

Abril - Mayo 2018

# Boletín Mensual de Inteligencia de Mercados



**PRO ECUADOR**  
*Negocios sin fronteras*

**Pablo Campana Sáenz**

Ministro de Comercio Exterior e Inversiones

**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

**Luis Valle**

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

**Gabriela Garzón**

Diseño y Diagramación, Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Carolina Armendáriz**

Edición, Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Roxana García Casanova**

Edición, Marketing y Comunicación de PRO ECUADOR

**Oficinas Comerciales del Ecuador:**

Elizabeth Barsallo, Buenos Aires

Roberto Rosero, 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

Lider Intriago, Toronto

Borys Mejía, Chicago

Manuel Echeverría, Miami

Karina Amaluisa, New York

Jorge Gallardo, 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

Elias Tagle, Moscú

Juan Navas, Ankara

Paul Peñaherrera, Cantón

Luis Rojas, Beijing

Diego Vega, Shanghái

Marcelo Pazos, Seúl

Cristian Velasquez, Tokio



# Contenido

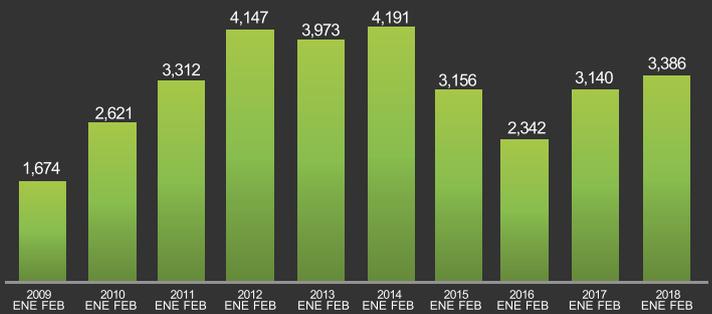
---

Editorial	4
Estadísticas	5
Principales productos no petroleros de exportación	6
Principales destinos de las exportaciones del Ecuador	8
Balanza comercial total	9
Análisis de saldos de la balanza comercial por socio comercial	10
Inversiones	11
Precios de los principales productos de exportación	11
Noticias de Oficinas Comerciales de PRO ECUADOR	13
MUMBAI - INDIA / Potencial del mango ecuatoriano en el mercado indio	13
SHANGHÁI - CHINA / El sombrero de paja toquilla en China	16





### 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 1.84% en enero-febrero de 2018, durante este mes nuestro país exportó USD 2,042 millones que representaron 1,755 mil toneladas.

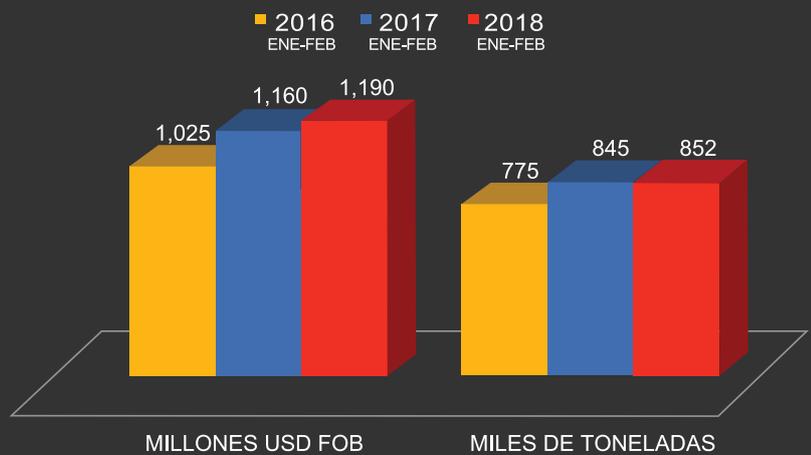
### EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS



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

La exportación de productos tradicionales no petroleros<sup>1</sup> en enero-febrero de 2018 creció un 2.59% en comparación con el 2017, mientras que la exportación de productos no tradicionales<sup>2</sup> creció levemente en 0.83%.

