



Junio-Julio 2019

Boletín Mensual de **Inteligencia de Mercados**



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Iván Ontaneda Berrú

Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Carlos Tafur Briones

Viceministro de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Veronica Virginia Chavez Man Ging

Subsecretaria de Promoción de Exportaciones

Pedro Álvarez

Director de Inteligencia Negocios

Silvia Contreras Cunache

Roxana Carpio Monroy

Cindy Villasagua

Magally Alvarado

Vanya Carcelén

Unidad de Reportes Comerciales e Inversiones de PRO ECUADOR

Oficinas Comerciales del Ecuador:

Elizabeth Barsallo, Argentina
Christian Alejandro, Lima
Natalia Jiménez, Santiago
Nolvar Atarihuana, Santa Cruz
Danilo Albán, Sao Paulo
Lorena Flores, Bogotá
Ma. Del Pilar Neira, Guatemala
Marcelo Pazos, México
Antonio Intriago, Toronto
Borys Mejía, Madrid
Donald Castillo, Miami
Ana María Gallardo, New York
Jorge Gallardo, Los Ángeles
Ricardo Falla, Estocolmo
Juan Carlos Yépez, Londres
Rosa Nelly Castro, Hamburgo
Juan Patricio Navarro, París
José Luis Cabascango, Chicago
Luis Ureta, Milán
Héctor Ballesteros, Rotterdam
Edgar Narváez, Moscú (E)
Gabriel Peña, Ankara
Paul Peñaherrera, Cantón
Andrés Armas, Beijing
Santiago Yáñez, Shanghai (E)
Jorge Gallegos, Seúl
Cristian Velásquez, Tokio
Mario Vallejo, Dubái
Cristina Chiriboga, Mumbai

Antenas Comerciales del Ecuador:

Max Coello, Bruselas
Daniela Muñoz, Yakarta
Cristóbal Albán, Budapest
Juan Terán, Berna
Marlon Banegas, La Habana



Contenido

ESTADÍSTICAS	4
Principales productos no petroleros de exportación	5
Principales destinos de las exportaciones de Ecuador	5
Balanza Comercial Total	6
Análisis de saldos de la balanza comercial por socio comercial	7
Inversiones	8
Precios de los principales productos de exportación	9
	10
NOTICIAS DE OFICINAS COMERCIALES DE PRO ECUADOR	
BERNA - SUIZA	13
El futuro de los alimentos “Saludables” en Suiza	
ANKARA – TURQUIA	16
Nuevas tendencias en la industria de chocolate y confitería en Turquía	
ALEMANIA	
Frutas Secas y deshidratadas en Alemania	19



EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TOTALES MILLONES USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

Las exportaciones no petroleras crecieron un 0.4% en el periodo de ene-abr 2019, durante este periodo nuestro país exportó USD 7,291 millones que representaron 10,901 mil toneladas.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS

■ 2017 ENE - ABR ■ 2018 ENE - ABR ■ 2019 ENE - ABR



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

La exportación de productos tradicionales no petroleros¹ en ene-abr del 2019 creció un 2.34% en comparación con el mismo periodo del 2018, mientras que la exportación de productos no tradicionales² decreció el 2.52%.

EXPORTACIONES NO PETROLERAS: TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES MILLONES USD FOB

■ 2017 ENE - ABR ■ 2018 ENE - ABR ■ 2019 ENE - ABR



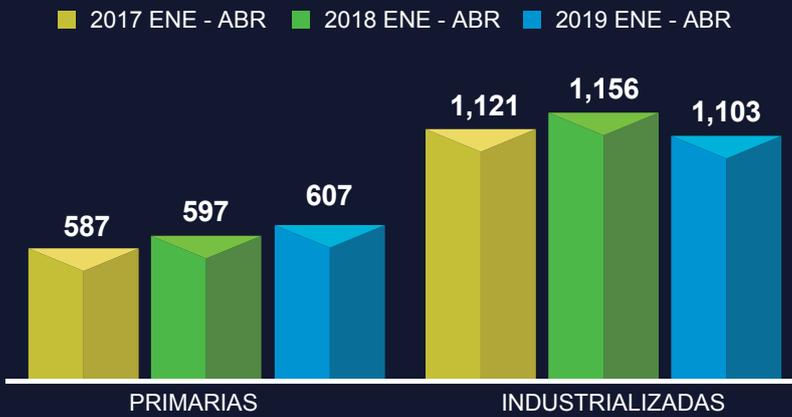
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, 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 ene-abr del 2019, creció en un 1.53% en comparación con el mismo periodo del 2018, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció el 4.61%.

