

OCTUBRE - NOVIEMBRE 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 - PRO ECUADOR

**Verónica Virginia Chávez Man Ging**

Subsecretaria de Promoción de Exportaciones - PRO ECUADOR

**Pedro Álvarez Mendoza**

Director de Inteligencia Negocios - PRO ECUADOR

**Silvia Contreras Cunache**

**Roxana Carpio Monroy**

**Cindy Villasagua**

**Magally Alvarado**

Unidad de Reportes Comerciales e Inversiones - PRO ECUADOR

**Rodrigo Triana**

Diagramación y Diseño

**Oficinas Comerciales del Ecuador:**

Elizabeth Barsallo, Buenos Aires

Ricardo Valdiviezo, Lima

Natalia Jiménez, Santiago de Chile

Nolvar Atarihuana, Santa Cruz de la Sierra

Édgar Novoa, Sao Paulo

Lorena Flores, Bogotá

Ma. Del Pilar Neira, Guatemala

César Villagomez, México

Antonio Intriago, Toronto

Borys Mejía, Madrid

Donald Castillo, Miami

Oscar Torres, New York

Jorge Gallardo, Los Ángeles

Ricardo Falla, Estocolmo

Juan Carlos Yépez, Londres

César Rohon, Hamburgo (E)

Juan Patricio Navarro, París

José Luis Cabascango, Chicago

Luis Ureta, Milán

Héctor Ballesteros, Rotterdam

Vicente Morales, Moscú

Gabriel Peña, Ankara

Paul Peñaherrera, Cantón

Andrés Armas, Beijing

Santiago Jara, Shanghai

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





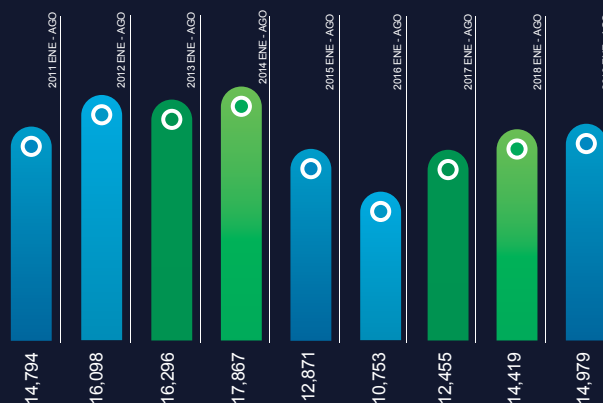
# Contenido

---

<b>ESTADÍSTICAS</b>	<b>4</b>
Principales productos no petroleros de exportación	5
Principales destinos de las exportaciones de Ecuador	7
Balanza Comercial Total	8
Análisis de saldos de la balanza comercial por socio comercial	9
Inversiones	10
Precios de los principales productos de exportación	10
<b>NOTICIAS DE OFICINAS COMERCIALES DE PRO ECUADOR</b>	<b>13</b>
<b>MÉXICO - MÉXICO</b>	<b>13</b>
Productos ecuatorianos que compiten en el mercado mexicano con los otros países miembros de la Alianza del Pacífico	
<b>CHICAGO - ESTADOS UNIDOS</b>	<b>17</b>
Análisis de tendencias en el medio oeste de Estados Unidos	
<b>SAO PAULO - BRASIL</b>	<b>21</b>
El mercado de snacks (chips) de vegetales y plátano en Brasil	



## EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TOTALES MILLONES USD FOB

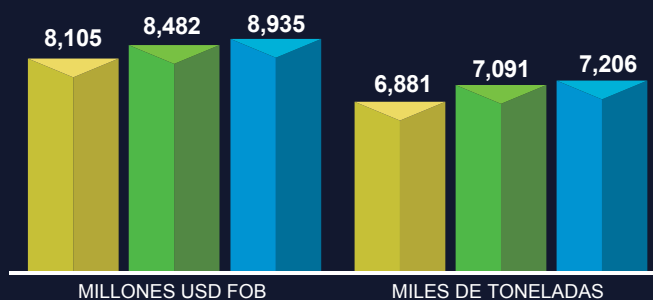


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

Las exportaciones no petroleras crecieron un 5.3% en el periodo de ene-ago 2019, durante este periodo nuestro país exportó USD 8,935 millones que representaron 7,206 mil toneladas.

## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS

■ 2017 ENE - AGO ■ 2018 ENE - AGO ■ 2019 ENE - AGO

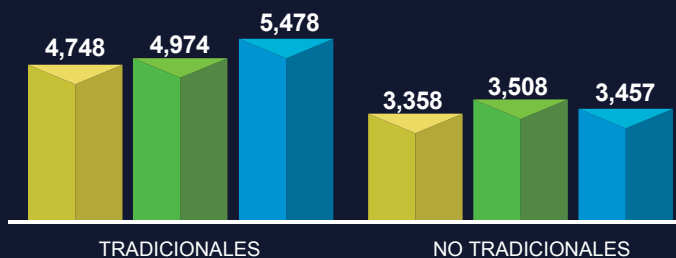


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

La exportación de productos tradicionales no petroleros<sup>1</sup> en ene-ago del 2019 creció un 10.14% en comparación con el mismo periodo del 2018, mientras que la exportación de productos no tradicionales<sup>2</sup> decreció el 1.46%.

## EXPORTACIONES NO PETROLERAS: TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES MILLONES USD FOB

■ 2017 ENE - AGO ■ 2018 ENE - AGO ■ 2019 ENE - AGO



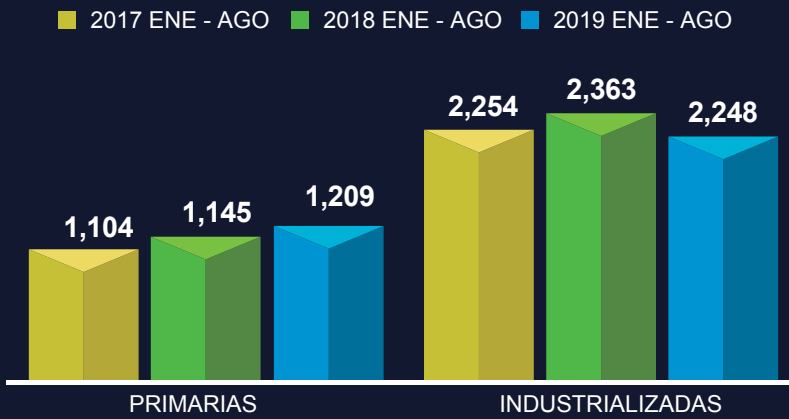
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

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-ago del 2019, creció en un 5.58% en comparación con el mismo periodo del 2018, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció el 4.87%.

