normas de comercialización de los productos de la pesca
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos
- Voluntario - Productos de producción ecológica

En conclusión se puede decir que el camarón orgánico incrementará su mercado, principalmente en países europeos, por la tendencia hacia productos naturales, por su valor nutritivo, calidad y salubridad. En Francia la perspectiva de mercado es muy positiva, con una demanda total insatisfecha, calculada en 179600 ton. aproximadamente para el año 2014, lo que hace al camarón orgánico un producto factible de exportación.

3. CAPÍTULO III: Estrategias de marketing

El mercado al que se direcciona el camarón orgánico, en Francia, requiere de estrategias de marketing que le faciliten el introducir el producto entre los consumidores potenciales de productos orgánicos, enfatizando el sabor, calidad y propiedades del producto. A fin de lograr esto se debe establecer en primer lugar el segmento de mercado al que apunta el producto para luego determinar las estrategias de precio, plaza, promoción y producto más eficientes para asegurar la permanencia del camarón orgánico en el mercado francés.

3.1 Mercado

El mercado está compuesto por la interacción entre ofertantes y compradores. Para el caso del camarón orgánico se puede diferenciar a tres actores del mercado. El cliente, que está compuesto por las empresas distribuidoras que adquirirán el camarón orgánico al por mayor, y los compradores finales, que adquirirán el producto de los puntos de venta directos, mientras que la competencia, que forma parte de la oferta, se compone por el camarón orgánico y convencional proveniente de otros países.

3.1.1 Perfil del cliente

Para la exportación de camarón desde Ecuador el cliente lo componen las empresas distribuidoras, quienes son las que adquieren el producto y lo distribuyen a los puntos de venta finales en Francia. De acuerdo con datos de PROECUADOR (2013) el ingreso de productos a Francia se realiza principalmente a través de 7 grandes grupos de compras, que abarcan cerca del 70% del mercado de la distribución, y que están ligados o afiliados a

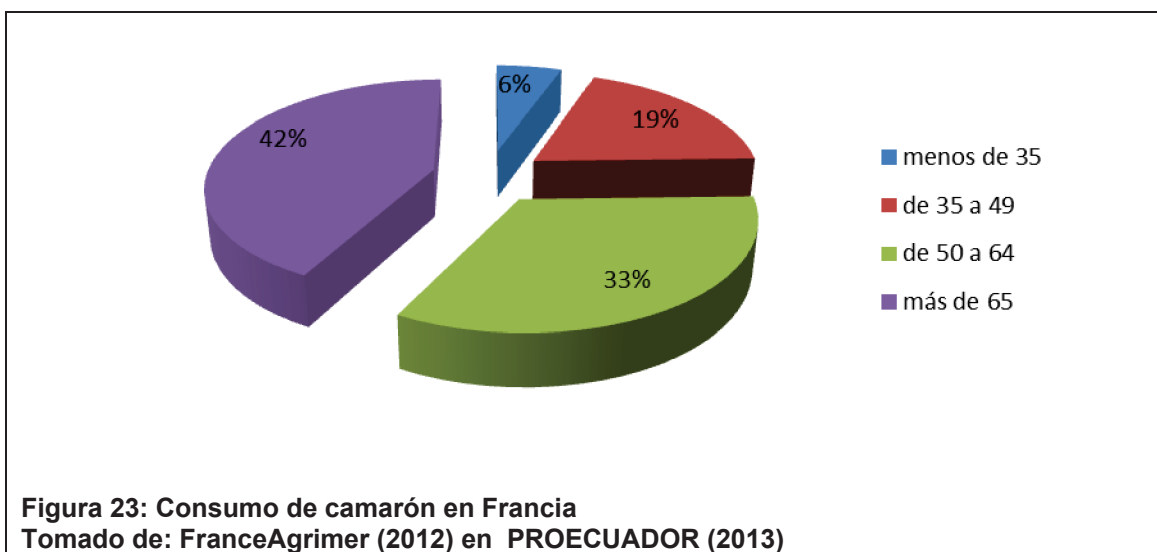
diversas cadenas de establecimientos como hipermercados, supermercados, tiendas de proximidad, entre otros similares.

Los distribuidores que conforman el grupo de clientes potenciales son:

- *Carrefour*.- Cadena multinacional de distribución de origen francés, siendo el primer grupo europeo y segundo mundial del sector. Se enfoca al mercado minorista con productos de alimentación, farmacéutica, electrónica, perfumería, deportes, entre otros.
- *Auchan*.- Grupo de distribución y finanzas con 478 hipermercados, 735 supermercados, 2027 pequeños supermercados en todo el mundo, y también 123 hipermercados en Francia. *Auchan* está presente en Francia, Italia, España, Portugal, Luxemburgo, Polonia, Hungría, Rusia, Rumania, Marruecos, China, Taiwán y Ucrania.
- *Leclerc*. Cadena francesa de supermercados creada en 1949 por Édouard Leclerc. Cuenta con 561 almacenes, 391 hipermercados, 131 supermercados y 39 tiendas especializadas en Francia, a más de las filiales en Italia, Polonia, Portugal, España, Eslovenia y Andorra.
- *Intermarché*.- Grupo de supermercados pertenecientes al grupo *Les Mousquetaire* Cuenta con 1800 supermercados en Francia.
- *Casino*. Conglomerado francés con más de 10.116 tiendas en todo el mundo. Es una transnacional presente por lo menos en 14 países del mundo, entre ellos 5 de América Latina y se dedica a las ventas minoristas.
- *Systeme U*.- Grupo de distribución francés, con cerca de 800 hipermercados y supermercados.
- *Cora*.- Grupo de distribución con cerca de 59 tiendas en Francia. Pertenece al grupo belga Louis Delhaize.

3.1.2 Perfil del consumidor

De acuerdo con PROECUADOR (2013) el consumo en Francia se centra en camarón fresco o cocido, refrigerado; para esta categoría que representa alrededor del 70 % del consumo, se menciona en el mismo estudio, que quienes más compran son las parejas de más de 65 años de edad, seguidos de las parejas de mediana edad, 50 a 64 años y el tercer puesto está adjudicado a los solteros de entre 35 a 49 años.



De acuerdo con FranceAgrimer (2012) citado por PROECUADOR (2013) el camarón fresco cocido es consumido principalmente por la población de nivel socioeconómico medio-superior a nivel socioeconómico alto.

Las características del consumidor, en el territorio de Francia, se pueden resumir en la siguiente tabla:

Tabla 23: Segmentación

Variables Geográficas	
País	Francia
Ciudad	Los distribuidores tienen puntos de venta a nivel nacional
Densidad	Urbana
Variables demográficas	
Género	Hombres y mujeres
Edad	Segmento primario: Mayores a 50 años
	Segmento secundario: Entre 35 y 49 años
Estado civil	Segmento primario: Parejas
	Segmento secundario: Solteros
Variables socioculturales	
Etnia	Sin restricción de etnia
Nivel sociocultural	Media superior/ alta
Hábitos de consumo	Preferencia por productos naturales y orgánicos
Estilo de vida	Hombres y mujeres que buscan productos nutritivos de fácil consumo.
Variables psicológicas	
Drivers de compra	Interés en la nutrición y en productos orgánicos
Actitudes de compra	Verificación de la calidad del producto

Tomado de: Elaborado a partir de datos de FranceAgrimer 2012 – OCE París y PROECUADOR (2013)

3.1.2.1 *Hábitos de consumo*

De acuerdo a datos estadísticos de FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) y la Unión Europea, el consumo de productos orgánicos se eleva a partir de las alertas alimentarias (avisos emitidos por FAO sobre posibles problemas sanitarios en determinados productos, a un promedio de 100 alertas por año) que surgieron entre 1990 y 2000, por la preocupación por los problemas causados por residuos de plaguicidas u otros químicos, a más del aumento de la conciencia por la salud. Si bien esta tendencia inició con productos de la agroindustria, en los últimos años otros productos de origen animal, como el camarón tendrán una alta acogida.

Los consumidores europeos gastaron €1.600 millones de euros en productos certificados como “Comercio Justo” durante el 2006. Según Organic-Market.info (2009) esto representa un 41% de crecimiento comparado con el 2005. Los principales mercados fueron Reino Unido, Francia, Suiza y Alemania.

De acuerdo con la Asociación Vida Sana (2012) la tendencia de consumo de productos orgánicos en Francia ha aumentado los últimos años significativamente, no obstante con la crisis europea dicho consumo bajó ligeramente para recuperarse nuevamente. Según el estudio de Asociación Vida Sana (2012), acerca de los hábitos de consumo en Francia durante el 2011, se puede decir:

- 83% de los franceses está de acuerdo con la idea de que los productos orgánicos ayudan a preservar el medio ambiente;
- 77% están convencidos de que son mejores para la salud;
- 82% se sienten más naturales porque son cultivados sin productos químicos.
- El 71% afirma que sus cualidades nutricionales están mejor conservados;
- 68% creen que su producción o fabricación requiere más mano de obra que los productos convencionales;
- 61% piensan que tienen un mejor sabor;
- La marca AB (agricultura biológica) es conocido por el 89% de los franceses, mientras que el logotipo europeo un poco menos.
- 56% de los consumidores orgánicos cree es que es normal que los productos orgánicos sean más caros que los convencionales. Además, siete de cada diez consumidores reconocen a los productos orgánicos una buena relación calidad-precio.

3.2 Estrategias de mercado

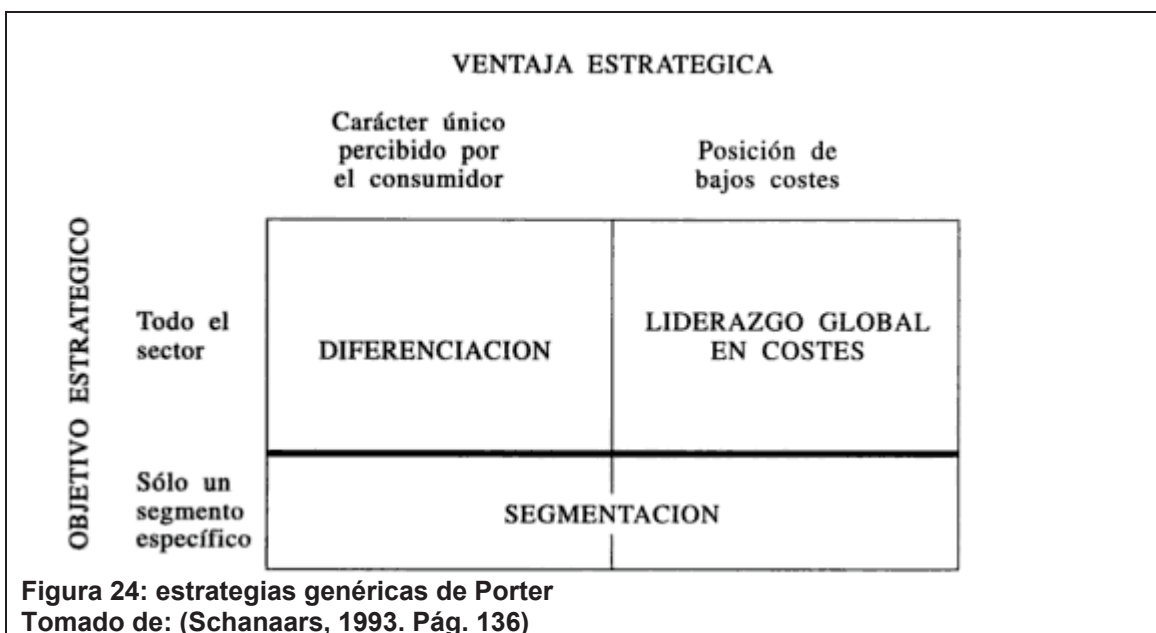
3.2.1 Producto

Francia es un gran consumidor de mariscos según PROECUADOR (2013), dentro de los cuales los productos orgánicos aún se consideran en crecimiento. El camarón orgánico tiene como ventajas, frente al camarón convencional, el presentarse como un producto de calidad, altamente nutricional, benéfico con el medio ambiente y sobre todo, fuera del riesgo proveniente por cualquier clase de químico.

Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de camarón orgánico de acuerdo con PROECUADOR (2013), sin embargo a nivel nacional se da preferencia de consumo al camarón convencional, pues el verdadero interés en productos orgánicos se encuentra en Europa. Países como Colombia, Perú y Honduras, entre otros, tienen potencial para la producción de camarón orgánico, sin embargo Ecuador mantiene la ventaja actualmente al contar con varias empresas productoras certificadas con el sello verde otorgado por Naturland de Alemania, a más de contar con larvas orgánicas con la certificación del Laboratorio Larvitana en San Pablo, Guayas (Laboratorio ecuatoriano que realiza estudios sobre la calidad de las larvas orgánicas).

La competencia para el camarón orgánico está compuesta por el camarón no orgánico proveniente del propio Ecuador, y camarón orgánico y no orgánico de la India, Malasia, Bulgaria, entre otros países, que exportan grandes cantidades a Francia.

Las estrategias de producto propuestas se enfocan en lograr la diferenciación del producto, de acuerdo a las estrategias genéricas de Porter, pues el camarón orgánico se direcciona a todo un sector industrial a la vez que propone características de exclusividad, logradas al ser un producto orgánico de alta calidad.