### 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.

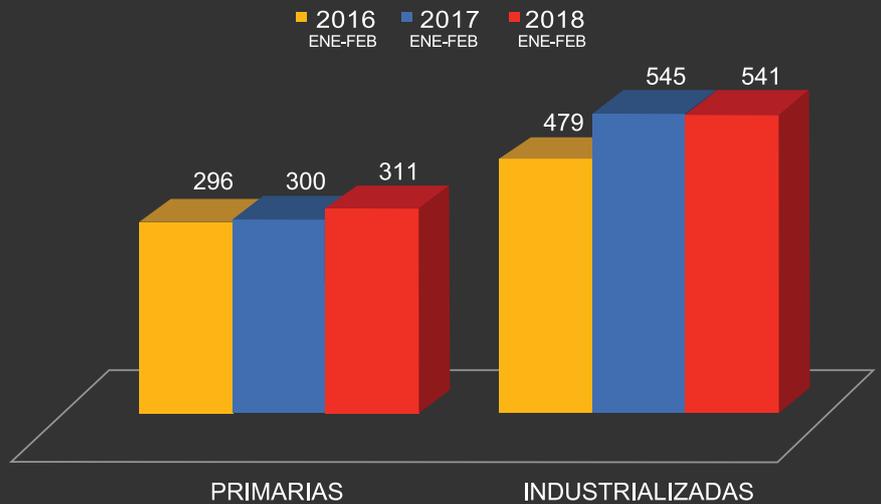
1. Productos no petroleros tradicionales definidos por el Banco Central del Ecuador son: Banano y plátano, Café y elaborados, Camarón, Cacao y elaborados, y Atún y pescado (incluye atún entero, filetes de atún y demás filetes)

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 enero-febrero de 2018, creció en un 3.64% en comparación con enero de 2017, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció en 0.72%.

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



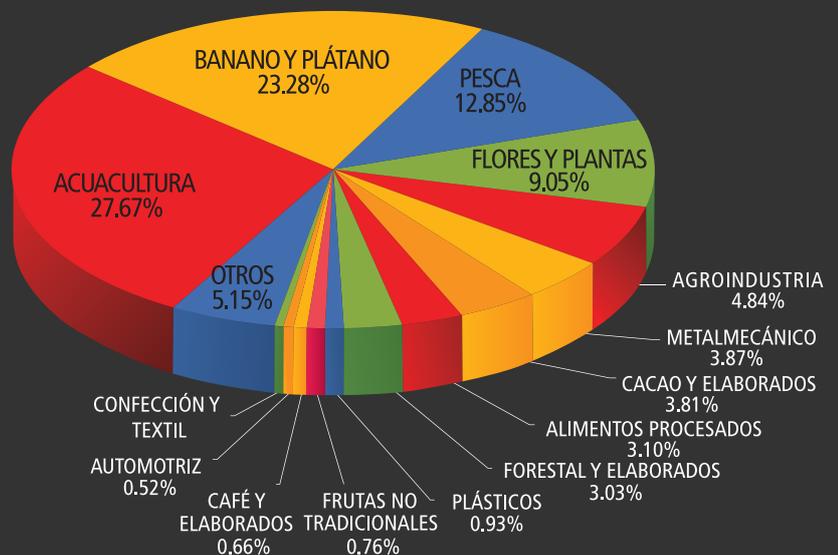
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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

### Principales productos no petroleros de exportación

En enero-febrero del 2018, el sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 27.67% de participación del total de exportaciones no petroleras, le sigue acuicultura con una participación del 23.28%, en tercer lugar, se ubica pesca con 12.85% y en cuarto lugar se encuentra flores y plantas con el 9.05%. Sumando estos 4 grupos de productos, se tiene el 72.85% de las exportaciones no petroleras.

### EXPORTACIONES NO PETROLERAS PRINCIPALES GRUPOS DE PRODUCTOS %PARTICIPACIÓN, 2018 ENERO - FEBRERO



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, demás langostinos (género de la familia penaeidae) congelados y cacao en grano.

EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR				
Miles USD FOB				
2018 Ene - Feb				
#	SUBPARTIDA	PRODUCTO	MILES USD FOB	%PARTIC. 2018
1	0803.90.11.90	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO "CAVENDISH VALERY"	489,388	23.97%
2	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	256,379	12.56%
3	0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	141,060	6.91%
4	0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	124,210	6.08%
5	1801.00.19.90	LOS DEMÁS CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO NCOP	62,602	3.07%
6	0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS DE AGUA FRÍA CONGELADOS	55,431	2.71%
7	1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	50,936	2.49%
8	0803.90.11.10	BANANO TIPO CAVENDISH, ORGÁNICO CERTIFICADO	45,767	2.24%
9	1604.14.20.12	LISTADOS EN AGUA Y SAL	35,438	1.74%
10	1604.14.20.13	LISTADOS EN ACEITE	34,830	1.71%
11	7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	26,608	1.30%
12	0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	25,639	1.26%
13	1604.14.20.11	LOMOS DE LISTADOS PRECOCIDOS	20,373	1.00%
14	2301.20.11.00	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	18,519	0.91%
15	0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NCOP	18,081	0.89%
16	0710.80.20.00	BROCOLI CONGELADO	16,724	0.82%
17	0803.10.10.00	PLÁTANOS <PLANTAIN> FRESCOS	16,216	0.79%
18	1604.14.10.11	LOMOS PRECOCIDOS DE ATÚN DE ALETA AMARILLA	15,881	0.78%
19	4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTÍCULAS DE MADERA	15,360	0.75%
20	1604.14.10.13	ATÚN DE ALETA AMARILLA EN ACEITE	14,498	0.71%
LOS DEMÁS PRODUCTOS			557,767	27.32%
<b>TOTAL</b>			<b>2,041,708</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 enero-febrero de 2018 fue Estados Unidos con una participación del 21.47% de las exportaciones no petroleras, le siguieron Vietnam con un 8.21%, Rusia con un 7.23% y Colombia con 6.56%.

Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, seis (6) corresponden a países de América.

### PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR 2018 ENE - FEB

PAÍS	MILES USD FOB	PARTICIPACIÓN %
ESTADOS UNIDOS	438,301	21.47%
VIETNAM	167,621	8.21%
RUSIA	147,594	7.23%
COLOMBIA	133,985	6.56%
ESPAÑA	130,309	6.38%
ITALIA	112,458	5.51%
ALEMANIA	86,091	4.22%
PAÍSES BAJOS	85,054	4.17%
CHINA	74,421	3.65%
PERÚ	51,546	2.52%
FRANCIA	48,347	2.37%
CHILE	45,691	2.24%
ARGENTINA	42,614	2.09%
REINO UNIDO	31,288	1.53%
JAPÓN	29,225	1.43%
BÉLGICA	24,202	1.19%
MÉXICO	20,844	1.02%
BRASIL	20,106	0.98%
TURQUÍA	20,001	0.98%
COREA DEL SUR	18,288	0.90%
DEMÁS PAÍSES	313,721	15.37%
<b>TOTAL</b>	<b>2,041,708</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 34.48% de participación de las exportaciones del 2018. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubicaron: Panamá con 16.42%, Chile con 14.15% y Perú con 12.74%.

### PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES PETROLERAS MILES - USD FOB / 2018 ENE - FEB



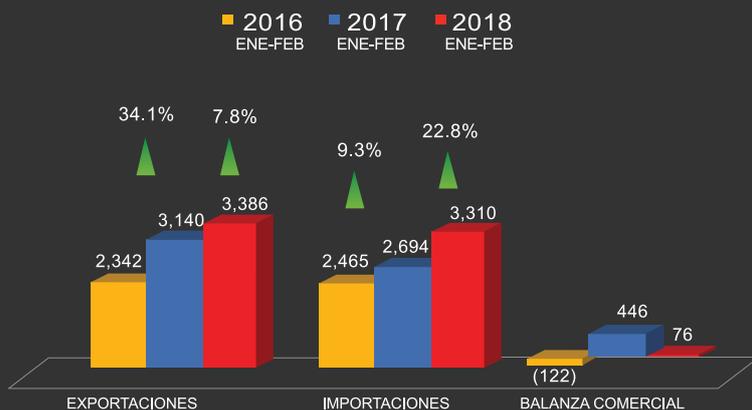
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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

### BALANZA COMERCIAL TOTAL<sup>3</sup>

Durante enero-febrero de 2018, se presenta un superávit en la balanza comercial total de USD 76 millones. Las exportaciones crecieron en un 7.8% al comparar con el mismo periodo 2017, así mismo las importaciones crecieron en un 22.8%.