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

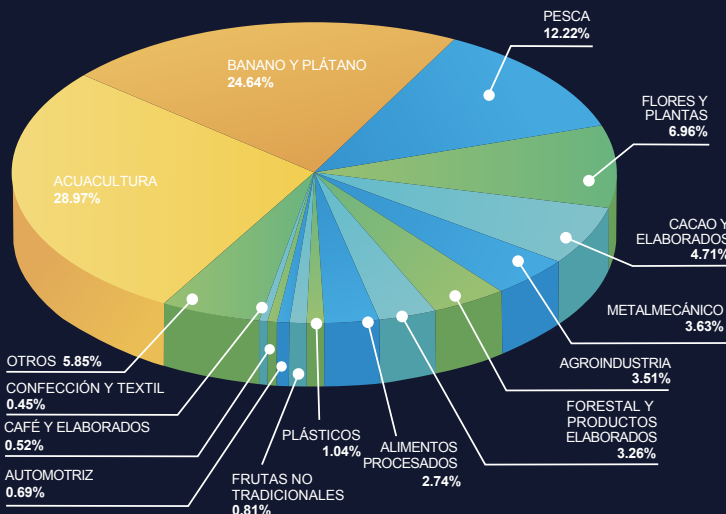


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.  
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

### PRINCIPALES PRODUCTOS NO PETROLEROS DE EXPORTACIÓN

En el periodo de ene-ago 2019, el sector acuicultura se constituyó como el principal sector de exportación con un 28.97% de participación del total de exportaciones no petroleras, seguido de banano y plátano con una participación del 24.64%, en tercer lugar se ubica pesca con 12.22% y en cuarto lugar se encuentra flores y plantas con el 6.96%. Sumando estos 4 grupos de productos, se tiene el 72.79% de las exportaciones no petroleras.

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



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 - AGOSTO				
#	SUBPARTIDA	PRODUCTO	MILES USD FOB	%PARTIC. 2018
1	0803.90.11.90	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO CAVENDISH	1,857,149	20.78%
2	0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LA FAMILIA PENAEDIAE) CONGELADOS	1,089,559	12.19%
3	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	889,551	9.96%
4	0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	458,759	5.13%
5	0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	372,217	4.17%
6	1801.00.19.90	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO, NO ORGÁNICO	351,397	3.93%
7	0803.90.11.10	BANANO FRESCO TIPO CAVENDISH ORGÁNICO CERTIFICADO	208,255	2.33%
8	1604.14.20.13	LISTADOS EN ACEITE	187,356	2.10%
9	1604.14.20.12	LISTADOS EN AGUA Y SAL	166,329	1.86%
10	0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS DE AGUA FRIA CONGELADOS	139,261	1.56%
11	7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	113,796	1.27%
12	0710.80.20.00	BRÓCOLI CONGELADO	83,527	0.93%
13	4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE MADERA	81,676	0.91%
14	1604.14.20.11	LOMOS PRECOCIDOS DE LISTADOS	78,814	0.88%
15	1604.14.1013	ATÚN DE ALETA AMARILLA EN ACEITE	77,875	0.88%
16	0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NCOP	68,808	0.77%
17	0803.10.10.00	PLÁTANOS (PLATAIN) FRESCOS (PARA COCCIÓN)	67,865	0.76%
18	0803.90.12.00	BANANA ORITO (MUSA ACUMINATA)	66,132	0.74%
19	1604.14.10.11	LOMOS PRECOCIDOS DE ATÚN DE ALETA AMARILLA	58,167	0.65%
20	0306.17.13.00	COLAS DE CAPARAZÓN SIN COCER, DE LANGOSTINOS GÉNERO PENAEDIAE	56,357	0.63%
LOS DEMÁS PRODUCTOS			2,462,237	27.56%
<b>TOTAL</b>			<b>8,935,087</b>	<b>100.00%</b>

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-ago 2019, fue Estados Unidos, con una participación del 19.82% de las exportaciones no petroleras, le siguieron China con un 18.02%, Rusia con un 6.33% y Colombia con 6.26%.

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 - AGO 2019

PAÍS	MILES USD FOB	PARTICIPACIÓN %
ESTADOS UNIDOS	1,771,175	19.82%
CHINA	1,610,097	18.02%
RUSIA	565,538	6.33%
COLOMBIA	559,084	6.26%
ESPAÑA	421,762	4.72%
PAÍSES BAJOS	353,065	3.95%
ITALIA	337,444	3.78%
VIETNAM	325,116	3.64%
PERÚ	224,402	2.51%
ALEMANIA	221,394	2.48%
FRANCIA	184,872	2.07%
CHILE	181,900	2.04%
TURQUÍA	152,314	1.70%
JAPÓN	126,789	1.42%
BÉLGICA	125,643	1.41%
ARGENTINA	124,269	1.39%
REINO UNIDO	109,214	1.22%
INDONESIA	81,153	0.91%
COREA DEL SUR	76,622	0.86%
ARABIA SAUDITA	72,942	0.82%
DEMÁS PAÍSES	1,310,292	14.66%
<b>TOTAL</b>	<b>8,935,087</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.



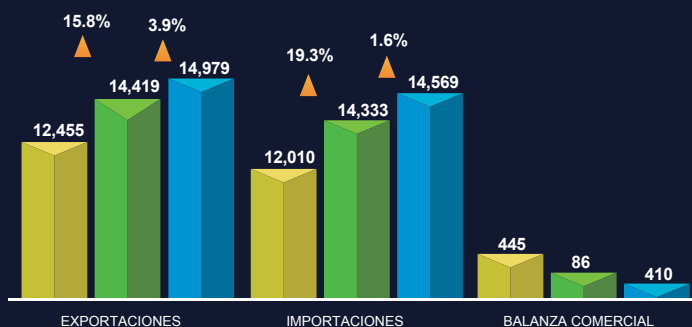


### BALANZA COMERCIAL TOTAL<sup>3</sup>

Durante ene-ago del 2019, se presenta un superávit en la balanza comercial total de USD 410 millones. Las exportaciones crecieron en un 3.9% al comparar con ene-ago del 2018, mientras que las importaciones crecieron en un 1.6%.