Al implantar una estrategia de diferenciación del producto las organizaciones buscan lograr márgenes más altos de beneficios determinando precios más altos. De acuerdo con Schanaars (1993. Pág. 136) con frecuencia este enfoque tiene éxito ya que los consumidores están dispuestos a pagar un poco más para obtener productos especiales o de superior calidad. Para el camarón orgánico se propone el trabajar una estrategia de diferenciación debido a que es un producto con características únicas (sano, sin químicos, con un bajo impacto para el medio ambiente, entre otras) que le otorga una calidad mayor frente al camarón convencional.

3.2.1.1 Estrategias de producto

Las estrategias de producto sugeridas son las siguientes:

- Asegurar la mayor calidad en el camarón orgánico durante el proceso de producción, exportación y comercialización en Francia.

La estrategia de diferenciación requiere que el producto se destaque por su exclusividad pero también por su calidad, pues mediante estos dos factores se puede asegurar una buena rentabilidad al manejarse precios más altos que la media. Para poder garantizar una calidad máxima se debe considerar:

- Convenios o compromisos de calidad entre el exportador y los proveedores(productores) del camarón orgánico en Ecuador, con políticas de reposición de productos que no cumplan con los estándares requeridos para la exportación.
 - Actualización tecnológica constante en los procesos de empaque y envasado del camarón orgánico, a fin de asegurar calidad continua.
 - Procesos de supervisión en la cadena de frío en todo el proceso productivo y de transporte para asegurar la calidad y buen estado del camarón orgánico. (Ver Figura 3.3 3: Cadena de frío del producto)
 - Realización de estudios de mercado anuales a partir del primer año de comercialización, para establecer la percepción de los consumidores.
- Incremento del Valor Agregado del Producto

El Valor Agregado del producto hace referencia a todas las características del mismo que se añaden para mejorar la satisfacción del cliente y/o consumidor. Para el camarón orgánico se proponen las siguientes tácticas para incrementar el valor agregado del producto:

- Apertura de asistencia remota en Ecuador a los compradores mayoristas y distribuidores en Francia, vía telefónica, teleconferencia o chat, como valor agregado del producto.

- Como parte del etiquetado del producto, incluir recetas y sugerencias para su preparación.
 - Empacado y envasado del producto adecuado para su comercialización a nivel europeo, acorde con las normativas de la comunidad europea para este tipo de productos. (Ver normas de empaçado como anexo)
 - Etiquetado del producto con información contenida en francés, inglés, español, alemán, italiano, holandés y ruso, pues Francia es un importante punto de reexportación hacia otros países de la comunidad europea como España o Italia.
 - Ofertar diversas presentaciones para el producto, tanto en peso del paquete, en tallas del camarón y en tratamiento dado al producto:
 - PUD Tail-off: (pelado completo incluido el rabo)
 - P&D Tail-off: (pelado y desvenado completo incluido el rabo)
 - PUD Tail-on: (pelado hasta el antepenúltimo segmento)
 - P&D Tail-on: (pelado y desvenado hasta el antepenúltimo segmento)
 - Camarón Crudo Brochetas
 - Camarón Crudo Corte Mariposa
- Creación de marca para el producto

Una marca se logra a través de la integración de elementos publicitarios, de marketing, de identidad corporativa (entiéndase por identidad corporativa a la manifestación de la marca mediante símbolos gráficos: colores, logotipos, imágenes, tipografías, entre otras) y de las características propias del producto. A través de una marca se obtiene un elemento que representa la calidad y naturaleza orgánica del producto. Para la creación de la marca e sugieren las siguientes tácticas:

- Determinación de un nombre comercial para el producto en francés, a fin de que pueda ser promocionado con mayor facilidad en los puntos de venta finales.
- Creación de un logotipo que represente al producto y exprese su naturaleza orgánica.
- Aprovechamiento de la imagen del país de origen (Ecuador), como el principal exportador de camarón a Francia.
- Utilización de una cromática en colores azules y verdes, lo que representa a un producto del mar, y guarda relación con la ecología y lo orgánico, de acuerdo a la semiótica.

3.2.2 Precio

La estrategia de precio que se aplicará está enfocada a aprovechar la exclusividad y calidad del producto, para la cual se debe considerar el precio del camarón convencional en Francia, al ser el producto que representa una competencia directa. Según PROECUADOR (2013) los precios de camarón convencional son:

Tabla 24: Precios del camarón convencional por kilo en Francia

Producto	Precio promedio euro/kilo
Camarón /gambas crudo	12,1
Camarón /gris crudo	14,2
Camarón/gambas cocidas refrigeradas	11,6
Camarón congelado	13,7
enteros	13,7
decorticados	13,5

Tomado de: PROECUADOR (2013)

Por otro lado, se menciona también que el camarón ecuatoriano varía su precio de acuerdo al segmento de mercado al que se enfoca, teniendo que por ejemplo, Auchan comercializó el kilo de camarón ecuatoriano a 9.90 € mientras que Carrefour lo vende a 8 €. No obstante para el caso del camarón orgánico los precios pueden elevarse fácilmente al tratarse de un producto con características especiales (sin químicos, más nutritivo y sano, entre otras). PROECUADOR (2013) menciona al respecto que para el segmento socioeconómico alto, la tienda gourmet de alta gama “La Grande Epicerie de Paris” vende camarón cocido con cáscara calibre 40/50, orgánico a 41,90 € el kilo.

Se debe considerar también que los principales compradores son parejas mayores a 50 años o solteros de entre 35 y 49 años. En ambos casos se presume una mayor capacidad de gasto que pareja jóvenes con hijos menores o familias grandes, lo que permite aplicar una estrategia de precios altos.

3.2.2.1 Estrategias de precio

Las estrategias de precio a aplicarse son:

- Estrategia de precios de prestigio

Esta estrategia se basa en la colocación de precios más altos que la media, lo que representa y se justifica a través de la exclusividad y calidad del producto. Para el camarón orgánico se propone manejar precios más altos que el precio del camarón convencional. No obstante el precio al que se entrega al distribuidor debe ser estudiado mediante un análisis financiero y técnico a profundidad.

Los métodos orgánicos evitan la utilización de químicos u otras sustancias y/o métodos para alterar el producto, evitar plagas o incrementar la producción; por lo que si bien el costo en este sentido se

reduce, se requiere de procesos diferentes, que aseguren las condiciones óptimas del entorno en que se cría, a fin de evitar enfermedades en el camarón, lo que impide manejar el producto a un precio competitivo ante el camarón convencional.

- Descuentos por cantidad

A fin de promover la importación del camarón orgánico, y tener un margen de rentabilidad alto (De acuerdo al diario el Comercio (2001), los productores de camarón orgánico reducen sus costos en 50% en comparación con productores de camarón tradicional), se pueden manejar márgenes de descuento sin que esto sugiera un impacto fuerte en las ganancias organizacionales. Se sugiere establecer rangos de descuento de acuerdo a la cantidad de toneladas adquiridas por el distribuidor en Francia, una mayor cantidad de producto se traducirá en mayores ganancias tanto para el vendedor de camarón como para el distribuidor en Francia.

- Creación de dos líneas de productos con precios diferenciados

Al considerar que cadenas como *Auchan* y *Carrefour* mantienen segmentos de clientes de diversos niveles socioeconómicos se sugiere la creación de dos líneas de producto con precios diferenciados:

- Línea de camarón orgánico premium
 - Que representa al camarón orgánico con el precio enfocado a un segmento medio superior o alto.
 - En esta línea de producto se debe acoger a los ejemplares de mayor talla.
- Línea de camarón orgánico estándar

- Misma que se puede trabajar con camarón orgánico de menor tamaño y en presentaciones de menos de un kilo, a fin de poder ganar mercado en segmentos medios inferiores.
- Ambas presentaciones deben mantener la misma calidad de producto y ofrecer las variedades de presentación anteriormente señaladas como valor agregado.

3.2.3 Plaza

Las estrategias de plaza abarcan la cadena de distribución y frío para el producto, mismo que se entregará en el puerto de destino, donde pasará a responsabilidad del distribuidor nacional.

3.2.3.1 Canales de distribución

Los canales de distribución deben mantener en todo momento la cadena de frío, necesaria para asegurar la integridad del producto. La cadena inicia con los proveedores del camarón, siendo los criadores que deben acatar las disposiciones y procesos necesarios para catalogar su camarón como orgánico. De este punto debe pasar a la empresa productora, la que se encargará del procesamiento del producto, que abarca las operaciones de revisión, pelado, lavado, envasado, etiquetado, empacado y control de calidad; luego de las cuales el camarón está listo para ser trasladado al puerto de embarque, donde se procederá al embalado y puesta en contenedores refrigerados, transportándose finalmente al puerto de destino.

El camarón orgánico se comercializa principalmente en supermercados e hipermercados, sin embargo, es también un producto utilizado en la cocina gourmet, y reexportado por Francia a varios países de la Unión Europea, por lo

que los canales de distribución inician con el proveedor para pasar al productor/exportador, quien lo entrega a la empresa transportadora, vía marítima para camarón orgánico congelado y vía aérea para camarón refrigerado, siendo receptada la carga por el distribuidor mayorista en Francia, ya sea en puerto o en aeropuerto. Desde el distribuidor el camarón orgánico puede distribuirse a cadenas de hipermercados y supermercados pertenecientes a la propia empresa distribuidora (Auchan o Carrefour por ejemplo), a cadenas de hipermercados y supermercados independientes, a tiendas minoristas especializadas, a restaurantes y a otras empresas re-exportadoras, quienes envían el camarón orgánico a otros países de la Unión Europea, para llegar finalmente al consumidor final.

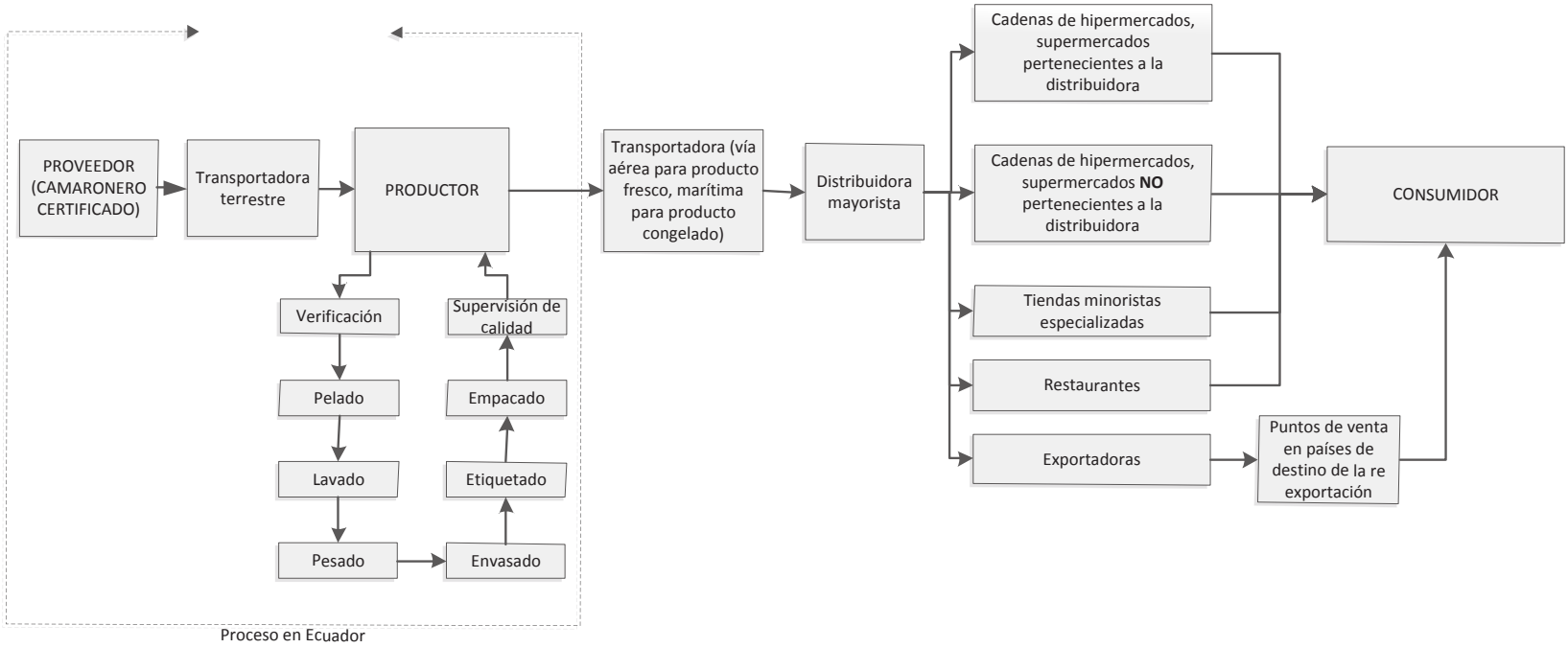
Los canales de distribución se presentan en la Figura 25.