#### BALANZA COMERCIAL TOTAL MILLONES USD FOB



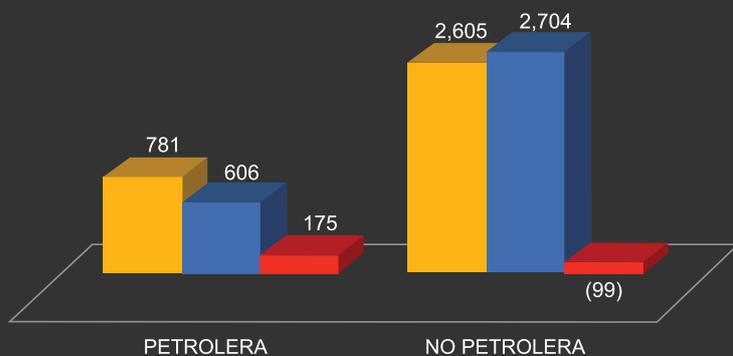
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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 175 millones en enero-febrero de 2018, mientras que la balanza no petrolera es deficitaria en USD 99 millones para el mismo periodo de análisis.

#### BALANZA COMERCIAL PETROLERA Y NO PETROLERA MILLONES USD FOB / ENE - FEB 2018

■ Exportaciones ■ Importaciones ■ Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

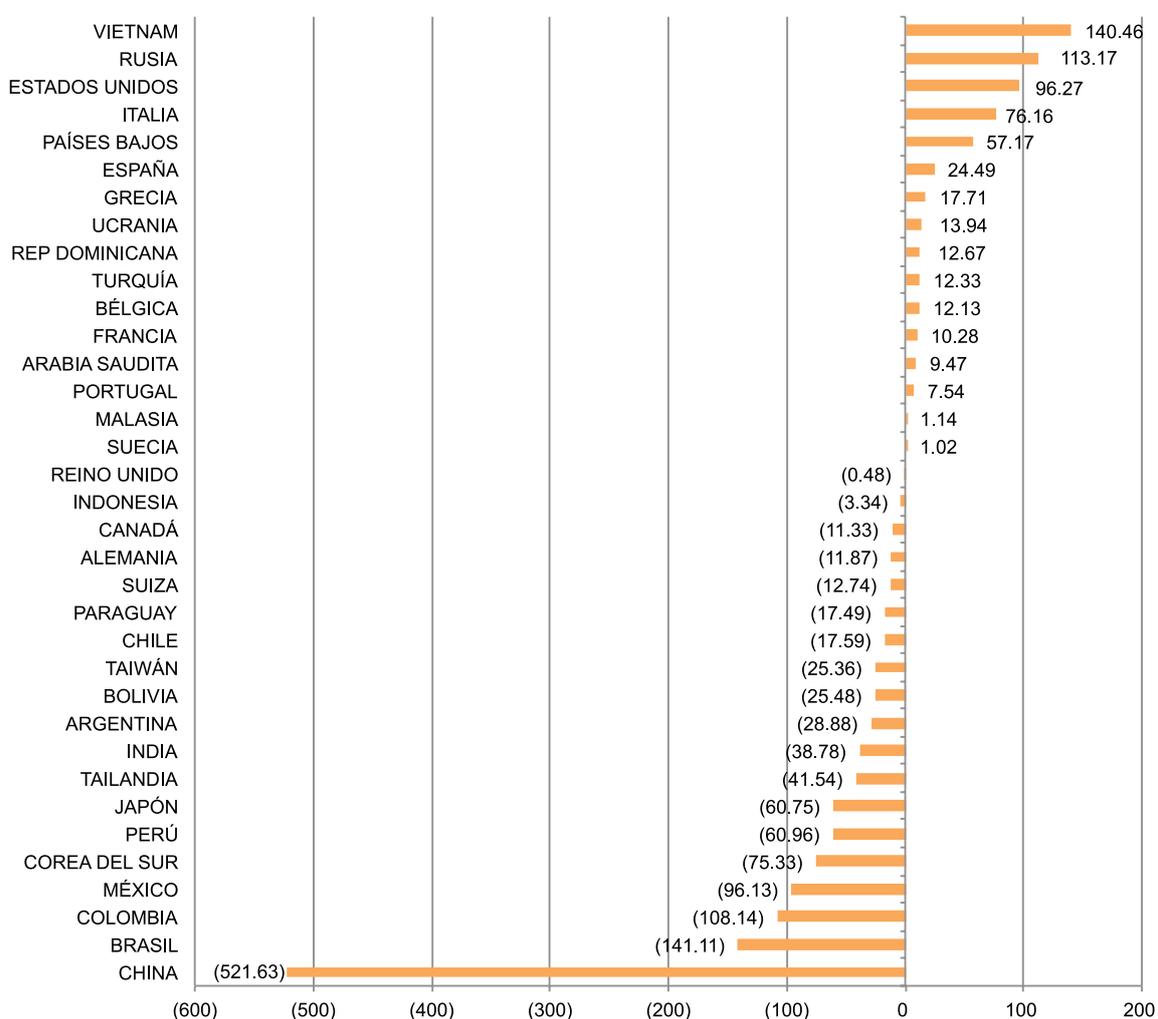
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

