

GUÍA COMERCIAL



EE.UU. 2019



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras



MINISTERIO DE **PRODUCCIÓN,**
COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA



CONTENIDO

1. Aspectos generales	1
1.1 Indicadores	1
1.2 Acuerdos comerciales suscritos	1
1.3 Arreglos comerciales preferenciales.....	3
2. Comercio exterior	3
2.1 Principales productos no petroleros exportados por Estados Unidos y sus destinos	3
2.2 Principales productos no petroleros importados por Estados Unidos y sus países proveedores	6
2.3 Principales productos no petroleros exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos	8
2.4 Oportunidades comerciales para los productos ecuatorianos.....	9
3. Acceso al mercado.....	10
3.1 Trámites y tributos aduaneros	10
3.2 Licencias de importación y autorizaciones previas	15
4. Información práctica	16
4.1 Tendencias del consumidor.....	16
4.2 Cultura de negocios	17
4.3 Principales eventos y ferias realizadas en Estados Unidos	19
4.4 Datos de las Oficinas Comerciales de Ecuador en Estados Unidos	20
4.5 Links de interés de los principales organismos e instituciones de Estados Unidos.....	20

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Indicadores

Nombre Oficial:	Estados Unidos de América
Capital:	Washington, DC
Forma de gobierno:	República Federal Constitucional
Lengua oficial:	Inglés
Población:	329,256,465 (est. julio 2018)
Tasa de crecimiento anual de la población:	0.8% (est. 2018)
Superficie:	9,833,517 Km ²
Moneda oficial:	Dólares americanos
PIB:	USD 19.49 billones (est. 2017)
PIB per cápita:	USD 59,800 (est. 2017)

Fuente: The World Factbook, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

1.2 Acuerdos comerciales suscritos

Estados Unidos mantiene uno de los regímenes comerciales más abiertos del mundo con un promedio arancelario del 3.4%, sobre una base jurídicamente consolidada en la OMC. Si se consideran todos sus acuerdos de comercio y otras preferencias arancelarias, el arancel ponderado que Estados Unidos tiene en promedio es de 1.4% sobre una base aplicada. Los mercados de servicios estadounidenses están abiertos a los proveedores extranjeros y los procesos regulatorios son transparentes y accesibles al público.

En la siguiente tabla se pueden visualizar los acuerdos vigentes:

Tabla 1: Acuerdos comerciales suscritos por Estados Unidos de América con países del mundo

ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO	
PARTES SIGNATARIAS	PAÍSES BLOQUE ECONÓMICO
AUSTRALIA	----
BAHREIN	----
CAFTA-DR	COSTA RICA - EL SALVADOR - ESTADOS UNIDOS - GUATEMALA - HONDURAS - NICARAGUA - REPÚBLICA DOMINICANA
CHILE	----
COLOMBIA	----
COREA DEL SUR	----
ISRAEL	----
JORDANIA	----
MARRUECOS	----
OMÁN	----
PANAMÁ	----
PERÚ	----
SINGAPUR	----
T-MEC	ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO

Fuente: Foreign Trade Information System; http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/USAagreements_e.asp
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

Por otro lado, es importante mencionar que el “Acuerdo de Libre Comercio TPP (Acuerdo de Asociación Transpacífico)”, firmado en el 2015 y con fecha de vigencia esperada durante el segundo semestre del 2016, fue eliminado según la nueva política comercial de los Estados Unidos impulsada por el Presidente Donald Trump; por lo que, a inicios del 2017, se firmó la decisión de retirarse de este acuerdo.

En mayo 2019 Estados Unidos alcanzó un acuerdo con Canadá y México, y se espera la aprobación del acuerdo comercial trilateral llamado T-MEC (modernización del TLCAN) que busca beneficiar a los agricultores estadounidenses. Pero, además, Estados Unidos anunció la eliminación de aranceles del 10% al aluminio y el 25% al acero canadienses impuesto por este país en mayo 2018¹.

¹ <http://bit.ly/2KaVf5v>

1.3 Arreglos comerciales preferenciales

Estados Unidos ha otorgado preferencias comerciales **unilaterales** a determinados países.

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) concede arancel cero o aranceles mínimos a los países beneficiarios del programa. En marzo 2018, Estados Unidos aprobó la renovación del SGP el cual beneficia a 120 países en vías de desarrollo incluido el Ecuador, el cual estará vigente por 3 años, hasta el 31 de diciembre de 2020. Aproximadamente 300 subpartidas se benefician de estas preferencias.

A continuación, un resumen de los mismos:

Tabla 2: Arreglos comerciales preferenciales otorgados por Estados Unidos

ARREGLOS COMERCIALES PREFERENCIALES				
OTORGANTE	NOMBRE	TIPO	FECHA DE VIGENCIA	FECHA FINAL
EEUU	ANTIGUO TERRITORIO EN FIDEICOMISO DE LAS ISLAS DEL PACÍFICO	OTROS ACPR	08/09/1948	
EEUU	LEY DE PREFERENCIAS COMERCIALES PARA LOS PAÍSES ANDINOS	OTROS ACPR	04/12/1991	31/07/2013
EEUU	LEY DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LA CUENCA DEL CARIBE	OTROS ACPR	01/01/1984	
EEUU	LEY SOBRE CRECIMIENTO Y OPORTUNIDADES PARA ÁFRICA	OTROS ACPR	18/05/2000	
EEUU	PREFERENCIAS COMERCIALES PARA NEPAL	OTROS ACPR	30/12/2016	31/12/2025
EEUU	SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS - ESTADOS UNIDOS	SGP	01/01/1976	

