

Diciembre - Enero 2018

Boletín Mensual de  
**Inteligencia  
de Mercados**

---



**PRO ECUADOR**  
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES E INVERSIONES



**Pablo Campana Sáenz**  
Ministro de Comercio Exterior

**Roberto Intriago Dávila**  
Director General del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de PRO ECUADOR

**Dannylo Subía Pinto**  
Coordinador General Nacional de PRO ECUADOR

**José Veliz Torresano**  
Director de Inteligencia Comercial de PRO ECUADOR

**Vladimir Gómez Valdez**  
**Henry León Wong**  
**Mónica Rojas Ramírez**  
**Roxana Carpio Monroy**  
**Félix Vera Díaz**  
Unidad de Reportes Comerciales e Inversiones de PRO ECUADOR

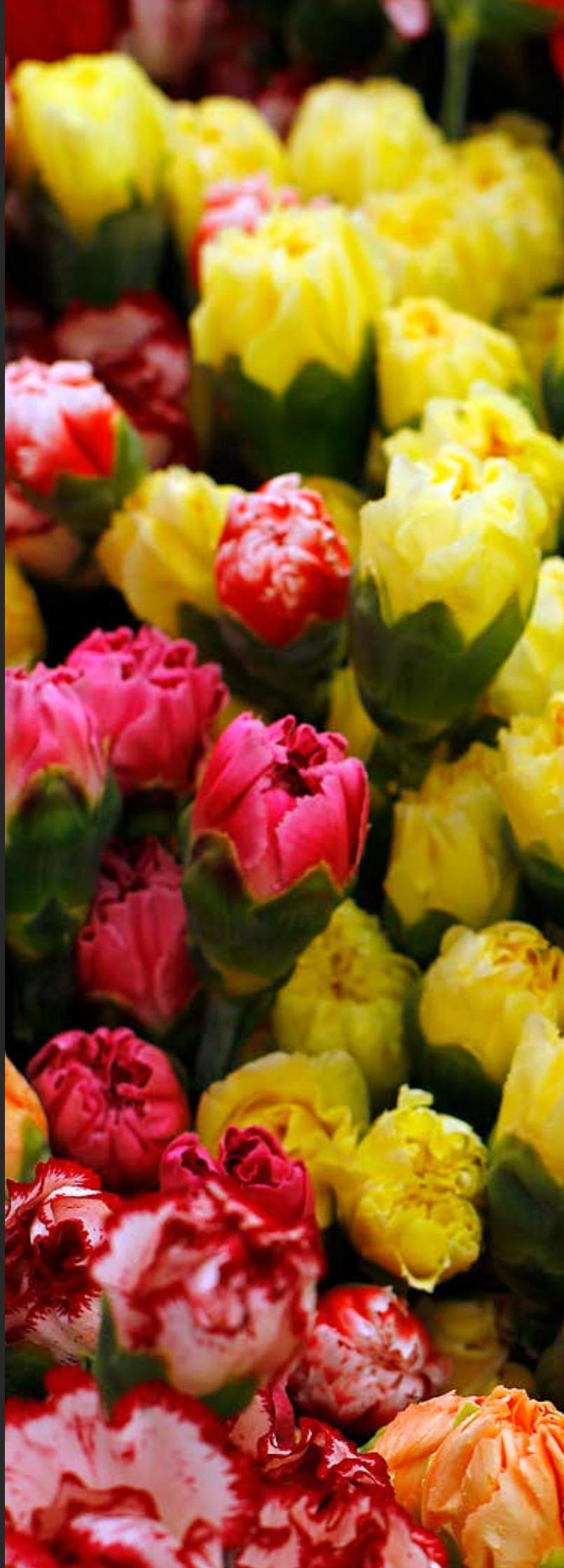
**Cindy Galarza Mendoza**  
Directora de Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Roxana García Casanova**  
Edición, Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Gabriela Garzón**  
Diseño y Diagramación, Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Oficinas Comerciales del Ecuador:**

Elizabeth Barsallo, Buenos Aires  
Mauricio Torres, Lima  
Natalia Jimenez, Santiago  
Gilder Duran, Caracas (E)  
Jorge Díaz, Santa Cruz (E)  
Alexis Villamar, Sao Paulo  
Eddie Bedón, Bogotá  
Ma. del Pilar Neira, Guatemala  
Danilo Albán, México  
Mauricio Silva, Toronto  
Borys Mejía, Chicago  
Manuel Echeverría, Miami  
Karina Amaluís, New York  
Ma. Belén Loo, Los Ángeles  
Ricardo Falla, Estocolmo  
Juan Carlos Yépez, Londres  
Rosa Nelly Castro, Hamburgo  
Valeria Escudero, París  
José Luis Cabascango, Madrid  
Fernando Moreno, Milán  
Juan Patricio Navarro, Rotterdam  
Andrey Maldonado, Moscú  
Juan Navas, Ankara  
Paul Peñaherrera, Cantón  
Luis Rojas, Beijing  
Diego Vega, Shanghái  
Marcelo Pazos, Seúl  
José Sánchez, Tokio  
Mario Vallejo Veloz, Dubái  
Héctor Cueva, Mumbai



# Contenido

---

Editorial 3

Entrevista 5

Estadísticas 6

Principales productos no petroleros de exportación

Principales destinos de las exportaciones del Ecuador

Balanza comercial total

Análisis de saldos de la balanza comercial por socio comercial

Noticias de Oficinas Comerciales de PRO ECUADOR 14

ANKARA - TURQUÍA / Tendencia de importación y uso de sombreros de paja toquilla en el mercado turco 14

NEW YORK - ESTADOS UNIDOS / El consumo de piña fresca en Estados Unidos 16

# FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN AMÉRICA DEL SUR Y ECUADOR

Elaborado por: Vladimir Gómez V.