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 enero-febrero de 2018 se mantuvo con Vietnam por un monto de USD 140 millones, seguido de Rusia con USD 113 millones y Estados Unidos por USD 96 millones; y por otro lado los principales déficits de balanza no petrolera se mantienen con China, Brasil y Colombia.

### ECUADOR: SALDOS DE BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA CON PRINCIPALES SOCIOS MILLONES USD FOB ENE - FEB 2018

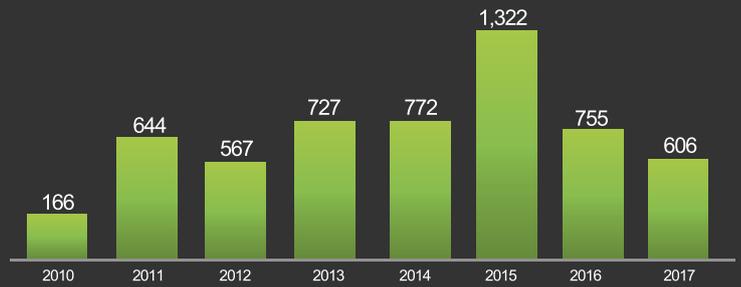


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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

## INVERSIONES

### FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN ECUADOR - MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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

## PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN<sup>4</sup>

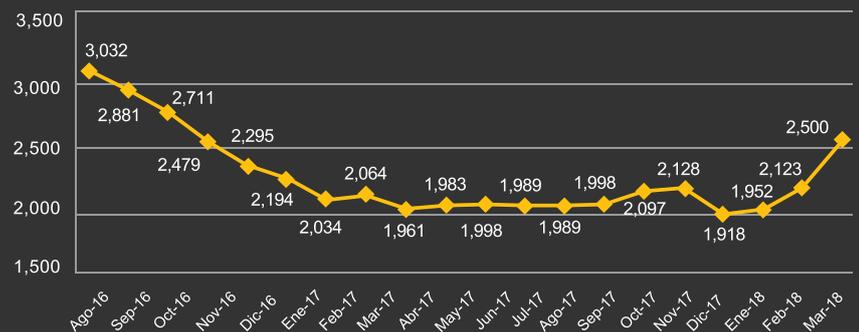
### PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE BANANO USD/TONELADAS



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

4. 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 CAMARÓN - USD/TONELADA



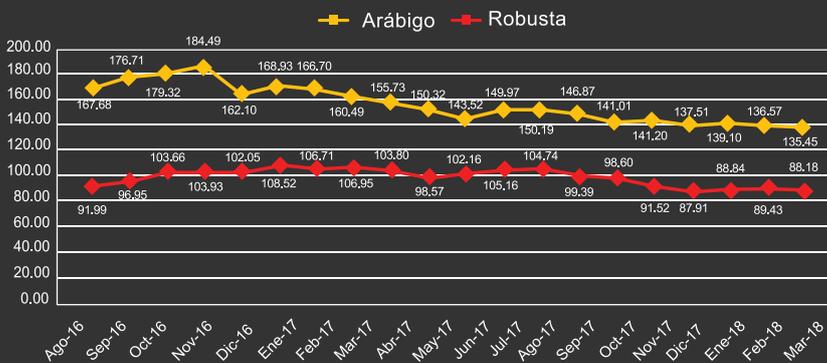
Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE ORO - TROY OZ.