EXPORTACIONES NO TRADICIONALES: PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS MILLONES USD FOB

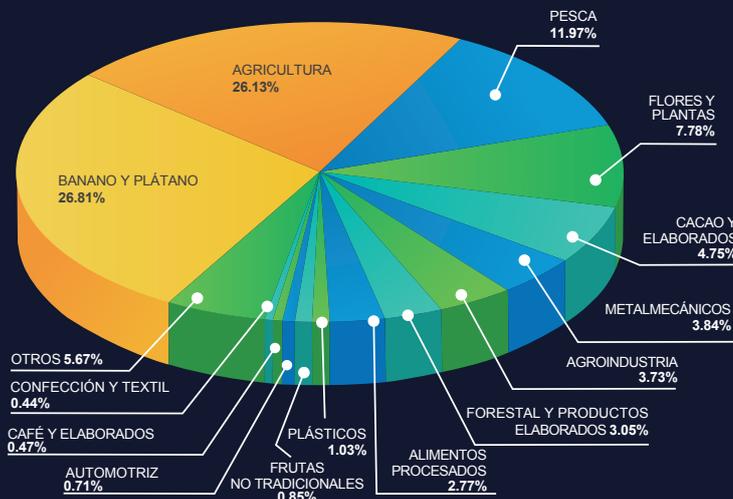


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

Principales productos no petroleros de exportación

En el periodo de ene-abr 2019, el sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 26.81% de participación del total de exportaciones no petroleras, seguido de acuicultura con una participación del 26.13%, en tercer lugar, se ubica pesca con 11.97% y en cuarto lugar se encuentra flores y plantas con el 7.78%. Sumando estos 4 grupos de productos, se tiene el 72.69% de las exportaciones no petroleras.

EXPORTACIONES NO PETROLERAS PRINCIPALES GRUPOS DE PRODUCTOS % PARTICIPACIÓN, 2019 ENE - ABR



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.



Al revisar a un nivel de subpartida a 10 dígitos se destacan productos como: bananas frescas, langostinos (género de la familia penaeidae) congelados, demás camarones y langostinos y demás decápodos congelados, rosas frescas, y cacao en grano.

EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR 2019 ENERO - ABRIL				
#	SUBPARTIDA	PRODUCTO	MILES USD FOB	%PARTIC. 2018
1	0803.90.11.90	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO "CAVENDISH VALERY"	985,500	22.59%
2	0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEDIAE) CONGELADOS	506,573	11.61%
3	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	358,433	8.22%
4	0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	256,091	5.87%
5	1801.00.19.90	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO NCOP	175,456	4.02%
6	0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	174,586	4.00%
7	0803.90.11.10	BANANO FRESCO TIPO CAVENDISH ORGANICO CERTIFICADO	108,993	2.50%
8	1604.14.20.13	LISTADO EN ACEITE	87,682	2.01%
9	1604.14.20.12	LISTADOS EN AGUA Y SAL	76,097	1.74%
10	0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS DE AGUA FRIA CONGELADOS	56,763	1.30%
11	7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	46,310	1.06%
12	0710.80.20.00	BRÓCOLI CONGELADO	41,355	0.95%
13	0803.90.12.00	BANANA ORITO (MUSA ACUMINATA)	39,244	0.90%
14	4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTÍCULAS DE MADERA	38,446	0.88%
15	0803.10.10.00	ATÚN DE ALETA AMARILLA EN ACEITE	35,648	0.82%
16	0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NCOP	35,051	0.80%
17	0803.10.10.00	PLÁTANOS (PLATAIN) FRESCOS (PARA COCCIÓN)	34,437	0.79%
18	2716.00.00.00	ENERGIA ELECTRICA	34,024	0.78%
19	1604.14.10.13	LOMOS DE LISTADO PRECOCIDOS	33,831	0.78%
20	1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	30,924	0.71%
LOS DEMÁS PRODUCTOS			1,207,083	27.67%
TOTAL			4,362,528	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR

El principal destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador en el periodo ene-abr 2019, fue Estados Unidos, con una participación del 20.01% de las exportaciones no petroleras, le siguieron China con un 13.54%, Rusia con un 7.13% y Colombia con 6.74%.

Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, cinco (5) corresponden a países de América.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR ENE - ABR 2019

PAÍS	MILES USD FOB	PARTICIPACIÓN %
ESTADOS UNIDOS	872,755	20.01%
CHINA	590,696	13.54%
RUSIA	310,868	7.13%
COLOMBIA	293,960	6.74%
VIETNAM	251,990	5.78%
ESPAÑA	189,837	4.35%
ITALIA	168,594	3.86%
PAÍSES BAJOS	163,650	3.75%
ALEMANIA	114,793	2.63%
PERÚ	107,023	2.45%
FRANCIA	88,316	2.02%
CHILE	88,123	2.02%
BÉLGICA	72,118	1.65%
TURQUÍA	71,553	1.64%
ARGENTINA	67,522	1.55%
JAPÓN	62,860	1.44%
INDONESIA	54,254	1.24%
REINO UNIDO	46,368	1.06%
COREA DEL SUR	43,002	0.99%
ARABIA SAUDITA	41,184	0.94%
DEMÁS PAÍSES	663,062	15.20%
TOTAL	4,362,528	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.





