



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras



Estudio de mercado

Sombreros de Paja Toquilla en Alemania 2018



Producto



El sombrero de paja toquilla es un **sombrero tradicional** de alta relevancia histórica y ancestral, originaria en las costas del Ecuador.

Su confección es de manera **artesanal** y se basa en el trenzado de las fibras de una palmera particular llamada **Carludovica Palmata**.

Los tejedores son en su mayoría **familias campesinas** y las técnicas de tejido **se transmiten a los niños en el hogar**, mediante la observación y la imitación, desde una edad muy temprana.

Desde el 5 de diciembre de 2012, el tejido tradicional de paja toquilla del Ecuador forma parte del **Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad** declarado así por la ONU (Organización de las Naciones Unidas), en él se expresa la cultura milenaria y ancestral del Ecuador.

Subpartida	Descripción	País / región
6504.00.00.00	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.	Unión Europea
6502.00.00.00	Cascos para sombreros, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, sin ahormado ni perfilado del ala y sin guarnecer.	Unión Europea

Las subpartidas NANDINA son: 6504.00.00.11 y 6502.00.10.00

Información de mercado

Producción nacional



No existe producción de la materia prima para los sombreros de paja toquilla en el territorio de Europa, por ende **no existe producción nacional en el mercado alemán de este producto.**

Segmentación del mercado



El segmento de mercado objetivo comprende consumidores **adultos** aproximadamente entre **40 y 55 años de edad**, con **poder adquisitivo alto y medio alto.**

El cliente satisfecho seguramente **volverá a comprar el producto** según su necesidad o al finalizar la vida útil del mismo, es decir mínimo **5 años.**



Ciudades con mayor demanda de sombreros de paja toquilla



Mayor demanda al **sur de Alemania**, debido a que:

- Tiene días más soleados.
- Existe presencia de cadenas de moda internacional.

Información de mercado

Consumo

- Se considera que existe un incremento en el consumo del producto principalmente debido a una **mayor conciencia de la radiación UV** y los efectos que este podría tener en la salud de las personas (ejemplo: cáncer de piel).
- Adicionalmente, como ya se mencionó, en el caso de un cliente satisfecho suelen adquirir **diferentes diseños** para diversos eventos y por supuesto, según las **estaciones climáticas**.



Información de mercado

Tendencias de consumo

Jóvenes (20-40 años) demandan diseños con colores más llamativos como: azul, café, y en el caso de las mujeres podrían ser colores en la gama de pasteles o vibrantes.

La tendencia son sombreros sin perder su estándar clásico, pero con alas más cortas o diseños diferentes en la banda. El estilo es más innovador, original, aventurero, flexible y libre ya que son típicas características que los jóvenes quieren proyectar.

Mercado alemán está marcado en su consumo por temporadas del año. La temporada alta es en verano, mientras que en invierno demandan sombreros de materiales como: lana, paño, tejidos, entre otros.

Es necesario trabajar en diseños más jóvenes e innovadores que se puedan enmarcar en rangos de precios más atractivos.



Información de mercado

Competidores



El sombrero de paja toquilla elaborado a mano es un producto confeccionado **solamente por Ecuador**.