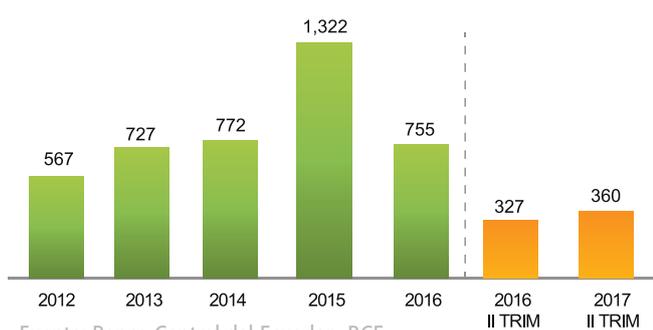
Los flujos de inversión extranjera directa en América del Sur en el 2016 tuvieron una disminución del 9.3%, mientras que los ingresos de Centroamérica aumentaron un 4.9% y lo del Caribe crecieron 3.3%. En Sudamérica, el país que registra el mayor incremento fue Colombia con 15.9%, Brasil creció 5.7%, pero los países que tienen caídas son Argentina con 64.0%, Ecuador con 42.9% y Chile con 40.3%

Tras la caída de los precios de las materias primas, se desaceleró el flujo de capitales hacia los recursos naturales, esto se refleja en la caída del 13% en el 2016 en este sector. En cambio, la participación de los sectores manufactureros y servicios crecieron un 40% y 47%, respectivamente.

Tras alcanzar un valor récord en 2015, en 2016 la IED hacia el Ecuador descendió un 42.9% y retomó valores similares a los de años previos, con ingresos por USD 755 millones. Todos los componentes de la IED disminuyeron, pero la mayor caída se registró en los préstamos entre empresas. Los flujos registrados en el periodo 2010–2016 presentan una tasa de crecimiento promedio anual de 28.7%.

De lo que va del 2er trimestre del presente año se muestran flujos netos por USD 360 millones, lo que representa un crecimiento del 10.1% en comparación con el mismo periodo del 2016.

FLUJO DE IED NETA EN ECUADOR - MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Países Bajos ha sido el principal inversionista de Ecuador con un flujo total neto de USD 382 millones en el 2016. Este país tiene una tasa de crecimiento promedio anual de 145.5% y en el 2016 tuvo un incremento del 30.2%. España es el segundo principal inversor con USD 101 millones en el 2016, lo significa un crecimiento del 42.4% en comparación con el 2015 y en el periodo 2012 – 2016 registra un crecimiento promedio anual de 19.14%; para lo que va del 2017, el flujo es de USD 71 millones, 16.6% más que el 2016.

Es interesante mencionar que las inversiones europeas representaron el 69% del flujo total neto en el año analizado.<sup>1</sup>

Estados Unidos es el tercer principal inversor con USD 88 millones en el 2016, este flujo representa una caída del 52.9% en comparación con el año anterior, pero al primer semestre del presente año, se muestra una recuperación del 87.4%.

El sector que registra mayores flujos netos en el 2016 es explotación de minas y canteras con USD 462 millones, seguido de comercio con USD 122 millones y transporte, almacenamiento y comunicaciones con USD 48 millones. Pero, para el primer semestre del 2017, se visualiza crecimientos en la mayoría de los sectores, como es el caso de industria manufacturera con 922.6% en comparación con el mismo periodo del 2016, agricultura, silvicultura, caza y pesca con 503.4% y transporte, almacenamiento y comunicaciones con 312.7%.

Analizando la situación de la IED tanto en América del Sur como en Ecuador, la CEPAL proyecta una leve recuperación del 1.1% en la económica en la región en el 2017, esto también afectará los flujos de IED, donde organismos internacionales vaticinan una caída hasta del 5% en el 2017 en la región.

Viendo este escenario, es importante atraer inversión extranjera directa que ayude a cerrar el gap que existe en la producción de la región. Por ello, Ecuador debe revisar y mejorar las estrategias de atracción de IED para que esta se oriente a la modernización y diversificación de la producción.

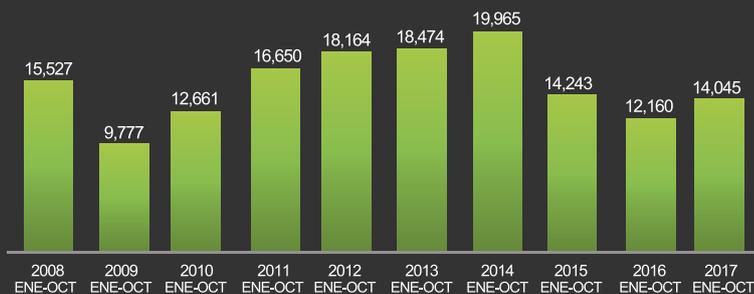
Es importante mencionar que los beneficios de la IED no solo dependen del tipo de inversión, sino también de las características de los sistemas productivos del país, del nivel de la formación de la fuerza laboral, la competitividad de la industria y su capacidad de generar vínculos comerciales con las empresas extranjeras.

Por eso, es necesario establecer políticas de atracción de IED que estén articuladas con el desarrollo de las capacidades productivas del país. Esto es importante, ya que se desarrolla por un entorno atractivo para los inversionistas y, por otro lado, se generan las condiciones ideales para que los sistemas productivos se beneficien al máximo de la IED.