Fuente: Organización Mundial de Comercio; <http://ptadb.wto.org/Country.aspx?code=840>

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

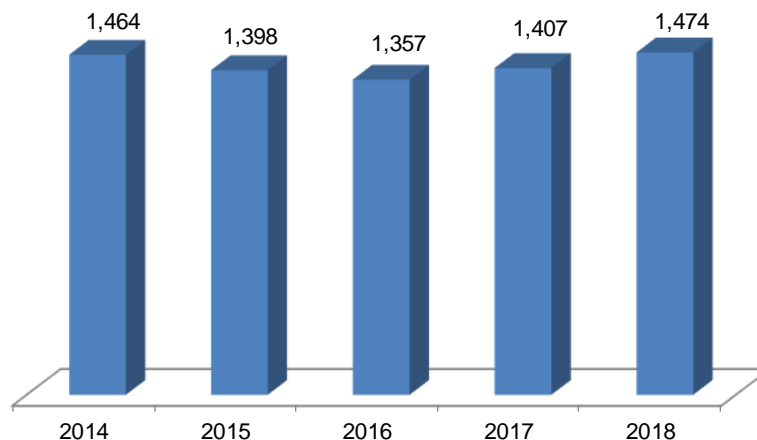
En el siguiente link del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca se encuentra el manual de aplicación al SGP: <http://bit.ly/2Y12f9b>

2. COMERCIO EXTERIOR

2.1 Principales productos no petroleros exportados por Estados Unidos y sus destinos

Las exportaciones de Estados Unidos **se incrementaron** en el periodo 2018 respecto al 2017 en un 4.75%, pasando de USD 1,407 miles de millones a USD 1,474 miles de millones.

Gráfico 1: Evolución de las exportaciones no petroleras de Estados Unidos al mundo (periodo 2014-2018), miles de millones USD



Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

La siguiente tabla presenta los diez principales productos no petroleros que Estados Unidos exportó al mundo en el año 2018, entre ellos se encuentran: oro, incl. el oro platinado, en bruto, para uso no monetario (exc. en polvo); diamantes, trabajados, sin montar ni engarzar (exc. diamantes industriales); circuitos electrónicos integrados tales como procesadores y controladores, sin combinación; medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos; entre otros.

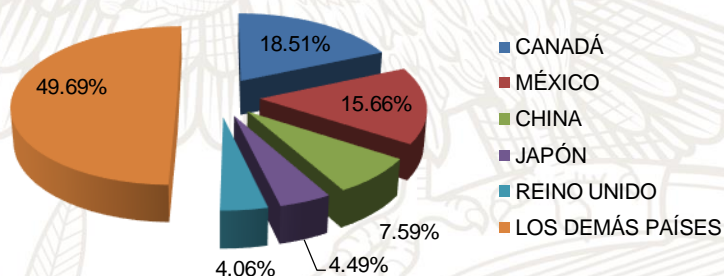
Tabla 3: Principales productos no petroleros exportados desde Estados Unidos al mundo (periodo 2017 -2018), miles de millones USD

PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS EXPORTADOS DESDE ESTADOS UNIDOS AL MUNDO				
MILES DE MILLONES USD				
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2017	2018	VARIACIÓN 2017-2018
7108.12	ORO, INCL. EL ORO PLATINADO, EN BRUTO, PARA USO NO MONETARIO (EXC. EN POLVO)	20	20	2.66%
7102.39	DIAMANTES, TRABAJADOS, SIN MONTAR NI ENGARZAR (EXC. DIAMANTES INDUSTRIALES)	18	19	8.79%
8542.31	CIRCUITOS ELECTRÓNICOS INTEGRADOS TALES COMO PROCESADORES Y CONTROLADORES, SIN COMBINACIÓN	19	19	0.71%
3004.90	MEDICAMENTOS CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR, PREPARADOS PARA USOS TERAPÉUTICOS	17	18	4.25%
8703.24	AUTOMÓVILES DE TURISMO, INCL. LOS DEL TIPO FAMILIAR "BREAK" O "STATION WAGON" Y LOS DE CARRERAS	19	18	-5.11%
8517.62	MÁQUINAS PARA LA RECEPCIÓN, CONVERSACIÓN Y TRANSMISIÓN O REGENERADORES DE VOZ, IMÁGENES	18	18	0.85%
8473.30	PARTES Y ACCESORIOS PARA MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN Y DEMÁS MÁQUINAS	16	18	14.26%
8703.23	AUTOMÓVILES DE TURISMO, INCL. LOS DEL TIPO FAMILIAR "BREAK" O "STATION WAGON" Y LOS DE CARRERAS	19	17	-6.96%
1201.90	HABAS DE SOJA, INCLUSO QUEBRANTADAS (EXC. LAS DE SIEMBRA PARA SIEMBRA)	21	17	-20.31%
9018.90	INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA, CIRUGÍA O VETERINARIA, N.C.O.P.	12	13	6.47%
	LOS DEMÁS	1,229	1,297	5.48%
	TOTAL	1,407	1,474	4.75%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

Estados Unidos posee varios socios comerciales a los cuales dirige sus exportaciones, los cinco principales son:

Gráfico 2: Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Estados Unidos - periodo 2018