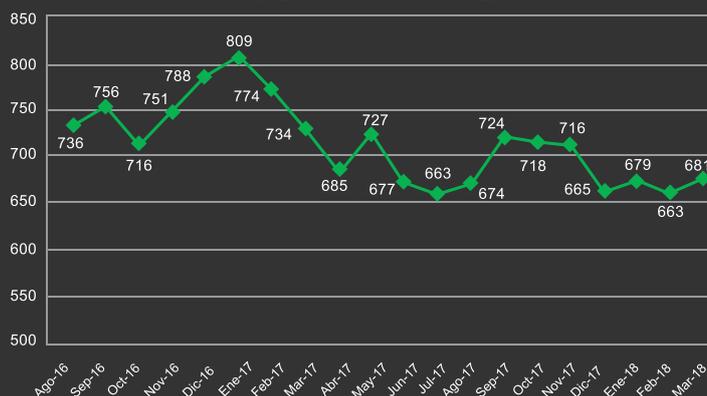
Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities  
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

## 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 DE PRECIOS DE ORO - TROY OZ.



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





## **POTENCIAL DEL MANGO ECUATORIANO EN EL MERCADO INDIO**

### **MUMBAI - INDIA**

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Mumbai

El mango es conocido como el “Rey de las Frutas” en India. De acuerdo con información del Gobierno de la India correspondiente al 2017, India es el mayor productor, consumidor y exportador de mangos a nivel mundial. En India se cultiva una amplia variedad de mangos; éstos están disponibles en el mercado desde inicios de marzo hasta finales de junio. Las variedades más consumidas son: Alphonso, Kesar, Totapuri y Dashehri. De acuerdo a datos no oficiales del año 2015, en India el consumo anual per cápita de mangos y mangostanes fue de 15.09 kilogramos.



El mango es un producto consumido por los sectores medio y alto de la población india. A inicios de la temporada, los precios de los mangos —especialmente mango Alphonso— son altos y por lo tanto es el sector medio-alto y alto el que está en posibilidad de consumirlos.

De todas las variedades disponibles, el mango Alphonso es el preferido de la población india. Por su calidad, sabor y aroma, el mango Alphonso es incluso utilizado por el Gobierno de la India como obsequio para jefes de estado y otras altas dignidades.

#### POTENCIAL DEL PRODUCTO ECUATORIANO

El período de producción de mangos en India inicia en marzo y termina a fines de junio. Entre los meses de julio y febrero es prácticamente imposible encontrar mangos en el mercado local.

En Ecuador, la época de producción de mangos inicia en octubre y se extiende hasta enero. En India, estos meses corresponden a la temporada de bodas y adicionalmente en los meses de octubre o noviembre —varía cada año— se celebra Diwali, la festividad más importante para quienes practican el hinduismo, la principal religión de la India. Debido a que el mango es considerado un manjar en India, potenciales importadores y consumidores del producto ecuatoriano han manifestado que sería ideal que se pueda encontrar mango fresco en el mercado durante las mencionadas épocas y festividades.

En 2017, la empresa importadora de frutas más grande de India, I.G. International, introdujo el mango sudafricano, variedad Shelley, al mercado indio. De acuerdo con Tarun Arora, director de la empresa, la respuesta del consumidor indio fue satisfactoria y por esta razón, se desea identificar a exportadores de mango que puedan proveer el producto entre los meses de agosto y enero.

En 2017, el gobierno de la India manifestó interés en exportar mango Alphonso al Ecuador; actualmente esta solicitud está siendo analizada por Agrocalidad. En caso de que el gobierno ecuatoriano autorice el ingreso del mango indio a nuestro país, se podría solicitar reciprocidad al gobierno indio para que el producto ecuatoriano pueda ingresar al mercado indio.