1. La inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe, edición 2017. CEPAL



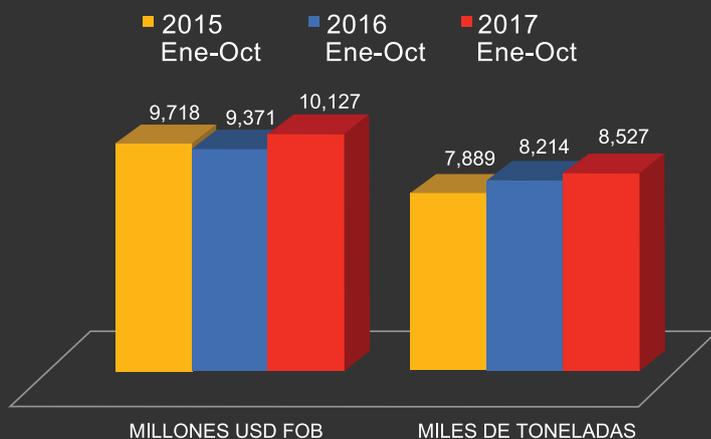
### EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TOTALES MILLONES USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Las exportaciones no petroleras crecieron un 8.06% en enero-octubre 2017, durante este periodo nuestro país exportó USD 10,127 millones que representaron 8.53 millones de toneladas.

### EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

La exportación de productos tradicionales no petroleros<sup>2</sup> en enero-octubre 2017 creció un 11.10% en comparación con el periodo del 2016, así mismo, la exportación de productos no tradicionales<sup>3</sup> creció un 4.08%.

### EXPORTACIONES NO PETROLERAS: TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES MILLONES USD FOB



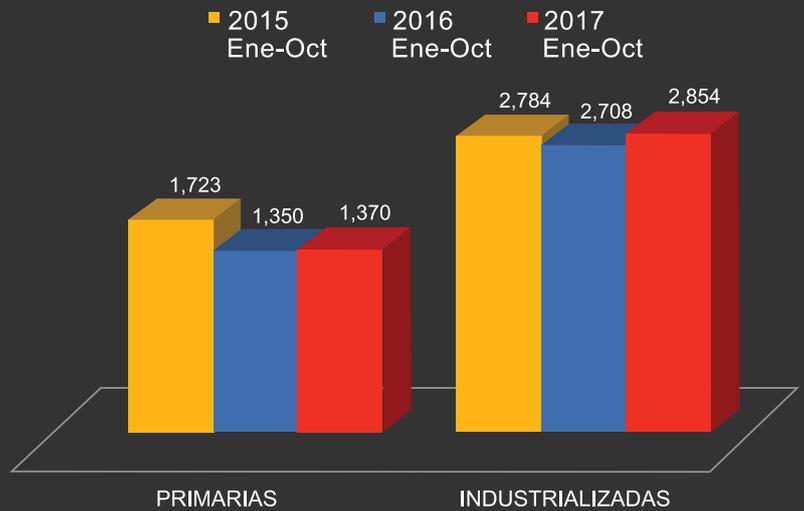
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

1. Productos no petroleros tradicionales definidos por el Banco Central del Ecuador son: Banano y plátano, Café y elaborados, Camarón, Cacao y elaborados, y Atún y pescado (incluye atún entero, filetes de atún y demás filetes)  
2. Productos no petroleros no tradicionales definidos por el Banco Central del Ecuador, son todos los productos no petroleros que no constan en la lista de tradicionales.



La exportación de productos no tradicionales primarios durante el periodo enero a octubre de 2017, creció en un 1.49% en comparación con el mismo periodo del 2016, así mismo, la exportación de productos no tradicionales industrializados creció en un 5.37%.

### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES: PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS MILLONES USD FOB



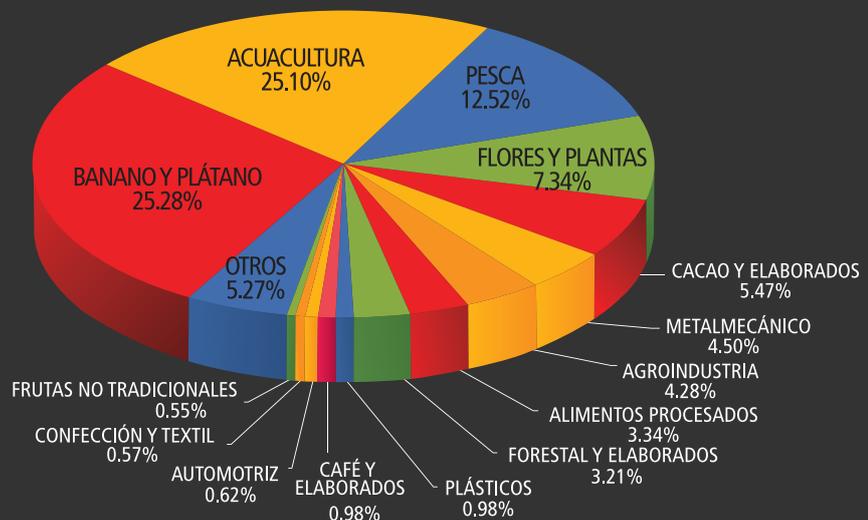
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

### Principales productos no petroleros de exportación

Hasta octubre del 2017, el sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 25.28% de participación del total de exportaciones no petroleras, le sigue acuicultura con una participación del 25.10%, en tercer lugar se ubica pesca con 12.52% y en cuarto lugar se encuentra flores y plantas con el 7.34%. Sumando estos 4 grupos de productos, se tiene el 70.23% de las exportaciones no petroleras.

### EXPORTACIONES NO PETROLERAS PRINCIPALES GRUPOS DE PRODUCTOS %PARTICIPACIÓN, ENE- OCT 2017



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Al revisar a un nivel de subpartida a 10 dígitos se destacan productos como: Bananas frescas, demás camarones y langostinos congelados, rosas frescas, Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados, Listados y bonitos y Rosas frescas cortadas.

EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR				
Miles USD FOB				
2017 Ene - Oct				
#	SUBPARTIDA	PRODUCTO	MILES USD FOB	%PARTIC. 2017
1	0803.90.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO "CAVENDISH VALERY"	2,259,598	22.39%
2	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS, DECÁPODOS CONGELADOS NCPO	1,378,819	13.66%
3	0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEDIAE) CONGELADOS	597,976	5.92%
4	1604.14.20.00	LISTADOS Y BONITOS	569,658	5.64%
5	0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	544,995	5.40%
6	1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	469,882	4.66%
7	0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS DE AGUA FRÍA CONGELADOS	309,157	3.06%
8	1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	291,417	2.89%
9	0803.90.12.00	BANANO ORITO (MUSA ACUMINATA)	226,297	2.24%
10	0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	153,131	1.52%
11	1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	152,711	1.51%
12	7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	138,489	1.37%
13	2301.20.11.00	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	93,907	0.93%
14	0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NCOP	90,738	0.90%
15	2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	85,183	0.84%
16	4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTÍCULAS DE MADERA	77,778	0.77%
17	4407.22.00.00	MADERAS ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE DE TROPICALES VIROLA, IMBUIA Y BALSA	77,686	0.77%
18	0710.80.90.00	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	70,450	0.70%
19	0803.10.10.00	BANANAS FRESCAS TIPO "PLANTAIN" (PARA COCCIÓN)	62,394	0.62%
20	2616.90.10.00	MINERALES DE ORO Y SUS CONCENTRADOS	56,229	0.56%
LOS DEMÁS PRODUCTOS			2,387,374	23.65%
<b>TOTAL</b>			<b>10,093,869</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.



## PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR

El principal destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador en el periodo de enero –octubre del 2017 fue Estados Unidos con una participación del 21.33% de las exportaciones no petroleras, le siguieron Vietnam con un 11.68%, Rusia con un 6.85% y Colombia con 6.20%.

Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, siete (7) corresponden a países de América.

### PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR 2017 ENE - OCT

PAÍS	MILES USD FOB	PARTICIPACIÓN %
ESTADOS UNIDOS	2,152,880	21.33%
VIETNAM	1,179,086	11.68%
RUSIA	690,939	6.85%
COLOMBIA	625,328	6.20%
ESPAÑA	524,820	5.20%
ITALIA	492,190	4.88%
ALEMANIA	409,167	4.05%
PAÍSES BAJOS	393,041	3.89%
CHINA	361,986	3.59%
PERÚ	250,951	2.49%
FRANCIA	239,632	2.37%
CHILE	226,507	2.24%
ARGENTINA	209,819	2.08%
REINO UNIDO	168,405	1.67%
JAPÓN	163,460	1.62%
BÉLGICA	154,341	1.53%
MÉXICO	106,952	1.06%
BRASIL	102,155	1.01%
TURQUIA	100,965	1.00%
COREA DEL SUR	90,784	0.90%
DEMÁS PAÍSES	1,450,462	14.37%
<b>TOTAL</b>	<b>10,093,869</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Al analizar las exportaciones petroleras de Ecuador, se observa que el principal destino también correspondió a los Estados Unidos con un 53.18% de las exportaciones petroleras de enero a octubre del 2017. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubicaron: Chile con 13.09%, Perú con 12.87% y Panamá con 11.54%.

### PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES PETROLERAS MILES - USD FOB / ENE - OCT 2017



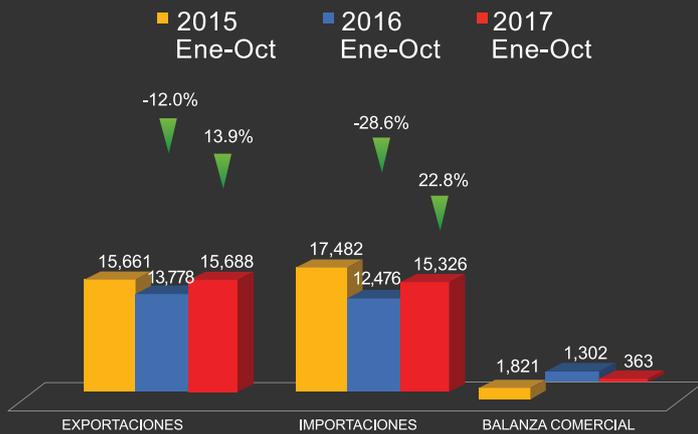
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

## BALANZA COMERCIAL TOTAL<sup>4</sup>

Durante enero-octubre del 2017, se presenta un superávit en la balanza comercial total de USD 363 millones. Las exportaciones crecieron en un 13.9% al comparar el mismo periodo respecto al año 2016, así mismo las importaciones crecieron en un 22.8%.

### BALANZA COMERCIAL TOTAL MILLONES USD FOB



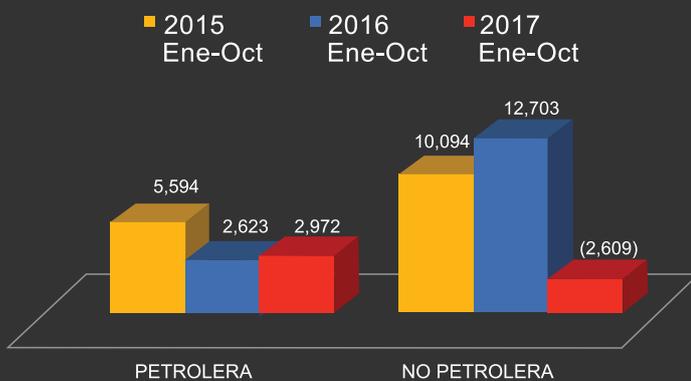
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Al realizar el análisis en la balanza comercial petrolera y no petrolera, podemos notar que la primera es superavitaria en USD 2,972 millones en el periodo enero-octubre del 2017, mientras que la balanza no petrolera es deficitaria en USD 2,609 millones para el mismo periodo de análisis.