#### BALANZA COMERCIAL TOTAL MILLONES USD FOB

■ 2017 ENE - AGO ■ 2018 ENE - AGO ■ 2019 ENE - AGO



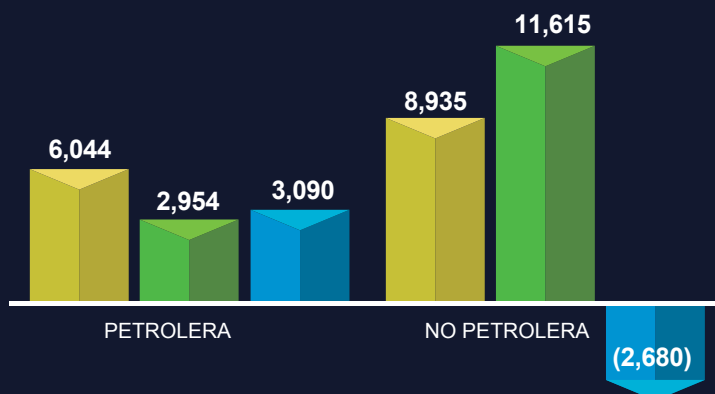
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

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 3,090 millones en ene-ago 2019, mientras que la balanza no petrolera es deficitaria en USD 2,680 millones para el mismo periodo de análisis.

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

■ EXPORTACIONES ■ IMPORTACIONES ■ BALANZA COMERCIAL



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

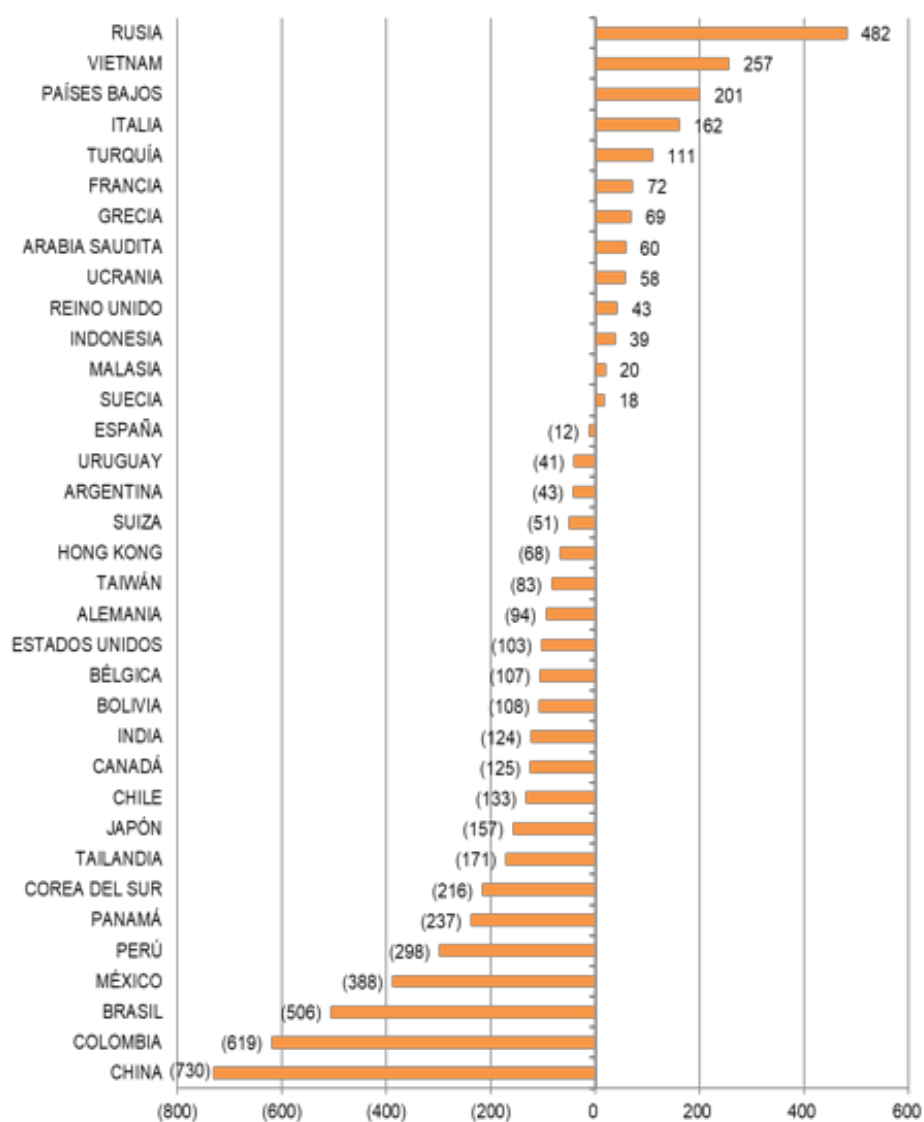


## ANÁLISIS DE SALDOS DE LA BALANZA COMERCIAL POR SOCIO COMERCIAL

El mayor saldo comercial no petrolero superavitario durante ene-ago del 2019 se mantuvo con Rusia por un monto de USD 482 millones, seguido de Vietnam con USD 257 millones y Países Bajos por USD 201 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 - AGO 2019

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



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.



## INVERSIONES

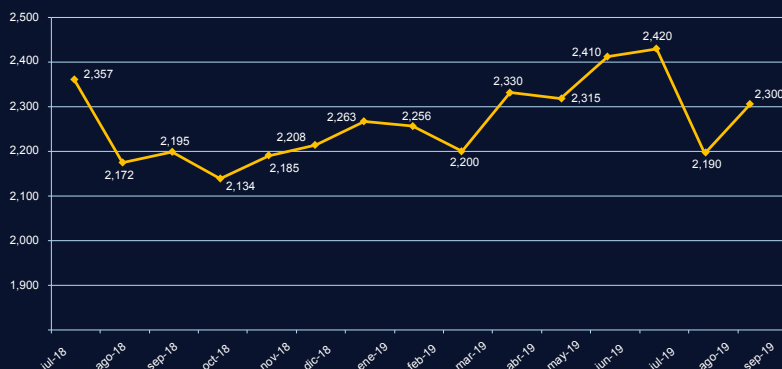
FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN ECUADOR POR PAÍS DE ORIGEN MILES USD					
PAÍS	2014	2015	2016	2017	2018
BERMUDAS	61	24	52	4,222	199,758
CANADÁ	228,997	73,686	(31,521)	(75,294)	197,504
HOLANDA	75,956	293,401	389,884	42,285	187,493
ESPAÑA	63,255	66,490	102,254	81,328	171,512
ISLAS CAIMÁN	12	-	90	68,744	111,391
URUGUAY	62,461	43,032	385	60,865	90,228
VENEZUELA	20,302	21,980	3,584	10,588	67,700
MÉXICO	4,196	1,935	8,259	6,695	61,679
CHINA	79,588	113,877	58,721	91,773	61,435
ESTADOS UNIDOS	13,559	187,693	87,598	35,055	59,616
OTROS PAÍSES	224,018	520,597	149,725	292,611	199,397
<b>TOTAL</b>	<b>772,405</b>	<b>1,322,716</b>	<b>769,031</b>	<b>618,873</b>	<b>1,407,713</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR.