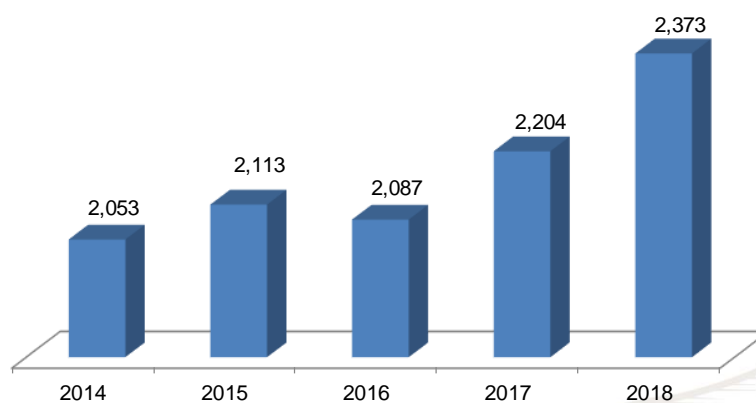


Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

2.2 Principales productos no petroleros importados por Estados Unidos y sus países proveedores

Las importaciones de Estados Unidos **se incrementaron** en el periodo 2018 respecto al 2017 en un 7.64%, pasando de USD 2,204 miles de millones a USD 2,373 miles de millones.

Gráfico 3: Evolución de las importaciones no petroleras de Estados Unidos desde el mundo (periodo 2014-2018), miles de millones USD



Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

Los principales productos importados por Estados Unidos son: automóviles de turismo; medicamentos para uso terapéutico; teléfonos móviles; máquinas para recepción, conversión y transmisión o regeneradores de voz; máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos; entre otros.

Tabla 4: Principales productos no petroleros importados por Estados Unidos desde el mundo (periodo 2017 - 2018), miles de millones USD

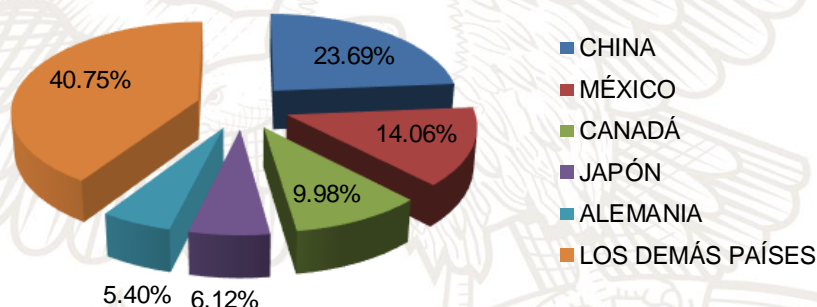
PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS DESDE EL MUNDO MILES DE MILLONES USD				
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2017	2018	VARIACIÓN 2017 - 2018
8703.23	AUTOMÓVILES DE TURISMO, INCL. LOS DEL TIPO FAMILIAR "BREAK" O "STATION WAGON" Y LOS DE CARRERAS	103	106	2.23%
3004.90	MEDICAMENTOS CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR, PREPARADOS PARA USOS TERAPÉUTICOS	50	56	11.71%
8517.12	TELEFONÍA CELULAR "TELÉFONOS MÓVILES" O RADIOTELEFONÍA	56	54	-4.38%
8517.62	MÁQUINAS PARA LA RECEPCIÓN, CONVERSACIÓN Y TRANSMISIÓN O REGENERADORES DE VOZ, IMÁGENES	48	48	-0.47%
8471.30	MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS, DIGITALES, PORTÁTILES, DE PESO	40	40	-0.49%
8703.24	AUTOMÓVILES DE TURISMO, INCL. LOS DEL TIPO FAMILIAR "BREAK" O "STATION WAGON" Y LOS DE CARRERAS	48	40	-16.99%
8471.50	UNIDADES DE PROCESO DIGITALES, PARA MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO	24	32	35.38%
8473.30	PARTES Y ACCESORIOS PARA MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN Y DEMÁS MÁQUINAS	22	27	23.26%
7102.39	DIAMANTES, TRABAJADOS, SIN MONTAR NI ENGARZAR (EXC. DIAMANTES INDUSTRIALES)	22	24	7.83%
8542.31	CIRCUITOS ELECTRÓNICOS INTEGRADOS TALES COMO PROCESADORES Y CONTROLADORES, SIN COMBINACIÓN	21	22	2.54%
	LOS DEMÁS	1,769	1,925	8.79%
	TOTAL	2,204	2,373	7.64%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

Los principales países proveedores de Estados Unidos en el año 2018 de sus productos son:

Gráfico 4: Principales proveedores de las importaciones no petroleras de Estados Unidos - periodo 2018



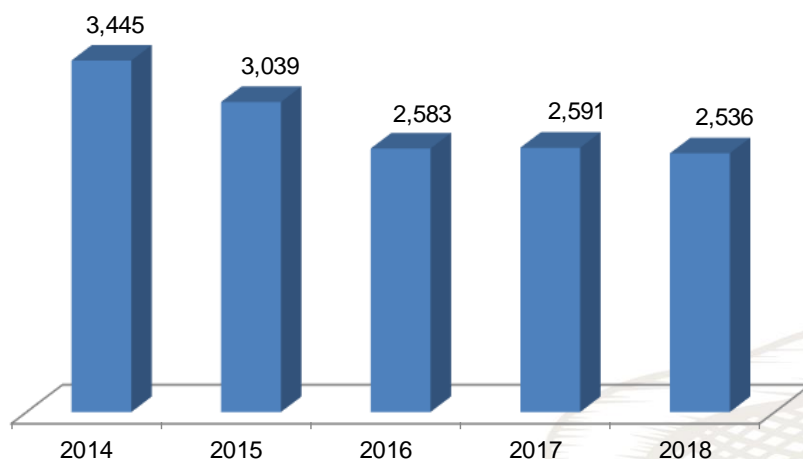
Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

2.3 Principales productos no petroleros exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos

Durante el periodo 2014 al 2018 la tasa de crecimiento porcentual anual de las exportaciones hacia Estados Unidos en valor en dólares tuvo un **decrecimiento** de 7.37%. Las exportaciones hacia este destino **disminuyeron** en el periodo 2018 respecto al 2017 en un 2.09%, pasando de USD 2,591 millones a USD 2,536 millones de dólares.