BALANZA COMERCIAL TOTAL³

Durante ene-abr del 2019, se presenta un superávit en la balanza comercial total de USD 125 millones. Las exportaciones crecieron en un 3.4% al comparar con ene-abr del 2018, mientras que las importaciones crecieron en un 5.9%.

BALANZA COMERCIAL TOTAL MILLONES USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

Al realizar el análisis en la balanza comercial petrolera y no petrolera, se puede notar que la primera es superavitaria en USD 1,481 millones en ene-abr 2019, mientras que la balanza no petrolera es deficitaria en USD 1,356 millones para el mismo periodo de análisis.

BALANZA COMERCIAL PETROLERA Y NO PETROLERA MILLONES USD FOB / ENE-ABR 2019



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

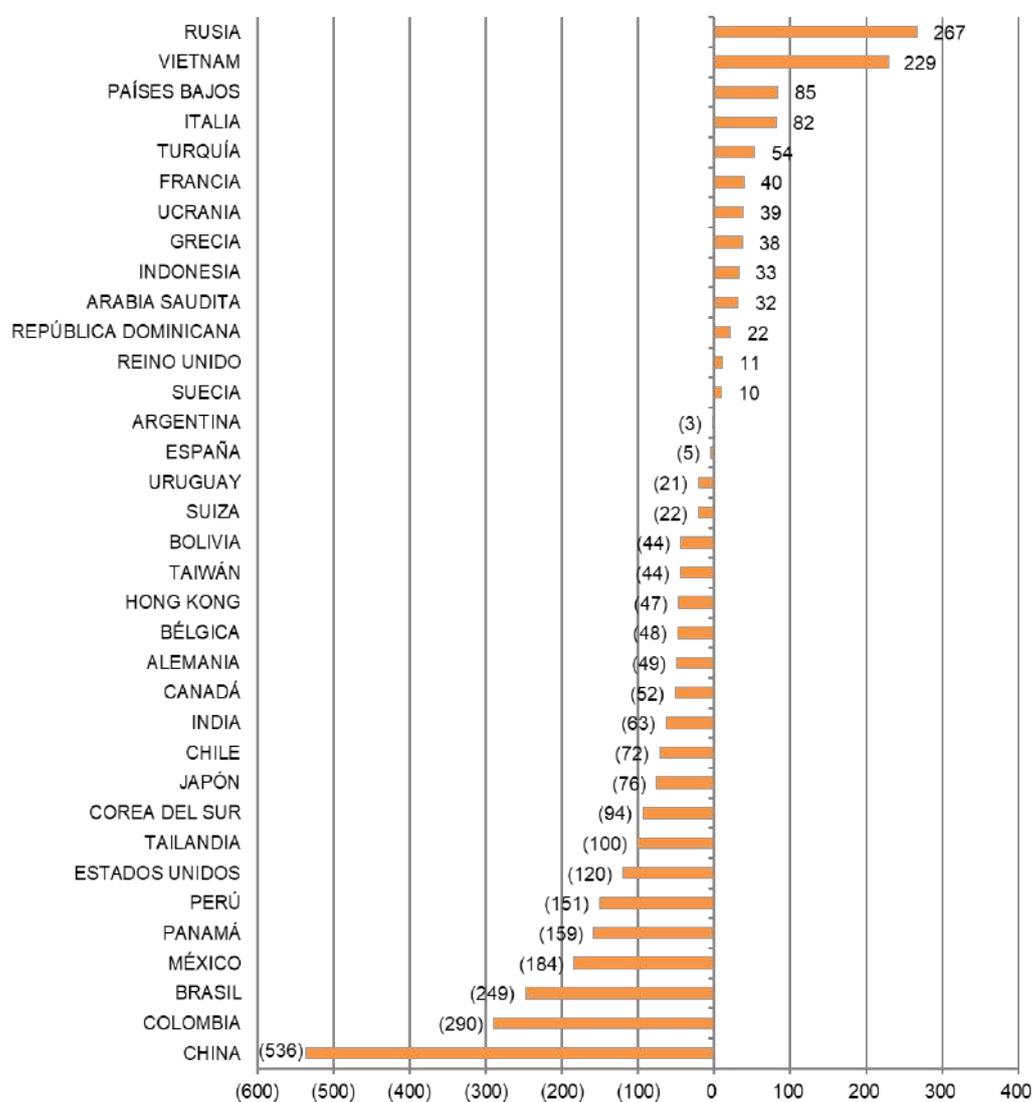
3. Los datos de importación no incluyen modalidad de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos

ANÁLISIS DE SALDOS DE LA BALANZA COMERCIAL POR SOCIO COMERCIAL

El mayor saldo comercial no petrolero superavitario durante ene-abr del 2019 se mantuvo con Rusia por un monto de USD 267 millones, seguido de Vietnam con USD 229 millones y Países Bajos por USD 85 millones; y por otro lado los principales déficits de balanza no petrolera se mantienen con China, Colombia y Brasil.

ECUADOR: SALDOS DE BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA CON PRINCIPALES SOCIOS MILLONES USD FOB ENE - ABR 2019

Ecuador: Saldos de Balanza Comercial No Petrolera con Principales Socios Millones USD FOB 2019 ENE-ABR



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.



INVERSIONES

FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN ECUADOR POR PAÍS DE ORIGEN MILES USD					
PAÍS	2014	2015	2016	2017	2018
BERMUDAS	61	24	52	4,222	199,758
CANADÁ	229,079	73,768	(31,439)	(75,260)	196,780
HOLANDA	75,956	293,401	389,884	42,285	186,168
ESPAÑA	67,322	71,164	102,303	80,114	173,643
ISLAS CAIMÁN	12	-	-	68,834	111,371
URUGUAY	62,461	43,032	385	60,865	90,228
VENEZUELA	20,302	21,980	3,584	10,588	67,700
CHINA	79,032	113,877	57,835	90,718	63,764
MÉXICO	4,196	1,613	7,607	6,897	62,331
ESTADOS UNIDOS	10,099	186,172	87,598	35,055	60,750
OTROS PAÍSES	223,756	517,464	149,623	294,120	188,537
TOTAL	772,276	1,322,496	767,432	618,439	1,401,030

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN⁴

PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE CACAO EN GRANO USD/TONELADAS



* Se pronostica precio promedio en 2019 de 2,300 USD / Tonelada

Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE CAMARÓN - USD/TONELADA



* Se pronostica precio promedio en 2019 de 12,000 USD / Tonelada

Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE ORO - TROY OZ.



* Se pronostica precio promedio en 2019 de 1,310 USD / TROY OZ.

Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

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



* Para arábigo se pronostica precio promedio en 2019 de 129.55 USD / Quintal

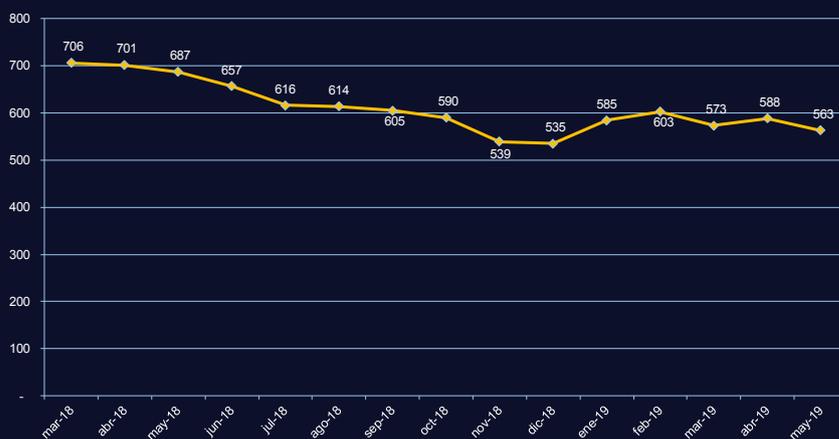
* Para robusta se pronostica precio promedio en 2019 de 79.55 USD / Quintal

Fuente: Banco Mundial Global, Economic Monitor (GEM) Commodities
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, 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 PALMA - USD/TONELADA



* Se pronostica precio promedio en 2019 de 600 USD / Tonelada

Fuente: Banco Mundial, Global, Economic Monitor (GEM) Commodities.
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE HARINA DE PESCADO - USD/TONELADA



Fuente: Banco Mundial, Global, Economic Monitor (GEM) Commodities.
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