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

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

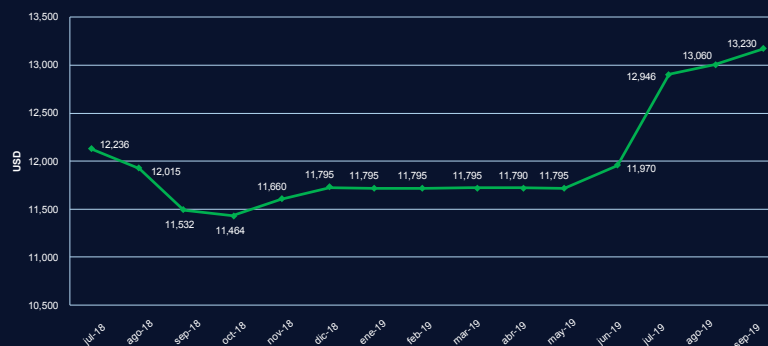


\* Se pronostica precio promedio en 2019 de 2,300 USD / Tonelada

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.

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 ORO USD / 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

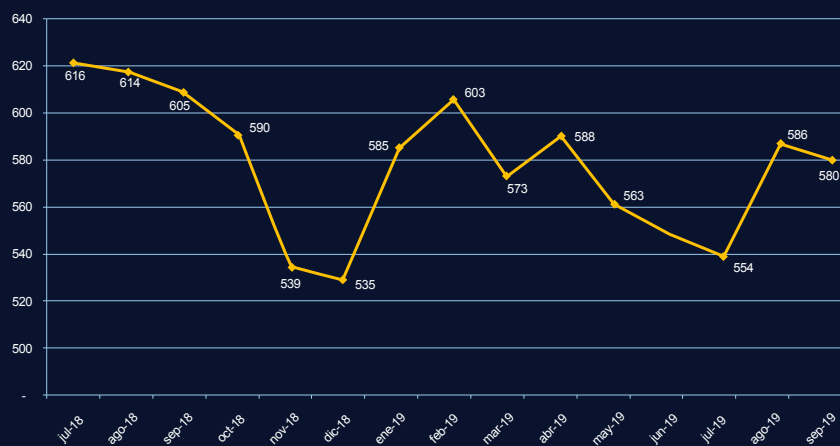
\* Para robusta se pronostica precio promedio en 2019 de 79.55 USD / Quintal

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





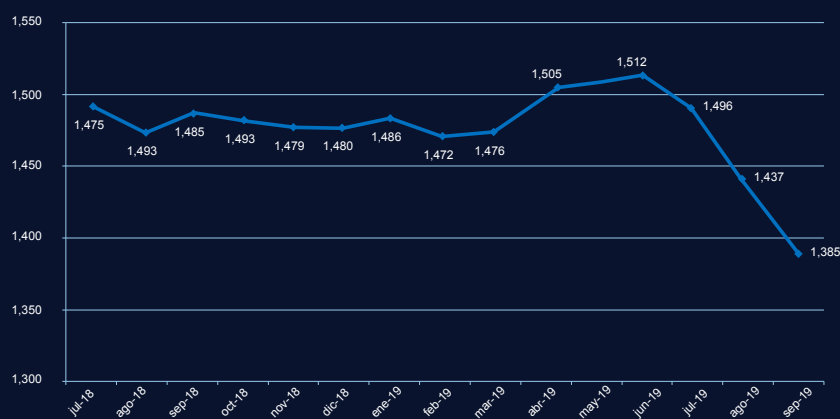
## PROMEDIO MENSUAL REFERENCIAL DE PRECIOS DE PALMA USD/TONELADA



\* 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.



# PRODUCTOS ECUATORIANOS QUE COMPITEN EN EL MERCADO MEXICANO CON LOS OTROS PAÍSES MIEMBROS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO



## MÉXICO - MÉXICO

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en México

### 1. Antecedentes sobre la integración del Ecuador a la Alianza del Pacífico.

La Alianza del Pacífico surge como una iniciativa económica para la integración regional de las economías latinoamericanas y para el desarrollo de una relación comercial con países asiáticos dentro de la cuenca del Pacífico.

El bloque está actualmente conformado por Chile, Perú, Colombia y México, como países miembro plenos, y que juntos, poseen aproximadamente el 40% del PIB y el 30% de la IED de Latinoamérica.



Ecuador posee un estatus de país observador, pero a partir de julio del presente año, ha iniciado el proceso para incorporarse como asociado con miras a ser miembro pleno. Dentro de los requisitos para su ingreso a la Alianza del Pacífico, es necesario que sostenga acuerdos comerciales bilaterales con los países que la conforman.

## 2. Relación comercial México – Ecuador.

Actualmente Ecuador cuenta con estos tratados de libre comercio con los países miembros, excepto con México; con el que, en lo relacionado a bienes, únicamente se tiene el Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N° 29. En los últimos años ambos países han trabajado por aumentar su comercio bilateral, el cual en promedio de 2015 a 2018 ha alcanzado los \$753 millones de dólares<sup>5</sup>.

En cuanto a las exportaciones que ha realizado Ecuador hacia México, el monto promedio (2015-2018), alcanza la cifra de los \$150,522 miles USD. Los principales productos de exportación durante este periodo son cacao, sardinas, aceite de palma, entre otros.

Sin embargo, algunos de estos productos no entran al territorio mexicano libres de gravamen, lo que hace que la oferta exportable ecuatoriana no sea tan atractiva para este mercado frente a competidores provenientes de los países que conforman a la Alianza del Pacífico, que cuentan con mayores beneficios arancelarios.

### PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN AL MERCADO MEXICANO (2015-2018)

CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	EXPORTACIONES PROMEDIO (2015-2018) MILES USD	ARANCEL APLICADO POR MÉXICO A LAS IMPORTACIONES PROVENIENTES DE ECUADOR
1801.00.01	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO	\$56,421	NO NEGOCIADO. REFERENCIA SIAVI - EX
1604.13.01	SARDINAS	\$20,634	APP NO. 29 ECUADOR - 0%
1511.10.01	ACEITE EN BRUTO	\$12,177	PAR NO. 4 ECUADOR - 1.8%
2710.19.05	FUELOIL (COMBUSTÓLEO)	\$8,000	PAR NO. 4 ECUADOR - 0%
15.13.21.01	ACEITE EN BRUTO	\$6,244	PAR NO. 4 ECUADOR - 1.8%
1704.90.99	ARTÍCULOS DE CONFITERÍA SIN CACAO, INCL. EL CHOCOLATE BLANCO (EXC. CHICLE) LOS DEMÁS	\$4,303	PAR NO. 4 ECUADOR - AMX: 12% +0.22 DIS POR KG DE AZÚCAR
3004.90.29	TABLETAS A BASE DE BICALUTAMIDA	\$3,109	PAR NO. 4 ECUADOR - 0%
2101.11.01	CAFÉ INSTANTÁNEO SIN AROMATIZAR	\$2,813	AAP NO. 29 ECUADOR - 4.5%
8526.92.99	APARATOS DE RADIOTELEMANDO. LOS DEMÁS	\$2,560	PAR NO. 4 ECUADOR - 6%
1511.90.99	ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES, INCL. REFINADOS, SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE (EXC. ACEITE...) LOS DEMÁS.	\$1,925	PAR NO. 4 ECUADOR - 3%

Fuente: TradeMap y SIAVI. WEB SITE <http://www.economia-snci.gob.mx/>  
Elaboración: OCE México

<sup>5</sup> Secretaría de Economía: Ecuador  
[http://www.economia-snci.gob.mx/sic\\_php/pages/estadisticas/](http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/estadisticas/)



### 3. Competencia que representan los países de la Alianza del Pacífico para el Ecuador en el mercado mexicano.

Este análisis se basa en las exportaciones hacia México registradas en TradeMap. No toma en cuenta la producción local ni exportaciones mexicanas hacia los países de la Alianza del Pacífico y el resto del mundo que se analizará posteriormente.

México es un mercado altamente atractivo para el Ecuador dentro de Latinoamérica por diferentes aspectos; como por su tamaño de mercado de cerca de 125 millones y su poder adquisitivo con un PIB per cápita de \$9,698 USD según los datos de 2018 del Banco Mundial. Sin embargo, ante su posible entrada a la Alianza del Pacífico es importante analizar la competencia que los países miembros le representan a la oferta exportable ecuatoriana dentro de este mercado.

Históricamente, Ecuador ha mantenido una participación menor en las exportaciones a México en comparación con Chile, Colombia y Perú en el periodo analizado, estos tres países en conjunto exportan alrededor de \$2,975,824 miles USD más a México. En cuanto a productos, también existe una fuerte competencia, por ejemplo, hay 55 productos en común con los que los 4 países compiten actualmente en México y adicionalmente existen otros con los que compiten a nivel bilateral dentro del mismo mercado, en la mayoría con desventajas por la ausencia de un tratado bilateral con México.

#### PRODUCTOS EN COMÚN CON LOS QUE COMPITE EL ECUADOR CON LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO EN EL MERCADO MEXICANO (2015-2018)

PAÍS	PRODUCTOS EN COMÚN CON LOS QUE COMPITEN EN EL MERCADO MEXICANO	DE LOS CUALES, ECUADOR EXPORTA VALORES MAYORES	DE LOS CUALES, EL PAÍS COMPETIDOR EXPORTA VALORES MAYORES
CHILE	89	24	65
COLOMBIA	127	41	86
PERÚ	103	35	68

Fuente: TradeMap <https://www.trademap.org/Index.aspx>  
Elaboración: OCE México

### 4. Oportunidades para la oferta exportable ecuatoriana en México, frente a la competencia de productos que Chile, Colombia y Perú envían a México

Es importante evaluar a estos productos en común con los que actualmente el Ecuador compite con Chile, Colombia y Perú en México, para identificar oportunidades de oferta exportable y trabajar en políticas que ayuden a disminuir algunas desventajas con las que pueda estar compitiendo, como aranceles o regulaciones no arancelarias, que ayuden a aumentar el comercio en la región, así como la competitividad de los productos ecuatorianos, y en



aquellos productos identificados dentro de las principales exportaciones que envía Ecuador a México, en los que ya se ha realizado algún tipo de negociación para la reducción o eliminación de aranceles, se vuelve importante estudiar otros factores de competitividad que hacen que los importadores mexicanos prefieran comprar a los proveedores de los países competidores que conforman a la Alianza del Pacífico.

## PRINCIPALES PRODUCTOS EN COMÚN CON LOS QUE COMPITE ECUADOR CON CHILE, COLOMBIA Y PERÚ EN EL MERCADO MEXICANO

EXPORTACIONES PROMEDIO (2015-2018) MILES USD.						
CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	ECU-MX	CHI-MX	COL-MX	PER-MX	ARANCEL APLICADO POR MÉXICO
1511.10.01	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	\$12,177	#N/A	\$39,112	\$3,416	PAR NO. ECUADOR - 1.8%
2710.19.05	ACEITES MEDIOS Y PREPARACIONES, DE PETRÓLEO DE MINERAL BITUMINOSO FUELOIL (COMBUSTÓLEO)	\$8,000	\$12	\$22,134	\$41,167	PAR NO.4 ECUADOR - 0%
1513.21.01	ACEITES DE ALMENDRA DE PALMA O BABASÚ, EN BRUTO	\$6,244	#N/A	\$9,695	\$777	PAR NO.4 ECUADOR - 1.8%
3004.90.29	TABLETAS DE BASE DE BICALUTAMIDA	\$3,109	\$3,363	\$14,744	\$444	PAR NO.4 ECUADOR - 0%
2101.11.01	CAFÉ INSTANTÁNEO SIN AROMATIZAR	\$2,813	#N/A	\$22,871	#N/A	AAP NO. 29 ECUADOR - 4.5%
7602.00.01	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ALUMINIO	\$1,616	\$462	\$2,290	\$818	PAR NO.4 ECUADOR - 0%
3920.20.01	PLACAS, LÁMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE POLÍMEROS NO CELULARES DE PROPILENO Y SIN ESFUERZO...	\$1,322	\$1,012	\$19,377	\$10,459	PAR NO. 4 ECUADOR - 0%
7007.19.01	VIDRIO TEMPLADO (EXC. DE DIMENSIONES Y FORMATOS QUE PERMITAN SU EMPLEO EN AUTOMÓVILES, AERONAVES, ..)	\$888	\$4,262	#N/A	#N/A	PAR NO. 4 ECUADOR - 9%
4805.19.99	PAPEL PARA ACANALAR, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BONINAS "ROLLOS"	\$852	\$3,114	\$17	\$1,192	PAR NO. 4 ECUADOR - 0%