Gráfico 5: Evolución de las exportaciones no petroleras desde Ecuador hacia Estados Unidos (periodo 2014-2018), millones USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

Los principales productos importados por Estados Unidos desde Ecuador son: rosas frescas; camarones; bananas; oro en bruto; banano orgánico; cacao en grano; entre otros. A continuación, los valores importados de cada uno de los productos en el periodo 2017 y 2018.

Tabla 5: Principales productos no petroleros exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos (periodo 2017 - 2018), millones USD

PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS MILLONES USD				
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2017	2018	VARIACIÓN 2017-2018
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	275	256	-6.76%
0306.17.99.00	DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NCOP	253	223	-12.01%
0803.90.11.90	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO CAVENDISH	144	198	37.91%
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	151	137	-9.30%
0803.90.11.10	BANANO FRESCO TIPO CAVENDISH ORGÁNICO CERTIFICADO	97	120	23.93%
1801.00.19.90	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO, NO ORGÁNICO	116	120	3.23%
0306.17.19.00	"LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	76	116	51.47%
0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS DE AGUA FRÍA CONGELADOS	172	115	-33.46%
0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	78	68	-11.81%
1604.14.20.19	LOS DEMÁS LISTADOS EN CONSERVA	53	67	26.90%
	LOS DEMÁS	1,176	1,116	-5.05%
	TOTAL	2,591	2,536	-2.09%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

2.4 Oportunidades comerciales para los productos ecuatorianos

Las exportaciones hacia Estados Unidos representaron el 19.81% según los datos del Banco Central del Ecuador, siendo el primer destino de comercialización de los productos no petroleros del país.

De acuerdo a las tendencias y preferencias del consumidor, y así mismo de una demanda que no ha sido cubierta por Ecuador, se estima que aún existe potencial de entrada de productos exportados hasta la fecha y de nuevos productos.

De acuerdo a lo revisado podemos ser proveedores de lo siguiente:

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de Octubre, Edificio La Previsora, Piso 15 - 19 • Telf.: + (593 4) 259 1370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera. Pisos 8 y 9 • Telf.: + (593 2) 394 8760

Cuenca: Calle Larga y Huayna Cápac • Telf.: + (593 7) 410 4082

Manta: Puerto Pesquero Artesanal de San Mateo • Tel.: + (593 5) 266 6109

Tabla 6: Productos ecuatorianos con potencial en el mercado de Estados Unidos

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN
2008.91	PALMITOS, PREPARADOS O CONSERVADOS, INCL. CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL (EXC. PREPARADOS O CONSERVADOS EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)
0304.91	CARNE CONGELADA, INCLUSO PICADA, DE PEZ ESPADA "XIPHIAS GLADIUS" (EXC.FILETES)
0714.40	TARO "COLOCASIA SPP.", FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS O SECOS, INCLUSO TROCEADOS O EN PELLETS
0603.11	ROSAS "FLORES Y CAPULLOS", CORTADAS PARA RAMOS O ADORNOS, FRESCAS
0803.10	PLÁTANOS, FRESCOS O SECOS
0714.50	YAUTÍA "XANTHOSOMA SPP.", FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS O SECOS, INCLUSO TROCEADOS O EN PELLETS
0710.29	HORTALIZAS DE VAINA, INCL. "SILVESTRES", AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS (EXC. GUIANTES "ARVEJAS, CHÍCHAROS" "PISUM SATIVUM" Y JUDÍAS "POROTOS, ALUBIAS, FRIJOLE, FRÉJOLE" "VIGNA SPP.", "PHASEOLUS SPP.")
0304.84	FILETES DE PEZ ESPADA "XIPHIAS GLADIUS", CONGELADOS
0603.90	SECOS, BLANQUEADOS, TEÑIDOS, IMPREGNADOS O PREPARADOS DE OTRO MODO LAS FLORES Y CAPULLOS, DE LOS TIPOS, PARA RAMOS O ADORNOS
0302.47	PEZ ESPADA "XIPHIAS GLADIUS ", FRESCO O REFRIGERADO

Fuente: Centro de Comercio Internacional, CCI, TradeMap

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

3. ACCESO AL MERCADO

3.1 Trámites y tributos aduaneros

Se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación o importación de un producto hacia y desde Estados Unidos. Es difícil establecer con exactitud los lapsos de tiempo para gestionar los distintos trámites aduaneros, ya que estos se determinan en función de muchas variables, tales como tipo de producto, inspecciones, certificaciones, nuevos requerimientos, etc. Sin embargo, con la correcta asesoría y experiencia en las distintas etapas del proceso aduanero, es posible cumplir con tiempos ideales y óptimos.

Cumpliendo con todos los requerimientos formales, el producto importado puede llegar a ser liberado por la [Aduana y Protección de Fronteras de los Estados Unidos](#) (US Customs and Border Protection, USCBP por sus siglas en inglés) en **un día** aproximadamente. Para lograrlo, es importante que el importador cuente con un agente aduanero en el puerto de entrada, que el producto esté correctamente empaquetado y sellado, que los respectivos documentos estén debidamente llenados y que el importador tenga historial y buena reputación con la aduana.

