



RUEDA DE NEGOCIOS  
**AROMAS del  
ECUADOR**  
EDICIÓN CACAO



**PRO ECUADOR**  
Negocios sin fronteras



Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA



## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. RESULTADOS DE LA RUEDA DE NEGOCIOS .....</b>	<b>1</b>
1. Resumen de resultados.....	1
2. Expectativas de venta del Sector.....	2
3. Expectativas de venta por país .....	3
4. Expectativas de venta por provincia .....	3
5. Expectativas de venta por tamaño de empresa .....	4
<b>II. INTELIGENCIA COMERCIAL DURANTE EL EVENTO .....</b>	<b>5</b>
1. Rueda de Negocios .....	5
1.1. Entrevistas a compradores .....	5
1.2. Entrevistas a exportadores .....	6
<b>III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>7</b>
1. Conclusiones.....	7
2. Recomendaciones.....	8



## I. RESULTADOS DE LA RUEDA DE NEGOCIOS

### 1. Resumen de resultados

En el marco de la VI edición de la Cumbre Mundial del Cacao, que se llevó a cabo en el Centro de Convenciones de Guayaquil del 20 de mayo al 22 de mayo del presente año, tuvo lugar la rueda de negocios “**Aromas del Ecuador 2019**”. Esta rueda de negocios se desarrolló el día 21 de mayo, contando con la asistencia de compradores internacionales y exportadores ecuatorianos del **sector “Cacao y sus elaborados”**, concretándose 78 citas de negocios.

Se realizaron encuestas de estimación de ventas, las cuales fueron llenadas por los compradores, colocando cifras tentativas de cierre de negocio en cuatro posibles periodos (compra inmediata, 1 a 3 meses corto plazo, 3 a 6 meses mediano plazo y más de 6 meses largo plazo).

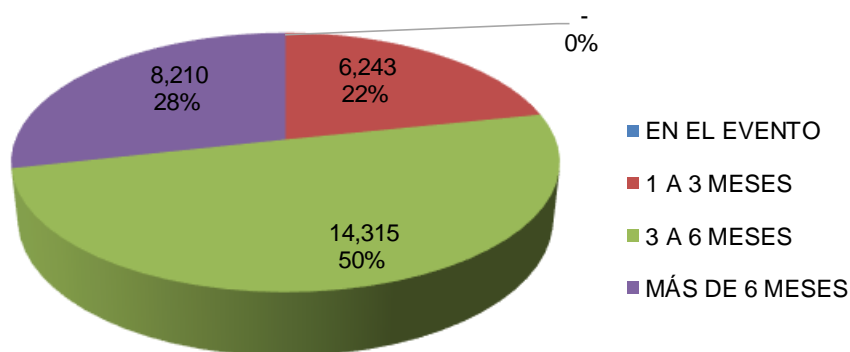
Al término del evento se receptaron **14** formularios (**7** jornada mañana y **7** jornada tarde), que permitieron contabilizar estimaciones de compras de **7 importadores internacionales**, y que benefician a **12 exportadores ecuatorianos** (13 inscritos inicialmente).

La cifra de **ventas proyectadas** ascendió a **USD 28,768,000**. Este valor, de acuerdo a expectativas de plazos en que la compra-venta sería ejecutada, está dividido de la siguiente forma: en el primer trimestre después del evento **21.70%**, en el segundo trimestre después del evento **49.76%** y a partir del primer semestre después de haberse efectuado el evento **28.54%**.

Se espera que el mayor porcentaje de las ventas proyectadas durante la rueda de negocios se puedan realizar a partir del primer trimestre de haberse desarrollado el evento, ya que seguramente los importadores esperan primero poder comprobar la calidad de los productos y así ir fortaleciendo el vínculo comprador-vendedor a largo plazo.

Gráfico 1: Ventas estimadas en Rueda de Negocios “Aromas del Ecuador 2019”

**MILES USD / % PART.**



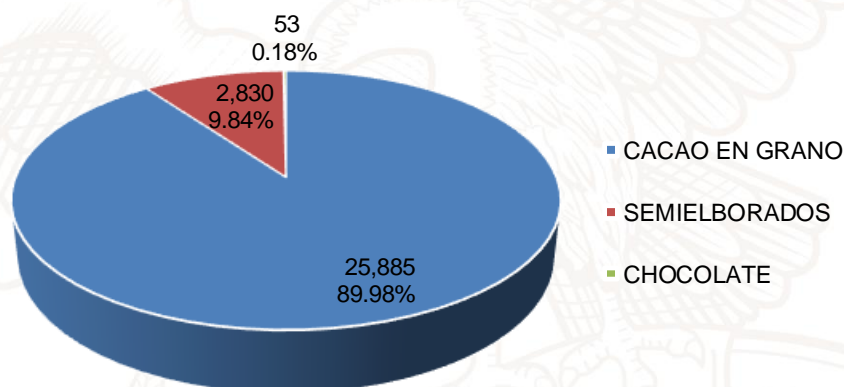
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios

**2. Expectativas de venta del sector**

El **cacao en grano** presentó una alta participación en las expectativas de negocios en Aromas del Ecuador, con un monto de **USD 25.9 millones**, lo que resulta en una participación del **89.98% respecto al valor total del sector**. Por su parte, los semielaborados de cacao representaron un 9.84% con un monto de USD 2.8 millones, mientras que **el chocolate** obtuvo una participación del **0.18%** con un monto de expectativas de venta de USD 53 mil.

Gráfico 2: Expectativas de venta del sector Cacao y Elaborados

**MILES USD / % PART.**



Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios

### 3. Expectativas de venta por país

En la tabla No. 1 se indica un listado detallado de los países que participaron dentro de la rueda de negocios a través de sus **importadores**, la **mayor participación** en expectativas de ventas totales fue por parte de **Estados Unidos con USD 25.9 millones**, equivalentes al 89.98%,

Tabla 1: Expectativas de venta por país

EXPECTATIVAS DE VENTAS POR PAÍS USD					
PAÍSES	1 A 3 MESES	3 A 6 MESES	MÁS DE 6 MESES	TOTAL	% PART. TOTAL
ESTADOS UNIDOS	3,900,000	14,975,000	7,010,000	25,885,000	89.98%
PAÍSES BAJOS	1,480,000	-	-	1,480,000	5.14%
MÉXICO	600,000	-	-	600,000	2.09%
ALEMANIA	-	540,000	-	540,000	1.88%
ARGENTINA	143,000	-	-	143,000	0.50%
RUSIA	120,000	-	-	120,000	0.42%
<b>TOTAL</b>	<b>6,243,000</b>	<b>15,515,000</b>	<b>7,010,000</b>	<b>28,768,000</b>	<b>100.00%</b>

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios

### 4. Expectativas de venta por provincia

Se contó con la participaron de exportadores de 4 provincias del país. La provincia de **Los Ríos** presentó el mayor monto de expectativa de negocios con una **participación del 58.17%**, casi en su totalidad de cacao y elaborados. La provincia de **Guayas** se ubicó en segundo lugar con una **participación del 28.90%** del total generado, **Pichincha** se ubicó en tercer lugar con **11.00%** y la provincia de **Santo Domingo De Los Tsáchilas** con una **participación del 1.93%**.

Tabla 2: Expectativas de venta por provincia

EXPECTATIVAS DE VENTAS POR PROVINCIA USD					
PROVINCIA	1 A 3 MESES	3 A 6 MESES	MÁS DE 6 MESES	TOTAL	% PART. TOTAL
LOS RÍOS	4,155,000	8,230,000	4,350,000	16,735,000	58.17%
GUAYAS	858,000	5,395,000	2,060,000	8,313,000	28.90%
PICHINCHA	1,135,000	1,530,000	500,000	3,165,000	11.00%
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	95,000	360,000	100,000	555,000	1.93%
<b>TOTAL</b>	<b>6,243,000</b>	<b>15,515,000</b>	<b>7,010,000</b>	<b>28,768,000</b>	<b>100.00%</b>

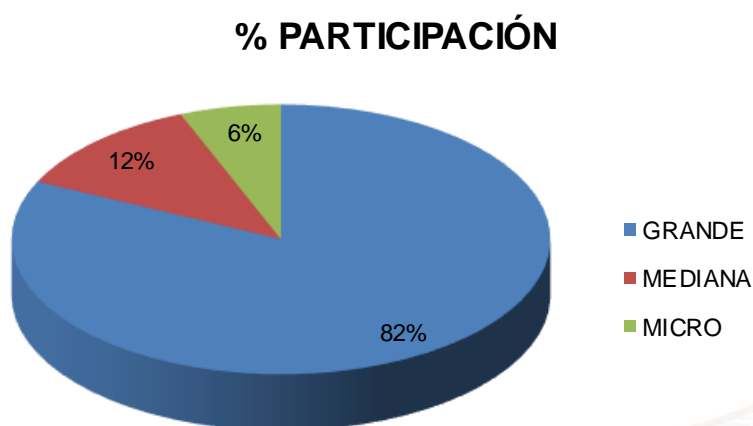
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios



## 5. Expectativas de venta por tamaño de empresa

Al revisar la clasificación de las empresas exportadoras que participaron en la rueda de negocios, se puede señalar que la mayor parte de las expectativas de ventas se generaron por parte de las empresas **grandes** con un **82%** de participación del valor total, seguido por las empresas **medianas** con un **12%** y finalmente el **6%** restante corresponde a las **micro empresas**, tal como se indica en el gráfico 3.