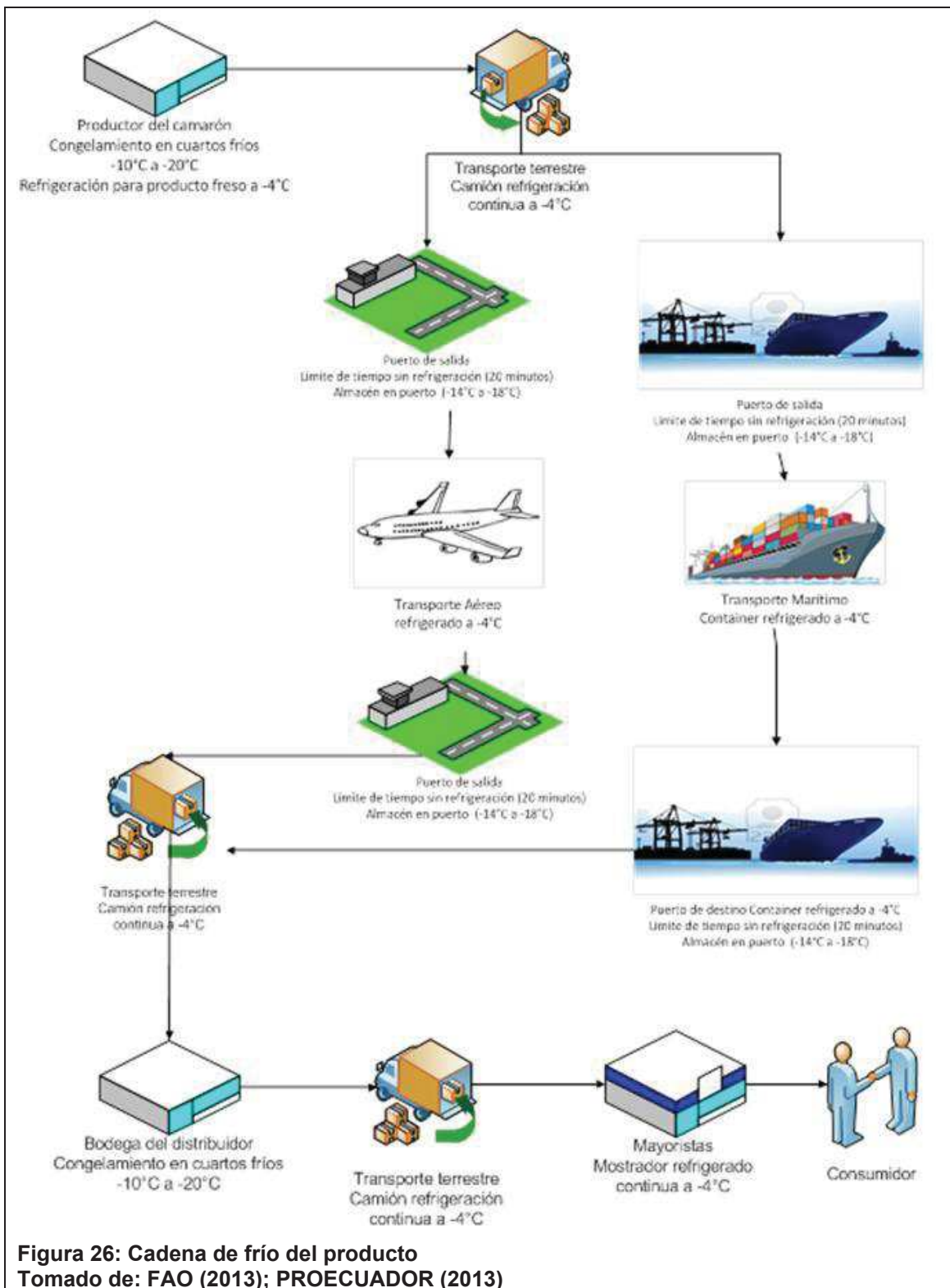
3.2.3.2 Estrategias de plaza

La distribución del producto dentro de Francia está a cargo de las distribuidoras mayoristas, sin embargo se sugieren las siguientes estrategias relacionadas con el posicionamiento del producto:

- Establecimiento de políticas bilaterales de transportación y manejo del producto, a fin de que se conserve la integridad del mismo cuando pase a responsabilidad de las distribuidoras.
- Entrega de las especificaciones técnicas relacionadas con la cadena de frío a las empresas distribuidoras para asegurar que el producto se conserve en buen estado.

Figura 25: Canales de distribución
Tomado de: PROECUADOR (2013)





3.2.4 Promoción

Las estrategias de promoción abarcan todas las actividades enfocadas a difundir, despertar el interés y persuadir a la acción de compra del producto. En este caso las acciones de promoción y publicidad están direccionadas al distribuidor.

3.2.4.1 Estrategias de promoción

1. Configuración de una oferta de producto altamente diferenciada

Lo que se puede lograr al establecer un posicionamiento enfocado a que el cliente perciba el producto como un camarón exclusivo, de alta calidad, que al comerlo no presenta ningún riesgo por el uso de plaguicidas o químicos, que es nutritivo, amigable con el medio ambiente y que invita a seguir consumiéndolo.

La estrategia de promoción puede basarse en los siguientes aspectos, mismos que sirven para construir el mensaje publicitario:

- Promesa básica de venta (¿Qué se promete al público objetivo que la competencia no puede dar?
 - Camarón 100% producido de forma orgánica.
- Key Facts (Hechos clave)
 - Ningún riesgo para la salud
 - Excelente sabor
 - Altos niveles de nutrición
- Reason why (justificación de los hechos clave)
 - Cero químicos o plaguicidas
 - Certificado como producto orgánico de calidad por certificadoras que mantienen oficinas en Ecuador como Larvitana, Control Unión, EcoCert y BSO.

- Criado con alimentación natural (Principalmente, algas, bacterias y parásitos), proveniente de fuentes vegetales orgánicas certificadas.
 - Unique Selling Proposition (Propuesta Única de Venta o Argumento de Venta)
 - Camarón ecuatoriano 100% orgánico, con certificación de calidad y sello verde.
 - Slogan
 - Calidad orgánica, sabor y nutrición.
2. Promoción del producto a través de una página web para información, contactos y ventas

La página debe estar diseñada en francés principalmente y en inglés al ser los dos idiomas más comunes, a fin de asegurar que todo cliente que busque información podrá entender los contenidos del sitio web.

3. Diseño de material editorial (Folletos, Volantes, Infografías) a ser entregadas a los distribuidores en Francia, como material para la publicidad en sitio de venta.

Este material deberá estar diseñado en francés y hacer énfasis en las características del producto que lo diferencian del resto.

4. Promoción del producto a través de redes sociales como Facebook, dentro de las cuales se puede realizar una segmentación por país.

Las redes sociales permitirán hacer la promoción del producto a bajos precios directamente hacia el consumidor final, no obstante las estrategias publicitarias y promocionales en el sitio de venta final están a cargo del distribuidor mayorista

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Ecuador es un país que se ha destacado como importante exportador de pocos productos específicos, entre estos el camarón, más aún durante los últimos diez años, después de haber superado la crisis del síndrome de Taura entre los años 1990 y 1994, por el uso de pesticidas, y el virus de la mancha blanca en 1999, lo que también ha impulsado la tendencia a la producción de tipo orgánica, haciendo de Ecuador un productor importante para el mercado mundial.
2. Ecuador se ha posicionado durante los últimos años como un fuerte competidor ante el mercado del camarón fresco o congelado, detrás de países asiáticos, principalmente Tailandia, no obstante a partir del 2011 la aparición del Síndrome de Mortalidad Temprana ha provocado un descenso significativo en la producción del oriente, permitiendo al Ecuador incrementar su porcentaje de exportaciones de crustáceos y fortalecerse como uno de los principales productores mundiales de camarón orgánico y convencional.
3. Francia se posiciona como un importante comprador de camarón orgánico ecuatoriano, pues mantiene un historial de grandes exportaciones de crustáceos, donde Ecuador mantiene las primeras posiciones; por otro lado, las tendencias de consumo relacionadas con los productos orgánicos también han ido en aumento debido a los riesgos implícitos en los productos que contienen plaguicidas, químicos o comida sintética, con cerca de un 20% al 25% de crecimiento al año según FAO.
4. Los principales exportadores a Francia de camarón, después de Ecuador, son India, Bulgaria, y Malasia, sin embargo, ninguno de ellos

ofrece camarón orgánico siendo este producto una iniciativa principalmente de países suramericanos y centroamericanos.

5. La demanda de productos orgánicos nace durante los últimos quince años, principalmente en países europeos, como una respuesta de los consumidores ante problemas de salud y nutrición producidos por el consumo de productos tratados con pesticidas, y otros químicos para su alimentación y/o cuidado, como también por el cuidado al medio ambiente que representa este tipo de producción.
6. La rentabilidad en este producto viene dada por una estrategia de diferenciación y de precios de prestigio, pues al tratarse de un producto exclusivo y que representa una mayor calidad el precio puede elevarse en corca del 50% en comparación con el camarón tradicional.
7. Se concluye que la exportación de camarón orgánico a Francia es factible debido a la demanda actual que se tiene de camarón en general y a la tendencia de consumo de productos orgánicos en aumento a nivel de toda Europa.
8. El mercado de camarón orgánico se produce en su mayoría a través de los hipermercados y supermercados de las grandes cadenas de distribución como Carrefour y Auchan, sin embargo, las oportunidades de negocio se expanden debido a que Francia también es un importante re exportador del producto a otros países de la Unión Europea.

RECOMENDACIONES

1. El sector camaronero representa un importante ingreso para el país por motivo de exportaciones, sin embargo también requiere una fuerte inversión en infraestructura, materias primas, y amparos legales y normativos, dentro de los cuales el gobierno debería tomar un papel más activo, a fin de impulsar a los pequeños y grandes productores, y donde se podría hacer énfasis en capacitar al productor ecuatoriano en la producción orgánica, pues este tipo de prácticas reducen los costos por alimentación.
2. Para la exportación de camarón orgánico se recomienda el crear una entidad local, anexa a Agrocalidad, que supervise, controle y certifique de forma interna a las productoras de camarón orgánico, a fin de asegurar la conservación de los manglares, y de esta forma aumentar los certificados de calidad y de sello verde que mantiene el camarón orgánico, siendo requisitos para ingresar al mercado francés.
3. Establecer diversas categorías de camarón orgánico a fin de ofrecer diversidad en cuanto a clases de producto, tamaño y precio, lo que facilitaría captar mayores segmentos de mercado en el país de destino.
4. Impulsar el comercio y la imagen del producto ecuatoriano a través de iniciativas propuestas a las Embajadas de Ecuador en Francia, promoviendo a la vez el comercio bilateral.
5. Proponer alianzas estratégicas a nivel local entre los pequeños productores camaroneros, los cuales pueden optar por implementar sistemas de crianza de camarón orgánico, y en conjunto realizar exportaciones de volúmenes significativos a Francia, para lo cual se deben analizar costos y competitividad.

6. Desarrollar cadenas de distribución directas mediante la colaboración de embajadas o asociaciones de productores en el exterior, que permitan posicionar el producto en el mercado europeo a precios competitivos y con una mayor rentabilidad al reducir los costos por la distribución indirecta.

REFERENCIAS

Aduana del Ecuador. (enero de 2013). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el marzo de 2013, de http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action

Andrade, V. (ayo de 2012). *DIRNEA centra sus esfuerzos en el censo camaronero*. Recuperado el junio de 2013, de <http://www.cna-ecuador.com/component/jdownloads/finish/4-articulos/7-dirnea-censo-camaronero-en-esmeraldas?Itemid=0>

Appleyard, D. (2003). *Economía Internacional*. Bogotá: Quebercor Word.

Asociación Vida Sana (2012). FRANCIA Más consumo de productos ecológicos. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://vidasana.org/noticias-vidasana/francia-mas-consumo-productos-ecologicos.html>

Banco Central del Ecuador. (febrero de 2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el marzo de 2013, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/servlet/fin.bce.comercio.seguridad.ConexionCex?pagDestino=/seguridad/frameInfEstMensual.jsp

Bauer, Raymond T. (2004). *Remarkable Shrimps: Adaptations and Natural History of the Carideans*. University of Oklahoma Press.

Bicenty, J. P., Amado, G., Lora, J., & Rosales, M. (28 de febrero de 2008). *Producción de camarones*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://camaronesexpo.blogspot.com/2008/02/produccion-de-camarones.html>

Blogspot Comercio Internacional. (13 de abril de 2009). *comerciointernacional5*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://comerciointernacional5.blogspot.com/>

- Bravo, E. (2003). *La Industria Camaronera en Ecuador*. Barcelona: Acción Ecológica.
- Buitrón Cisneros, R., & Romero Salgado, N. (julio de 2004). *WRM Movimiento Mundial por los Bosques Tropicales*. Recuperado el marzo de 2013, de Certificación del Camarón Orgánico. Sello Verde a la impunidad.: <http://www.wrm.org.uy/paises/Ecuador/camaron.html>
- Cámara Nacional de Acuacultura. (28 de febrero de 2012). *Cámara Nacional de Acuacultura*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.cna-ecuador.com/prensa/412-buro-de-analisis-censo-camaronero-nuevo-paso-en-la-regularizacion-del-sector-que-lleva-3-anos>
- CBI Market Survey (2007): The Money Market in the UE /
- C-CONDEM Ecuador. (2011). Producción de Camarones en Ecuador. Recuperado el 10 de Marzo de 2013 de http://www.ccondem.org.ec/imagesFTP/13498.Aguas_Turbias_informe_SSPN_2.pdf
- ComercioExterior.com.ec. (2011). *comercioexterior.com.ec*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/regimenes-aduaneros>
- Dana, J. D. (15 de marzo de 2013). *wikipedia*. Recuperado el marzo de 2013, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Caridea>
- Definicion.de. (2013). *Definicion.de*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://definicion.de/comercio-internacional/>
- DeGerencia. (2013). *degerencia.com*. Recuperado el marzo de 2013, de http://www.degerencia.com/tema/comercio_exterior
- Del Greco, Natalia. (2010). Estudio sobre tendencias de consumo de alimentos. Buenos Aires: Agroindustria de Alimentos y Bebidas. Recuperado el 18

de abril de 2013 de
<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/procal/estudios/01/TendenciasConsumoAlimentos.pdf>

Diario HOY. (19 de Septiembre de 2006). *Consumo de productos orgánicos crece a un ritmo del 25% cada año*. Recuperado el 2013, de HOY Diario en Línea: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/consumo-de-productos-organicos-crece-a-un-ritmo-del-25-cada-ano-247211.html>

Diario Hoy. (20 de Octubre de 2011). Un buen año del camarón. *Diario Hoy*, págs. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/un-buen-ano-del-camaron-508486.html>.