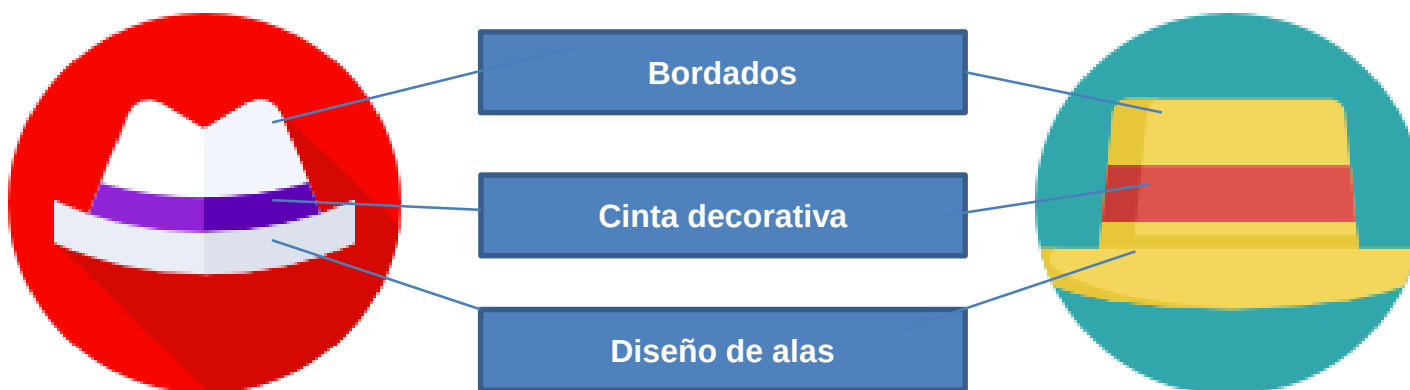
A pesar de ser una prenda única, el producto **tiene sustitutos** como sombreros con el mismo diseño pero de **materiales sintéticos**, producidos principalmente por países asiáticos, destacándose **China**.

Importadores señalan que existen pruebas realizadas con **producto de Perú**, quienes estarían intentando tener producción propia a futuro.

Información del producto

Diferentes usos del producto

- Los sombreros de paja toquilla son utilizados por hombres y mujeres como parte de su atuendo en la estación de **verano**.
- El mercado objetivo para la venta y posicionamiento del producto son personas **adultas** que conocen las propiedades del producto y su valor cultural.
- La demanda se encuentra en **tiendas especializadas** en sombreros.
- El mercado objetivo es muy **tradicional y sobrio** en su elección (color blanco o beige son los preferidos), aunque se ofrecen sombreros de otros colores pardos, pero su venta no es representativa.



- Los **bordados** pueden ser normal, fino o extrafino.
- La **cinta decorativa** puede ser de tela o cuero con diversos colores.
- Los **diseños en las alas** del sombrero pueden variar (cortas o largas).

Información del producto

Empaque y envase



- El producto es entregado al consumidor final en un empaque (**caja de cartón**).
- Normalmente esta caja tiene la **marca** del punto de venta de los sombreros.
- No existe una normativa sobre el empaque para la entrega del producto.



Etiqueta

- El diseño de la etiqueta es **sobrio**, siempre lleva la **marca** del productor, **precio**, **beneficios** del producto. Por ejemplo su alta **protección solar (50 UV)**, detalle del **origen** del sombrero en el que se destaca que es hecho en Ecuador por artesanos.
- Los **modelos** más conocidos son: Classic Fedora, Classic Fedora Semifino, Golfer, Borsalino.