Fuente: TradeMap y SIAVI. WEB SITE <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Elaboración: OCE México

Nota: #N/A se refiere a que ese país no realiza exportaciones para ese producto a México

Adicionalmente, existen productos de la oferta exportable ecuatoriana que envía a mercados similares al mexicano, dentro de la región de América Latina y el Caribe, con posibles oportunidades para aumentar los valores de sus actuales exportaciones o bien para comenzar a incursionar al mercado mexicano ya que no exporta esos productos (1,008 productos) a este territorio, pero sí a la región en la que se encuentra. Por ejemplo, en productos como el azúcar de caña (1701.99) entre 2015-2018 ha exportado un valor promedio de \$19.4 millones USD a la región y \$0 a México (este análisis no toma en cuenta la producción y exportaciones mexicanas).

## PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA A LATINOAMÉRICA QUE NO SE EXPORTA A MÉXICO

CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PROMEDIO DE EXPORTACIONES (2015-2018)-MILES USD			
		ECU A LAT Y NO MX	CHILE A MX	COLOMBIA A MX	PERÚ A MX
170199	AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA Y SACAROSA QUÍMICAMENTE PURA, SÓLIDOS (EXC. LOS CON ADICIÓN DE AROMATIZANTE)	\$19,471	\$0	\$3	\$0
691090	FREGADEROS "PILETAS PARA LAVAR" LAVABOS, PEDESTALES DE LAVABO, BAÑERAS, BIDÉS, INODOROS, CISTERNAS	\$9,741	\$1	\$0	\$9
830990	TAPONES, TAPAS, INCL. LAS TAPAS ROSCADAS Y LOS TAPONES VERTEDORES, CÁPSULAS PARA BOTELLAS,...	\$4,434	\$2,347	\$105	\$21
691090	FREGADEROS "PILETAS PARA LAVAR" LAVABOS, PEDESTALES DE LAVABO, BAÑERAS, BIDÉS, INODOROS, CISTERNAS	\$3,952	\$0	\$2,032	\$0
390761	CON UN ÍNDICE DE VISCOSIDAD IGUAL O SUPERIOR A 78ML/G	\$3,404	\$0	\$97	\$2,538

Fuente: TradeMap <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Elaboración: OCE México



An aerial photograph of a city skyline, likely Chicago, featuring several prominent skyscrapers with glass facades. The buildings are reflected in the water of a river below. The sky is blue with scattered white clouds. The overall scene is captured during the day, with some buildings showing interior lights.

# ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN EL MEDIO OESTE DE ESTADOS UNIDOS

## CHICAGO – ESTADOS UNIDOS

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Chicago

El Medio Oeste de Estados Unidos incluye 13 Estados: Illinois, Ohio, Michigan, Indiana, Missouri, Wisconsin, Minnesota, Kentucky, Iowa, Kansas, Nebraska, Dakota del Sur y Dakota del Norte. Los Estados antes mencionados conforman aproximadamente 22% de la población de E.E.U.U. y 21% del Producto Interno Bruto.





Individualmente los Estados cuentan con las siguientes cifras:

ESTADO	POBLACIÓN	PIB (MILLONES USD)	PER CÁPITA	CAMBIO DE PIB POR CIENTO (2017-2018)
ILLINOIS	12,741,080	879,947	69063.77	2.1
OHIO	11,689,442	689,139	58953.97	1.8
MICHIGAN	9,995,915	537,087	53730.65	2.7
INDIANA	6,691,878	371,629	55534.34	1.9
MISSOURI	6,126,452	323,287	52769.04	2.3
WISCONSIN	5,813,568	342,470	58908.75	2.5
MINNESOTA	5,611,179	374,920	66816.62	2.2
KENTUCKY	4,468,402	211,621	47359.44	1.4
IOWA	3,156,145	192,608	61026.35	1.4
KANSAS	2,911,505	169,558	58237.23	1.9
NEBRASKA	1,929,268	124,742	64657.68	1.5
S. DAKOTA	882,235	52,544	59557.83	1.3
N. DAKOTA	760,077	55,657	73225.48	2.5
TOTAL M OESTE	72,777,146	4,325,209	59430.87	2.1
TOTAL EE.UU.	330,744,054	20,865,140	63085.46	2.9
% EE.UU.	22.0%	21%		

Dentro del Medio Oeste de Estados Unidos se encuentran ciudades importantes con respecto a comercio y distribución. Las ciudades de mayor importancia son:

#### DIEZ ÁREAS METROPOLITANAS MÁS GRANDES (POR POBLACIÓN)

CHICAGO METRO	9,498,716
DETROIT METRO	4,326,442
MINNEAPOLIS-ST PAUL	3,629,190
ST. LOUIS METRO	2,805,465
CINCINNATI METRO	2,190,209
KANSAS CITY METRO	2,143,651
COLUMBUS METRO	2,106,541
CLEVELAND METRO	2,048,703
INDIANAPOLIS METRO	2,048,703
MILWAUKEE METRO	1,576,113

El centro económico del Medio Oeste del EE. UU. es la ciudad de Chicago, la ciudad más grande con respecto a la población y PIB. Chicago a su vez es la tercera ciudad más grande en el EE.UU. por población, la séptima ciudad más grande en el mundo por PIB, y está dentro de los 20 mejores centros financieros en el mundo (según el índice de Global Financial Centers Index).