EcuRed. (s.f.). *EcuRed*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.ecured.cu/index.php/Camar%C3%B3n>

El Hoy, D. (25 de Agosto de 2011). Ecuador exportó 480 millones en camarón durante el primer semestre de 2011. *El Hoy, Diario*, págs. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-exporto-480-millones-en-camaron-durante-el-primer-semestre-de-2011-496277.html>.

Enciclopedia de Economía. (2009). *Enciclopedia de Economía*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-comparativa-teoria-de-la/ventaja-comparativa-teoria-de-la.htm>

Espinoza Arellano, E. (2011). Producción orgánica de camarón, alternativa de exportación. *El Agro*, <http://www.revistaelagro.com/2012/08/20/produccion-organica-de-camaron-alternativa-en-exportacion/>.

Expreso, D. (9 de enero de 2013). Censo detectó 559 nuevas camaroneras en Ecuador. *Diario Expreso*, pág. http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=4023567&tipo=2.

- FAO. (2013). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>
- FAO. (2001). Los Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s00.htm#Contents>
- FAO. (2013). Estadísticas del Departamento de Pesca y Agricultura. [en línea]. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://www.fao.org/fishery/statistics/global-commodities-production/query/en>
- FAO Globefish. (2012). Mercado del camarón en la Unión Europea – octubre 2012. [en línea]. Recuperado el 18 de abril de 2013 de Aquahoy http://www.aquahoy.com/index.php?option=com_content&view=article&id=17006%3Amercado-del-camaron-en-la-union-europea-octubre-2012&catid=133%3Aestudios&Itemid=100042&lang=es
- FAO (1980). FAO CATALOGUE Vol.1 - Shrimps and Prawns of the World. An Annotated Catalogue of Species of Interest to Fisheries.L.B. Holthuis. FAO Fisheries Synopsis No.125, Volume 1. [en línea] Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://www.fao.org/fishery/species/3435/en>
- FAO. (1983). FAO species identification sheets: Pandalidae. [en línea]. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/ad468e/ad468epz.pdf>
- FAO. (2005). Programa de información de especies acuáticas. *Penaeus monodon*. Programa de información de especies acuáticas. Texto de Kongkeo, H. In: Departamento de Pesca y Acuicultura de la FAO [en línea]. Roma. Recuperado el 18 de abril de 2013 de http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Penaeus_monodon/es

- Flores, A. P. (12 de octubre de 2009). *El Empresario*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://eemprensario.mx/nuevos-mercados/alimentos-organicos-puerta-europa>
- Marriott García, F. (2003). *Análisis del Sector Camaronero*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural de Colombia (2010). Planes de Desarrollo para cuatro sectores clave de la agroindustria de Colombia. Recuperado el 19 de abril de 2013 de http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Plan_camaronicultura.pdf
- Olazabal, M., & Mora, G. E. (1983). Una metodología para el sondeo de mercados agrícolas. IICA Biblioteca Venezuela.
- Organic-Ecuador. (2013). *Organic-Ecuador*. Recuperado el marzo de 2013, de http://www.organic-ecuador.com/home_esp.php
- Organic Market.info. (2009). Datos estadísticos. <http://www.organic-market.info/>
- ORMASA. (2013). *ORMASA*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://www.omarsa.com.ec/index.php/es/>
- Perez, J., & Armendáriz, O. (2006). *Análisis de la industria camaronera y su comportamiento crediticio*. Quito: Superintendencia de Bancos y Seguros.
- PRO ECUADOR (2013). Ficha técnica de Francia. Quito: Autor.
- PROECUADOR (2013a). Perfil logístico de Francia 2011. Quito: Autor.
- PROECUADOR (2012). Boletín de análisis de mercados internacionales. Año 1, número 1. Quito: Autor.
- PROECUADOR (2011). Guía comercial de Francia 2011. Quito: Autor

Romero Ríos, A. (24 de marzo de 2012). *gestiondelaexportaciondued5*. Recuperado el marzo de 2013, de http://gestiondelaexportaciondued5.blogspot.com/2012_03_01_archive.html

Schanaars, S. (1993). *Estrategias de Marketing*. Ediciones Díaz de Santos.

Saurwald, D. (2011). Biofach2011: Europa los prefiere orgánicos en cambio América Latina apuesta a menos consumo y más exportación. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://www.listao.com.ar/2011/02/biofach2011-europa-los-prefiere-organicos-en-cambio-america-latina-apuesta-a-menos-consumo-y-mas-exportacion/>

Seafood Health Facts(2012). Buena salud con pescado y mariscos Información para profesionales de la salud. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://seafoodhealthfacts.org/pdf/Spanish-reference%20guide-6pg.pdf>

Telégrafo. (7 de marzo de 2012). El Oro aporta con el 30% de producción camaronera nacional. *El Telégrafo*, págs. <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-oro-aporta-con-el-30-de-produccion-camaronera-nacional.html>.

ThinkQuest. (2000). *ThinkQuest Oracle Education foundation*. Recuperado el marzo de 2013, de <http://library.thinkquest.org/C005501F/camaron.htm>

TradeMap (2013). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Recuperado el 18 de abril de 2013 de <http://www.trademap.org/Index.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1 – Regímenes aduaneros, productos orgánicos y el camarón

- Regímenes aduaneros

“Se entiende por ‘regímenes aduaneros’ a las distintas formas, según su naturaleza o destino, bajo las cuales pueden efectuarse las importaciones y exportaciones con sujeción a un conjunto de disposiciones y normas que son, en definitiva, las que configuran tales regímenes.” (ComercioExterior.com.ec, 2011)

Los regímenes aduaneros son modalidades que adoptan las aduanas de un país, como normas que regirán el comercio internacional o exterior de dicho país, es decir tanto a las importaciones como a las exportaciones.

Según (Aduana del Ecuador, 2013) los regímenes se clasifican en:

- Comunes: importaciones y exportaciones para consumo y uso inmediato.
- Particulares o de excepción: importaciones y exportaciones especiales que tienen normativa de regulación distinta a la común. Como ejemplo se puede mencionar al tráfico postal internacional, correos rápidos, tráfico fronterizo o zona de libre comercio.
- Especiales: importaciones y exportaciones que se caracterizan por ser suspensivos, liberatorios o devolutorios de tributos aduaneros. Como por ejemplo: tránsito aduanero, importaciones temporales, devolución condicionada de tributos, depósitos aduaneros, almacenes libres y especiales, exportaciones temporales, zona franca o régimen de maquila.

- Productos orgánicos

Según lo explica la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO), la agricultura orgánica se puede definir como:

“...un método que consiste en la gestión del ecosistema en vez de en la utilización de insumos agrícolas. Un sistema que comienza por tomar en cuenta las posibles repercusiones ambientales y sociales eliminando la utilización de insumos, como fertilizantes y plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación. En vez de todo esto se llevan a cabo prácticas de gestión específicas para el sitio de que se trate, que mantienen e incrementan la fertilidad del suelo a largo plazo y evitan la propagación de plagas y enfermedades” (FAO, 2013)

Es decir, es un método de agricultura y que consiste en no utilizar productos químicos, sean estos abonos, pesticidas, fertilizantes, etc. sino que más bien el proceso orgánico asegura la utilización de métodos, herramientas e insumos naturales que aseguran la pureza de los productos orgánicos, al no contener toxinas químicas, así como garantizan la conservación del suelo y en general del ambiente.

Respecto de la acuicultura, que se puede definir como actividad de “cría y cultivo de animales y plantas acuáticas” según el documento de Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria, expedido por la (FAO, 2013), y al igual que la agricultura el proceso debe cumplir los mismos principios naturales de uso de insumos, herramientas y procedimientos para la cría y cultivo de animales acuáticos, como es el caso del camarón.

Los productos orgánicos van tomando más fuerza a nivel mundial, no solo por sus beneficios al consumidor, al no incluir sustancias o componentes químicos que pueden afectar a la salud humana, sino que también tienen un impacto menor al suelo, agua y en general al ambiente natural de producción.

- El camarón

Según (Dana, 2013) el nombre científico del camarón es *Pannaeus vanamei* y su clasificación científica es:

Reino: Animalia
Filo: Arthropoda
Subfilo: Crustacea
Clase: Malacrostaca
Orden: Decapoda
Suborden: Pleocyemata
Infraorden: Caridea

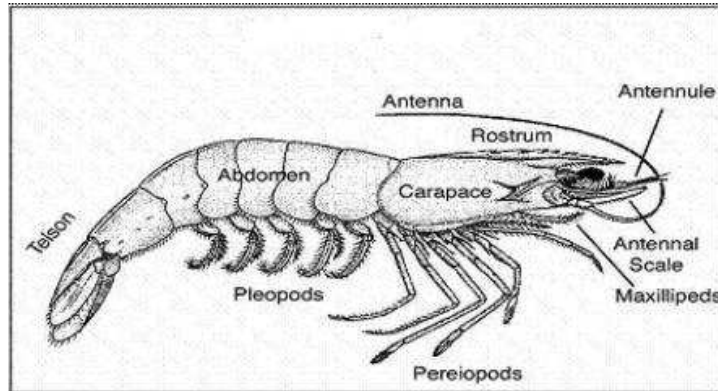
El camarón es un crustáceo decápodo marino o de agua dulce que mide aproximadamente entre 10 y 15 centímetros.

“Camarón. (Infraorden Caridea, antiguamente Natantia). Especie de Crustáceo decápodo acuático, marinos o de agua dulce, distintivos por poseer dos pares de quelas, y una marcada inclinación en el abdomen, cuyo segundo segmento se solapa con los adyacentes. Son muy apreciados en gastronomía, aunque en el uso culinario la distinción con los langostinos (Dendrobranchiata) es lábil.” (EcuRed, s.f.)



Tomado de: Prodemar

El cuerpo del camarón se divide en tres partes principales que son: Cefalotórax, Abdomen y Telson y Urópodos, como lo muestra la siguiente Figura:



Tomado de: EcuRed

ANEXO 2 – Principales productores de camarón orgánico en Ecuador

A continuación se detalla un listado de principales camaroneras de Ecuador que producen y exportan el camarón orgánico:

- Organic-Ecuador: grupo empresarial integrado por Pesquera del Carmen, Hacienda Celia María, Agrícola Carmita y la nueva Hacienda Alicia, especializado en la producción y exportación de productos orgánicos como banano, cacao y camarón. Cuenta con la certificación Naturalad para el caso del camarón orgánico. Exporta principalmente a EEUU, Europa y Japón.

http://www.organic-ecuador.com/home_esp.php

- Ormasa: dedicado a la cría, procesamiento y exportación de camarón vannamei congelado desde hace más de 30 años. Exporta principalmente a mercados de Europa, EEUU y Canadá. Tiene dos fincas sector Guayas.

<http://www.omarsa.com.ec/index.php/es/>

- Langosmar: ubicada en Guayaquil, desde 1982 se ha dedicado al cultivo, empaque y exportación del camarón. Cuenta con certificaciones orgánicas de Francia, Unión Europea y Naturland.

<http://www.langosmar.com/espanol/granja.htm>

- Expalsa: desde 1984 se dedica a la crianza, producción, alimentación, procesamiento y empaque de Camarón Blanco. Cuenta con varias certificaciones. Provincia del Guayas, vía Durán Tambo.

http://www.expalsa.com/quienes_somos.php

- Biocentinel: desde 1989 produce y exporta camarón blanco orgánico ubicada en Punta Centinela – Guayas.

<http://www.biocentinel.com/opinion/testimonials.php5>

Adicionalmente, según información presentada por (Buitrón Cisneros & Romero Salgado, 2004), las empresas verdes en Ecuador que registraban certificaciones de producción orgánica eran:

- Eco Camaronera Bahía en Manabí.
- Camaronera Poseidón Cía. Ltda. en Manabí.
- Mar Grande en Manabí.
- Larvitana.
- Camaronera Barquero/Vergel en Bahía de Caráquez - Manabí.
- LANPAC en El Oro.
- South Tropical S.A. en Guayas.
- Zanin S.A. en Guayas.

