



DRAFT REPORT

**ECUADOR
INDUSTRIA DE LA
VESTIMENTA**

Tabla de contenido

1.	Resumen Ejecutivo	4
2.	Información General.....	5
3.	Situación Económica y de Coyuntura	6
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas.....	6
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos	6
3.3	Nivel de Competitividad.....	6
4.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	7
4.1	Intercambio Comercial de bienes Ecuador con el Mundo	7
4.2	Intercambio Comercial Perú – Ecuador	8
5.	Acceso al Mercado	10
5.1.	Medidas Arancelarias	10
5.2.	Medidas No Arancelarias.....	12
5.3.	Otros impuestos aplicados al comercio	13
6.	Oportunidades Comerciales	13
6.1.	Preferencias Obtenidas por acuerdos comerciales	13
6.2.	Productos con Potencial Exportador	13
7.	Tendencias del consumidor.....	17
8.	Cultura de Negocios.....	17
9.	Bibliografía.....	18

1. Resumen Ejecutivo

Ecuador, oficialmente denominado República del Ecuador, es un país latinoamericano ubicado en la parte noroccidental de Sudamérica. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. El océano Pacífico baña la costa occidental y lo separa de las Islas Galápagos, ubicadas mil kilómetros al oeste. Una sección volcánica de la cordillera de los Andes divide el territorio de norte a sur, dejando a su flanco occidental el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa, y al oriente, la Amazonía. Ecuador ocupa un área de 283 561 km², por lo que se trata del cuarto país más pequeño del subcontinente.

Las tres mayores urbes del Ecuador, resaltan por las diferentes actividades políticas, financieras y comerciales de estas ciudades, las cuales son: Guayaquil se destaca por la actividad comercial, aquí se encuentra localizado el Puerto Marítimo Simón Bolívar, siendo el punto más importante de entrada y salida de la carga que moviliza el país, representando más del 70% del comercio exterior ecuatoriano. Quito, es la ciudad sede del Gobierno central, así como de las principales instituciones del sector público y de numerosas empresas privadas tanto nacionales como extranjeras. Cuenca, es la tercera ciudad más poblada del país, atrae a muchos turistas por su riqueza cultural y colonial así como por su tranquilidad; aquí se desarrolla principalmente la industria artesanal y de cerámica.

En el tema competitivo según el Raking del Doing Business Ecuador se encuentra en la posición 123 de 190 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios.

Se espera que Ecuador tenga un crecimiento del PBI de 1,1%, una tasa de inflación de 0.3% y un porcentaje de desempleo de 3.7%. En el tema comercial el año 2018, el intercambio comercial de Ecuador con el mundo fue de US\$ 44 626 millones, en tal sentido las exportaciones fueron US\$ 21 606 millones, lo cual significó un crecimiento de +13.0% con respecto al año anterior. Por el lado de las importaciones estas fueron US\$ 23 020 millones, lo cual también significó un crecimiento de 16.0% con respecto al año anterior.

En relación a la integración económica comercial de Ecuador, actualmente cuenta con 17 acuerdos comerciales, destacando sistemas de preferencias comerciales con Australia, Estados Unidos, Japón, Suiza, Noruega, Turquía, Nueva Zelanda, Rusia, Bielorrusia, Kazajstán, entre otros.

Las exportaciones peruanas al mercado de Ecuador totalizaron un valor de US\$ 858 millones, lo cual significó un crecimiento de 5,5% con respecto al año anterior. A la fecha Ecuador se ubica como nuestro 13avo destino de las exportaciones totales y 3er destino de las exportaciones no tradicionales. Por otro lado, el intercambio comercial Perú – Ecuador totalizó un valor de US\$ 2 739 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 16,4% con respecto al año anterior. Los envíos no tradicionales, lideran el crecimiento de las exportaciones peruanas, con un valor de US\$ 768 millones, significando un crecimiento de 8,0% con respecto al año anterior, por otro lado, las exportaciones tradicionales totalizaron un valor de US\$ 90 millones, lo cual significó una ligera caída de -11,8%.

2. Información General



Ecuador se encuentra localizado al noroeste de América del Sur. Limita por el norte con Colombia, por el sur y el este con Perú y por el oeste con el Océano Pacífico. Tiene una extensión territorial de 283,560 km², en los que se incluyen las Islas Galápagos, situadas a 956 km del territorio continental.

Este país se divide administrativamente en 22 provincias y, la capital de la República es la ciudad de Quito. Por otro lado, el idioma oficial es el castellano; y en los negocios se utilizan tanto este idioma como el inglés.

En relación al entorno macroeconómico proyectado para el 2018, se espera que Ecuador tenga un crecimiento del PBI de 1,1%, una tasa de inflación de 0.3% y un porcentaje de desempleo de 3.7%. Por

otro lado, en el 2017 se estima una población de 16.8 millones con una tasa de crecimiento poblacional de 1.50% respecto al último censo realizado en el año 2010 y una densidad demográfica de 63 habitantes por kilómetro cuadrado, siendo las principales ciudades del Ecuador, consideradas así por el número de habitantes las siguientes: Guayaquil (2,617,349), Quito (2,597,989), Cuenca (591,996), Santo Domingo de los Tsáchilas (426,910), Ambato (369,578) y Portoviejo (310,582).