AGENTE DE ADUANA

El Agente Afianzado de Aduanas o Customs Broker es una persona autorizada para realizar la nacionalización de las mercancías. Debido a la complejidad de la normativa vigente en los Estados Unidos, se recomienda que toda importación sea hecha con el apoyo de un agente de aduana certificado.

SISTEMA AUTOMATED COMMERCIAL ENVIRONMENT (ACE)²

ACE es un sistema de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) que funciona como Ventanilla Única, y fue diseñado para facilitar el comercio legítimo mejorando la seguridad fronteriza. Es el sistema mediante el cual se reportan las importaciones y las exportaciones, y es la plataforma en la cual el gobierno determinará la admisibilidad de mercancías.

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

A continuación se mencionan los documentos que se deben presentar al momento de ingresar la mercancía al territorio estadounidense:

- Manifiesto de ingreso de mercancías (Entry Manifest, custom form 7533), o un permiso especial para entrega inmediata (Special Permit for Immediate Delivery, custom form 3461).
- Certificado de Origen.
- Evidencia de los derechos sobre la mercancía, esto quiere decir que se debe probar de manera satisfactoria la posesión de la misma.
- Factura comercial o una proforma de factura, cuando la primera no pueda ser diligenciada.
- Lista de empaque.
- Otro tipo de documentación dependiendo del tipo de producto.

Cualquier formulario del USCBP se lo puede descargar en el siguiente link:
www.cbp.gov/xp/cgov/toolbox/forms/.

FACTURA COMERCIAL³

La factura comercial, nota de venta o recibo debe contener suficiente información para que el oficial del USCBP pueda determinar si las mercancías (objetos de importación) son admisibles para clasificarlas en el Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos (HTS por sus siglas en inglés) y determinar cuál debe ser el arancel aplicado. Aunque no existe un formato específico de factura, conforme a la regulación del USCBP, como mínimo, una factura comercial debería contener lo siguiente:

² <https://www.cbp.gov/trade/ace/features>

³ Para más información: <https://goo.gl/W8UZwb>

- El puerto de entrada al que se está destinando la mercancía.
- Si la mercancía se vende o se accedió a ser vendida, hora, lugar y nombres tanto del comprador como del vendedor. Si la mercancía fue consignada se debe establecer el tiempo y el origen del envío y los nombres tanto del remitente como del receptor.
- Descripción detallada de la mercancía, incluyendo el nombre con el que cada elemento es conocido, grado de calidad, junto con las marcas y números de los paquetes en que la mercancía fue embalada.
- Cantidades, pesos y medidas de las mercancías.
- Si se vende o se acuerda su venta, el precio de compra de cada artículo.
- Si la mercancía se envía para consignación, el valor de cada elemento debe estar en la moneda en la que las transacciones se hacen generalmente o en ausencia de tal valor, el precio debe estar en la moneda del fabricante, vendedor, transportista, propietario o la persona que estaba dispuesta a recibir la mercancía.
- El tipo de moneda.
- Todos los cargos sobre la mercancía, deben estar organizados por nombre y monto, incluyendo fletes, seguros, comisiones, cajas, contenedores, revestimientos y costos de embalaje; y si no está incluido en lo anterior, detallar también todos los gastos y costos incurridos al traer la mercancía hasta el puerto de EE.UU.
- Indicar de manera detallada todos los reembolsos, desventajas y generosidades permitidas para la exportación de la mercancía.
- El país de origen.
- Todos los bienes o servicios proporcionados para la producción de la mercancía no incluidos en el precio de la factura.
- La factura y todos los documentos deben estar en idioma inglés o ir acompañados de una traducción precisa en este idioma.
- Cuando más de una factura se incluye en la misma entrada, el importador debe numerar cada factura con sus anexos de manera consecutiva en la parte inferior de cada página.
- Si la factura comercial exigida no se presenta en el momento que la mercancía es introducida, una factura proforma puede ser presentada por el importador en el momento de la entrada.
- Las facturas especiales son requeridas para algunas mercancías⁴.

INGRESO DE DOCUMENTACIÓN A ADUANA

Después de que se presenten los documentos de entrada, la mercancía debe ser examinada. El embarque es liberado si todos los requisitos están en orden y no existen problemas legales que impidan el ingreso. El sumario de la documentación de entrada debe de ser diligenciado en inglés (Entry Summary) y la estimación de los impuestos es realizado dentro de los siguientes 3 días laborables.

⁴ Para más información: <https://goo.gl/RdQuA6>

Los bienes que presenten inconvenientes al ingresar al territorio estadounidense o aquellos en los que sus poseedores no hayan diligenciado los documentos correspondientes a la entrada en el puerto de destino dentro de los 15 días del arribo, serán despachados a una bodega, y todos los riesgos y gastos que esto genere serán atribuidos al importador.

Sí los bienes no son nacionalizados dentro de los 6 meses siguientes de la fecha de importación, la mercancía puede ser vendida en subasta pública. En el caso de los bienes perecederos y otras mercancías sujetas a depreciación y/o sustancias explosivas son vendidas en un menor tiempo.