EL FUTURO DE LOS ALIMENTOS "SALUDABLES" EN SUIZA



BERNA - SUIZA

Elaborado por: Antena Comercial de PRO ECUADOR en Berna

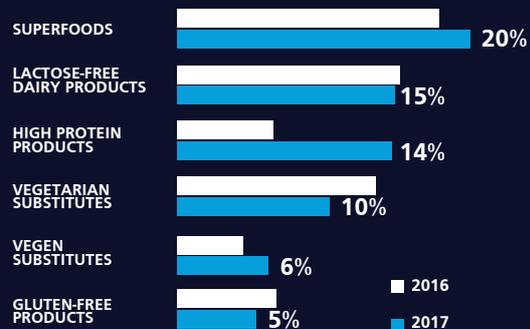
El mercado suizo se caracteriza por la creciente importancia que los consumidores brindan al valor nutricional de los alimentos y su composición. Asimismo, existe una amplia concientización de la población sobre ciertos ingredientes y componentes cuyo excesivo consumo se considera perjudicial para la salud y que se encuentran presentes en los productos alimenticios que consumen a diario.

Estos factores han impulsado el crecimiento acelerado del mercado de los alimentos que están asociados con propiedades beneficiosas para la salud, promueven una dieta sana y provienen de la producción sostenible. Las exigencias del mercado de que se garantice el acceso a una oferta variada de productos con estas características han permitido que aquello que inició como un nicho de mercado, se haya convertido hoy en una tendencia de consumo marcada.



Las categorías de los llamados “alimentos saludables” más populares dentro del mercado suizo son: los alimentos libres de lactosa, altos en proteínas, vegetarianos, veganos, libres de gluten, entre otros. Los alimentos denominados superfoods encabezan las preferencias de los consumidores suizos, con aproximadamente el 20% de consumidores que sigue esta tendencia.

SWITZERLAND: TOP FOOD TRENDS



En un estudio presentado por la agencia Nielsen, se estimó que el 40% de los suizos siguen al menos una de estas tendencias de consumo, con el mayor potencial de crecimiento encontrado en la categoría de superfoods, alimentos altos en proteínas y veganos. Existirían varios factores macroeconómicos que han favorecido la orientación del consumidor hacia las tendencias alimenticias señaladas y son: el envejecimiento global de la población, la proliferación de enfermedades crónicas, el uso de la alimentación como medicina y la existencia de consumidores más conectados y con un mayor nivel de educación. Los superfoods más apreciados en este mercado son las bayas de Goji y las semillas de chía⁵. Asimismo, los productos clasificados dentro de este grupo cuya oferta se destaca en Suiza son: la quinua, las semillas de cáñamo, el cacao crudo, las bayas de aronia, camu-camu y açai, la espirulina, las algas de chlorella, la miel de manuka, el té matcha en polvo, la maca, el jengibre, la moringa, el aguacate, la granada, la uvilla, la lúcuma, la cereza de acerola, el amaranto y el aceite de coco. La producción orgánica de estos alimentos es muy valorada y su demanda se encuentra en ascenso.

Los principales comercializadores de estos productos son los supermercados de productos orgánicos (Bio-Markt), supermercados especializados en fine foods, tiendas especializadas en suplementos alimenticios e incluso farmacias. Los principales actores en la distribución y venta minorista de superfoods que se han identificado son: Alnatura, PowerFood, Samara Natura, Naturkostbar, Superfood Shop, Globus y Loeb. Los supermercados tradicionales, Migros y Coop, cuentan también con una oferta variada de superfoods. A continuación, se muestran las presentaciones más frecuentes, disponibles en los puntos de venta minoristas y canales electrónicos:

⁵ Casparis, Corina. 2017. FOOD TRENDS SWITZERLAND: FROM VEGAN TO SUPERFOODS. Extraído de: <https://www.nielsen.com/ch/en/insights/news/2017/wp-dec-en-food.html>, visitado: 11/04/2019

Bayas de Goji  1 kg CHF 38.90 (USD 38.50)	Cacao crudo en polvo  200g CHF 12.90 (USD 12.77)	Chlorella y espirulina en polvo  200g CHF 12.90 (USD 12.77)	Semillas de chía  500g CHF 6.40 (USD 6.33)
Quinoa blanca  500g CHF 10.90 (USD 10.79)	Tabletas de espirulina  125g CHF 35.30 (USD 34.94)	Aceite de coco  500ml CHF 24.90 (USD 24.65)	Aceite de aguacate gourmet  250ml CHF 14.60 (USD 14.45)
Cápsulas de moringa  250 cápsulas CHF 45.90 (USD 45.43)	Müesli de jengibre y remolacha  400g CHF 11.90 (USD 11.78)	Miel de manuka  500g CHF 74.90 (USD 74.14)	Chía blanca  250g CHF 16.90 (USD 16.73)

Tipo de cambio utilizado: 1 CHF = 0.9898 USD

Según Nielsen, la población de entre 18 y 34 años que sigue la tendencia de consumo de superfoods ha ascendido al 27%, pues este grupo etario ha incrementado progresivamente su poder adquisitivo y ha logrado apreciar las alternativas alimenticias para mejorar su salud y desempeño, representando un indicador del desarrollo futuro del comercio minorista suizo.