### BALANZA COMERCIAL PETROLERA Y NO PETROLERA MILLONES USD FOB / ENE-OCT 2016

■ EXPORTACIONES ■ IMPORTACIONES ■ BALANZA COMERCIAL



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

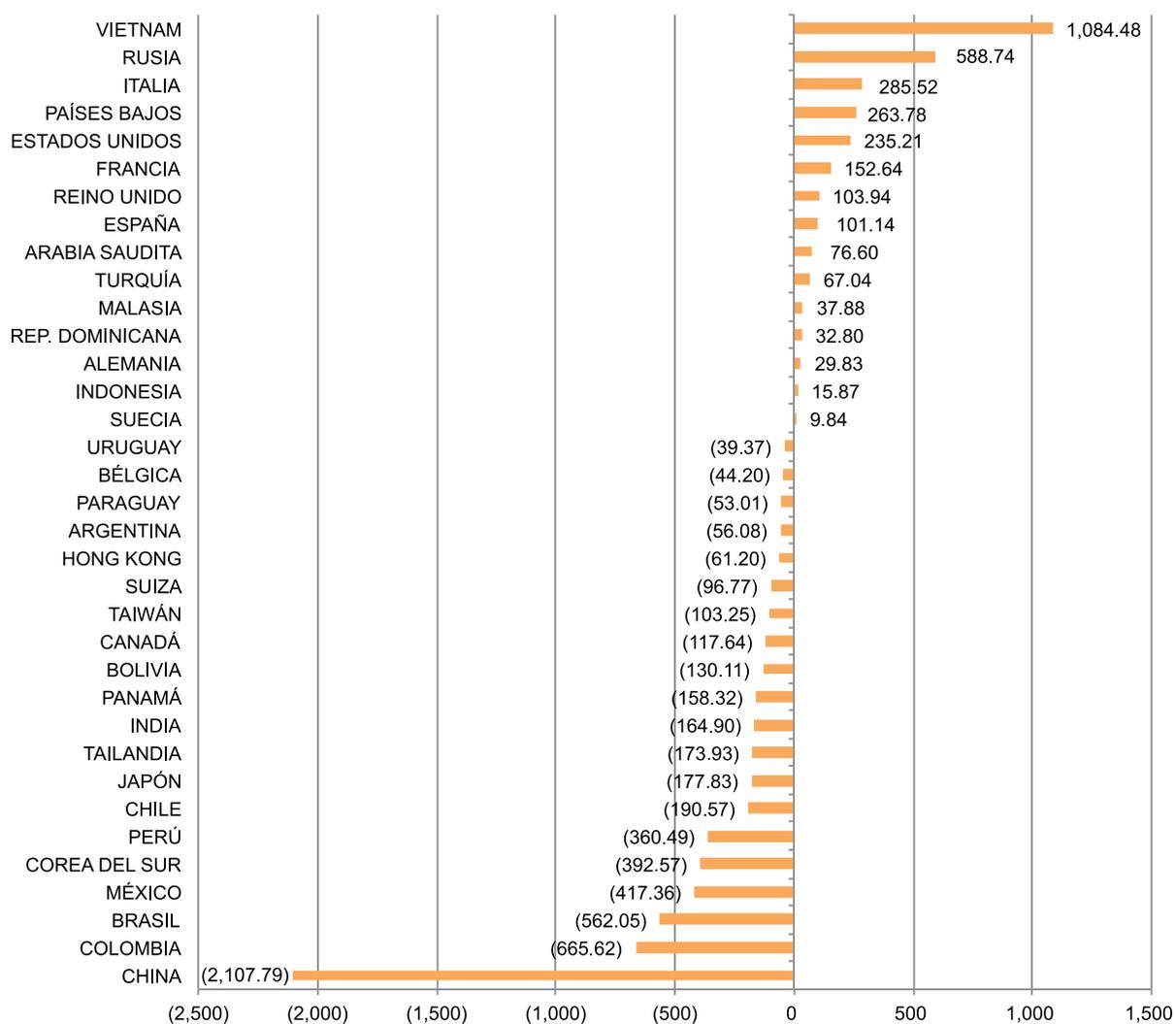
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

3. Los datos de importación no incluyen modalidad de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos

## ANÁLISIS DE SALDOS DE LA BALANZA COMERCIAL POR SOCIO COMERCIAL

El mayor saldo comercial no petrolero superavitario durante los meses de enero-octubre de 2017 se mantuvo con Vietnam por un monto de USD 1,084 millones, seguido de Rusia con USD 589 millones e Italia por USD 285 millones; y por otro lado los principales déficits de balanza no petrolera se mantienen con China, Colombia y Brasil.

ECUADOR: SALDOS DE BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA CON PRINCIPALES SOCIOS  
MILLONES USD FOB  
ENE-OCT 2017



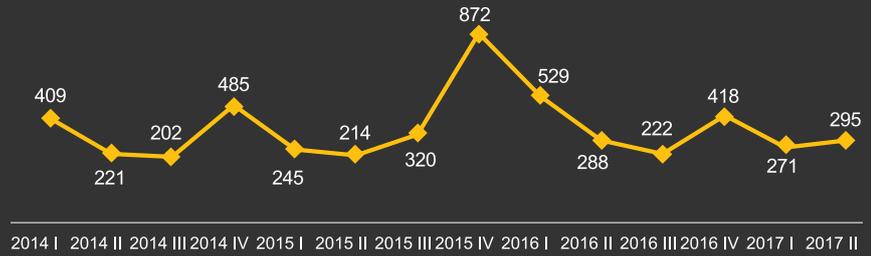
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.