DESPACHO DE ADUANAS

Con la finalidad de acelerar el proceso de despacho en aduanas, tome en cuenta las siguientes sugerencias:

- Cumplir con los requisitos establecidos para la elaboración de la factura.
- Preparar sus facturas cuidadosamente. Escribir con claridad. Dejar suficiente espacio entre las líneas. Mantener los datos dentro de cada columna.
- Asegurarse de que las facturas contengan la información que aparece en la lista de empaque.
- Marcar y enumerar cada paquete para que los mismos puedan ser identificados con las marcas correspondientes y los números que aparecen en la factura.
- Mostrar una descripción detallada en la factura de cada artículo o mercadería contenida en cada paquete individual.
- Marcar los productos de forma legible y visible con el país de origen a menos que estén específicamente exentos de los requisitos del país de la marca de origen, y con cualquier otra marca como es requerido por las leyes de marcado de los Estados Unidos.
- Cumplir con las disposiciones de las leyes especiales de los Estados Unidos que pueden aplicarse a sus productos, como las leyes relacionadas con productos alimenticios, medicamentos, cosméticos, bebidas alcohólicas, los materiales radiactivos, y otros.
- Observar de cerca las instrucciones con respecto a la facturación, embalaje, marcado, etiquetado etc., enviado por su cliente en los Estados Unidos, probablemente realizó una inspección cuidadosa de los requisitos que deben cumplirse cuando la mercancía llega.
- Trabaje con USCBP para elaborar normas de embalaje para sus mercancías.
- Establezca procedimientos de seguridad tanto en sus instalaciones como cuando sus mercancías están siendo transportadas para ser enviadas. No le de a los contrabandistas de narcóticos la oportunidad de alterar sus mercancías.
- Considere enviar sus mercancías en una compañía participante en el Sistema Automatizado de Manifiesto (AMS por sus siglas en inglés).
- Si va a utilizar un agente de aduana autorizado para la transacción, considere trabajar con una empresa que participe en la Automated Broker Interface (ABI).

RÉGIMEN PARA MUESTRAS

Las "muestras" son productos sin valor comercial generalmente valorados en USD 1, o son productos rotos, perforados o maltratados de tal forma que no sirvan para la venta o para cualquier otro uso que no sea el específico. Las muestras son artículos que son importados con el objeto de obtener pedidos de productos similares. Se puede importar "muestras" de diferentes maneras:

- Mercadería para consumo, a través de las subpartidas 98 del Sistema Armonizado (EE.UU).
- Importación temporal con garantía: El importador se compromete a retornar o destruir la mercancía en un período de tiempo determinado o al pago de la liquidación por incumplimiento, que es el doble del arancel a pagarse.
- Carnets: se entrega una garantía aduanera y una lista de artículos amparados en estos documentos.
- Prototipos: Se puede dar para el desarrollo, prueba y evaluación, del producto o para control de calidad.

REQUISITOS PARA-ARANCELARIOS

- Merchandise Processing Fee - MPF

Los importadores deben pagar una cuota de procesamiento de mercancías (MPF) al momento de presentar los documentos de nacionalización. El MPF para entradas formales corresponde a una tasa Ad Valorem de 0.34%, la cual se calcula sobre el valor de la mercancía importada, sin incluir impuestos, fletes y gastos de seguro. Cabe anotar, que el monto máximo de la tasa no podrá ser superior a USD 485 y en ningún caso podrá ser inferior a USD 25.

Para las entradas informales⁵, la cuota MPF se determina sobre las mercancías que se transportan a Estados Unidos, por vía aérea, marítima y por correo postal internacional. La cuota MPF para entradas informales es fija y puede oscilar entre USD 5 y USD 9 por envío.

Para mayor información:

<http://www.cbp.gov/trade/priority-issues/trade-agreements/merchandise-processing-fee>

- Harbor Maintenance Fee - HMF

Si una mercancía entra por vía marítima, existe una tasa que debe ser pagada, denominada, *Harbor Maintenance Fee*, que es del 0.125 % Ad-Valorem de la carga comercial enviada. Cabe mencionar que el HMF no se aplica si la mercancía es importada o transportada por vía aérea o por correo postal.

⁵ Son importaciones cuyos montos son inferiores a los USD 2,500 y que siguen trámites más dinámicos que las declaraciones formales.

- Cuotas y Contingentes Arancelarios

Existen otras barreras a las importaciones que toman la forma de contingentes arancelarios, a productos tales como: azúcar de caña, remolacha y productos que contengan azúcar (leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado); productos lácteos como manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados, carnes de vaca, maní; y productos de maní, algodón y tabaco, entre otros. Los contingentes arancelarios en promedio son de 10% sobre el nivel de la cuota que se debe pagar y en casos son aranceles prohibitivos pues pueden alcanzar hasta el 350%.

- Cuotas

Una cuota a la importación es un control sobre la cantidad importada de una mercancía por un período de tiempo específico, generalmente de un año calendario.

Para obtener una lista de los productos, se recomienda consultar la sección "Textil y cuotas" del *US Customs and Border Protection* en el siguiente enlace:

<http://www.cbp.gov/trade/priority-issues/textiles>

<http://www.cbp.gov/trade/trade-community/outreach-programs/textiles-quotas/quota-types-faq>

El Servicio de Inspección de Salubridad de Plantas y Animales o Animal Plant and Health Inspection Service "APHIS" del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, ha establecido un vínculo denominado, Requerimientos para la Importación de Frutas y Vegetales, en inglés Food and Vegetables Import Requirements FAVIR que permite acceder y verificar, en tiempo real, los requisitos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos para la importación de frutas y vegetales.