La población ecuatoriana es étnicamente diversa, y está constituida por personas de raza mestiza (65% del total), indígena (25%), blanca (7%) y afro-ecuatoriana (3%). Asimismo, esta población es relativamente joven: el 29.5% tiene menos de catorce años y solo un 6.5% de las personas que habitan el país han pasado los sesenta años, además la esperanza de vida que tiene actualmente es de 75.8 años. Con respecto a la religión, el 95% de la población es católica.

En relación a la integración económica comercial de Ecuador, actualmente cuenta con 17 acuerdos comerciales, destacando sistemas de preferencias comerciales con Australia, Estados Unidos, Japón, Suiza, Noruega, Turquía, Nueva Zelanda, Rusia, Bielorrusia, Kazajstán, entre otros.

3. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1: Principales Variables Económicas

Indicadores Económicos	2014	2015	2016	2017	2018*	2019*	2020*	2021*
Crecimiento del PBI (%)	3.8	0.1	-1.2	2.4	1.1	-0.5	0.2	1.2
PBI per cápita (US\$)	6 347	6 099	6 046	6 216	6 315	6 155	6 152	6 227
Tasa de inflación (%)	3.7	3.4	1.1	-0.2	0.3	0.5	1.6	1.5
Tasa de desempleo (%)	3.8	4.8	5.2	4.6	3.7	4.3	4.7	4.8

Fuente: FMI, (* Estimado). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

Tipo de cambio

Ecuador ha adoptado desde el 2000 el dólar estadounidense. El sucre fue la antigua moneda de curso legal en Ecuador. Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto:

1 USD = 3.30647 PEN
US Dollar ↔ Peruvian Sol
1 USD = 3.30647 PEN
1 PEN = 0.302437 USD

Fuente: <https://bit.ly/2vx1CaS>

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Ecuador maneja una política económica de apertura comercial, asimismo es uno de los países menos diversificados de América Latina, dependiendo en gran medida del petróleo y la agricultura. El gobierno de Ecuador ha dependido del gasto público para impulsar su economía. Gran parte de estos fondos ha destinado mejoras en infraestructura, educación y desarrollo de habilidades laborales.

Ecuador tiene una gran riqueza natural, está ubicado geográficamente en la línea ecuatorial que le da su nombre, lo cual le permite tener un clima estable casi todos los meses del año con las consecuencias positivas para el sector agrícola; posee petróleo en cantidades que, si bien no lo ubican como un país con grandes reservas, pero las tiene cantidad suficiente para su desarrollo. El país tiene importantes reservas ecológicas y turísticas en cuyo aprovechamiento puede estar el sustento para su progreso

3.3 Nivel de Competitividad

A continuación, se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú como Ecuador.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2018

Criterios	Ecuador	Perú
Facilidad de hacer negocios	123	68
Apertura de un negocio	168	125

Manejo permiso de construcción	113	54
Obtención de electricidad	94	67
Registro de propiedades	75	45
Obtención de crédito	112	32
Protección de los inversionistas minoritarios	125	51
Pago de impuestos	143	120
Comercio transfronterizo	109	110
Cumplimiento de contratos	79	70
Resolución de la insolvencia	158	88

Fuente: Doing Business 2018. Banco Mundial. Elaboración PROMPERÚ

4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Ecuador con el Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Ecuador- Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var % Prom. 2018/2014	Var% 18/17
Exportaciones	25 724	18 331	16 798	19 122	21 606	-4,3%	13,0%
Importaciones	27 518	21 387	16 189	19 845	23 020	-4,4%	16,0%
Balanza comercial	-1 794	-3 057	609	-722	-1 414	-5,8%	95,6%
Intercambio comercial	53 243	39 718	32 986	38 967	44 626	-4,3%	14,5%

Fuente: TradeMap Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones del Ecuador al mundo totalizaron un valor de US\$ 21 606 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 13,0% con respecto al mismo periodo del año anterior. Cabe destacar, que los principales países destinos son Estados Unidos con un valor exportado de US\$ 6 672 millones, lo cual significó un crecimiento de 10,1%, seguido de Perú (US\$ 1 615 millones/ +25,9%), China (US\$ 1 494 millones/ +93,6%), Chile (US\$ 1 467 millones/ +18,6%) y Panamá (US\$ 1 244 millones/ +32,9%), los cinco principales destinos representaron el 58% del total exportado.

Las importaciones de Ecuador desde el mundo totalizaron un valor de US\$ 23 020 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 16,0%, los principales países proveedores fueron Estados Unidos con un valor de US\$ 5 011 millones, lo cual significó un crecimiento de 26,5% y una participación del 22%, le siguen otros mercados como China (US\$ 4 353 millones/ +18,1%), Colombia (US\$ 1 809 millones/ +12,9%), Panamá (US\$ 1 126 millones/ +26,2%), y Brasil (US\$ 981 millones/ +12,0%), los cinco principales proveedores representaron el 58% del total importado.

Los principales productos importados de Ecuador desde el mundo fueron los aceites medios y preparaciones de petróleo o de mineral bituminoso con un valor de US\$ 2 340 millones, lo cual significó un crecimiento de 39,7% y una participación del 10%, seguido de las mezclas de hidrocarburos aromáticos (US\$ 1 558 millones/ +33,2%), medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar para usos terapéuticos (US\$ 515 millones/ +10,5%), automóviles de turismo (US\$ 508 millones/ +10,5%), tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceite de soja (US\$ 465 millones/ +44,0%), los cinco principales productos representaron el 23%.