## INVERSIONES

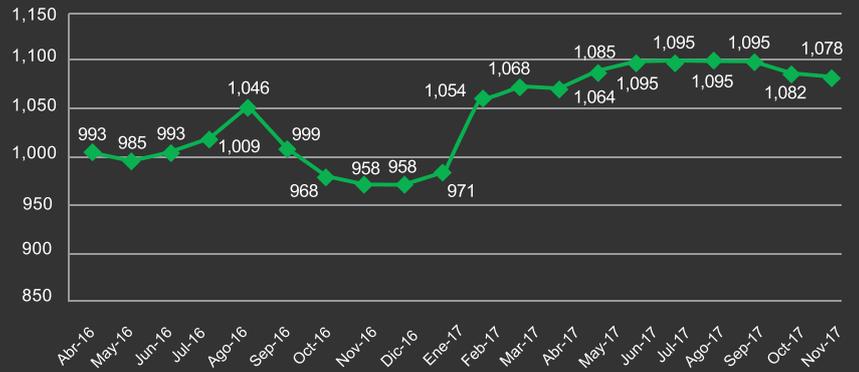
### FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA BRUTA EN ECUADOR POR TRIMESTRE MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

## PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN

### PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE BANANO USD/TONELADAS



Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

### PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE CACAO EN GRANO USD/TONELADA



Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

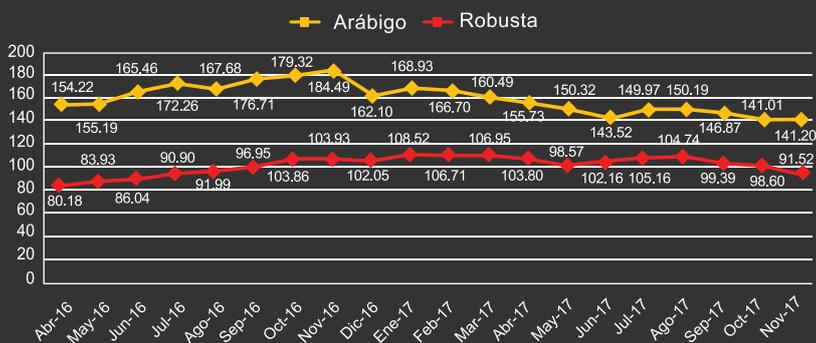
5. Los precios referenciales mostrados en el Boletín de Análisis de Mercados de PRO ECUADOR, son tomados de publicaciones mensuales que Organismos Internacionales realizan sobre el precio de varios commodities a nivel mundial. En tal sentido sirven como guía, más no determinantes de la situación de un producto en el mercado. Para el caso de la exportación de banano, cacao, café, petróleo, así como de otros productos, serán las fuerzas del mercado, oferta y demanda, quienes fijarán el precio del intercambio comercial.

## PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE ORO USD/TROY OZ.



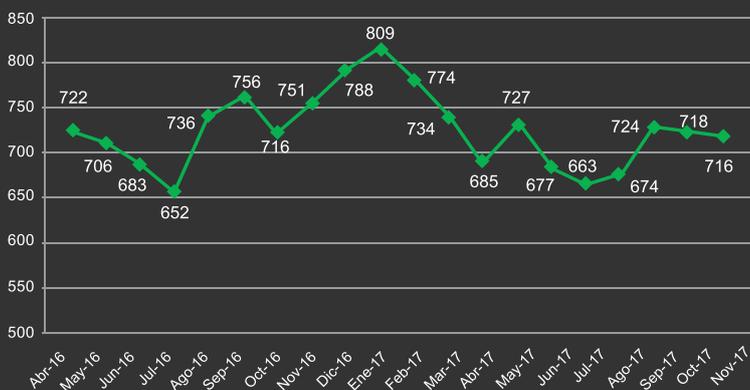
Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE CAFÉ EN GRANO USD POR QUINTAL EX DOCK NEW YORK



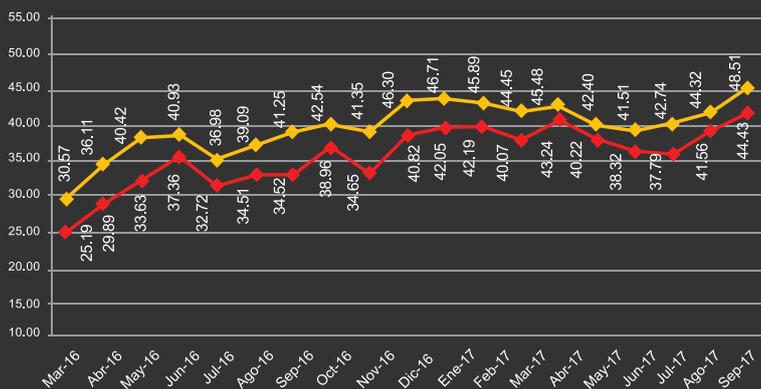
Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL PRECIOS DE ACEITE DE PALMA USD/TONELADA



Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## PRECIO PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DEL PETRÓLEO USD POR BARRIL



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.