Debido a su escasa producción en Suiza y otros países de Europa, los superfoods de mayor consumo en este mercado son importados de todos los rincones del mundo, por lo que han sido catalogados como "exóticos". No obstante, la profunda orientación del mercado suizo a promover el consumo interno de la producción agrícola nacional ha levantado varias críticas sobre la sobrevaloración de estos alimentos en su costo y valor nutricional. Se han sumado las publicaciones de artículos y estudios comparativos sobre las propiedades alimenticias de los superfoods "exóticos" frente a las alternativas de producción suiza que, según indican, contendrían mayores elementos nutritivos a costos más bajos. La extensa difusión de esta información no ha prevenido el aumento de la demanda y la importación de superfoods.





NUEVAS TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DE CHOCOLATE Y CONFITERIA EN TURQUIA

ANKARA – TURQUIA

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Ankara

Históricamente, el sector del chocolate y confitería de Turquía se ha basado en la producción de productos tradicionales de confitería como delicias turcas (turkish delights) y halva. Este sector ha sido siempre dinámico gracias a los hábitos de consumo, pues la confitería juega un gran papel en la tradición turca, siendo ampliamente servida como regalo durante ocasiones festivas y religiosas. Sin embargo, a pesar de su popularidad, los productos de confitería tradicionales están fuertemente desafiados por otros productos de confitería, en particular por los productos de chocolate.

Utilizando tecnología moderna, el sector de la confitería y chocolate se ha convertido en uno de los subsectores más importantes de la industria de alimentos de Turquía. Cuenta con la más avanzada tecnología en la región de Oriente Medio, los Balcanes, África del Norte, Báltico y Asia Central, y es capaz de brindar calidad y diversificación de productos a precios muy competitivos. Esto se debe también a que Turquía tiene la ventaja de ser autosuficiente en uno de los principales ingredientes de la confitería, el azúcar. De igual manera, Turquía también está en una situación muy ventajosa gracias al dominio en la producción mundial de frutos secos (pasas, higos secos), nueces, pistachos y avellanas ampliamente utilizados en la industria del chocolate.

Sin embargo, Turquía no cuenta con una producción local de cacao ni de sus derivados, por esta razón busca abastecer a su industria desde diversos destinos. Sus proveedores clásicos de granos de cacao, por tema de precios en el producto han sido principalmente Costa de Marfil, Ghana y Camerún. Las empresas productoras locales como ETI y Ulker, elaboran al por mayor sus productos con estos ingredientes.

A continuación, se presenta una tabla en la que se indican las importaciones realizadas por Turquía en los últimos años.

IMPORTACIONES DE TURQUÍA DE CACAO Y SEMIELABORADOS						
AÑO	1801.00 – Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado		1804.00 – Manteca, grasa y aceite de cacao		1805.00 – Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	
	USD	KG	USD	KG	USD	KG
2016	281,924,029	86,985,229	59,458,917	8,784,394	45,677,847	18,117,342
2017	290,958,522	103,370,652	92,658,132	15,347,240	57,727,406	24,856,532
2018	217,209,197	97,610,104	72,141,731	12,874,180	58,117,983	27,049,037

Fuente: Instituto Turco de Estadística TUIK
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara

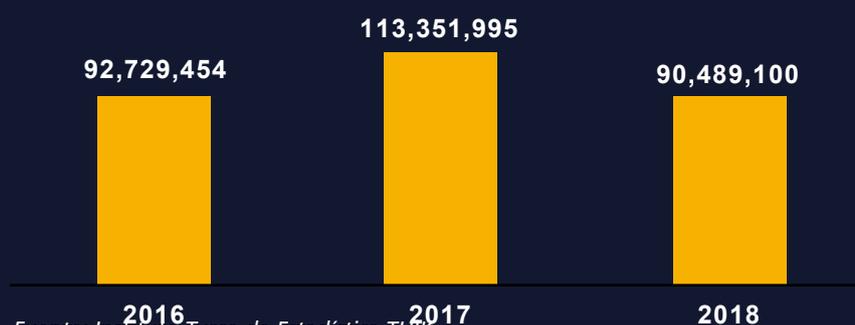
Sin embargo, también se ha identificado una nueva tendencia de producción de chocolate gourmet, liderado por la marca Godiva (perteneciente a uno de los Holdings más importantes de Turquía, Yildiz Holding). Se predice que esto animará a los fabricantes a producir una gama bastante más sofisticada de chocolate al por mayor, agregando ingredientes de buena calidad como el cacao o nueces caras a sus recetas.