#### INGRESO AL MERCADO INDIO

Para ingresar al mercado indio, el producto debe contar con un protocolo fitosanitario aprobado por el Gobierno de la India. El Gobierno de la India otorga esta aprobación una vez que se hayan llevado a cabo los análisis de riesgos de plagas y se establezca un protocolo para la importación.

De acuerdo con la PQ Order 2003 –documento que contiene los criterios para el ingreso de productos agrícolas al mercado indio– únicamente Tailandia y Sudáfrica tienen protocolos fitosanitarios aprobados. El mango tailandés y sudafricano deben cumplir con el siguiente requisito: “Fumigación con bromuro de metilo a 32 g/m<sup>3</sup> durante 2 horas a 21 oC o más u otro tratamiento aprobado por la autoridad competente del Gobierno de la India.”<sup>5</sup>

En lo concerniente a las barreras arancelarias, el mango importado paga un arancel de 48.98%.

#### PRECIOS EN PERCHA

Actualmente (abril) nos encontramos en la etapa inicial de la temporada de mangos en India. A continuación, un cuadro del producto que actualmente se encuentra en perchas.

FOTO	MARCA	PRECIO	VARIEDAD	ESTABLECIMIENTO
	FRESHO	USD 12.70 (DOCENA)	ALPHONSO	BIG BASKET
	SIN MARCA	USD 15.38 (DOCENA)	ALPHONSO (GRADO A)	MANGO UNCLE
	SIN MARCA	USD 21.23 (DOCENA)	ALPHONSO (PREMIUM)	NATURE'S BASKET
	SIN MARCA	USD 8.61 (2 KILOS)	KESAR	NATURE'S BASKET
	SIN MARCA	USD 3.67 (1 KILO)	ALPHONSO	RELIANCE SMART
	SIN MARCA	USD 0.88 (1 KG)	TOTAPURI	RELIANCE SMART

#### FUENTES Y LINKS DE INTERÉS

##### Perfil del mango

<http://agmarknet.gov.in/Others/preface-mango.pdf>

Ministry of Commerce and Industry (Estadísticas de comercio)

<http://dashboard-commerce.gov.in/>

<http://agriexchange.apeda.gov.in/Market%20Profile/one/MANGO.aspx>

Mango consumption

<http://www.indexbox.co.uk/blog/which-country-consumes-the-most-mangoes%2C-mangosteens-and-guavas-in-the-world/>

Horticulture at a glance 2017

<http://agricoop.nic.in/sites/default/files/Horticulture%20At%20a%20Glance%202017%20for%20net%20uplod%20%282%29.pdf>

E-commerce Portal Central Board of Indirect Taxes & Customs

<https://www.icegate.gov.in>

PQ Order 2003

[http://plantquarantineindia.nic.in/pqispub/html/pqo\\_amendments.htm#](http://plantquarantineindia.nic.in/pqispub/html/pqo_amendments.htm#)



5. The PQ Order , 2003. [http://plantquarantineindia.nic.in/pqispub/html/pqo\\_amendments.htm#](http://plantquarantineindia.nic.in/pqispub/html/pqo_amendments.htm#)



## EL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA EN CHINA

SHANGHÁI – CHINA

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Shanghái

China en los últimos años ha experimentado un fuerte crecimiento y desarrollo económico y comercial. El incremento en los ingresos de las familias chinas ha transformado los hábitos de consumo y sobre todo de la moda en el país. Es así como cada vez, las nuevas tendencias de moda que se originan en grandes ciudades como Shanghái y Beijing se esparcen rápidamente por todo el país. En ese sentido, el sombrero de paja toquilla es considerado como un accesorio de moda de alta gama. Esto ya que los costos de venta de este producto son relativamente altos y se encuentran en algunas tiendas especializadas en selectos centros comerciales y diversos portales electrónicos.