## Perspectiva Económica

El empleo del Medio Oeste de Estados Unidos es alto en comparación al resto del país. A pesar de solo contar con 22% de la población de EE. UU, las plazas de trabajo corresponden en un 24% a la población del Medio Oeste de Estados Unidos. La población en el Medio Oeste cuenta con una tasa de propiedad 4% más alta que el promedio nacional. Estas tendencias demuestran la estabilidad económica y capacidad de crecimiento que existe en el Medio Oeste.

Comercialmente, el Medio Oeste tiene varios negocios claves que estimulan el crecimiento y ofrecen oportunidades para la comercialización de productos ecuatorianos. Los negocios más grandes son los siguientes:

NEGOCIO	ESTADO	CAPITALIZACIÓN DE MERCADO (MM USD)	CLASIFICACIÓN DE FORTUNE 500
BERKSHIRE HATHAWAY	NEBRASKA	493,870.3	4
UNITEDHEALTH GROUP	MINNESOTA	237,255.5	6
FORD MOTORS	MICHIGAN	35,028.0	12
GENERAL MOTORS	MICHIGAN	52,291.7	13
CARDINAL HEALTH	OHIO	14,349.5	16
WALGREENS BOOTS ALLIANCE	ILLINOIS	56,691.7	17
KROGER	OHIO	19,630.8	20

El Medio Oeste de Estados Unidos es sede de 7 de las 20 empresas de mayor valor a nivel nacional. En cuanto a tipos de empleo, 23% de los trabajos corresponden a servicios de alimentos, 22% de trabajos corresponden a la venta al por menor, y 34% de trabajos corresponden a la producción. Al ser el Medio Oeste una zona con importante presencia industrial, los productos agrícolas ecuatorianos tienen gran oportunidad a largo plazo y con cierta estabilidad.

## Perfil del Consumidor por los datos

Los estados dentro del Medio Oeste de Estados Unidos tienen un PIB ligeramente más bajo en comparación con el promedio nacional. El costo de vida de 12 de los 13 estados está por debajo del promedio nacional.

El ingreso per cápita promedio después de los impuestos (excepto Kentucky) es de \$62,106 en comparación a un promedio nacional de \$65,623 (5% menos). Los consumidores del Medio Oeste gastan 5% menos en transporte, 12% menos en electricidad, y 13% menos en vivienda, no obstante, gastan 6% más en artículos domésticos y 12% más en entretenimiento. En el Medio Oeste, la población gasta en promedio 81% de sus ingresos, lo cual representa 1% más que el promedio nacional.

El Medio Oeste creció 2.1% en PIB, 2.3% en ingreso después de los impuestos, y 1.6% en gastos personales. Además, los activos menos los pasivos crecieron per cápita 2% más del promedio nacional. Los ingresos per cápita son menores que el promedio nacional, no obstante, los gastos discrecionales, generación de riqueza, y ritmos de gastos altos, brindan oportunidad para la comercialización de los productos ecuatorianos en el Medio Oeste de Estados Unidos. Actualmente los americanos del medio oeste de EE.UU. gastan menos en productos provenientes de Ecuador, sin embargo, estas tendencias están cambiando. El consumo de mariscos creció 13%, el consumo de frutas frescas creció 5%, y el consumo de los vegetales creció 7% en



el periodo enero – diciembre 2017 a 2018 en el Medio Oeste. Existe un gran potencial para promocionar productos frescos (vegetales, frutas, mariscos, etc) a consumidores del Medio Oeste específicamente.

### **Tendencia del Consumo**

Varias tendencias se han observado dentro del EE.UU. y el Medio Oeste, las cuales brindan grandes oportunidades para el crecimiento de las exportaciones ecuatorianas. En los supermercados, el consumo de las frutas y vegetales orgánica aumenta gradualmente. Frutas no tradicionales, tal como pitahaya, maracuyá, tomate de árbol y uvilla, tienen gran potencial de ingreso al mercado por sus beneficios alimentarios y su apariencia.

Otra tendencia emergente son los procesados gourmet. Las empresas americanas han comenzado a empaquetar y comercializar productos de frutas y vegetales en snack, productos dirigidos a los padres y niños como parte de campañas de "regreso a la escuela". Así mismo, hay una gran oportunidad para el mercado HORECA, ya que varios restaurantes, hoteles y cafeterías están buscando mejorar su calidad.

Finalmente, la industria de construcción espera tener gran crecimiento. Se espera tener construcción de varios hospitales, fábricas, comercio minorista e infraestructura. Estos nuevos proyectos ofrecen oportunidad para productos ecuatorianos tal como la tagua, balsa, plástico, entre otros.

### **Finanzas**

Además de ser un importante centro de comercio, Chicago también es el principal centro financiero dentro del Medio Oeste. El "Chicago Board of Trade" es el mercado de derivados financieros con los mayores intercambios de futuros y opciones del mundo. Chicago también alberga numerosas empresas de servicios financieros en industrias diversas con continuo crecimiento. Una de las empresas más destacadas dentro del mundo de las finanzas es Citadel, el undécimo fondo de cobertura más grande del mundo. Chicago también es sede regional de muchas de las principales instituciones financieras de Estados Unidos. Estos incluyen Goldman Sachs, JP Morgan Chase, Bank of America, Morgan Stanley y muchos otros. Chicago También es un centro de inversión. El capital de riesgo y las empresas de capital privado a menudo eligen Chicago para sus oficinas del medio oeste. Un distrito de negocios en crecimiento atrae a "startups" con algunos de los rendimientos más altos de los Estados Unidos.

Además de Chicago, otras ciudades del Medio Oeste albergan sectores financieros en crecimiento. Minneapolis y Saint Paul, Minnesota, albergan activos bancarios con un valor de 509 mil millones de dólares y sedes regionales para una serie de empresas de tecnología. Los costos de vida más bajos y los valores de propiedad más bajos atraen gradualmente a los negocios.

#### **Fuentes**

- <https://www.bls.gov/oes/>
- <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045218>
- <https://www.bls.gov/web/laus/laumstrk.htm>
- <https://fitsmallbusiness.com/best-states-to-start-a-business/>
- <http://www.stateincentives.org/>
- <https://www.cnbc.com/2018/07/10/americas-top-states-for-business-2018>
- [https://www.bea.gov/system/files/2019-04/qgdpstate0519\\_4.pdf](https://www.bea.gov/system/files/2019-04/qgdpstate0519_4.pdf)
- <https://www.census.gov/>
- <https://www.mapchart.net/>





# EL MERCADO DE SNACKS (CHIPS) DE VEGETALES Y PLÁTANO EN BRASIL

SAO PAULO - BRASIL

Elaborado por: Oficina Comercial de PRO ECUADOR en Sao Paulo

De manera global, el consumo de snacks (productos complementarios a las comidas principales), está en crecimiento.