A esta tendencia se le suma el hecho de que algunas de las cadenas de cafeterías han decidido aumentar a sus líneas de productos y están produciendo chocolates y productos de chocolate. Así, importantes cadenas de cafeterías a nivel nacional como Kahve Dunyasi y LIVA, ofrecen una amplia gama de productos de chocolate como trufas, cáscaras de naranja cubiertas de chocolate, avellanas y almendras cubiertas de chocolate, cacao en polvo con vitaminas para niños, chocolate negro, chocolate con leche, cajas de chocolates surtidos, entre muchos otros productos más dentro de esta categoría.

También, se observa que varios establecimientos empiezan a ofrecer chocolate orgánico. Se han identificado pocas marcas de este tipo de chocolate, lo que indica que este nicho de mercado es bastante nuevo. Las marcas identificadas de chocolate orgánico han sido Chocolat Stella, Vivani, Green Dream y Cityfarm Organik (este último de producción local). Esto sin duda se podría constituir en una buena oportunidad para el chocolate orgánico ecuatoriano.

A continuación, se presentan las importaciones de chocolate y productos que contienen cacao, que ha realizado Turquía durante los últimos 3 años:

IMPORTACIONES PARTIDA 1806 - CHOCOLATE Y DEMÁS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO; USD



Fuente: Instituto Turco de Estadística TUIK
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara



En el campo de la confitería clásica como tal, se ha identificado que poco a poco, con el fin de ofrecer a los consumidores más opciones y presentaciones de productos, Turquía empieza a importar productos de confitería novedosos que no están siendo producidos por la industria local. De hecho, se han registrado pequeñas cantidades de confitería exportada desde Ecuador hacia Turquía durante el segundo semestre del 2018:

	1704.90 Artículos de confitería sin cacao (exc. Chicle)		1704.10 Chicles, incluso cubiertos de azúcar	
Año	USD	KG	USD	KG
2016	15,299,266	4,316,018	204,163	41,902
2017	17,343,964	4,716,689	417,524	116,172
2018	17,144,295	4,671,464	273,345	35,988

Fuente: Instituto Turco de Estadística TUIK
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara

Con estos antecedentes se concluye entonces, que el sector de chocolate y la confitería en Turquía comprende un conjunto de oportunidades para los productos ecuatorianos como cacao, sus elaborados y confitería. Para esto, sin embargo, hay que tomar en cuenta el arancel que paga cada producto, por lo que a continuación se presenta una breve tabla con esta información:

ARANCELES APLICADOS POR TURQUÍA A PRODUCTOS DE CACAO Y CONFITERÍA	
PRODUCTO	ARANCEL
Granos de cacao	0%
Manteca de cacao	7.7%
Cacao en polvo	8%
Chocolate y productos que contengan cacao (Partida 1806)	arancel varía desde 68.40% hasta 106.68%
Confitería que no incluya cacao	13.4%
Chicle (dependiendo de ingredientes)	arancel varía entre 72.74% y 94.3%

Fuente: Ministerio de Comercio de Turquía
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara

La Oficina Comercial del Ecuador en Ankara realiza constantemente el monitoreo del mercado y las gestiones pertinentes con el fin de promocionar estos y otros productos ecuatorianos en el mercado turco, de manera que animamos a los exportadores y productores ecuatorianos a que consideren el mercado turco, puesto que no solo es un mercado de 80 millones de habitantes, sino que es la puerta de entrada a mercados de la región y del medio oriente.

Referencias:

- Ministerio de Comercio de Turquía, <https://www.trade.gov.tr/>
- Turkish Statistical Institute, <http://tuik.gov.tr/Start.do>
- <http://www.foodturkey.com.tr/turkeys-sugar-and-chocolate-confectionery-industry/>



FRUTAS SECAS Y DESHIDRATADAS EN ALEMANIA

ALEMANIA

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Alemania

La comida saludable como nueces y frutos secos tienen la atención de los consumidores, ya sea como componente de cereales o como proveedor de energía, la demanda de nueces y frutos secos está creciendo.

Según un estudio realizado por la empresa alemana M&A a mayo de 2019, el consumo per cápita aumenta constantemente y ya alcanza los 4.5 kg por año. Sin embargo, esta cantidad sigue siendo menos de la mitad del valor anual recomendado. La base para aumentar el consumo es, entre otras cosas, la alta densidad de nutrientes en las frutas deshidratadas y el contenido de ácidos grasos insaturados, que tienen un efecto saludable en el consumo moderado.