ANEXO 3 – Normas de etiquetado de la Unión Europea para exportaciones a Francia

Notas

- Este documento está disponible solamente en inglés.
 - Acceso directo al Diario Oficial es posible únicamente si la publicación es posterior a 1997.
 - Todas las referencias legales mencionadas se refieren únicamente a la legislación original básica. El número CELEX propuesto (ej. CELEX32005R0396) le dará acceso a la legislación básica, a sus modificaciones y a la versión final consolidada de la legislación disponible en EUR-Lex (base de datos al derecho de la Unión Europea)
-

Latest Revision Date (dd/mm/yyyy): 01/03/2013

Labelling for fishery products

Fishery products marketed in the European Union (EU) are subject to the general labelling rules for foodstuffs, general labelling rules for fishery products and specific labelling rules for certain fishery products subject to harmonised marketing standards.

General labelling rules affecting foodstuffs

Labels of foodstuffs, according to the general rules laid down by Council Directive 2000/13/EC (OJ L-109 06/05/2000) ([CELEX 32000L0013](#)), must contain the following particulars:

- The name under which the product is sold. No trademark, brand name or fancy name may substitute the generic name but rather may be used in addition. Particulars as to the physical condition of the product or the specific treatment it has undergone (freeze-dried, deep-frozen, smoked,...) must be included where omission of such may confuse the purchaser.
- The net weight of pre-packaged products
- The date of minimum durability consisting of day, month and year in that order and preceded by the words "best before" or "best before end" or the "use by" date according to product characteristics
- Any special conditions for keeping or use
- The name or business name and address of the manufacturer, packager or seller established in the EU
- Lot marking on pre-packaged product with the marking preceded by the letter "L"

Besides these mandatory rules, there is also additional information that may be included by the manufacturers on a voluntary basis provided that it is accurate and does not mislead the consumer. For example, nutritional labelling is not obligatory unless a nutritional claim is made on the label or in the advertising material. In this case, nutritional claims must comply with a standardised format, pursuant to Council Directive 90/496/EEC (OJ L-276 06/10/1990) ([CELEX 31990L0496](#)).

Packaging materials and containers that are in contact with food products must comply with the provisions established by Regulation (EC) No 1935/2004 of the European Parliament and of the Council (OJ L-338 13/11/2004) ([CELEX 32004R1935](#)).

General labelling rules for fishery products

In accordance with the Council Regulation (EC) No 104/2000 (OJ L-17 21/01/2000) ([CELEX 32000R0104](#)) and Commission Regulation (EC) No 2065/2001 (OJ L-278 23/10/2000) ([CELEX 32001R2065](#)), the following information must be provided on the labelling or packaging of the fishery product, or by means of a commercial document accompanying the goods:

- Commercial and scientific designation of the species. For this purpose, Member States publish a list of the commercial designations accepted in its territory.
- Production [method](#) (caught at sea or in freshwater, or resulted from aquaculture) indicated by the harmonised terminology
- Catch area:
 - Caught at sea: one of the areas mentioned in the [Annex](#) to the Commission Regulation (EC) No 2065/2001;
 - Caught in freshwater: reference to the country of origin;
 - Aquaculture: reference to the country in which the product is farmed

Specific labelling rules for certain fishery products

The labels of [products](#) subject to harmonised marketing standards established by Council Regulation (EC) No 2406/96 (OJ L-334 23/12/1996) ([CELEX 31996R2406](#)) should include the following details:

- Country of origin in Roman letters at least 20 mm high
- Scientific name and trade name
- Presentation
- Freshness and size categories
- Net weight in kilograms
- Date of grading and date of dispatch
- Name and address of consignor

Lots must contain products of the same size and uniform freshness. The freshness category, size category and presentation must be clearly and indelible marked, in characters of at least 5 cm high, on labels affixed to the lot.

The information provided by labels must be easy to understand, easily visible, clearly legible and indelible and must appear in the official language(s) of the Member State where the product is marketed.

Legislation

- Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs for sale to the ultimate consumer (OJ L-109 06/05/2000) ([CELEX 32000L0013](#))
- Council Directive 90/496/EEC of 24 September 1990 on nutrition labelling rules of foodstuffs (OJ L-276 06/10/1990) ([CELEX 31990L0496](#))
- Regulation (EC) No 1935/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on materials and articles intended to come into contact with food and repealing Directives 80/590/EEC and 89/109/EEC (OJ L-338 13/11/2004) ([CELEX 32004R1935](#))
- Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers (OJ L-80 18/03/1998) ([CELEX 31998L0006](#))
- Commission Regulation (EC) No 104/2000 of 17 December 1999 on the common organisation of the market in fishery and aquaculture products (OJ L-17 21/01/2000) ([CELEX 32000R0104](#))
- Commission Regulation (EC) No 2065/2001 of 22 October 2001 laying down procedures for the application of Council Regulation (EC) No 104/2000 as regards informing consumers about fishery and aquaculture products (OJ L-278 23/10/2001) ([CELEX 32001R2065](#))
- Council Regulation (EC) No 2406/96 of 26 November 1996 laying down common marketing standards for certain fishery products (OJ L-334 23/12/1996) ([CELEX 31996R2406](#))

Additional information for France

Fishery products must be marketed using the [commercial and scientific designations](#).

Compliance with labelling rules may be checked at any stage of the marketing process (e.g. customs clearance, distributors warehouses, wholesalers or retailers outlets ...). Information regarding commercial and scientific designation, production method and catch area must be always available although, depending on the stage

of the marketing chain (wholesale/retail), these data may be provided in the label, product package and/or in the commercial documents accompanying the product, such as the invoice.

Competent authority / competent bodies

- *Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie* (Ministry of Ecology, Sustainable Development and Energy)
Direction des pêches maritimes et aquaculture (Directorate of fishery and aquaculture)
78, rue de Varenne
F-75349 Paris SPO7
Tel: +33 1 49 55 82 01
Fax: +33 1 49 55 82 00 / 1 49 55 74 37
E-mail: dpma@agriculture.gouv.fr / cecile.bigot@agriculture.gouv.fr
Website: <http://www.developpement-durable.gouv.fr/>

- *Ministère de l'Économie et des Finances* (Ministry of Economy and Finance)
Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes - DGCCRF (Directorate General for Competition, Consumer Affairs and Anti-fraud)
Service de la Protection des consommateurs et de la régulation des marchés (Service for Consumer Protection and Market Regulation)
Sous- direction Des Produits alimentaires et des marchés agricoles et alimentaires (Sub-Division of Foodstuffs and Agricultural and Food Markets)
59, boulevard Vincent-Auriol
F-75703 Paris Cedex 13
Tel: (+33) 1 44 97 23 47
Fax: (+33) 1 44 97 30 39
E-mail: sous-direction-4@dgccrf.finances.gouv.fr / jean-louis.gerard@dgccrf.finances.gouv.fr
Website: http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/consommation/information_consommateurs

Legislation

- Décret n° 98-879 of 29/09/1998 on labelling of foodstuffs (Journal Officiel of 02/10/1998)
- Décret n° 2009-1083 of 01/09/2009 on implementing measures for Article L.214.1 of Consumer Code (Journal Officiel of 03/09/2009)

Other information sources

Directorate General for Competition, Consumer Affairs and Anti-fraud; Labelling of Fish and Aquaculture Products: http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/consommation/information_consommateurs/poissons

ANEXO 4 – Normas de envasado para productos importados y/o comercializados en la Unión Europea

REGLAMENTO (CE) N° 1935/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO,
de 27 de octubre de 2004,
sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos y por el que se derogan
las Directivas 80/590/CEE y 89/109/CEE

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, su artículo 95,

Vista la propuesta de la Comisión,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo ⁽¹⁾,

De conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 251 del Tratado ⁽²⁾,

Considerando lo siguiente:

- (1) La Directiva 89/109/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios ⁽³⁾, estableció los principios generales para eliminar las diferencias entre las legislaciones de los Estados miembros por lo que se refiere a dichos materiales y objetos y preveía la adopción de Directivas de aplicación relativas a grupos específicos de los mismos (Directivas específicas). Dicho planteamiento ha tenido éxito y debe seguir aplicándose.
- (2) En general, las Directivas específicas adoptadas en el marco de la Directiva 89/109/CEE contienen disposiciones que dejan escaso margen a los Estados miembros para el ejercicio del poder discrecional en la incorporación de éstas a su legislación nacional, además de estar sometidas a frecuentes modificaciones necesarias para adaptarlas rápidamente a los avances técnicos. Por tanto, debe ser posible que tales medidas revistan la forma de reglamentos o decisiones. Al mismo tiempo, es apropiado incluir una serie de materias adicionales. Procede, por tanto, sustituir la Directiva 89/109/CEE.
- (3) El principio básico del presente Reglamento es que cualquier material u objeto destinado a entrar en contacto directa o indirectamente con alimentos ha de ser lo suficientemente inerte para evitar que se transfieran sustancias a los alimentos en cantidades lo suficientemente grandes para poner en peligro la salud humana, o para ocasionar

una modificación inaceptable de la composición de los productos alimenticios o una alteración de las características organolépticas de éstos.

- (4) Los nuevos tipos de materiales y objetos diseñados para mantener o mejorar activamente las condiciones de los alimentos («materiales y objetos activos en contacto con alimentos») no son inertes por su diseño, al contrario que los materiales y objetos tradicionales destinados a entrar en contacto con alimentos. Existen además otros tipos de nuevos materiales y objetos que están diseñados para controlar las condiciones de los alimentos («materiales y objetos inteligentes en contacto con alimentos»). Ambos tipos de materiales y objetos pueden entrar en contacto con alimentos. Por tanto, en aras de la claridad y de la seguridad jurídica, es necesario que estos materiales y objetos activos e inteligentes sean incluidos en el ámbito de aplicación del presente Reglamento y que se establezcan los requisitos principales para su uso. Los requisitos ulteriores deberían enunciarse en medidas específicas, que incluirían listas positivas de sustancias, materiales y objetos autorizados, que convendría adoptar lo antes posible.
- (5) Los materiales y objetos activos en contacto con alimentos están diseñados para incorporar deliberadamente componentes «activos» destinados a pasar a los alimentos o a absorber sustancias de los mismos. Deben distinguirse de los materiales y objetos que se utilizan tradicionalmente para transmitir sus ingredientes naturales a tipos concretos de alimentos durante el proceso de fabricación, como los barriles de madera.
- (6) Los materiales y objetos activos en contacto con alimentos pueden modificar la composición o las propiedades organolépticas de los alimentos, pero únicamente si estas modificaciones cumplen las disposiciones comunitarias aplicables a los alimentos, tales como la Directiva 89/107/CEE ⁽⁴⁾ sobre aditivos alimentarios. En particular, las sustancias como los aditivos alimentarios incorporadas deliberadamente a determinados materiales y objetos activos en contacto con alimentos con el propósito de que sean liberadas en los alimentos envasados o en el entorno de éstos han de estar autorizadas con arreglo a las disposiciones comunitarias pertinentes aplicables a los alimentos y estar sujetas además a otras normas que se establecerán mediante medidas específicas.

⁽¹⁾ DO C 117 de 30.4.2004, p. 1.

⁽²⁾ Dictamen del Parlamento Europeo de 31 de marzo de 2004 (no publicado aún en el Diario Oficial) y Decisión del Consejo de 14 de octubre de 2004.

⁽³⁾ DO L 40 de 11.2.1989, p. 38; Directiva modificada por el Reglamento (CE) n° 1882/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 284 de 31.10.2003, p. 1).

⁽⁴⁾ Directiva 89/107/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros sobre los aditivos alimentarios autorizados en los productos alimenticios destinados al consumo humano (DO L 40 de 11.2.1989, p. 27); Directiva cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) n° 1882/2003.

Además, hay que facilitar a los usuarios un etiquetado y una información adecuados que les ayuden a utilizar de manera segura y correcta los materiales y objetos activos en cumplimiento de la legislación alimentaria, en particular las disposiciones relativas al etiquetado de los alimentos.