El vínculo es el siguiente:

<https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?CFID=193458&CFTOKEN=dc470676741ae33f-BB08B8A5-9E0F-7BD7-F5C7C473F3B4A75A&ACTION=pubHome>

3.2 Licencias de importación y autorizaciones previas

ENTIDADES REGULADORAS

Según el rubro del producto se requerirá permisos o certificaciones especiales por parte de los entes reguladores y la aduana. A continuación se detallan algunas de las entidades estadounidenses que regulan las distintas mercancías:

- [Enviromental Protection Agency \(EPA\)](#)
- [Food and Drug Administration \(FDA\)](#)



- [United States Department of Agriculture \(USDA\)](#)
- [U.S. Department of Treasury](#)
- [Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau](#)

MERCANCÍAS DE PROHIBIDA IMPORTACIÓN O ENTRADA

Por motivos de seguridad pública, Estados Unidos prohíbe la entrada al país de una serie de artículos esta prohibición radica también en motivos de salud, seguridad nacional, alimentaria, protección de la flora y fauna entre otros, este cumplimiento rige para todas las personas sean ciudadanos estadounidenses, residentes permanentes legales o personas con visas o estatus no inmigrante, como por ejemplo turistas, entre los productos principales se destacan:⁶

- Bebidas alcohólicas
- Fósforos, fuegos artificiales y cuchillos
- Tickets de lotería, papel impreso que sea usado como ticket de lotería o publicidad de cualquier lotería (excepto los impresos en Canadá para uso en los Estados Unidos)
- Armas de fuego y municiones de guerra y artículos relacionados
- Artículos que amenacen con quitar la vida o infligir daño corporal a cualquier persona de los Estados Unidos

4. INFORMACIÓN PRÁCTICA

4.1 Tendencias del consumidor

En Estados Unidos han cambiado los hábitos alimenticios, formas de compra por parte de los consumidores, y existen nuevas tendencias en general en el mercado.

Existe un crecimiento de los productos frescos sobre los procesados, no solo en frutas y vegetales, sino en todas las categorías de productos. Principalmente se fijan en los ingredientes de cada uno de los productos antes de adquirirlos.

Así mismo hay un crecimiento en todas las categorías de los productos orgánicos, los consumidores buscan productos que usen menor o ningún químico al momento del cultivo, debido a que más interesados en su salud tratando de evitar tener enfermedades.

Ha habido un incremento de restaurantes veganos con la finalidad de atender los requerimientos de los consumidores, esto resultado en un aumento de la demanda en vegetales y hortalizas.

Los estadounidenses, así como otros consumidores en el mundo, están interesados en obtener productos que tengan una historia transparente en relación al ambiente, al trato ético de los

⁶ <https://www.thoughtco.com/artiacuteculos-prohibidos-para-traer-a-estados-unidos-1965375>

empleados y hacia los animales; por ello buscan productos que cuenten con una trazabilidad y sostenibilidad.

En los **productos cárnicos** prevalece el pollo y la carne, pero así mismo está en crecimiento alternativas saludables de carnes blancas y sustitutos como pescado, camarones y cerdo.

En las **frutas** buscan presentaciones “para llevar”, lo consumen como snack, pero además están muy interesados por la fruta congelada para usarla en batidos. Las principales frutas son: banana, frutilla, naranja, mandarina.

En el sector de los **vegetales**, este es el que tiene mayor crecimiento en el sector orgánico; los consumidores prefieren hacer ensaladas en casa y buscan opciones de vegetales en los restaurantes. Los vegetales más consumidos: espinaca, col rizada, papa, mix de vegetales.

En los **aceites y azúcares** buscan alternativas más naturales y nutritivas como miel, azúcar de caña en bruto, estevia, y en los aceites: aceite de soya, de canola, etc.

En los **productos lácteos** buscan sostenibilidad y trato ético con los animales, adición de nutrientes e ingredientes saludables; que sean productos bajos en grasa, sal y azúcar; y así mismo buscan sustitutos vegetales libres de lácteos.

En los **cereales y legumbres** buscan los libres de gluten; barras para consumirlas como snacks; granos como sustitutos de carbohidratos tradicionales, por ejemplo, quinua, amaranto, chíca, granola, muesli.

En el consumo de **té**, buscan premiumización; hojas sueltas; naturales y saludables como el té negro, rojo, rooibos, oolong.

En las **especias y salsas** buscan sabores de otras culturas, que sean artesanales y premium. Salsas de soya, picantes, étnicas, dips de guacamoles y hummus.

4.2 Cultura de negocios

Estados Unidos es uno de los países con mayor diversidad cultural y racial, y ello se refleja también en el campo de los negocios. Aunque cada Estado de este país es diferente; existen patrones culturales que se repiten, sin importar el Estado donde se realicen los negocios. El objetivo es ofrecerles a los empresarios ecuatorianos una herramienta que los ayude a entender y a adaptarse a las exigencias de las reuniones de negocios con empresarios estadounidenses.

Un factor importante a considerar es que actualmente hay una alta posibilidad de que las reuniones se realicen de manera virtual o por conferencia, a la cual asisten uno o más participantes incluso desde un lugar completamente independiente el uno del otro. Estas reuniones a menudo pueden resultar menos exitosas debido a dificultades de comunicación,

sobre todo si algunos de los participantes no manejan apropiadamente el idioma inglés o no se cuenta con la infraestructura necesaria.

ESTILO DE COMUNICACIÓN

Entre las características de comunicación de los estadounidenses en el mundo de los negocios se cuentan la independencia y la iniciativa personal ya que es una cultura orientada hacia resultados efectivos, por lo que se valora la lógica y un pensamiento lineal. Otra característica distintiva es ser asertivo al momento de expresarse. Es de suma importancia comunicarse con claridad, siguiendo un patrón claro de: una introducción a lo que se va a decir, seguido por el mensaje principal, y se finaliza haciendo un recuento de lo que se dijo.

Estados Unidos tiene una cultura corporativa en la cual el tiempo es altamente valorado. Por ese motivo las comunicaciones deben ser francas y concretas, dejando vaguedades o preámbulos innecesarios fuera de la conversación. Según Kwintessential, una compañía que brinda servicios de conciencia cultural, es importante tener en cuenta que esta forma directa de comunicación es aceptable, aunque en algunas culturas pueda ser vista como agresiva.