## TENDENCIA DE IMPORTACIÓN Y USO DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EN EL MERCADO TURCO

### ANKARA –TURQUÍA

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Ankara

Este boletín presenta al lector información sobre la tendencia de importación y uso de sombreros de paja toquilla en el mercado turco. Se puede decir que, en su gran mayoría, la población turca está al día en la moda, especialmente los jóvenes. Gustan mucho de las tendencias europeas, las cadenas de ropa y de accesorios siempre ofrecen opciones con las tendencias mundiales. De igual manera, las tiendas "online" tienen mucha acogida, e incluso ofrecen productos que no son encontrados en las tiendas convencionales, pues son más exclusivos.



Durante los meses de verano (junio, julio, agosto y mediados de septiembre), las familias turcas toman sus vacaciones anuales, aprovechando el período de vacaciones de las escuelas. Se desplazan así a sus casas de verano, especialmente en las provincias del mar Mediterráneo y del mar Egeo. Es ahí cuando se puede evidenciar la tendencia de la moda de playa especialmente. Los sombreros son uno de los accesorios más utilizados, los materiales y modelos de los mismos varían. Los estratos medios-altos y altos, acuden principalmente a las playas de Bodrum, Çeşme, Marmaris y Fethiye. Estas son personas que gustan de las cosas de lujo y de marca. Entonces, se podría decir que este sería un potencial nicho para los sombreros de paja toquilla.

De igual manera, en la provincia de Antalia, existen cientos de hoteles lujosos a donde llegan cada verano los turistas extranjeros, provenientes de Rusia principalmente. A otras playas llegan turistas alemanes e ingleses. La mayoría de estos hoteles cuenta con boutiques exclusivas, en donde existiría la posibilidad de promocionar y vender los sombreros ecuatorianos.

Se puede observar que durante los últimos años la importación de sombreros ha sido relativamente constante:

IMPORTACIONES TURCAS DE SOMBREROS USD					
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016
6504	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS, TRENZADOS O FABRICADOS POR UNIÓN DE TIRAS DE CUALQUIER MATERIA, INCLUSO GUARNECIDOS	2,598	1,788	2,363	2,502
6505	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS, DE PUNTO O CONFECCIONADOS CON ENCAJE, FIELTRO U OTRO PRODUCTO TEXTIL, EN PIEZA (PERO NO EN TIRAS)	37,657	35,411	36,785	33,613

Fuente: Turkish Statistical Institute TUIK

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara - Turquía

Según información del Instituto Turco de Estadística, los proveedores de los sombreros considerados en la partida 6504.00 son principalmente China e Italia. Ecuador también registra una participación importante.

En cuanto a los países proveedores de los sombreros considerados en la partida 6505.00, los principales son China, seguida de Italia. Dentro de esta partida también se observa una participación representativa de países como Vietnam, Taiwán e India. Se registran importaciones desde Ecuador también, aunque con una participación pequeña.

A continuación, se presenta un cuadro con las importaciones registradas desde Ecuador:

IMPORTACIONES TURCAS DE SOMBREROS USD					
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016
6504	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS, TRENZADOS O FABRICADOS POR UNIÓN DE TIRAS DE CUALQUIER MATERIA, INCLUSO GUARNECIDOS	21	10	21	65
6505	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS, DE PUNTO O CONFECCIONADOS CON ENCAJE, FIELTRO U OTRO PRODUCTO TEXTIL, EN PIEZA (PERO NO EN TIRAS)	3	17	10	2

Fuente: Turkish Statistical Institute TUIK

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara - Turquía

Con respecto a los aranceles aplicados a Ecuador para este tipo de productos, La Lista No. 2 del arancel turco indica un arancel del 0% para aquellos productos comprendidos en la partida 6504 y un arancel del 2.7% para aquellos comprendidos en la partida 6505, a excepción de los "Sombreros y demás tocados, de punto o confeccionados con encaje, de fieltro de pieles o de fieltro de lana y de pelo" que pagarían un arancel del 5.7%.

La fuerte competencia de China en este sector podría considerarse como una desventaja, sin embargo, al momento de seleccionar el nicho de mercado, es importante que consideren los estratos sociales medios – altos y altos, que son los que en verdad tienen interés y posibilidades de adquirir un producto de alta calidad, y que además son aquellos que están más al día en las tendencias de la moda nacional e internacional.

Por algunas ocasiones la Oficina Comercial del Ecuador en Ankara ha receptado el interés de empresas turcas por adquirir sombreros de paja toquilla ecuatorianos, incluso ha receptado una oportunidad Comercial proveniente de Grecia, de los proveedores en ese país de una importante cadena de accesorios en toda la región, Accessorize, quienes buscan un sombrero de excelente calidad para sus clientes. Esto refleja entonces que existe un verdadero interés por adquirir el producto ecuatoriano y el potencial del mismo, no solo en Turquía, sino en la región.

Referencias:

- TurkishStatisticalInstitute, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)
- MinistryofEconomyoftheRepublicofTurkey, <http://www.economy.gov.tr/portal/faces/home?locale=en>



## EL CONSUMO DE PIÑA FRESCA EN ESTADOS UNIDOS

### NEW YORK—ESTADOS UNIDOS

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en New York

La piña es una de las frutas con mayor demanda de consumo en los Estados Unidos por sus altos beneficios nutricionales y su contenido de vitamina C y antioxidantes, el consumo de este producto es promovido a través de los programas de salud del gobierno estadounidense para la población, especialmente enfocados en los niños.

La demanda de piña fresca en este mercado, no solo se debe al consumo de la población anglosajona, sino también de la población hispana y asiática, quienes la consumen regularmente.



De acuerdo a un estudio publicado por la firma consultora Euromonitor, el consumo de esta fruta en Estados Unidos muestra un crecimiento en los últimos años, se estima que el consumo per cápita de esta fruta entre los estadounidenses aumentó en un 63% de 2002 a 2016. El consumo de la piña per cápita es de 3.17 kg al año; mientras que el crecimiento del volumen estable se ha mantenido, en un total del 3% CAGR durante este período.