- (7) Los materiales y objetos activos e inteligentes en contacto con alimentos no deben alterar la composición o las propiedades organolépticas de los alimentos ni dar una información sobre el estado de los alimentos que pueda inducir a error a los consumidores. Por ejemplo, los materiales y objetos activos en contacto con alimentos no deben liberar o absorber sustancias como aldehídos o aminas con objeto de disimular un deterioro incipiente de los alimentos. Este tipo de cambios, que pueden distorsionar los signos de deterioro e inducir a error al consumidor, no deben estar permitidos. De manera similar, los materiales y objetos activos en contacto con alimentos que modifican el color de los alimentos de tal modo que dan una información errónea sobre su estado pueden inducir a error al consumidor, por lo que tampoco deben estar permitidos.
- (8) Todos los materiales y objetos comercializados destinados a entrar en contacto con alimentos deben cumplir los requisitos del presente Reglamento. No obstante, deben excluirse los materiales y objetos que se suministran como antigüedades ya que están disponibles en cantidades limitadas y su contacto con los alimentos es, por consiguiente, limitado.
- (9) Los materiales de recubrimiento y revestimiento que formen parte de los alimentos y que puedan ser consumidos con los mismos no deben entrar en el ámbito de aplicación del presente Reglamento. Por el contrario, el presente Reglamento sí debe aplicarse a materiales de recubrimiento o revestimiento como los que cubren la corteza de los quesos, los productos cárnicos o las frutas pero que no forman parte integrante de los alimentos ni están destinados a consumirse con ellos.
- (10) Es necesario establecer distintos tipos de restricciones y condiciones para la utilización de los materiales y objetos contemplados en el presente Reglamento y las sustancias utilizadas en su fabricación. Conviene establecer dichas restricciones y condiciones en medidas específicas que tengan en cuenta las características técnicas específicas de cada grupo de materiales y objetos.
- (11) Con arreglo al Reglamento (CE) n.º 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria ⁽¹⁾, debe consultarse a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria («la Autoridad») antes de adoptar, en el marco de medidas específicas, medidas que puedan afectar a la salud pública.
- (12) Cuando las medidas específicas incluyan una lista de sustancias autorizadas en la Comunidad para ser utilizadas en la fabricación de materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos, dichas sustancias deben ser objeto de una evaluación de seguridad antes de ser autorizadas. La evaluación de seguridad y la autorización de dichas sustancias deben hacerse sin perjuicio de los requisitos pertinentes de la legislación comunitaria en materia de registro, evaluación, autorización y restricción de las sustancias y preparados químicos.
- (13) Las diferencias existentes entre las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas nacionales en relación con la evaluación de la seguridad y la autorización de sustancias utilizadas para la fabricación de materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos pueden obstaculizar la libre circulación de dichos materiales y objetos y crear condiciones de competencia desiguales y desleales. En consecuencia, debe establecerse un procedimiento de autorización de ámbito comunitario. A fin de garantizar una evaluación armonizada de la seguridad de estas sustancias, conviene que sea la Autoridad quien realice dichas evaluaciones.
- (14) A la evaluación de la seguridad de las sustancias debe seguir una decisión relativa a la gestión del riesgo que permita determinar si deben ser incluidas o no en una lista comunitaria de sustancias autorizadas.
- (15) Procede prever la posibilidad de una revisión administrativa de actos u omisiones específicos de la Autoridad con arreglo al presente Reglamento. Dicha revisión no debe afectar en modo alguno al papel de la Autoridad como punto de referencia científica independiente en materia de evaluación de riesgos.
- (16) El etiquetado ayuda a los usuarios a utilizar correctamente los materiales y objetos. Los métodos utilizados para el etiquetado pueden variar en función del usuario.
- (17) La Directiva 80/590/CEE de la Comisión ⁽²⁾ introdujo un símbolo que puede acompañar a los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios. Dicho símbolo, en aras de la simplicidad, debe incorporarse en el presente Reglamento.
- (18) La trazabilidad de los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos debe garantizarse en todas las fases para facilitar el control, la retirada de los productos defectuosos, la información de los consumidores y la atribución de responsabilidades. Los operadores de empresas deben ser capaces de identificar, como mínimo, a las empresas que les suministraron y a las empresas a las que suministraron dichos materiales y objetos.

⁽¹⁾ DO L 31 de 1.2.2002, p. 1; Reglamento modificado por el Reglamento (CE) n.º 1642/2003 (DO L 245 de 29.9.2003, p. 4).

⁽²⁾ Directiva 80/590/CEE de la Comisión, de 9 de junio de 1980, relativa a la determinación del símbolo que puede acompañar a los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios (DO L 151 de 19.6.1980, p. 21); Directiva cuya última modificación la constituye el Acta de adhesión de 2003.

- (19) En el control de la conformidad de los materiales y objetos con el presente Reglamento conviene tener en cuenta las necesidades específicas de los países en desarrollo, y en especial de los países menos adelantados. En virtud del Reglamento (CE) n° 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, sobre los controles oficiales efectuados para garantizar la verificación del cumplimiento de la legislación en materia de piensos y alimentos y la normativa sobre salud animal y bienestar de los animales ⁽¹⁾, la Comisión tiene la misión de prestar apoyo a los países en desarrollo en lo que se refiere a la seguridad de los alimentos, incluida la seguridad de los materiales y objetos que entran en contacto con alimentos. En consecuencia se han establecido en dicho Reglamento disposiciones especiales que deberían ser aplicables también a los materiales y objetos que entran en contacto con los alimentos.
- (20) Es necesario establecer procedimientos para la adopción de medidas de salvaguardia en situaciones en las que sea probable que un material u objeto constituya un riesgo grave para la salud humana.
- (21) El Reglamento (CE) n° 1049/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2001, relativo al acceso del público a los documentos del Parlamento Europeo, del Consejo y de la Comisión ⁽²⁾ se aplica a los documentos que obran en poder de la Autoridad.
- (22) Conviene proteger las inversiones efectuadas por personas innovadoras en la recopilación de información y de datos que apoyen una solicitud en el marco del presente Reglamento. No obstante, debe permitirse que se compartan los datos a fin de evitar repeticiones innecesarias de estudios y, en particular, de ensayos sobre animales, siempre que las partes interesadas estén de acuerdo.
- (23) Deben designarse un laboratorio comunitario y laboratorios nacionales de referencia para contribuir a una elevada calidad y uniformidad de los resultados analíticos. Este objetivo se logrará en el marco del Reglamento (CE) n° 882/2004.
- (24) Convendría, por razones de carácter medioambiental, fomentar en la Comunidad la utilización de materiales y objetos reciclados, siempre que se establezcan requisitos estrictos para garantizar la seguridad de los alimentos y la protección del consumidor. Dichos requisitos deberían establecerse tomando, asimismo, en consideración las características tecnológicas de los distintos grupos de materiales y objetos mencionados en el anexo I. Debería otorgarse prioridad a la armonización de normas sobre materiales y objetos de plástico reciclado ya que su utilización
- va en aumento y las normativas y disposiciones nacionales al respecto, cuando existen, no son uniformes. Por ello, debería ponerse a disposición del público cuanto antes un proyecto de medida específica sobre materiales y objetos de plástico reciclado, para aclarar la situación jurídica en la Comunidad.
- (25) Las medidas necesarias para la aplicación del presente Reglamento y las modificaciones de sus anexos I y II deben adoptarse de conformidad con la Decisión 1999/468/CE del Consejo, de 28 de junio de 1999, por la que se establecen los procedimientos para el ejercicio de las competencias de ejecución atribuidas a la Comisión ⁽³⁾.
- (26) Los Estados miembros deben establecer normas relativas a las sanciones aplicables a los supuestos de infracción de las disposiciones del presente Reglamento y velar por su ejecución. Tales sanciones deben tener un carácter efectivo, proporcionado y disuasorio.
- (27) Es necesario que los operadores de empresas tengan tiempo suficiente para adaptarse a algunos de los requisitos que se establecen en el presente Reglamento.
- (28) Dado que los objetivos del presente Reglamento no pueden ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros en razón de las diferencias entre las disposiciones nacionales y, por consiguiente, pueden lograrse mejor a nivel comunitario, la Comunidad puede adoptar medidas, de acuerdo con el principio de subsidiariedad consagrado en el artículo 5 del Tratado. De conformidad con el principio de proporcionalidad enunciado en dicho artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dichos objetivos.
- (29) Procede, pues, derogar las Directivas 80/590/CEE y 89/109/CEE.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

Finalidad y objeto

1. El presente Reglamento tiene como finalidad garantizar el funcionamiento efectivo del mercado interior en relación con la comercialización en la Comunidad de los materiales y objetos destinados a entrar en contacto directo o indirecto con alimentos, proporcionando al mismo tiempo la base para garantizar un elevado nivel de protección de la salud humana y de los intereses de los consumidores.

⁽¹⁾ DO L 165 de 30.4.2004, p. 1; Reglamento corregido en el DO L 191 de 28.5.2004, p. 1.

⁽²⁾ DO L 145 de 31.5.2001, p. 43.

⁽³⁾ DO L 184 de 17.7.1999, p. 23.

2. El presente Reglamento se aplicará a los materiales y objetos terminados, incluidos los materiales y objetos activos e inteligentes en contacto con alimentos (en lo sucesivo denominados «materiales y objetos»):

- a) que estén destinados a entrar en contacto con alimentos,
 - o
- b) que estén ya en contacto con alimentos y estén destinados a tal efecto,
 - o
- c) de los que quepa esperar razonablemente que entrarán en contacto con alimentos o que transferirán sus componentes a los alimentos en condiciones normales o previsibles de empleo.

3. El presente Reglamento no se aplicará a:

- a) materiales y objetos que son suministrados como antigüedades;
- b) materiales de recubrimiento o revestimiento, tales como los materiales de revestimiento de la corteza del queso, los productos cárnicos o las frutas, que formen parte integrante de los alimentos y que puedan consumirse junto con ellos;
- c) equipos fijos, públicos o privados, de suministro de agua.

Artículo 2

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se aplicarán las definiciones pertinentes establecidas en el Reglamento (CE) n.º 178/2002, salvo las de trazabilidad y comercialización, por las que se entenderá lo siguiente:

- a) «trazabilidad», la posibilidad de encontrar y seguir la trayectoria de un material u objeto en todas las etapas de fabricación, transformación y distribución;
- b) «comercialización», la tenencia de materiales u objetos con el propósito de venderlos; se incluye la oferta de venta o de cualquier otra forma de transferencia, ya sea a título oneroso o gratuito, así como la venta, distribución u otra forma de transferencia.

2. Se aplicarán asimismo las siguientes definiciones:

- a) «materiales y objetos activos en contacto con alimentos» (en lo sucesivo denominados «materiales y objetos activos»), los materiales y objetos destinados a ampliar el tiempo de conservación, o a mantener o mejorar el estado de los alimentos envasados, y que están diseñados para incorporar deliberadamente componentes que transmitan sustancias a los alimentos envasados o al entorno de éstos o que absorban sustancias de los alimentos envasados o del entorno de éstos;

- b) «materiales y objetos inteligentes en contacto con alimentos» (en lo sucesivo denominados «materiales y objetos inteligentes»), los materiales y objetos que controlan el estado de los alimentos envasados o el entorno de éstos;

- c) «empresa», toda empresa, con o sin ánimo de lucro, pública o privada, que lleve a cabo cualquier actividad relacionada con cualquiera de las etapas de la fabricación, la transformación y la distribución de materiales y objetos;

- d) «operador de empresa», las personas físicas o jurídicas responsables de asegurar el cumplimiento de los requisitos del presente Reglamento en la empresa bajo su control.

Artículo 3

Requisitos generales

1. Los materiales y objetos, incluidos los materiales y objetos activos e inteligentes, habrán de estar fabricados de conformidad con las buenas prácticas de fabricación para que, en las condiciones normales o previsibles de empleo, no transfieran sus componentes a los alimentos en cantidades que puedan:

- a) representar un peligro para la salud humana,

- o

- b) provocar una modificación inaceptable de la composición de los alimentos,

- o

- c) provocar una alteración de las características organolépticas de éstos.

2. El etiquetado, la publicidad y la presentación de los materiales u objetos no deberán inducir a error a los consumidores.

Artículo 4

Requisitos especiales para los materiales y objetos activos e inteligentes

1. En caso de aplicarse las letras b) y c) del apartado 1 del artículo 3, los materiales y objetos activos podrán ocasionar modificaciones de la composición o de las características organolépticas de los alimentos a condición de que dichas modificaciones cumplan las disposiciones comunitarias aplicables a los alimentos, como pueden ser las disposiciones de la Directiva 89/107/CEE sobre los aditivos alimentarios y las medidas de aplicación correspondientes, o, de no existir normativa comunitaria, las disposiciones nacionales aplicables a los alimentos.

2. Hasta que se adopten normas adicionales mediante una medida específica sobre los materiales y objetos activos e inteligentes, las sustancias deliberadamente incorporadas en los materiales y objetos activos que vayan a liberarse en los alimentos o en su entorno deberán autorizarse y utilizarse con arreglo a las disposiciones comunitarias correspondientes aplicables a los alimentos, y deberán cumplir con lo dispuesto en el presente Reglamento y en sus medidas de aplicación.

Dichas sustancias deberán considerarse como ingredientes según la definición de la letra a) del apartado 4 del artículo 6 de la Directiva 2000/13/CE⁽¹⁾.

3. Los materiales y objetos activos no ocasionarán modificaciones de la composición ni de las características organolépticas de los alimentos, por ejemplo enmascarando su deterioro, que puedan inducir a error a los consumidores.

4. Los materiales y objetos inteligentes no darán información sobre el estado de los alimentos que pueda inducir a error a los consumidores.

5. Los materiales y objetos activos e inteligentes que estén ya en contacto con alimentos deberán llevar el etiquetado adecuado que permita al consumidor identificar las partes no comestibles.

6. Los materiales y objetos activos e inteligentes estarán convenientemente etiquetados para indicar que dichos materiales y objetos son activos o inteligentes, o ambas cosas.

Artículo 5

Medidas específicas para grupos de materiales y objetos

1. Respecto de los grupos de materiales y objetos enumerados en el anexo I y, si procede, respecto de combinaciones de dichos materiales y objetos o de materiales y objetos reciclados utilizados en la fabricación de dichos materiales y objetos, se podrán adoptar medidas específicas o modificaciones de éstas de conformidad con el procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 23.