Comercio exterior

Importaciones

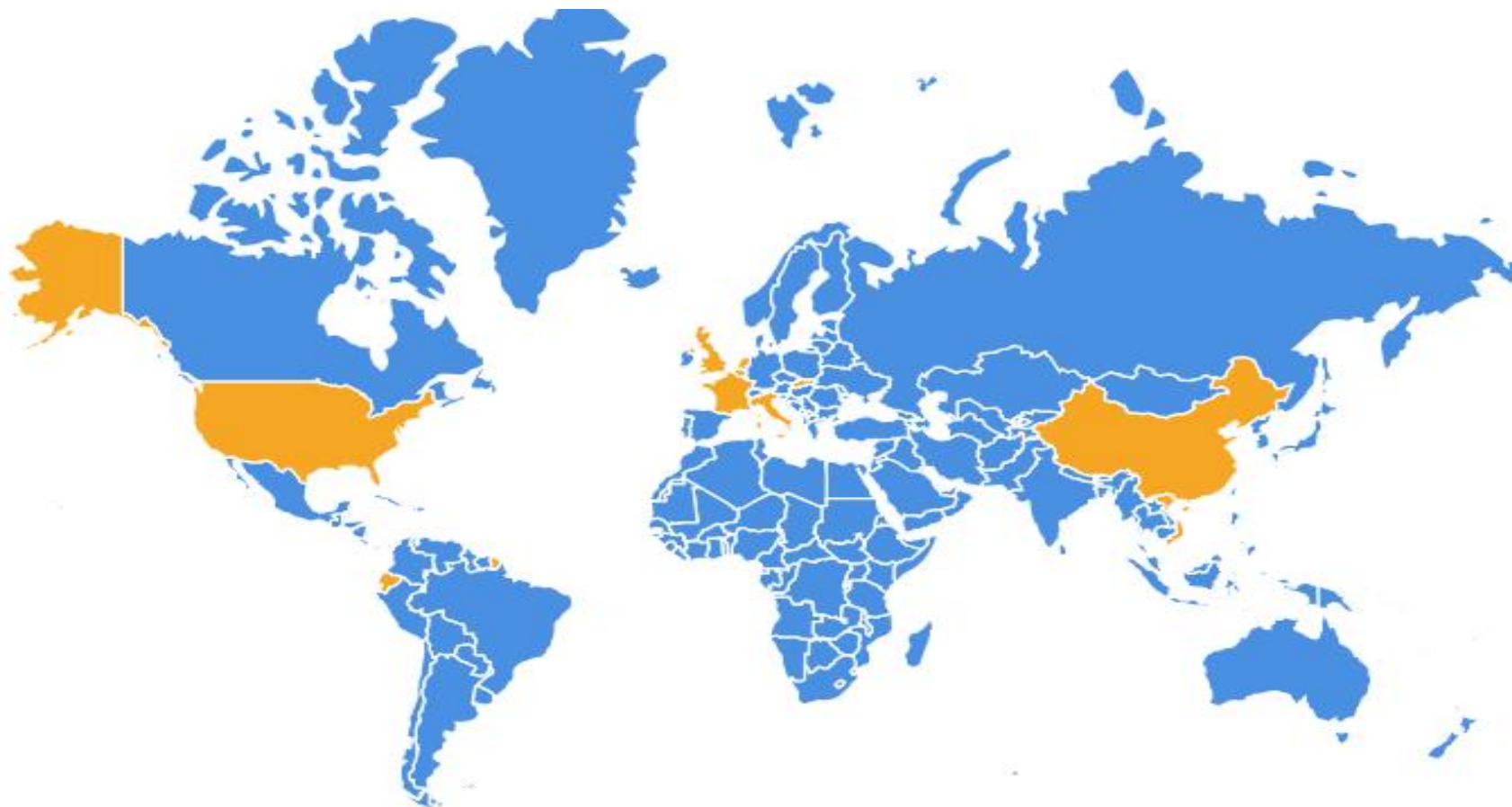
- Es importante indicar que **no existe una subpartida específica** bajo la cual se registre el comercio de sombreros de paja toquilla, sin embargo como se indicó en las primeras diapositivas el producto se exporta bajo dos subpartidas (6504.00.00 - sombreros y 6502.00.00 - cascos) donde se incluyen sombreros de otros materiales.
- En relación a la subpartida 6504.00.00 - sombreros, la percepción del sector importador y la información estadística gubernamental alemana reflejan un **incremento en las importaciones** en los últimos tres años.
- El sector atribuye el crecimiento al **trabajo conjunto entre el mayorista importador y los productores**, el cual adapta el producto desde la selección de materia prima hasta su fabricación, a los diseños y requerimientos que se acoplen a un mercado tan exigente como lo es el Europeo.
- Adicionalmente, los importadores afirman conseguir este producto **únicamente con origen ecuatoriano**, aunque algunas veces pueda ser reexportado desde otros países.
- De esta forma, se explica también el **efecto contrario en las importaciones de la subpartida 6502.00.00 - cascos para sombreros** desde Alemania, las cuales al contrario de los sombreros ha disminuido considerablemente en los últimos tres años desde el Ecuador.