Importaciones de Alemania de frutas deshidratadas procedentes de Ecuador del 2016 al 2018 (en miles de dólares)

IMPORTACIONES DE ALEMANIA DE FRUTAS DESHIDRATADAS PROCEDENTES DE ECUADOR DEL 2016 AL 2018 (EN MILES DE DÓLARES)

PRODUCTO	2016	2017	2018
Banano deshidratado	3,436	3,920	5,616
Piñas frescas o deshidratadas	5,040	4,837	4,693
Papaya deshidratada	7	-	-
Otras frutas deshidratadas	784	203	302

*Fuente: Genesis de Statis

Se puede notar un constante incremento en el consumo de banano deshidratado procedente de Ecuador. En otras frutas deshidratadas ha habido un menor consumo, por su parte la piña deshidratada no muestra mayor variación.

Importaciones totales de Alemania de frutas deshidratadas del 2016 al 2018 (en miles de dólares)

IMPORTACIONES TOTALES DE ALEMANIA DE FRUTAS DESHIDRATADAS DEL 2016 AL 2018 (EN MILES DE DÓLARES)

PRODUCTO	2016	2017	2018
Banano deshidratado	4,899	6,585	12,357
Piñas frescas o deshidratadas	160,201	147,838	157,844
Papaya deshidratada	210	906	588
Otras frutas deshidratadas	57,585	55,974	65,562

*Fuente: Genesis de Statis

Tendencias identificadas desde el año 2018 hasta la actualidad
Las 5 tendencias más importantes son:

1. Las iniciativas sostenibles cobran más importancia.

Si bien desde hace varios años la certificación sostenible, como orgánica y Comercio Justo, ha creado un nicho de mercado interesante, pero limitado, las empresas convencionales están introduciendo otras iniciativas de sostenibilidad. Se espera que este creciente interés de las grandes empresas tenga un impacto positivo en las iniciativas existentes, como el comercio justo. También puede alentar el uso de certificaciones alternativas como UTZ, Rainforest Alliance y varias otras internas.

2. Embalaje reciclable

Existe una creciente expectativa de que las empresas sean más inteligentes con respecto al uso de los recursos naturales en los envases, por ejemplo, utilizando materiales biodegradables y otras estrategias de reducción de desechos. Los supermercados de basura cero están aumentando y las cafeterías ahora ofrecen precios con descuento para los clientes que llevan una taza reutilizable.

3. Crecientes requerimientos del minorista.

Los alimentos orgánicos tienen una demanda creciente, pero los compradores buscan cada vez más requisitos más allá de la certificación orgánica. Los productos alimenticios veganos, la responsabilidad social en la cadena de suministro y la inocuidad de los alimentos han aumentado en popularidad entre los consumidores y minoristas, quienes también esperan que se produzcan alimentos que generen las menores emisiones de dióxido de carbono (CO₂) posibles.

Otra tendencia creciente entre los consumidores, especialmente en Europa del Norte y Occidental, implica el consumo ético que toma en cuenta estándares laborales y salarios justos en la cadena de suministro.

4. El consumo de productos bajos en calorías y otros productos "bajos" está aumentando

Lo que comenzó como un gran problema en el sector de jugos de frutas y refrescos, la creciente atención al alto contenido de azúcar ahora también influye en el mercado de las frutas deshidratadas. Un número creciente de comerciantes y procesadores se han volcado a comprar frutas deshidratadas sin azúcar agregada. Los consumidores europeos tienden a elegir versiones más saludables de ciertos alimentos cuando el sabor y la textura de un determinado producto se conservan de la versión original.

5. Mayor conciencia de los consumidores sobre los alimentos.

Los consumidores europeos se han estado informando mejor sobre el valor nutricional y la composición de los productos alimenticios durante los últimos años, incluso dedicando más tiempo a leer las etiquetas que antes. En respuesta a esta tendencia, algunas compañías de alimentos han comenzado a colocar códigos de barras en sus productos para que los consumidores obtengan más información sobre pruebas de laboratorio y origen de ingredientes, por ejemplo, en sus sitios corporativos. Un aspecto importante de esta tendencia es la creciente demanda de alimentos sin aditivos y en alimentos "libres de ", como sin gluten, sin azúcar, sin lácteos, etc.

Considerando la búsqueda de alimentos saludables por parte del consumidor alemán, las frutas deshidratadas podrían resultar un mercado interesante para el productor ecuatoriano; quien al momento de ingresar a este mercado debe tener presente la importancia que representa el respeto al medio ambiente, la responsabilidad social y el aporte nutricional que el consumidor busca dentro de este tipo de productos.

Fuente: Fruchthandel Magazin, Edición 13 del 2019, página 40.
Fuentes CBI, revisión el 29 de Mayo del 2019



MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,
COMERCIO EXTERIOR,
INVERSIONES Y PESCA



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