Las medidas específicas podrán incluir:

a) una lista de las sustancias autorizadas para su uso en la fabricación de materiales y objetos;

⁽¹⁾ Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios (DO L 109 de 6.5.2000, p. 29); Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2003/89/CE (DO L 308 de 25.11.2003, p. 15).

b) una o varias listas de sustancias autorizadas incorporadas en materiales y objetos activos o inteligentes destinados a entrar en contacto con alimentos y, cuando resulte necesario, condiciones específicas para la utilización de dichas sustancias y de los materiales y objetos en las que estén incorporadas;

c) especificaciones de pureza para las sustancias contempladas en la letra a);

d) condiciones especiales de uso para las sustancias contempladas en la letra a) y los materiales y objetos en los que se emplean;

e) límites específicos para la migración de ciertos componentes o grupos de componentes a los alimentos o a su superficie, prestándose la debida atención a otras posibles fuentes de exposición a dichos componentes;

f) un límite global para la migración de componentes a los alimentos o a su superficie;

g) disposiciones destinadas a proteger la salud humana contra los peligros derivados del contacto oral con materiales y objetos;

h) otras normas para garantizar el cumplimiento de los artículos 3 y 4;

i) normas fundamentales para el control de la observancia de las letras a) a h);

j) normas relativas a la toma de muestras y los métodos de análisis para el control de la observancia de las letras a) a h);

k) disposiciones específicas para garantizar la trazabilidad de los materiales y objetos, incluidas disposiciones relativas a la duración de conservación de los registros o disposiciones que permitan, en caso necesario, excepciones a los requisitos contemplados en el artículo 17;

l) disposiciones adicionales para el etiquetado de materiales y objetos activos e inteligentes;

m) disposiciones que exijan a la Comisión que establezca y lleve un Registro comunitario público («Registro») de sustancias, procesos, o materiales u objetos autorizados;

- n) normas específicas de procedimiento que adapten, según corresponda, el procedimiento contemplado en los artículos 8 a 12, o que lo hagan adecuado para la autorización de determinados tipos de materiales y objetos y/o procesos utilizados en su fabricación, incluyendo, de ser necesario, un procedimiento de autorización individual para una sustancia, proceso o material u objeto mediante decisión dirigida al solicitante.
2. Las Directivas específicas ya existentes sobre materiales y objetos se modificarán de conformidad con el procedimiento establecido en el apartado 2 del artículo 23.

Artículo 6

Medidas específicas nacionales

A falta de las medidas específicas mencionadas en el artículo 5, el presente Reglamento no impedirá a los Estados miembros mantener o adoptar disposiciones nacionales siempre que sean acordes con lo dispuesto en el Tratado.

Artículo 7

Función de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria

Las disposiciones que puedan afectar a la salud pública se adoptarán tras consultar a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria, en lo sucesivo denominada «la Autoridad».

Artículo 8

Requisitos generales para la autorización de sustancias

1. Cuando se adopte una lista de sustancias de las previstas en las letras a) y b) del párrafo segundo del apartado 1 del artículo 5, todo el que desee obtener una autorización para una sustancia aún no incluida en dicha lista deberá presentar una solicitud con arreglo al apartado 1 del artículo 9.
2. No se autorizará ninguna sustancia a menos que se haya demostrado adecuada y suficientemente que, cuando se utiliza en las condiciones que deberán establecerse en las medidas específicas, el material u objeto final cumple los requisitos del artículo 3 y, de aplicarse, del artículo 4.

Artículo 9

Solicitud de autorización de una nueva sustancia

1. Para obtener la autorización contemplada en el apartado 1 del artículo 8, se aplicará el siguiente procedimiento:
- a) se presentará una solicitud a la autoridad competente de un Estado miembro, con los datos y documentos siguientes:
- i) el nombre y la dirección del solicitante,

ii) una documentación técnica que contenga la información especificada en las directrices que rigen la evaluación de la seguridad de una sustancia, y que será publicada por la Autoridad,

iii) un resumen de la documentación técnica;

b) la autoridad competente mencionada en la letra a):

i) enviará el acuse de recibo de la solicitud, por escrito, al solicitante en los catorce días siguientes a su recepción; en él se indicará la fecha en que se recibió la solicitud,

ii) informará inmediatamente a la Autoridad,

y

iii) pondrá a disposición de la Autoridad la solicitud y toda la información complementaria facilitada por el solicitante;

c) la Autoridad informará inmediatamente a los demás Estados miembros y a la Comisión sobre la solicitud y la pondrá a su disposición, junto con toda la información complementaria facilitada por el solicitante.

2. La Autoridad publicará unas directrices detalladas relativas a la preparación y la presentación de la solicitud ⁽¹⁾.

Artículo 10

Dictamen de la Autoridad

1. En un plazo de seis meses a partir de la recepción de una solicitud válida, la Autoridad emitirá un dictamen sobre si, en las condiciones previstas de empleo del material u objeto en que se utiliza, la sustancia cumple los criterios de seguridad establecidos en el artículo 3 y, de aplicarse, en el artículo 4.

La Autoridad podrá prorrogar dicho plazo por un periodo máximo adicional de seis meses, en cuyo caso explicará el porqué de la demora al solicitante, a la Comisión y a los Estados miembros.

⁽¹⁾ En espera de su publicación, los solicitantes pueden consultar las «Directrices del Comité científico de la alimentación humana para la presentación de solicitudes de evaluación de la seguridad de una sustancia que vaya a utilizarse en materiales destinados a estar en contacto con alimentos antes de su autorización» (http://europa.eu.int/comm/food/fs/sc/scf/out82_en.pdf).

2. Cuando proceda, la Autoridad podrá pedir al solicitante que complemente, en un plazo determinado por ella, la información que acompaña a la solicitud. Si la Autoridad pide información complementaria, el plazo establecido en el apartado 1 quedará suspendido hasta que se proporcione la información requerida. Del mismo modo, dicho plazo quedará suspendido durante el tiempo que se haya concedido al solicitante para preparar aclaraciones orales o por escrito.

3. Para preparar su dictamen, la Autoridad:

a) verificará que la información y la documentación presentadas por el solicitante se ajustan a lo dispuesto en la letra a) del apartado 1 del artículo 9, en cuyo caso la solicitud se considerará válida, y examinará si la sustancia cumple los criterios de seguridad establecidos en el artículo 3 y, de aplicarse, en el artículo 4;

b) informará al solicitante, a la Comisión y a los Estados miembros en caso de que una solicitud no sea válida.

4. En caso de ser favorable a la autorización de la sustancia evaluada, el dictamen deberá incluir:

a) la designación de la sustancia, incluidas sus especificaciones,

y

b) cuando proceda, recomendaciones sobre las condiciones o restricciones de uso de la sustancia evaluada y del material u objeto en que se utiliza,

y

c) una evaluación de la adecuación del método analítico propuesto para los fines de control previstos.

5. La Autoridad presentará su dictamen a la Comisión, a los Estados miembros y al solicitante.

6. La Autoridad hará público su dictamen tras haber eliminado cualquier dato considerado confidencial de conformidad con el artículo 20.

Artículo 11

Autorización comunitaria

1. La autorización comunitaria de una o varias sustancias deberá realizarse mediante adopción de una medida específica. Cuando proceda, la Comisión preparará un proyecto de medida específica, tal como se contempla en el artículo 5, para autorizar la sustancia o sustancias evaluadas por la Autoridad y para especificar o modificar sus condiciones de uso.

2. En el proyecto de medida específica, se tomará en consideración el dictamen de la Autoridad, las disposiciones aplicables del Derecho comunitario y otros factores legítimos pertinentes al asunto en cuestión. En caso de que el proyecto de medida específica difiera del dictamen de la Autoridad, la Comisión explicará inmediatamente las razones de las diferencias. Si la Comisión no tuviera intención de preparar un proyecto de medida específica tras un dictamen positivo de la Autoridad, informará al solicitante sin demora y le facilitará una explicación.

3. La autorización de la Comunidad en forma de medida específica prevista en el apartado 1 será adoptada de conformidad con el procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 23.

4. Tras la autorización de una sustancia de conformidad con el presente Reglamento, todos los operadores de empresas que utilicen la sustancia autorizada, o materiales u objetos que contengan la sustancia autorizada, deberán cumplir todas las condiciones o restricciones adjuntas a dicha autorización.

5. El solicitante o cualquier operador de empresa que utilice la sustancia autorizada, o materiales u objetos que contengan la sustancia autorizada, informará inmediatamente a la Comisión sobre cualquier nueva información científica o técnica que pueda afectar a la evaluación de la seguridad de la sustancia autorizada respecto a la salud humana. En caso necesario, la Autoridad revisará la evaluación.

6. La concesión de una autorización no afectará a la responsabilidad civil y penal general de ningún operador de empresa por lo que se refiere a la sustancia autorizada, el material u objeto que contiene la sustancia autorizada y los alimentos que están en contacto con dicho material u objeto.

Artículo 12

Modificación, suspensión y revocación de la autorización

1. Con arreglo al procedimiento establecido en el apartado 1 del artículo 9, el solicitante o cualquier operador de empresa que utilice la sustancia autorizada, o materiales u objetos que contengan la sustancia autorizada, podrá solicitar una modificación de la autorización existente.

2. La solicitud irá acompañada de lo siguiente:

a) una referencia a la solicitud original;

b) una documentación técnica que contenga la nueva información con arreglo a las directrices contempladas en el apartado 2 del artículo 9;

c) un nuevo resumen completo de la documentación técnica en formato normalizado.

3. Cuando proceda, bien por iniciativa propia, o bien previa solicitud del Estado miembro o de la Comisión, la Autoridad evaluará si el dictamen o la autorización sigue ajustándose al presente Reglamento, con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 10. La Autoridad podrá consultar al solicitante siempre que sea necesario.

4. La Comisión examinará el dictamen de la Autoridad inmediatamente y preparará el proyecto de medida específica que deba ser adoptada.

5. El proyecto de medida específica que modifique una autorización especificará todos los cambios necesarios en las condiciones de uso y, en caso de que existan, en las restricciones adjuntas a dicha autorización.

6. La medida específica definitiva de modificación, suspensión o revocación de la autorización se adoptará con arreglo al procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 23.

Artículo 13

Autoridades competentes de los Estados miembros

Cada Estado miembro notificará a la Comisión y a la Autoridad el nombre y la dirección, así como un punto de contacto, de la autoridad o autoridades nacionales competentes encargadas en su territorio de recibir las solicitudes de autorización contempladas en los artículos 9 a 12. La Comisión publicará el nombre y la dirección de las autoridades nacionales competentes y de los puntos de contacto que se le notifiquen de conformidad con el presente artículo.

Artículo 14

Revisión administrativa

La Comisión, por iniciativa propia o a petición de un Estado miembro o de cualquier persona directa y personalmente afectada, podrá revisar los actos adoptados por la Autoridad en virtud de las competencias que le confiere el presente Reglamento, al igual que sus omisiones.

A tal fin se presentará una solicitud a la Comisión en un plazo de dos meses a partir de la fecha en que la parte afectada tenga conocimiento de la acción u omisión de que se trate.

La Comisión adoptará una decisión en el plazo de dos meses exigiendo a la Autoridad, si procediera, que anule su acto, o actúe si se abstuvo.

Artículo 15

Etiquetado

1. Sin perjuicio de las medidas específicas contempladas en el artículo 5, los materiales y objetos que aún no estén en contacto con alimentos cuando se comercialicen irán acompañados de:

a) los términos «para contacto con alimentos», o una indicación específica sobre su uso, tales como máquina de café, botella de vino, cuchara sopera, o el símbolo reproducido en el anexo II,

y

b) en caso necesario, de las instrucciones especiales que deban seguirse para un uso adecuado y seguro,

y

c) el nombre o el nombre comercial y, en cualquier caso, la dirección o domicilio social del fabricante, el transformador o el vendedor encargado de su comercialización establecido en la Comunidad,

y

d) un etiquetado o una identificación adecuados que permitan la trazabilidad del material u objeto tal como se contempla en el artículo 17,

y

e) en el caso de los materiales y objetos activos, información sobre el uso o los usos permitidos y demás información pertinente como el nombre y la cantidad de las sustancias liberadas por el componente activo a fin de que los operadores de empresas alimentarias que utilizan estos materiales y objetos puedan cumplir las demás disposiciones comunitarias o, en su defecto, las disposiciones nacionales aplicables a los alimentos, incluidas las disposiciones en materia de etiquetado de los alimentos.

2. No obstante, la información contemplada en la letra a) del apartado 1 no será obligatoria para los objetos que, por sus características, estén claramente destinados a entrar en contacto con alimentos.

3. La información exigida en el apartado 1 figurará con caracteres visibles, claramente legibles e indelebles.

4. Se prohibirá el comercio al por menor de los materiales y objetos de que se trata cuando las indicaciones previstas en las letras a), b) y e) del apartado 1 no figuren en una lengua fácilmente comprensible para los compradores.

5. Dentro de su territorio, el Estado miembro en el cual se comercialice el material u objeto podrá, de conformidad con lo dispuesto en el Tratado, estipular que esas indicaciones del etiquetado figuren en la lengua o lenguas oficiales de la Comunidad que determine.

6. Las disposiciones de los apartados 4 y 5 no impedirán que las indicaciones del etiquetado figuren en varias lenguas.

7. En el momento de la venta al por menor, la información exigida en el apartado 1 se mostrará:

a) en los materiales y objetos o en sus envases,

o

b) en etiquetas fijadas en los materiales y objetos o en sus envases,

o

c) en un rótulo que se encuentre en la proximidad inmediata de los materiales y objetos y sea claramente visible para los compradores; no obstante, en el caso de la información contemplada en la letra c) del apartado 1, sólo se ofrecerá esta última posibilidad si, por razones técnicas, resulta imposible fijar en los propios materiales u objetos dicha información o una etiqueta que la contenga, tanto en la fase de fabricación como en la de comercialización.