Comercio exterior

Principales proveedores 2017

Proveedores de Alemania Subpartida 6504.00.00- Sombreros

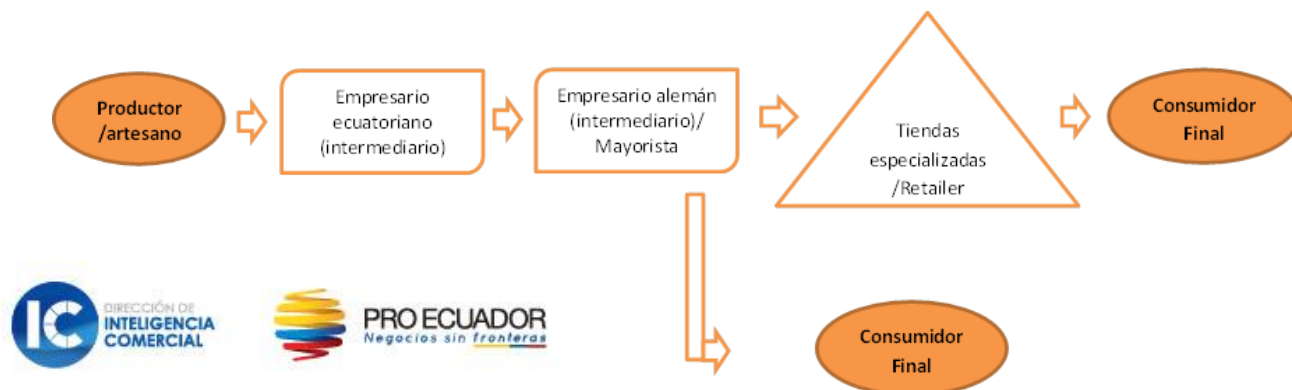
Proveedor	Miles USD	% Part.
China	10,394	52.95%
Italia	2,420	12.33%
Holanda	1,819	9.27%
Bélgica	1,465	7.46%
Ecuador	1,252	6.38%
Reino Unido	420	2.14%
Francia	413	2.10%
Vietnam	325	1.66%
Estados Unidos	162	0.83%
Eslovaquia	154	0.78%
Demás países	804	4.10%
Total	19,628	100.00%



Canales de distribución y comercialización

Canales de comercialización

- 1 La cadena productiva, empieza con el artesano que oferta la materia prima (paja toquilla).
En lugares particulares (Ej.: mercado de sig sig-Cuenca-Ecuador), la materia prima es adquirida por el comprador de la empresa productora (empresario ecuatoriano), de acuerdo a sus requerimientos de grados, tejido y calidad.
- 2 La materia prima adquirida por el comprador es trabajada en el azocado, trenzado, teñido y terminados.
- 3 El empresario ecuatoriano (intermediario) exporta los productos al mayorista en Alemania.
- 4 El mayorista adquiere tanto campanas como productos terminados, los cuales al llegar a Alemania en el caso de las campanas se les da el acabado apropiado según el mercado.
- 5 Luego el producto final es distribuido a tiendas especializadas donde se comercializan los sombreros para ser adquiridos por el consumidor final.



Principales Intermediarios-Mayoristas de Alemania:

- Mayser
- Vintimilla
- Breiter
- Cayambe
- Stetson
- Ecuandino

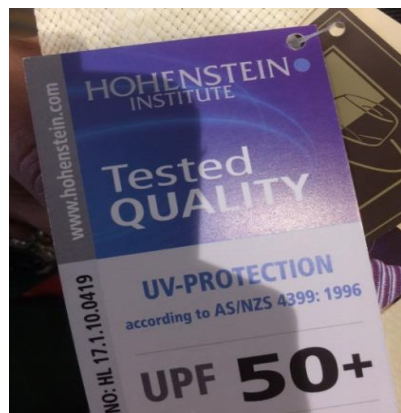
Certificaciones

- Nueva tendencia de la conciencia en el tema de la salud sobre los daños causados por los rayos solares, impulsa certificación dirigida a ropa **AS/NZS 4399: 1996**.



Destaca la característica de **protección solar (50 UV)** la cual se convierte en una fortaleza del producto al momento de realizar la compra por parte del consumidor.

- Las certificaciones o los **certificados UV** requeridos regularmente, los certificados de tratamiento **repelente al agua** y un sello que garantice que el sombrero fue **hecho a mano** en Ecuador tiene una percepción muy positiva en el mercado alemán.