4.2 Intercambio Comercial Perú – Ecuador

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Ecuador
Millones de US\$

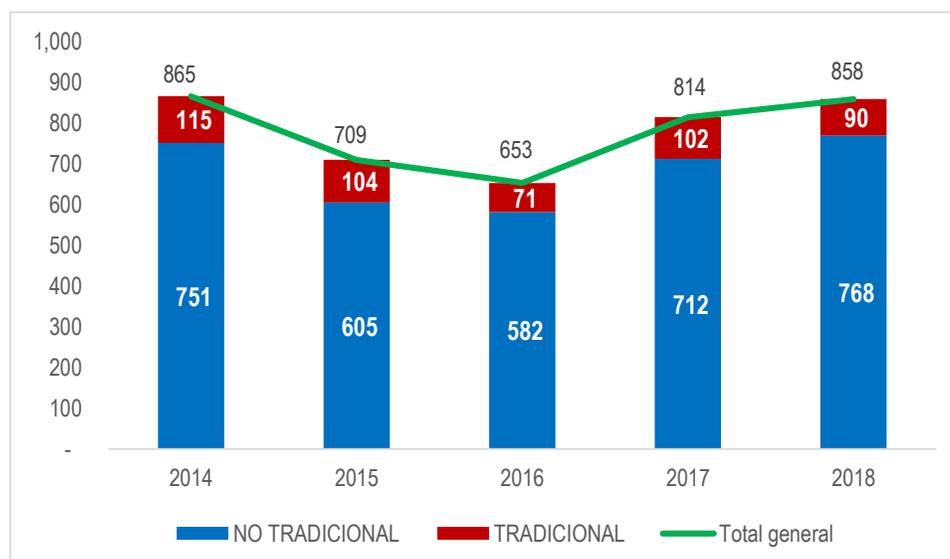
Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var % Prom. 2018/2014	Var% 18/17
Exportaciones	865	709	653	814	858	-0,2%	5,4%
Importaciones	1 737	945	1 065	1 540	1 881	2,0%	22,1%
Balanza Comercial	-872	-236	-412	-727	-1 023	4,1%	40,8%
Intercambio Comercial	2 603	1 654	1 717	2 354	2 739	1,3%	16,4%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones peruanas al mercado de Ecuador totalizaron un valor de US\$ 858 millones, lo cual significó un crecimiento de 5,4% con respecto al año anterior. A la fecha Ecuador se ubica como nuestro 13avo destino de las exportaciones totales y 3er destino de las exportaciones no tradicionales.

Por otro lado, el intercambio comercial Perú – Ecuador totalizó un valor de US\$ 2 739 millones en el 2018, lo cual significó un crecimiento de 16,4% con respecto al año anterior. Los envíos no tradicionales, lideran el crecimiento de las exportaciones peruanas, con un valor de US\$ 768 millones, significando un crecimiento de 8,0% con respecto al año anterior, por otro lado, las exportaciones tradicionales totalizaron un valor de US\$ 90 millones, lo cual significó una ligera caída de -11,8%.

Gráfico N°1
Exportaciones de Perú a Ecuador
(Millones de US\$)



Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones tradicionales fueron lideradas por envíos de harina de pescado (US\$ 23 millones), petróleo y derivados (US\$ 22 millones) y algunos minerales como cobre refinado (US\$ 21 millones), zinc refinado (US\$ 17 millones), entre otros. Sin embargo, dentro de las exportaciones no tradicionales, destacaron los envíos del sector agropecuario con un valor exportado de US\$ 287 millones, lo cual significó un crecimiento de 3,9% con

un 37% de participación en el 2018, le siguen otros sectores como el químico (US\$ 182 millones/ +6,7%), metalmeccánico (US\$ 66 millones/ +30,2%) y el sector textil, el cual totalizó un valor de US\$ 56 millones, lo cual significó una caída de 10,4% y una participación de 7%.

Gráfico N°2
Exportaciones peruanas del sector Textil a Ecuador
(Millones de US\$)



Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

A continuación, se muestra un cuadro resumen de las exportaciones peruanas a Ecuador por tipo de sector:

Cuadro N°5
Exportaciones peruanas por tipo de sector
(Millones de US\$)

Exportaciones por sectores económicos			
Tipo de sector	2017	2018	Var.% 18/17
No tradicional	712	768	8.0%
Agropecuario	276	287	3.9%
Químico	170	182	6.7%
Metal-mecánico	51	66	30.2%
Textil	62	56	-10.4%
Maderas y papeles	34	51	51.8%
Sidero-metalúrgico	38	46	21.4%
Minería no metálica	29	38	31.4%
Pesquero	33	23	-29.9%
Varios (inc. joyería)	18	19	4.2%
Pieles y cueros	0	0	4.8%
Artesanías	0	0	439.9%
Tradicional	102	90	-11.8%
Mineros	56	38	-32.0%
Pesquero	9	23	152.0%
Petróleo y gas natural	33	22	-32.6%
Agrícolas	4	6	76.1%
Total general	814	858	5.5%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERÚ

Dentro de los principales productos peruanos no tradicionales exportados al mercado de Ecuador destacan:

Cuadro N° 6

Ecuador: Principales productos no tradicionales. (Millones de US\$)								
Principales productos (HS10)	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % Prom. 18/14	Var. % 18/17	% Part. 2018
2309909000 - Demás preparaciones utilizadas para animales	110	104	127	190	191	14.8%	0.5%	25%
6907220000 - Placas y baldosas, para pavimentación o				11	19	-	65.6%	2%
3402909900 - Los demás agentes de superficie orgánico	14	18	19	15	16	4.2%	9.1%	2%
4803009000 - Demás papel del tipo utilizado para pape	5	0	0	10	16	31.8%	51.2%	2%
2302300000 - Salvados, moyuelos y demás residuos del	6	9	9	9	12	18.3%	37.9%	2%
3920100000 - Las demás placas, láminas, hojas y tiras	11	11	10	11	12	1.1%	4.3%	2%
4805190090 - Demás papeles para acanalar	4	2	4	3	11	27.6%	219.9%	1%
1905310000 - Galletas dulces (con adición de edulcora	11	9	8	10	11	-1.8%	7.4%	1%
3004902900 - Los demás medicamentos para uso humano	7	6	6	9	10	11.4%	10.4%	1%
2207100000 - Alcohol etílico sin desnaturalizar con g	3	8	4	8	9	27.9%	11.6%	1%
Resto	578	438	394	434	461	-5.5%	6.3%	60%
Total exportado no tradicional	751	605	582	712	768	0.6%	8.0%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Del cuadro anterior, podemos destacar que el principal producto no tradicional al mercado de Ecuador son las demás preparaciones para alimentos para animales con un valor de US\$ 191 millones, lo cual significó un crecimiento de 0,5% con respecto al año anterior y una participación de 25% del total no tradicional exportado. Le siguen otros productos como las placas y baldosas, los demás agentes de superficie orgánica, entre otros.

Dentro de las exportaciones no tradicionales del **sector textil** destacan algunos productos como: los demás cables de filamento sintético los cuales pueden ser usados para para palillos, telas de decoración, cubrecamas, mantelería, frazadas, mantas, tapetería, cortinería. con un valor de US\$ 4 millones en el año 2018, lo cual significó un crecimiento de 10,2%, seguido de otros productos como las telas sin tejer de filamento sintético (US\$ 4 millones/ -28,1%), los demás tejido de punto de algodón (US\$ 4 millones/ -20,0%), las prendas y complementos de vestir de punto (US\$ 2 millones/ +25,5%), tejidos de algodón con hilados de color (US\$ 2 millones/ -50,7%), entre otros productos.

5. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias

La política de comercio exterior de Ecuador está a cargo del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el cual establece aranceles, medidas de salvaguardia y otros mecanismos relacionados al acceso de bienes y servicios a Ecuador.

Los productos peruanos no pagan aranceles para ingresar a Ecuador. Nuestro país junto con Ecuador, Bolivia y Colombia forman parte de la Comunidad Andina (CAN) y entre los cuatro miembros de este sistema de integración existe una zona de libre comercio.

Cabe señalar que en julio de 2010 quedó sin efecto la salvaguardia por balanza de pagos que impuso Ecuador a un número importante de productos importados, incluso a aquellos provenientes de los países de la CAN. Por ello, en la actualidad la totalidad de productos peruanos tienen arancel cero en este país.

Ecuador aplica el arancel externo común de la CAN a los productos importados que ingresan a su territorio, excepto a los provenientes de los países de la CAN y a los de países con los cuales ha firmado acuerdos comerciales.

El arancel externo de la CAN tiene cuatro niveles. A la mayoría de materias primas se le aplica el 5%, a los bienes de capital 10.0% y 15.0% para bienes intermedios. Los bienes de consumo tienen un arancel de 20% en su mayoría y, en general, el arancel promedio aplicado por Ecuador durante el año 2009 fue de 10.1%. Por otro lado, este arancel está adecuado al nuevo texto único de la NANDINA, nomenclatura arancelaria común de los países de la CAN.

Los productos peruanos importados por Ecuador deben pagar el FDI (0.5%), el IVA (12%). Los aranceles y otros impuestos que gravan a las importaciones en Ecuador pueden ser consultados en la Aduana de Ecuador. (Para mayor consulta: <http://www.aduana.gob.ec>)

Cuadro N° 7

Ecuador: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	230990	Preparaciones para la alimentación para los animales	1°	Estados Unidos Colombia España	15%	0%
2	690722	Placas y baldosas, para pavimentación	1°	Colombia Brasil España	25%	0%
3	340290	Preparaciones tensoactivos, preparaciones para lavar	1°	Colombia Estados Unidos China	15%	0%
4	480300	Papel del tipo utilizado para papel higiénico, toallitas para desmaquillar,	1°	Colombia Indonesia Chile	10%	0%
5	230230	Salvados, moyuelos y demás residuos del cernido,	1°	Colombia Argentina Chile	15%	0%
6	392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno	1°	Colombia Chile Israel	20%	0%

7	480519	Papel para acanalar, sin estucar ni recubrir, en bobinas	1°	Chile Bélgica Colombia	15%	0%
8	190531	Galletas dulces	1°	Colombia Dinamarca Estados Unidos	10%	0%
9	300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados	14°	Colombia Estados Unidos México	20%	0%
10	220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico	1°	Estados Unidos Francia Alemania	5%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap/ [Market Access Map](#)

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

5.2. Medidas No Arancelarias

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) tiene a su cargo la elaboración de las normas técnicas ecuatorianas, las cuales deben ser cumplidas obligatoriamente o, en algunos casos, voluntariamente por los productos comercializados en ese país.