Los snacks de sal conocidos localmente como chips, salgadinhos o petiscos son populares en Brasil y su consumo es generalizado entre la población.

En Brasil, en ciudades grandes, como São Paulo o Rio de Janeiro, el consumo de snacks, se lo realiza generalmente fuera del hogar y es común hacerlo entre el almuerzo y la cena, como un refrigerio, esto se explica en que son ciudades con un estilo de vida agitada, con grandes distancias para los traslados y una alta concentración de vehículos, que impiden alimentarse en casa o en algunos casos, alimentarse en las horas que corresponden.

También es común el consumo de snacks en reuniones sociales como una especie de "picadas".

De acuerdo a Euromonitor, el mercado de snacks de sal está en continuo crecimiento; en el año 2017, las ventas alcanzaron los \$15.5 mil millones de reales (\$4,400 millones de USD) y se estima que hasta el año 2022, el valor de las ventas en este segmento crecerá hasta llegar a un valor de \$17.1 mil millones de reales (con un crecimiento anual promedio del 2%).

En Brasil el mercado de snacks de sal está dominado por PepsiCo, que maneja las marcas Lay's, Ruffles, Doritos, Cheetos y otras más.

Las tendencias del consumidor actual, orientadas al consumo de productos más saludables y amigables con el ambiente, han obligado a las empresas a innovar sus productos tanto en su presentación como en su contenido, y esto, también ha contribuido a que este mercado presente un comportamiento positivo.

Bajo este contexto, la multinacional ha concentrado sus esfuerzos en desarrollar productos con bajos niveles de azúcar, de grasas saturadas y de sal.

También se destaca el crecimiento de la oferta de snacks de vegetales, semillas y pan, que son considerados por el consumidor como los "healthy snacks".

Generalmente los healthy snacks tienen una presentación más elegante y por consiguiente un precio superior al promedio.

Algunas marcas solo se consiguen en tiendas gourmet o están ubicadas en secciones especiales en las cadenas de supermercados; en algunos casos, también es posible encontrar oferta en farmacias.

En esta categoría (healthy snacks), existe una mayor aceptación por los chips de vegetales, donde sobresalen los chips de mandioca (yuca) o tapioca (harina de yuca), esto se explica en que Brasil es uno de los principales productores del mundo de mandioca.



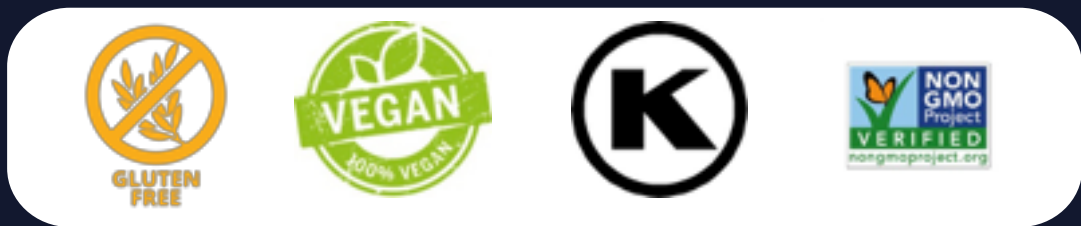




También existen los chips de banana o plátano, en este sentido, a pesar de que Brasil es uno de los principales productores y consumidores de banana del mundo, los chips de banana generalmente tienen un precio y una presentación que se ajusta más a la categoría de productos gourmet (también es posible encontrar chips de plátano dulce).



Es común que estos productos cuenten con certificaciones como gluten free, producto vegano, producto Kosher, producto no modificado genéticamente, entre otras.



En los supermercados brasileños, para este tipo de productos, es posible encontrar productos importados, sin embargo, predomina la oferta de productos de origen local.

De acuerdo a cifras oficiales del Ministerio de Industrias, Comercio Exterior y Servicios de Brasil, en el año 2018, las importaciones de Brasil de productos clasificados bajo la partida 200599, en donde se clasifican los chips de vegetales, suman \$ 6.9 millones de dólares (la mayor parte de Argentina y España), mientras que las importaciones de la partida 200899, en donde se clasifican los chips de banana/plátano, suman \$ 3.2 millones de dólares (la mayor parte de Chile); sin embargo, se debe considerar que en estas partidas también ingresan otros productos.



Los impuestos que aplica Brasil a la importación de estos productos son:

#### IMPUESTOS A LA IMPORTACIÓN

<b>IMPUESTO DE IMPORTACIÓN (II)</b>	<b>14%</b>
<b>IMPUESTO DE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS (IPI)</b>	<b>N/A</b>
<b>PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOCIAL (PIS)</b>	<b>2.10%</b>
<b>CONTRIBUCIÓN PARA FINANCIAMIENTO DE SEGURIDAD SOCIAL (COFINS)</b>	<b>9.65%</b>

Bajo el marco de la ALADI, por el Acuerdo de Complementación Económica (ACE59), los productos importados desde Ecuador están exentos del pago del Impuesto de Importación (II).

Como referencia, dependiendo del producto, del contenido neto, del origen y del lugar de compra, el precio al consumidor final puede variar entre \$ 5.00 y \$ 10.00 reales en supermercados (\$1.40 a \$2.85 dólares) y hasta los \$ 20.00 reales en tiendas gourmet (\$5.70 dólares).

Finalmente, Brasil es un país de más de 200 millones de habitantes, y a pesar de que las importaciones de este producto son relativamente menores, esto no significa que no existan oportunidades para el ingreso de productos ecuatorianos, especialmente si los mismos cumplen con las características que exigen las tendencias actuales del consumidor.

#### Fuentes y links de interés

- Ministerio de Industrias, Comercio Exterior y Servicios de Brasil (ComexStat)  
<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>

- Ministerio de Economía de Brasil  
<http://www.receita.fazenda.gov.br/Aplicacoes/ATRJO/SimuladorImportacao/default.htm>

- Euromonitor  
<http://www.euromonitor.com/>



MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,  
COMERCIO EXTERIOR,  
INVERSIONES Y PESCA



EL  
GOBIERNO  
DE TODOS



**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