Barreras arancelarias y no arancelarias

Barreras arancelarias

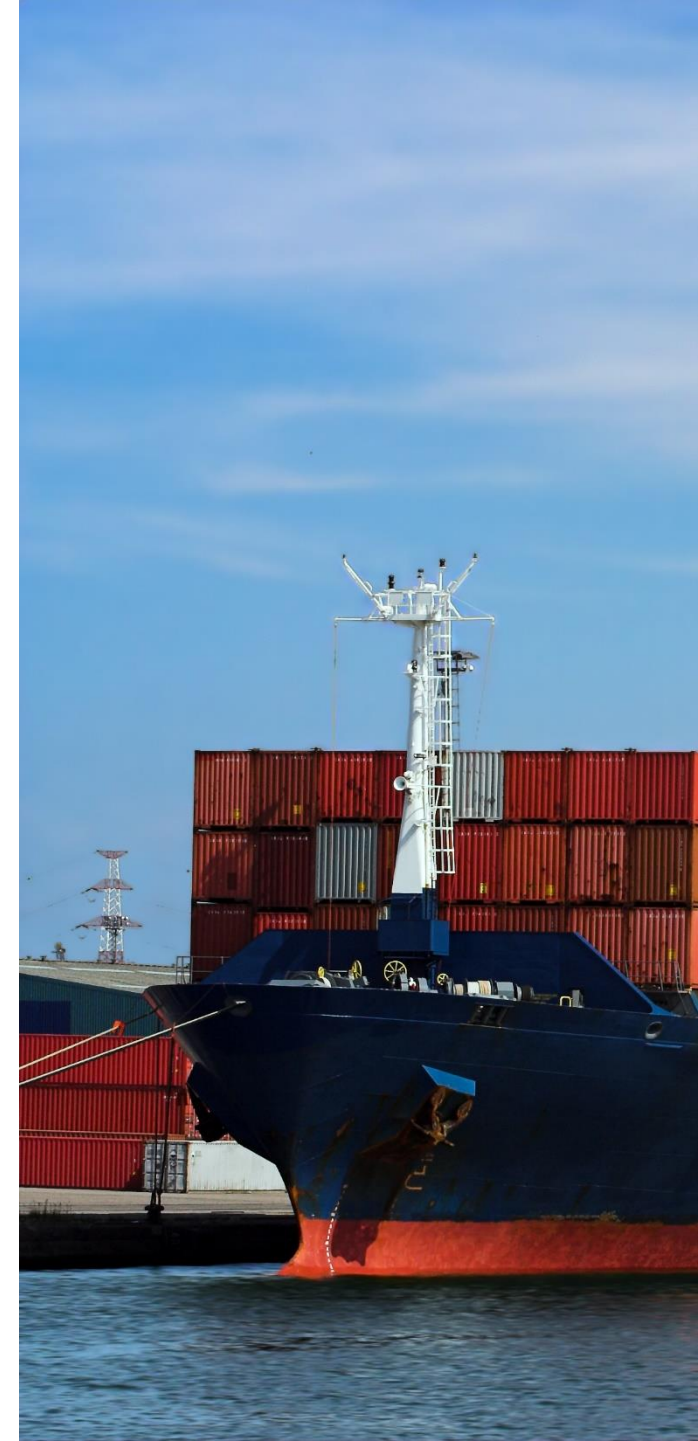
País	Arancel de Importación	
	6504.00.00	6502.00.00
Ecuador	0%	0%
China	0%	0%
Estados Unidos	0%	0%
Miembros de la UE	0%	0%

Fuente: Comtrade

Barreras no arancelarias

- Según fue establecido en el Protocolo de adhesión del Ecuador al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, con respecto a barreras no arancelarias, **no se registran requerimientos particulares** en medidas sanitarias u obstáculos técnicos para este producto.