El INEN se encarga de validar los certificados de conformidad a las normas técnicas ecuatorianas para los productos que se comercializarán en Ecuador, requisito imprescindible para importar los productos afectos a estas normas. Por lo cual productos importados como prendas de vestir, calzado, materiales y acabados para la construcción, entre otros, deben contar con este certificado de conformidad y la validación del INEN.

En el caso de las etiquetas de las prendas de vestir, la norma técnica indica que debe estar en castellano y, consignar los datos de la compañía y el país de origen entre otros datos. Cabe señalar que se requiere un certificado de conformidad por cada embarque, el cual es emitido antes de ingresar al territorio ecuatoriano por una empresa certificadora y validado por el INEN

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) es una entidad adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura que tiene a su cargo las políticas, regulaciones, y controles referidos a la sanidad animal, sanidad vegetal e inocuidad alimentaria en ese país.

Por otro lado, los alimentos procesados, productos naturales, cosméticos, pesticidas, productos farmacéuticos, dispositivos médicos así como otros bienes de consumo requieren de un permiso sanitario para ser comercializados en Ecuador. Este requerimiento debe ser solicitado a la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)⁷y/o, dependiendo de las características de los productos, al Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez"⁸, y aplica tanto para bienes nacionales como importados.

5.3. Otros impuestos aplicados al comercio

Los productos peruanos importados por Ecuador deben pagar el Fondo de Desarrollo para la Infancia (FDI) (0.5%) así como el IVA (12%). Los aranceles y otros impuestos que gravan a las importaciones en Ecuador pueden ser consultados en la Aduana de Ecuador <http://www.aduana.gob.ec/>

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas por acuerdos comerciales

A la fecha el Perú cuenta con un acuerdo comercial con el Ecuador por intermedio de la CAN.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos con potencial exportable por sector. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Ecuador (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Sector Textil