En las reuniones de negocios, los estadounidenses se presentan de una manera amigable y entusiasta, lo que expresa cortesía profesional. Sin embargo, este protocolo no busca necesariamente establecer una relación personal de largo plazo.

Las personas de negocios en los Estados Unidos esperan que sus contrapartes extranjeras se comporten en forma similar a lo que están acostumbrados en el mercado local: cordialidad, obtención de resultados positivos y profesionalismo.

SALUDOS Y PRESENTACIONES

Cuando conozca una persona por primera vez, es importante saludar por medio de un apretón de manos firme y siempre ver a los ojos de la otra persona. Asimismo, es recomendable utilizar el título (Ms., Miss, Mr.) seguido del apellido hasta que lo invite a usar su nombre. En muchos casos los norteamericanos insistirán en usar el primer nombre prácticamente de manera inmediata, esto más que un signo de acercamiento personal es una norma cultural.

Es de suma importancia tener presente que el contacto físico otro que un apretón de manos, no cabe dentro de las normas de profesionalismo. Especialmente hay que evitar besos en las mejillas, considere que siempre un apretón de manos es visto con agrado y es una buena señal de profesionalismo.

ESTRUCTURA DE NEGOCIO

Es importante conocer que el CEO o Chief Executive Officer por ser la máxima autoridad de una empresa en cuanto a las operaciones, tiene mucha influencia dentro de la compañía. Tome en cuenta también que en muchas compañías estadounidenses, se cuenta con una Junta Directiva que representa a los accionistas de la empresa.

Finalmente, las responsabilidades tienden a ser de forma vertical. Los gerentes estadounidenses tienen un enfoque individualista, es decir, son los responsables por las decisiones tomadas dentro de sus áreas. Algunas decisiones pueden ser discutidas en grupo pero la responsabilidad recae directamente en el Gerente, es por esto que algunos de ellos prefieren pasar por alto las opiniones de sus subordinados y tomar sus propias decisiones como la mejor opción. En general hay que destacar que a los empresarios estadounidenses les importa saber exactamente cuál es su lugar en la empresa, cuáles son sus responsabilidades y a quien tienen que reportarse directamente.

4.3 Principales eventos y ferias realizadas en Estados Unidos

Entre las principales ferias que se realizan en Estados Unidos, se registran las siguientes:

Tabla 7: Principales ferias de Estados Unidos 2019-2020

EVENTOS 2019			
LOGO	NOMBRE DE LA FERIA	FECHAS	LINK
	SUMMER FANCY FOOD 2019	Junio 23-25, 2019	https://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/
	FERIA INTERNACIONAL MAGIC VEGAS 2019	Agosto 12-14, 2019	https://www.ubmfashion.com/onemagic/attendee-showinfo
	PLMA CHICAGO 2018	Noviembre 17-19, 2019	https://www.plmainternational.com/es
EVENTOS 2020			
	NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2020	Marzo 3-7, 2020	https://www.expowest.com/en/home.html
	SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA 2020	Marzo 15-17, 2020	https://www.seafoodexpo.com/north-america/
	NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION SHOW 2020	Mayo 16-19, 2020	https://www.nationalrestaurantshow.com/

4.4 Datos de las Oficinas Comerciales de Ecuador en Estados Unidos

Las Oficinas Comerciales de Ecuador en Estados Unidos desde su apertura han brindado un importante apoyo a la promoción comercial de la oferta exportable ecuatoriana.

A continuación, los datos de las diferentes oficinas ubicadas en este país:

<p>CHICAGO 875 N Michigan Ave, Suite 1320 Chicago, Illinois, 60611 ocechicago@produccion.gob.ec +1-312-624-9760</p>	<p>LOS ÁNGELES 8484 Wilshire Blvd. Suite 450 Beverly Hills, CA 90211. ocelosangeles@produccion.gob.ec +1-310-341-3400</p>
<p>MIAMI 1428 Brickell Ave. suite 305 Miami Fl. 33131 ocemiami@produccion.gob.ec +1-305-677-8154</p>	<p>NUEVA YORK 800 2nd Avenue (42nd street) NEw York 10017 2nd floor ocnuevayork@produccion.gob.ec +1-212-719-2220</p>

4.5 Links de interés de los principales organismos e instituciones de Estados Unidos

- Departamento de Comercio de los Estados Unidos, <http://www.commerce.gov/>
- Census Bureau, <https://www.census.gov/>
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos, <http://www.uschamber.com>
- Sistema Arancelario Armonizado de los Estados Unidos / Harmonized Tariff Schedule of the US, <http://hts.usitc.gov/>
- Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos / US International Trade Commission, http://dataweb.usitc.gov/scripts/user_set.asp
- Organización para un Mejor Negocio / Better Business Bureau, <http://www.bbb.org/us/>
- Asociación de Fabricantes de Comestibles/ Grocery Manufacturers Association, <http://www.gmaonline.org/>
- Instituto de Comercialización de Alimentos / Food Marketing Institute, <http://www.fmi.org/>
- Asociación de la Industria de Juguetes / Toy Industry Association, Inc., <http://www.toyassociation.org/>
- Instituto de Alimentos / The Food Institute, <http://www.foodinstitute.com/>
- Eventos en América / Events in America, <http://www.eventsinamerica.com/>
- Los grupos comerciales de la industria con sede en los Estados Unidos, <https://goo.gl/d9H3Du>
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos / USDA, <https://www.usda.gov/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, <http://www.fao.org/faostat/en/#home>