Gráfico 3: Expectativas de venta por tamaño de empresa



Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios

### Metodología de clasificación de las empresas por tamaño

•Las empresas fueron clasificadas según el monto de exportación del último año completo, basado en el siguiente rango:

- USD 0 – USD 100,000 = Micro Empresa
- USD 100,001 – USD 1,000,000 = Pequeña Empresa
- USD 1,000,001 – USD 5,000,000 = Mediana Empresa
- USD 5,000,001 – USD 999,999,999,999= Grande Empresa

•Aquellas empresas que no reflejaron cifras de exportación durante el último año completo, fueron clasificadas de acuerdo a la categorización que refleja el SRI –Servicio de Rentas Internas (Link de acceso: <https://goo.gl/PppdCv>).

## II. INTELIGENCIA COMERCIAL DURANTE EL EVENTO

### 1. Rueda de Negocios

#### 1.1. Entrevistas a compradores

Durante la rueda de negocios, los especialistas de Inteligencia Comercial asignados tuvieron la oportunidad de dialogar acerca de los intereses de ciertos **importadores** respecto al producto ecuatoriano y a su percepción sobre el país como proveedor y sobre el evento en sí. Los hallazgos más relevantes se presentan a continuación:

#### **ALERLIT CACAO (México)**

- Producto de interés de la empresa: Cacao CCN-51, pidió cotizaciones de licor de cacao a exportadores.
- A tiempo con las citas, incluso pudo adelantar una.
- Primera vez en hacer negocios con empresas ecuatorianas.
- Indica que Ecuador está más adelantado en comparación con México, buenas condiciones climáticas, tierra fértil.
- Con respecto al precio, Ecuador tiene precios más altos en comparación con México, sin embargo, el tamaño del grano de cacao ecuatoriano es más grande, por lo que justifica su precio, en calidad están en igual condición. A pesar de que es más caro, rinde más el cacao ecuatoriano al momento de producir.
- Sorprendido de la producción local y que Ecuador sea el tercer productor a nivel mundial.

#### **FCSTONE MERCHANT SERVICES LLC. – Alberto Nácer (Estados Unidos)**

- Producto de interés: cacao en grano y manteca de cacao
- Ecuador, es el origen que más crece en el mundo. Resaltó que no tiene problemas como los demás países con respecto a temas sociales, como condiciones de vida de los agricultores de cacao. Es una región que crece de manera sostenible, ha visto mucha prosperidad en el agricultor ecuatoriano.
- Ecuador debido a su ubicación geográfica, tienen fletes muy convenientes a Lejano Oriente, China (Shanghái), Malasia, Indonesia e inclusive Estados Unidos.
- En el tema de precios es un tema cíclico, y es común para todos los orígenes como en África.
- Los consumidores en Estados Unidos quieren conocer la trazabilidad del producto, que las condiciones de comercio sean adecuadas (COMERCIO

JUSTO), que sea un producto más saludable, con un mayor contenido de cacao y menor contenido de azúcar.

- Lamentablemente el comercio de cacao se ha mantenido muy similar por décadas, siempre se ha exportado cacao en sacos de yute, los formatos de manteca, licor y puré de cacao son los mismos. No ha existido innovación con respecto al envase y empaquetado del producto de exportación.
- El evento cumplió con todas sus expectativas, a la espera de la próxima edición en el 2021.