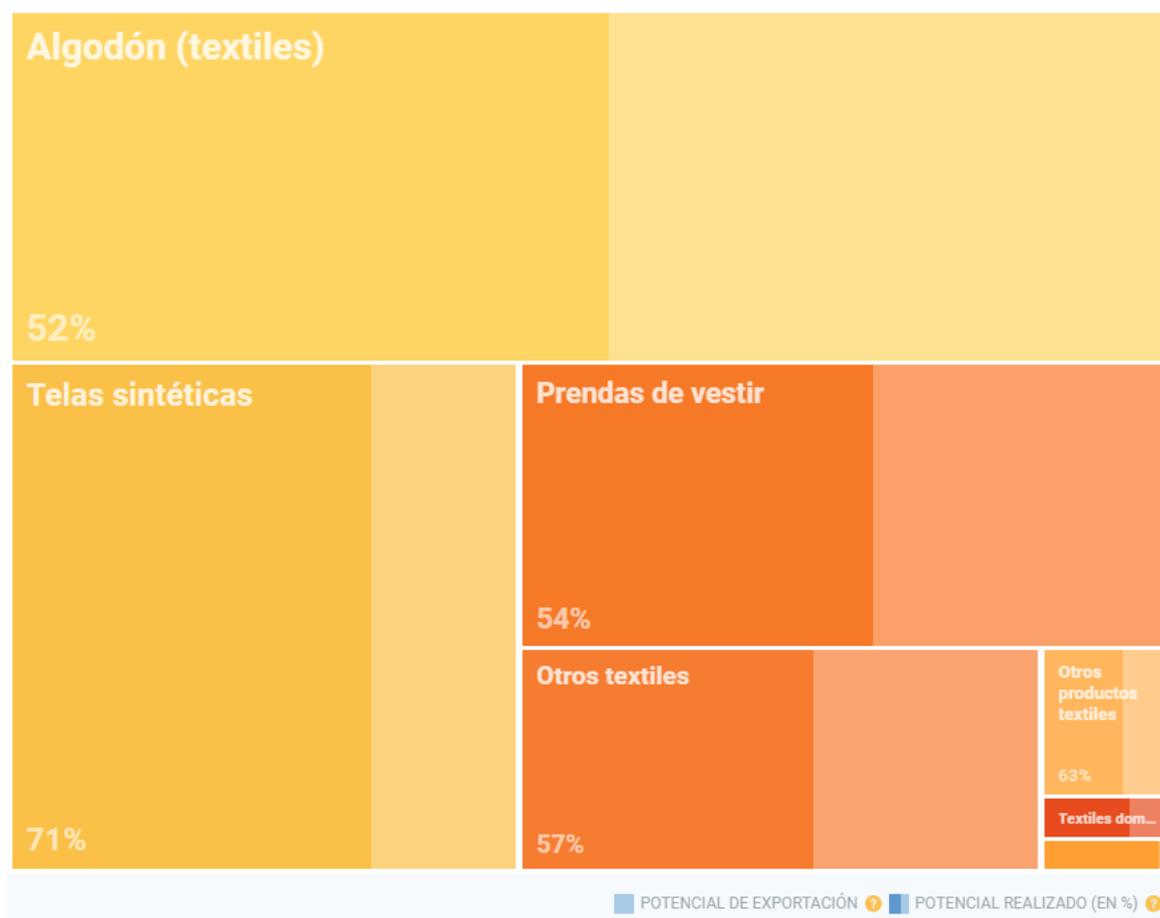
Cuadro N° 8

Sector Textil			
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones
			2018
			(Millones US\$)
620462	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón	Estrella	16
620520	Camisas de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)	Estrella	13
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	12
620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón,	Estrella	11
610990	t-shirts y camisetas, de punto, de materia textil	Estrella	10
611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de	Estrella	6

	punto, de algodón		
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)	Estrella	4

De acuerdo a la herramienta del Export Potencial Map (2018), dentro de la categoría del sector textil y confecciones, existen oportunidades comerciales para los productos de telas de algodón, tejidos sintéticos, prendas de vestir, entre otros.

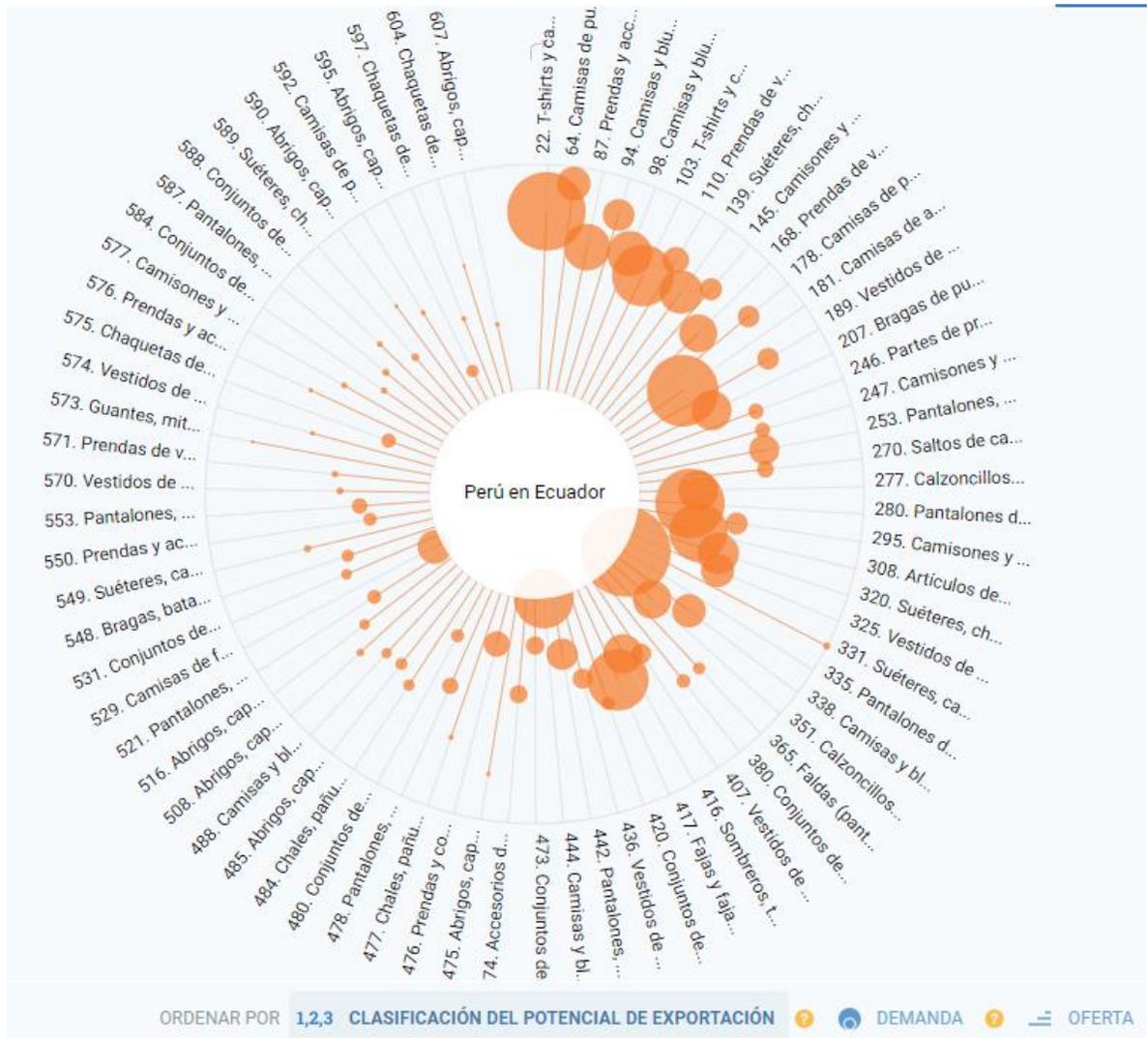
El gráfico que se muestra a continuación revela el potencial realizado en términos de (%). Por ejemplo, en lo que respecta a productos de algodón (textiles) existe un potencial valorado en 52% el cual no está explorado. Cabe destacar, que la herramienta también muestra que muchos de estos productos ingresan al mercado de Ecuador con un arancel de 0%.