Según los expertos, gran parte de este crecimiento en el consumo de la piña se debe a que los minoristas venden piña fresca troceada en envases muy prácticos dentro de la sección de productos perecibles; lo cual se alinea con la tendencia del consumidor estadounidense quien busca alimentos, altamente nutritivos, fáciles de consumir, es decir que no implique tiempo de preparación.

Cabe notar que tradicionalmente la piña es una fruta considerada por los consumidores como difícil de manejar y laboriosa al momento de pelar.

Los precios al consumidor oscilan entre USD 2.99 y USD 4.99 dependiendo del establecimiento, si es orgánica o no; la calidad y tamaño del producto. La piña troceada se la puede encontrar entre USD 1.99 y USD 3.99 dependiendo del peso y cantidad, usualmente vienen en empaques plástico sin marca.

### IMPORTACIONES DE PIÑA FRESCA

Según las cifras de USITC a octubre de 2017, el principal proveedor de piña fresca para los Estados Unidos fue Costa Rica, puesto que abarca el 83% del total importado; seguido por México con el 8%, Honduras con el 4% y Guatemala con el 2%; Ecuador ocupa el octavo lugar como proveedor con apenas el 0.11% de participación.

A continuación, se observa la evolución de exportaciones de los principales países competidores en los últimos 3 años:

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE PIÑA FRESCA 0804.30							
MILES USD FOB							
PAÍSES	2014	2015	2016	2016 ENE-OCT	2017 ENE-OCT	% PART. 2017 ENE-OCT	% VAR 2016-2017 ENE-OCT
COSTA RICA	534,898	492,995	522,732	432,961	442,973	82.86%	2.31%
MÉXICO	21,255	39,058	47,673	43,026	41,265	7.72%	-4.09%
HONDURAS	20,878	24,347	24,863	21,451	23,771	4.45%	10.82%
TAILANDIA	11,109	8,608	9,712	8,087	7,717	1.44%	-4.58%
GUATEMALA	6,832	6,697	8,178	7,738	9,397	1.76%	21.44%
PANAMÁ	2,777	3,057	3,070	2,528	2,850	0.53%	12.74%
COLOMBIA	837	2,447	2,207	1,832	1,994	0.37%	8.84%
ECUADOR	2,393	3,035	1,808	1,778	588	0.11%	-66.93%
REP. DOMINICANA	920	1,539	1,485	1,354	914	0.17%	-32.50%
DEMÁS PAÍSES	2,255	3,599	2,169	1,936	3,141	0.59%	62.24%
<b>TOTAL</b>	<b>604,154</b>	<b>585,382</b>	<b>623,897</b>	<b>522,691</b>	<b>534,610</b>	<b>100.00%</b>	<b>2.28%</b>

Fuente: USITC  
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en New York

Tal como podemos observar en las cifras que anteceden, Estados Unidos registró importaciones desde Ecuador por USD 1.8 millones de piña fresca durante el período de enero – octubre de 2016, mientras que en el mismo período del 2017 se observa un decrecimiento del 66%. Esto se debe básicamente al incremento en la producción de Costa Rica de hasta 200,000 toneladas/año, esto ha vuelto al Ecuador menos competitivo en precios; adicionalmente que la oferta se ha diversificado a otros mercados, como el chileno, por ejemplo, sobre todo por los costos logísticos más económicos.

### CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución en este mercado incluye al exportador, seguido por la cadena al distribuidor mayorista que son aquellos que se encargan de entregar a los supermercados y los distribuidores minoristas, quienes son el último eslabón de la cadena y venden al consumidor final. En ocasiones también se cuenta con un agente o bróker de importación previo a la entrega del producto al distribuidor.



La piña se comercializa en el sector minorista y foodservice principalmente como producto fresco y procesado (congelado para la venta al por menor y se comercializa picado) y también se pueden encontrar en los supermercados en envases plásticos para lunch de los niños.

#### PERMISOS Y REQUISITOS

La piña es uno de los productos frescos que se encuentra en la lista de productos admisibles a Estados Unidos, proporcionado por el "Vegetable and Quarentine Protection Manual" (APHIS-PPQ). Para importar el producto se debe obtener el permiso respectivo ante la USDA-APHIS del Departamento de Agricultura de E.E.U.U.

De acuerdo a información del APHIS, la piña ecuatoriana puede ingresar por todos los puertos de Estados Unidos con excepción de Hawaii debido a la protección de la producción nacional en ese Estado. Mayor información en el siguiente link: [https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED\\_ID=9079](https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=9079)

La piña fresca ecuatoriana se encuentra exenta de arancel debido a las preferencias arancelarias que otorga Estados Unidos por la aplicación del SGP. Es importante mencionar que la variedad de piña que se exporta de Ecuador a Estados Unidos es la MD2.

Los principales certificados que se requieren para exportar piña al mercado estadounidense son HACCP, buenas prácticas agrícolas, así como también certificados orgánicos que son muy valorados en el mercado.

#### FUENTES Y LINKS DE INTERÉS:

- Euromonitor: Fuits in the US, Apr2017 <http://www.euromonitor.com>
- UnitedStatesDepartmentofAgriculture
- USITC | UnitedStates International TradeCommission

# Boletín Mensual de **Inteligencia de Mercados**

Diciembre - Enero 2018



Ministerio de  
**Comercio Exterior**



**PRO ECUADOR**  
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE  
EXPORTACIONES E INVERSIONES

[www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)



PRO ECUADOR



@Pro\_Ecuador