El objetivo de este boletín es presentarles a los exportadores ecuatorianos información relevante sobre la tendencia y uso del sombrero de paja toquilla en China y potenciales oportunidades y recomendaciones para continuar posicionando los sombreros en el mercado chino.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador del año 2017, Ecuador exportó a China paja toquilla (6504000011) un valor de USD 61,730, mientras que en el año 2016 se exportó USD 2,360. Así mismo, cascos para sombreros de paja toquilla (6502001000) en el año 2017 alcanzó un valor de USD 3,770 mientras que en el año 2016 alcanzó un valor de USD 1,020. Por otro lado, durante el año 2016 se puede apreciar que el valor total FOB de sombreros de paja toquilla (6504000000) alcanzó los USD 7,570 y para el año 2017 no se registra valor exportado.

Tal vez debido al alto costo del sombrero terminado ecuatoriano, los elevados costos logísticos de transporte y por la fuerte competencia de la industria sombrerera en China, los importadores chinos prefieren importar la paja toquilla para posteriormente tejerlos ellos mismos. Es el mismo caso se da con cascos para sombrero que son importados en estado semi-elaborado para posteriormente terminarlos en sus talleres.

En China muchas de las imitaciones de sombreros de paja toquilla son producidas de forma industrial y en lugar de usar la paja toquilla como materia prima, utiliza papel de arroz. Es así que estos sombreros tienen apariencia similar a nuestros sombreros y el costo de venta es casi una tercera parte del costo de los sombreros ecuatorianos, pero con una calidad muy por debajo de los estándares que conocemos para este tipo de producto.

El sombrero es muy utilizado en la primavera y verano en China, sobre todo por las mujeres, ya que quieren evitar la exposición de la piel del rostro al sol. En ese sentido, algunos de los importadores chinos de sombreros ecuatorianos realizan campañas de promoción tanto en línea como en los diferentes almacenes y centros comerciales.

Por otro lado, poco a poco se puede apreciar cada vez más a celebridades chinas, así como a empresarios que utilizan el sombrero de paja toquilla de alta calidad. Siendo este un nicho muy reducido de consumidores.

La Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Shanghái, ha coordinado varios eventos de promoción que buscan posicionar al sombrero de paja toquilla ecuatoriano como un símbolo de moda en el mercado chino. Un claro ejemplo fue el evento de promoción desarrollado los días 27, 28 y 29 de mayo de 2016, en donde se contó con la presencia de Sandra Vera, toquillera y empresaria representante de Toquillera de Tesya; y Nohemi Portilla, toquillera y empresaria representante de la Asociación de Toquilleras de María Auxiliadora de la Provincia del Azuay, quienes demostraron en vivo el arte de tejer los sombreros. Los asistentes a la feria quedaron sorprendidos por la historia, forma de tejer, belleza y calidad de los sombreros de paja toquilla por lo que muchos de ellos no perdieron la oportunidad para adquirirlos en ese momento.



Por otro lado, existen ferias especializadas en moda como es la Feria CHIC (<http://en.chiconline.com.cn/>) que tiene la edición de primavera y otoño. En ambas ediciones se puede encontrar importadores de sombreros de paja toquilla ecuatoriano promocionando el producto y teniendo gran aceptación por parte de empresas y diseñadores de modas.

En conclusión, se puede indicar que es menester el contar con el apoyo de empresarios y/o gremios de tejedores de sombreros para tratar de replicar la experiencia vivida en el año 2016. El contar con las toquilleras fue la clave del éxito de la promoción ya que los consumidores chinos conocieron de primera mano la forma como se teje el sombrero. Por otro lado, se recomienda el participar en la Feria de Modas CHIC ya que el impacto que esta feria está teniendo en el desarrollo de la tendencia de modas en la ciudad de Shanghái es muy importante.

Mayor información de este evento lo podrán encontrar en los siguientes enlaces:  
[http://www.iqiyi.com/v\\_19rrlhaffc.html#vfrm=2-3-0-1](http://www.iqiyi.com/v_19rrlhaffc.html#vfrm=2-3-0-1)  
[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMTU40TgyNDAXNg==.html?from=s1.8-1-1.2](http://v.youku.com/v_show/id_XMTU40TgyNDAXNg==.html?from=s1.8-1-1.2)  
<http://goo.gl/V7M8mM>



# Boletín Mensual de **Inteligencia de Mercados**

Abril - Mayo 2018



**PRO ECUADOR**  
*Negocios sin fronteras*



**MINISTERIO  
DE COMERCIO EXTERIOR  
E INVERSIONES**

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