Fuente: Export Potencial Map (2018)

Oportunidades Prendas de vestir

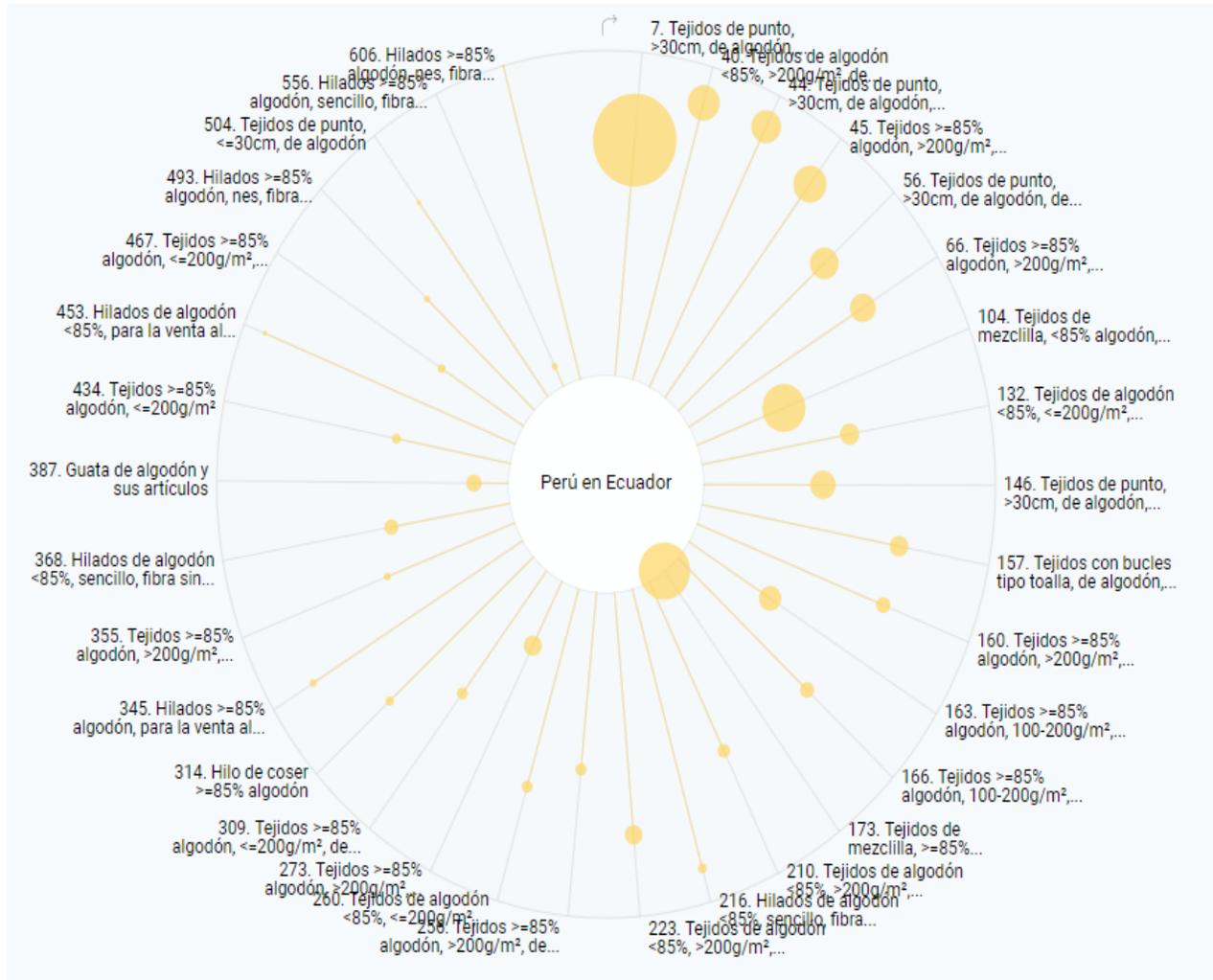
De acuerdo al gráfico que se presenta a continuación, el producto con mayor potencial para ser exportado dentro de las oportunidades de prendas de vestir, son los T shirts y camisetas en punto de algodón los cuales tienen un potencial sin explorar de US\$ 2.6 millones, cabe destacar que este producto ingresa con un arancel de 0% al mercado de Ecuador.



Fuente: Export Potencial Map (2018)

Oportunidades Algodón textiles:

De acuerdo al gráfico que se presenta a continuación, el producto con mayor relevancia para ser exportado son los tejidos en punto de algodón teñidos los cuales tienen un potencial sin explorar de US\$ 9.6 millones, cabe destacar que este producto ingresa con un arancel de 0% al mercado de Ecuador.