## 1.2. Entrevistas a exportadores

Paralelamente, también se dialogó con algunas de las **empresas ecuatorianas exportadoras** para conocer el resultado de sus reuniones, así como su percepción del evento:

### AROMATIC COCOA EXPORT S.A.

- Excelente perspectiva de la rueda de negocios.
- Manifestó el interés de una empresa compradora en crear una bodega, (bonded warehouse) con un sistema de almacenamiento de carga de exportación, en donde el comprador puede distribuir en el momento más adecuado a sus consumidores las cantidades que se requieran exportar desde Ecuador y así se invertiría en Ecuador, en lugar de hacer bodegas de campo en el exterior.
- Hizo contacto con compradores nuevos, algunos ya eran conocidos pero la mayoría de las negociaciones fueron en base a nuevos contactos.
- Aromatic tiene el beneficio de que está situado en Ventanas, cerca del agricultor, a diferencia de sus mayores competidores que están situados en Guayaquil y lejos del agricultor. Aromatic tiene relación directa con el productor, dan capacitaciones, hacen verificaciones de campo.
- Sugiere que se otorguen los números de contacto telefónico de las personas con las que tenga negociaciones para poder comunicarse en la Rueda de Negocios.

### EQUIDAGRO

- El exportador indica que conversaron con clientes del extranjero, les fue bien están abiertos a cualquier negociación, no se ha concretado nada aún lo importante es tomar el primer contacto.
- Se cumplió la agenda, sin embargo, hubo clientes que aún estaban negociando con otros exportadores y se levantaban a otro stand a continuar con las negociaciones, aunque los asesores están atentos y vigilaban que se concreten las citas.



- Argentina pidió certificado de libre circulación que les exigen a ellos para poder ingresar productos del extranjero, tenemos que emitir este certificado localmente para poder regularizar exportaciones hacia ese destino.
- Los precios de Equidagro son un poco elevados con respecto a la competencia ya que ellos hacen trazabilidad desde la cosecha hasta el producto terminado, se promocionan por calidad, cubren bien su zona, miden rendimientos, tipos de cacao y en eso justifican su precio.
- El 80 % de su producto viene de la población de los Tsáchilas, están tratando de sacar denominación de origen para acceder al mercado europeo y tener un valor agregado.
- Indican que los productos colgados en el sitio web de Proecuador son muy interesantes, sirven de guía para proyectarse como está el mercado internacional, para tomar decisiones de dónde y cómo invertir en el exterior.
- Se llevan una buena experiencia de la Rueda de negocios, es la primera vez que participan, es muy interesante, se colocan en negociación directa con el cliente final, se guían si tienen alguna falencia, los requerimientos del comprador ayuda a prepararse para una visita internacional.
- Sugieren para una próxima rueda tener más citas, sin embargo, participarán en la Macrorrueda de Negocios donde podrán tener contacto directo con más compradores del mundo.

### III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 1. Conclusiones

- La rueda de negocios “Aromas del Ecuador 2019” alcanzó expectativas de negocios por **USD 28,768,000**.
- El **50%** de las expectativas de venta forma parte de las **negociaciones a largo plazo**.
- Dentro del sector de **Cacao y elaborados**, las ventas de cacao en grano fueron las de mayor participación, alcanzando los USD 25.9 millones.
- El **principal destino** de los productos ecuatorianos según las estimaciones de venta registradas fue **Estados Unidos** con una participación del **89.98%** del total registrado.
- Entre los **factores más importantes** resaltados por los compradores al momento de seleccionar un proveedor están: **calidad del producto, logística y certificaciones**.
- Empresa compradora de Estados Unidos, indicó que el mercado está muy interesado en conocer la **trazabilidad del producto**.
- Compradores manifestaron que **no** ha había **innovación en el empaque** de los productos en los últimos años.

- Algunos de los participantes manifestaron su interés de que puedan tener **mayor cantidad de citas para poder generar mayores oportunidades negocios.**
- En general **los participantes estuvieron satisfechos con la organización del evento** y las citas de negocios generadas.

## 2. Recomendaciones

Para los exportadores:

- Previo a la **participación en una rueda de negocios**, es importante **conocer la cultura de negocios de los países** con los que se van a mantener reuniones.
- Asistir de manera **oportuna y a tiempo** a cada una de las citas de negocios agendadas.
- Es **fundamental el seguimiento posterior a la cita de negocios**, así como **dar una pronta respuesta a las diferentes solicitudes hechas por el comprador**, tales como envío de muestras y certificaciones.
- Considerar las **certificaciones que son necesarias** para introducir sus productos a los mercados con cuyos compradores que se les ha agendado citas.

Para PRO ECUADOR:

- Se sugiere que los representantes de las **empresas compradoras tengan poder de decisión. Esto facilita que se concrete la negociación**, lo que se ve reflejado en los formularios de estimación de ventas.
- **Mejorar el agendamiento de citas de negocios**, ya que hubo casos en que compradores tuvieron citas con exportadores que no ofrecían lo que ellos buscaban.
- **Aumentar un día de ruedas de negocios**, para así poder tener contacto con más empresas.