Fuente: <http://ec.europa.eu>



Precios

Producto	Procedencia	Precio USD	Precio EUR	Detalle	Tipo de Mercado	Establecimiento
	ORIGEN: ECUADOR MANUFACTURA FINAL EN: ALEMANIA	4,772.11	3,900.00	SOMBRERO EXTRA FINO MONTECRISTI	ALTO	ARTE ANDINO
	ORIGEN: ECUADOR MANUFACTURA FINAL EN: ALEMANIA	97.89	80.00	VINTIMILLA HAT MARIPA	ALTO	FALKENHAGEN
	ORIGEN: ECUADOR MANUFACTURA FINAL EN: ALEMANIA	146.29	119.50	MAYSER TRAVELLER HANF	ALTO	FALKENHAGEN
	ORIGEN: ECUADOR MANUFACTURA FINAL EN: ALEMANIA	244.31	199.50	VINTIMILLA PANAMA STROH BOGART EXTRA FINO	MEDIO ALTO	BREITER
	ORIGEN: ECUADOR MANUFACTURA FINAL EN: ALEMANIA	134.09	109.50	MAYSER KREISSAGE GONDOLO	MEDIO ALTO	BREITER

Precios

Sensibilidad de precios

- Al definir al sombrero de paja toquilla como un bien de lujo y considerar aspectos como la disponibilidad de bienes sustitutos, duración, fidelidad y tipo de consumidor, es posible observar una **baja sensibilidad** ante cambios en el precio.
- Sin embargo, es importante señalar que al ser un mercado con limitados actores, la **variabilidad de precio no es tan flexible** y todos los mayoristas y distribuidores en Alemania se guían por una línea o rango de precios, que busca una competencia sana que disminuya la fluctuación amplia de precios y se enfoquen principalmente en diseños y cualidades.



Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Dentro del mercado alemán **no existe producción de la materia prima** para elaborar sombreros de este material.
- El mercado objetivo se concentra en adultos aproximadamente entre 40 y 55 años de edad, con poder adquisitivo alto y medio alto. **Se destaca además una estrategia dirigida a la fidelidad del cliente.**
- El sombrero es **único** en el mercado por su material y su valor cultural y eso lo convierte en un producto **competitivo en el mercado**, lo cual lo hace menos accesible a todo el público por su precio.
- Es importante considerar que este producto tiene **bienes sustitutos de materiales sintéticos**, los cuales son provistos principalmente por **China** a precios mucho más **económicos**.
- El mercado alemán para el sombrero de paja toquilla tienen **limitados actores**, tanto en su cadena de comercialización como en el segmento de público al que se encuentra dirigido.
- Entre las principales características apreciadas por el consumidor alemán resaltan: **Calidad, Diseño, Tiempo de Entrega, Control de calidad.**

Conclusiones y recomendaciones

Recomendaciones

- Mediante conversaciones con importadores en Alemania, se destaca que el mercado de los sombreros de paja toquilla evoluciona en términos de venta por temporada climática y por su precio no es un producto al alcance de todos, su mercado es muy selecto. **Es por esto que, se recomienda trabajar en nuevos colores y diseños y grados de tejido que permitan que el precio sea más accesible para la apertura de nuevos consumidores (20 a 40 años).**
- Por otro lado, también se recomienda mantener productos diferenciados con **estándares de calidad y diseño**, que respondan a un mercado limitado y a la vez muy exigente.

Servicios



SERVICIOS Y ASESORÍA AL EXPORTADOR

- Asesoría al emprendedor y exportador regular.
- Formación y capacitación técnica.
- Programas y proyectos para el fortalecimiento del exportador.
- Fomento y promoción de comercio justo y sustentable.



PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

- Eventos de promoción comercial.
- Asesoría especializada.
- Desarrollo de contactos de negocios.
- Articulación interinstitucional.



INTELIGENCIA COMERCIAL

- Estudio de mercado sobre productos potenciales.
- Estadísticas y análisis de comercio internacional.
- Guías y estrategias de accesos a mercados.
- Información nacional de comercio e inversiones por sector.



PROMOCIÓN DE INVERSIONES

- Información del clima de negocios, incentivos y oportunidades de inversión.
- Agendas especializadas y acompañamiento con actores públicos y privados.
- Asistencia durante el proceso de inversión.
- Atención de requerimientos de información específica.



GRACIAS



PRO ECUADOR



@Pro_Ecuador



proecuador



INSTPROECUADOR