Fuente: Export Potencial Map (2018)

7. Tendencias del Consumidor

- **Consumidores utilizan cada vez más Internet para acceder a productos y servicios**

Como resultado de un mayor acceso a Internet los consumidores están optando por buscar un número creciente de productos y servicios en línea. La propiedad de las computadoras habilitadas por Internet por hogar aumentó del 2,5% en 2005 al 24,7% en 2013, lo que ha impulsado el aumento significativo en el uso de Internet para investigar los precios y la disponibilidad de todo tipo de productos. Los consumidores buscan productos específicos en canales como oxl.com o quebarato.com.ec. Según un artículo de El Comercio, la gente está usando medios sociales como Facebook como un medio para buscar productos. Facebook es el principal canal de medios sociales

- **Moda**

De acuerdo a reportes de Euromonitor, los consumidores ecuatorianos con mayores ingresos disponibles siguen las tendencias de moda y son más leales a marcas exclusivas. En general, todos los grupos de ingresos se centran en la imagen y se preocupan por cómo la sociedad las percibe. Los consumidores con menor ingreso disponible realizan sus compras de ropa y calzado en mercados o “ferias locales” durante el fin de semana. Estos consumidores no tienden a centrarse en la calidad sino en el precio.

Según un informe de Ekosnegocios basado en la estadística de INEC el 52% de la clase media ecuatoriana gasta entre US\$ 50 a US\$ 150 al mes en ropa. Los consumidores de la clase media son más impulsivos al comprar mercancías personales, particularmente con campañas promocionales.

Algunos consumidores de los segmentos de ingresos más altos pueden ir incluso a los EE.UU. por lo general a Miami, para realizar las compras por lo menos una vez al año; y de esta manera comprar de acuerdo a las últimas tendencias de la moda. El consumidor ecuatoriano busca estar bien vestido, porque lo ve como una necesidad para ser aceptado socialmente.

El tipo de vestimenta que usan es formal, sobre todo en las grandes ciudades y las principales zonas urbanas. Se registra una mayor predisposición a acoger nuevas tendencias debido a la influencia de los medios de comunicación y una mayor exposición a los estilos de vida de otras partes del mundo. Ropa, calzado, ropa interior o perfumes asociados con celebridades populares continúan siendo populares en Ecuador. Así, las empresas nacionales han lanzado sus productos con las celebridades nacionales e internacionales.

8. Cultura de negocios

- En Ecuador, como en la mayoría de países de América Latina, las relaciones personales son altamente valoradas. Es usual que primero se busque conocer a la persona antes de hacer negocios, y la negociación puede resultar lenta. La puntualidad no es prioridad y generalmente hay cierta tolerancia incluso en reuniones de negocios.
- En Ecuador, a la hora de hacer negocios las diferencias regionales tienen un peso importante, ya que entre los serranos (habitantes de Sierra: Quito, Cuenca, Ambato, etc.) y los costeños (habitantes de la Costa: Guayaquil, Manta, Esmeraldas, etc.) existen algunas diferencias. Los

primeros son más conservadores, formales y reservados en el trato. Los costeños son más abiertos a nuevos negocios, más flexibles en las relaciones comerciales.

- Especialmente en Quito se necesitan tener los contactos necesarios para hacer negocios, si no se cuenta con la ayuda de una empresa local, será más difícil introducirse en ese mercado. Una gran ayuda pueden ser las agencias de importación-exportación y las oficinas de abogados.
- Se recomienda que las citas de negocios se agenden con dos semanas de anticipación, y además se realice la confirmación con dos o tres días de anticipación.
- Antes de entrar en el tema de los negocios se debe dar un tiempo a la conversación informal (viajes, cultura, deportes, actualidad, etc.). Es habitual que durante las negociaciones se den comentarios, anécdotas o experiencias personales que no tengan directa relación con lo que se está tratando.
- Las conversaciones se dan en tono amistoso. Se recomienda evitar cualquier tipo de comentarios que se pudieran mal interpretar, además de mantener un tono de voz suave, para no dar una impresión de agresividad.
- En Ecuador las decisiones suelen tomarse en base a experiencias pasadas, por sobre la aplicación de normas generales o principios lógicos, además los negociadores ecuatorianos no cambian fácilmente de opinión.
- En la documentación legal se acostumbra usar los dos apellidos (de padre y madre). A efectos de presentación sólo se usa el apellido paterno. En las presentaciones se recomienda mostrar datos y cifras concretas, se revisará la rentabilidad de los negocios propuestos antes de tomar alguna decisión.
- Las negociaciones suelen llevarse a un ritmo lento. Las decisiones se tomarán a un nivel de altos ejecutivos. Es probable que se produzcan varios retrasos hasta que se tome el acuerdo de cierre. Los ecuatorianos, consideran que los acuerdos se toman más con las personas que con las empresas que representan, por lo mismo no se recomiendan los cambios en los equipos de negociación, ya que podría causarse un retraso o una paralización en el acuerdo.
- Los temas de conversación favoritos son: las bellezas naturales del país como las Islas Galápagos, la arquitectura colonial de Quito, la selva amazónica y el fútbol, que es el deporte más popular del país.
- Se acostumbra que los hombres y las mujeres se saluden con un apretón de manos, tanto en la presentación como en la despedida, las mujeres, si se conocen, con un beso en la mejilla.

9. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
www.imf.org
- Euromonitor International
www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú
www.sunat.gob.pe
- Doing Business
www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook
www.cia.gov
- Trading Economics
es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú
- World Trade Atlas
<http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map
www.macmap.org
- Mundo Ferias
www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias
<http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú
www.mincetur.gob.pe