8. En las fases de comercialización distintas de la venta al por menor, la información exigida en el apartado 1 se mostrará:

a) en los documentos adjuntos,

o

b) en las etiquetas o envases,

o

c) en los propios materiales y objetos.

9. La información prevista en las letras a), b) y c) del apartado 1 quedará reservada a los materiales y objetos que se ajusten:

a) a los criterios del artículo 3 y, en su caso, del artículo 4,

y

b) a las medidas específicas mencionadas en el artículo 5 o, en su defecto, a las disposiciones nacionales que sean aplicables a dichos materiales y objetos.

Artículo 16

Declaración de conformidad

1. Las medidas específicas contempladas en el artículo 5 exigirán que los materiales y objetos a que se refieran estén acompañados de una declaración por escrito que certifique su conformidad con las normas que les sean aplicables.

Para demostrar dicha conformidad, se hallará disponible la documentación apropiada. Dicha documentación se pondrá a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan.

2. A falta de medidas específicas, el presente Reglamento no impide que los Estados miembros mantengan o adopten disposiciones nacionales relativas a las declaraciones de conformidad de los materiales y objetos.

Artículo 17

Trazabilidad

1. La trazabilidad de los materiales y objetos deberá estar garantizada en todas las etapas para facilitar el control, la retirada de los productos defectuosos, la información de los consumidores y la atribución de responsabilidades.

2. Teniendo debidamente en cuenta la viabilidad tecnológica, los operadores de empresas pondrán en práctica sistemas y procedimientos que permitan la identificación de las empresas que hayan suministrado o a las que se hayan suministrado los materiales u objetos y, cuando proceda, las sustancias o productos regulados por el presente Reglamento y sus medidas de aplicación que se hayan utilizado en su fabricación. Dicha información se pondrá a disposición de las autoridades competentes si éstas así lo solicitan.

3. Los materiales y objetos comercializados en la Comunidad deberán poder identificarse gracias a un sistema adecuado que permita su trazabilidad mediante el etiquetado o bien la documentación o información pertinente.

Artículo 18

Medidas de salvaguardia

1. Si un Estado miembro, sobre la base de una nueva información o de una nueva valoración de los datos existentes tiene razones fundadas para determinar que el empleo de un material u objeto, aun siendo conforme con las medidas específicas pertinentes, representa un peligro para la salud humana, podrá suspender o limitar provisionalmente en su territorio la aplicación de las disposiciones en cuestión.

Informará inmediatamente de ello a los demás Estados miembros y la Comisión y explicará las razones de la suspensión o de la restricción.

2. La Comisión examinará lo antes posible en el Comité contemplado en el apartado 1 del artículo 23, después de obtener, si procede, un dictamen de la Autoridad, los motivos aducidos por el Estado miembro a que se refiere el apartado 1 del presente artículo, y emitirá sin demora su dictamen adoptando las medidas apropiadas.

3. Si la Comisión considera que es necesario modificar las medidas específicas pertinentes para solventar las dificultades contempladas en el apartado 1 y garantizar la protección de la salud humana, las modificaciones se adoptarán con arreglo al procedimiento establecido en el apartado 2 del artículo 23.

4. El Estado miembro contemplado en el apartado 1 podrá mantener la suspensión o la restricción hasta que se hayan adoptado las modificaciones mencionadas en el apartado 3 o hasta que la Comisión haya decidido no aprobar dichas modificaciones.

Artículo 19

Acceso público

1. Las solicitudes de autorización, la información complementaria de los solicitantes y los dictámenes de la Autoridad, excluida la información confidencial, se pondrán a disposición del público conforme a lo dispuesto en los artículos 38, 39 y 41 del Reglamento (CE) n° 178/2002.

2. Los Estados miembros tramitarán las solicitudes de acceso a los documentos recibidos en el marco del presente Reglamento de conformidad con el artículo 5 del Reglamento (CE) n° 1049/2001.

Artículo 20

Confidencialidad

1. El solicitante podrá indicar qué datos de los presentados con arreglo al apartado 1 del artículo 9, al apartado 2 del artículo 10 y al apartado 2 del artículo 12 han de ser tratados como información confidencial por poder resultar su revelación gravemente perjudicial para la posición competitiva del solicitante. Deberá aportar una justificación verificable a este respecto.

2. No se considerará confidencial la siguiente información:

- el nombre y la dirección del solicitante y el nombre químico de la sustancia;
- la información con un interés directo para la evaluación de la seguridad de la sustancia;
- el método o métodos analíticos.

3. La Comisión determinará, tras consultar al solicitante, qué información debe mantenerse confidencial e informará de su decisión al solicitante y a la Autoridad.

4. La Autoridad facilitará a la Comisión y a los Estados miembros toda la información que obre en su poder si así se le solicita.

5. La Comisión, la Autoridad y los Estados miembros adoptarán las medidas necesarias para garantizar la adecuada confidencialidad de toda la información que reciban en el marco del presente Reglamento, salvo que se trate de información que las circunstancias obliguen a hacer pública para proteger la salud de las personas.

6. Si un solicitante retira o ha retirado su solicitud, la Autoridad, la Comisión y los Estados miembros respetarán la confidencialidad de la información comercial e industrial facilitada, incluida la relativa a la investigación y desarrollo, así como de aquella información sobre cuya confidencialidad no se hayan puesto de acuerdo la Comisión y el solicitante.

Artículo 21

Puesta en común de los datos existentes

La información contenida en la solicitud presentada con arreglo al apartado 1 del artículo 9, al apartado 2 del artículo 10 y al apartado 2 del artículo 12 podrá ser utilizada en provecho de otro solicitante, siempre que la Autoridad considere que la sustancia coincide con aquella para la que se presentó la solicitud original, incluido el grado de pureza y la naturaleza de las impurezas, y que el otro solicitante haya acordado con el solicitante original que dicha información puede ser utilizada.

Artículo 22

Modificaciones de los anexos I y II

Las modificaciones de los anexos I y II se adoptarán con arreglo al procedimiento contemplado en el apartado 2 del artículo 23.

Artículo 23

Procedimiento de comité

1. La Comisión estará asistida por el Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y de Sanidad Animal creado en virtud del apartado 1 del artículo 58 del Reglamento (CE) n° 178/2002.

2. En los casos en que se haga referencia al presente apartado, serán de aplicación los artículos 5 y 7 de la Decisión 1999/468/CE, observando lo dispuesto en su artículo 8.

El plazo contemplado en el apartado 6 del artículo 5 de la Decisión 1999/468/CE queda fijado en tres meses.

3. El Comité aprobará su reglamento interno.

Artículo 24

Inspección y medidas de control

1. Los Estados miembros llevarán a cabo controles oficiales para hacer cumplir el presente Reglamento, con arreglo a las disposiciones pertinentes del Derecho comunitario sobre controles oficiales de alimentos y piensos.

2. Cuando sea necesario y a petición de la Comisión, la Autoridad prestará asistencia en la elaboración de orientaciones técnicas sobre la toma de muestras y la realización de pruebas para facilitar un planteamiento coordinado de la aplicación del apartado 1.

3. El laboratorio comunitario de referencia para materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos y los laboratorios nacionales de referencia establecidos conforme a lo dispuesto en el Reglamento (CE) n° 882/2004 asistirá a los Estados miembros en la aplicación del apartado 1 mediante su contribución a la elevada calidad y uniformidad de los resultados de los análisis.

Artículo 25

Sanciones

Los Estados miembros establecerán las normas sobre las sanciones aplicables en los supuestos de incumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar su ejecución. Dichas sanciones tendrán un carácter efectivo, proporcionado y disuasorio. Los Estados miembros comunicarán las disposiciones pertinentes a la Comisión a más tardar el 13 de mayo de 2005, y le comunicarán de inmediato toda modificación ulterior de las mismas.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Estrasburgo, el 27 de octubre de 2004.

Por el Parlamento Europeo
El Presidente
J. BORRELL FONTELLES

Artículo 26

Derogaciones

Quedan derogadas las Directivas 80/590/CEE y 89/109/CEE.

Las referencias a las Directivas derogadas se entenderán hechas al presente Reglamento y se leerán con arreglo al cuadro de correspondencias que figura en el anexo III.

Artículo 27

Régimen transitorio

Los materiales y objetos que se hayan comercializado legalmente antes del 3 de diciembre de 2004 podrán comercializarse hasta que se agoten las existencias.

Artículo 28

Entrada en vigor

El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

El artículo 17 será aplicable a partir del 27 de octubre de 2006.

Por el Consejo
El Presidente
A. NICOLAI

ANEXO I

Lista de grupos de materiales y objetos para los que pueden establecerse medidas específicas

- 1) Materiales y objetos activos e inteligentes
 - 2) Adhesivos
 - 3) Cerámica
 - 4) Corcho
 - 5) Caucho
 - 6) Vidrio
 - 7) Resinas de intercambio iónico
 - 8) Metales y aleaciones
 - 9) Papel y cartón
 - 10) Plásticos
 - 11) Tintas de imprenta
 - 12) Celulosa regenerada
 - 13) Siliconas
 - 14) Productos textiles
 - 15) Barnices y revestimientos
 - 16) Ceras
 - 17) Madera
-

ANEXO II



Símbolo



ANEXO III

Cuadro de correspondencias

Directiva 89/109/CEE	Presente Reglamento
artículo 1	artículo 1
—	artículo 2
artículo 2	artículo 3
—	artículo 4
artículo 3	artículo 5
—	artículo 7
—	artículo 8
—	artículo 9
—	artículo 10
—	artículo 11
—	artículo 12
—	artículo 13
—	artículo 14
artículo 4	—
artículo 6	artículo 15
—	artículo 16
—	artículo 17
artículo 5	artículo 18
artículo 7	artículo 6
—	artículo 19
—	artículo 20
—	artículo 21
—	artículo 22
artículo 8	—
artículo 9	artículo 23
—	artículo 24
—	artículo 25
artículo 10	artículo 26
—	artículo 27
artículo 11	—
artículo 12	—
artículo 13	artículo 28
anexo I	anexo I
anexo II	—
anexo III	anexo III
Directiva 80/590/CEE	presente Reglamento
anexo	anexo II

ANEXO 5 – Tablas de datos de exportaciones de Camarón, Ton. Y Miles de dólares FOB

Miles de dólares FOB										
Años	TOTAL EXPORTACIONES	PETROLERAS		NO PETROLERAS						
	Total	Total	Tradicional							No tradicionales
			Total	Banano y plátano	Café y elaborados	Camarón	Cacao y elaborados	Atún y pescado		
a=b+e	b=c+d	e=f+l	f=g+h+i+j+k	g	h	i	j	k	l	
Miles de dólares FOB										
2003	6,222,693	2,606,819	3,615,874	1,737,367	1,100,800	70,423	298,964	169,641	97,539	1,878,507
2004	7,752,891	4,233,993	3,518,899	1,673,874	1,023,610	84,136	329,793	154,235	82,100	1,845,025
2005	10,100,031	5,869,850	4,230,181	1,925,283	1,084,394	92,249	457,539	176,126	114,975	2,304,898
2006	12,728,148	7,544,510	5,183,637	2,200,175	1,213,489	99,423	588,160	171,088	128,015	2,983,462
2007	14,321,315	8,328,566	5,992,750	2,447,094	1,302,549	123,300	612,887	239,361	168,996	3,545,656
2008	18,818,327	11,720,589	7,097,738	2,966,100	1,640,528	130,137	712,724	290,259	192,451	4,131,638
2009	13,863,058	6,964,638	6,898,419	3,436,025	1,995,654	139,716	664,419	402,634	233,602	3,462,395
2010	17,489,927	9,673,228	7,816,700	3,705,706	2,032,769	160,946	849,674	424,912	237,405	4,110,994
2011	22,322,353	12,944,868	9,377,485	4,528,931	2,246,465	260,177	1,178,389	586,520	257,380	4,848,554
2012	23,769,568	13,791,957	9,977,610	4,397,412	2,077,351	261,058	1,279,653	454,815	324,535	5,580,198
Tasas de variación										
									ç	
2003	23.6	26.9	21.3	17.3	13.6	68.9	18.3	31.4	10.9	25.2
2004	24.6	62.4	-2.7	-3.7	-7.0	19.5	10.3	-9.1	-15.8	-1.8
2005	30.3	38.6	20.2	15.0	5.9	9.6	38.7	14.2	40.0	24.9
2006	26.0	28.5	22.5	14.3	11.9	7.8	28.5	-2.9	11.3	29.4
2007	12.5	10.4	15.6	11.2	7.3	24.0	4.2	39.9	32.0	18.8
2008	31.4	40.7	18.4	21.2	25.9	5.5	16.3	21.3	13.9	16.5
2009	-26.3	-40.6	-2.8	15.8	21.6	7.4	-6.8	38.7	21.4	-16.2
2010	26.2	38.9	13.3	7.8	1.9	15.2	27.9	5.5	1.6	18.7
2011	27.6	33.8	20.0	22.2	10.5	61.7	38.7	38.0	8.4	17.9
2012	6.5	6.5	6.4	-2.9	-7.5	0.3	8.6	-22.5	26.1	15.1

FUENTE: Banco Central del Ecuador

