

PMP

Ciruelas Deshidratadas en Ecuador

Agosto 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Ecuador- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



● TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.	4
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	4
5. Análisis FODA.....	6
III. Acceso al Mercado	7
1. Código y glosa SACH	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.....	7
5. Regulaciones y normativas de importación	8
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.....	9
7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.	9
IV. Potencial del Mercado.....	10
1. Producción local y consumo.....	10
2. Importaciones	11
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado.....	13
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	13
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.....	14
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	14
4. Estrategia comercial de precio.	14
5. Política comercial de proveedores.	14
VI. Consumidor/ Comprador	15
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	15
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)	15
VII. Benchmarking (Competidores)	16
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	16
2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).....	17
3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes). .	19
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.	19
IX. Fuentes de información relevantes (<i>links</i>).	20

X. Anexos ¡Error! Marcador no definido.

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkado al sitio de ProChile para su descarga.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Ciruelas Secas

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Actualmente, en el mercado ecuatoriano existe una gran variedad de ciruelas deshidratadas provenientes especialmente de Chile. En el 2012, las importaciones de ciruelas deshidratadas o secas representaron el 98,75% del total importado.

Una de las ventajas que presenta el producto en estudio, es el arancel de internación - 0% - frente a su competidor Estados Unidos, que debe cancelar un advalorem del 25%. También la demanda en comparación con otros países, debido a que el producto que ofrece es de calidad y su precio es favorable para el importador ecuatoriano.

La mayoría de las ciruelas deshidratadas son destinadas al canal retail, lo que permite al consumidor tener un fácil acceso al producto.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

La ciruela deshidratada chilena es considerada un producto de calidad en Ecuador además de tener una larga trayectoria de consumo por parte de los consumidores ecuatorianos. En cuanto a las importaciones, ocupa la mayor participación en comparación con los otros países importadores como Estados Unidos.

Para que se siga manteniendo esa penetración de mercado, una posible estrategia además de seguir manteniendo la calidad del producto especificando el cuidado y manipulación del mismo, debe tener una diferenciación en el envasado, a objeto de captar la atención de los consumidores. Asimismo, detallar en el producto el origen de procedencia, ofrecer y generar promociones y descuentos para obtener una mayor demanda.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

El mercado ecuatoriano ha sido siempre un mercado muy atractivo para los exportadores chilenos de ciruelas deshidratadas debido a la escasez del producto en el país. Son muy pocos los competidores que ofrecen el producto. Las barreras de entrada son mínimas y Chile ha aprovechado al máximo esa oportunidad por mucho, además la ciruela deshidratada chilena goza del 0% de arancel de internación.

El consumo de ciruelas deshidratadas se da más en la época de Navidad y Fin de año ya que es utilizado en los platos de cocina y dulces tradicionales, por lo que sería una oportunidad para aprovechar por parte de los exportadores chilenos debido al crecimiento de la demanda del producto.

Es recomendable mantener alianzas con los supermercados para que el producto siga llegando de una forma rápida al consumidor. Asimismo, asegurar la fidelidad y predilección del consumidor mediante estrategias de apoyo como por ejemplo seguir manteniendo los precios de oferta en conjunto con promociones y beneficios para que el producto sea más llamativo para el consumidor ecuatoriano, ya que en cierto modo éste valora los beneficios extra que le ofrezcan al momento de adquirir o comprar un producto.

5. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Excelente calidad • Fuerte presencia en el mercado ecuatoriano. • El consumidor ecuatoriano tiene una perspectiva positiva acerca del producto chileno • Precio competitivo en relación a sus competidores • Tecnología de punta • Posee certificaciones de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca interacción entre exportador e importador para realizar campañas de marketing para promocionar el producto en supermercados.
Factores Externos	<p>Oportunidades</p> <p>Arancel de internación del 0% para el producto chileno</p> <p>Ventajas en comparación con su único competidor directos Estados Unidos; éste tiene un arancel de internación del 25%.</p> <p>Escasa producción de ciruela deshidratada en Ecuador</p> <p>Fácil acceso al producto por parte del consumidor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La ciruela deshidrata chilena ha sido considerada por mucho tiempo una de las mejores para el consumo. Es por eso que actualmente la mayor parte de las importaciones provienen de Chile. Además, las facilidad de ingreso al país ha sido un punto a favor. Asimismo, las alianzas que mantienen con los supermercados ecuatorianos han permitido el rápido acceso al producto. 	<p>Manipulación deficiente en el transporte del producto, particularmente y con mayor grado de énfasis cuando el producto es manejado bajo la comercialización interna en el mercado ecuatoriano. Se deben tomar en cuenta los puntos críticos en ésta cadena de comercialización para garantizar eficientemente la calidad y presentación del producto importado para clientes finales ecuatorianos.</p>
	<p>Amenazas</p> <p>Competidores importantes dedicados a la producción de ciruelas deshidratadas.</p> <p>Volatilidad de los precios internacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chile ha manteniendo su calidad , además su precio no tiene comparación con el de los demás productores. Son muchas las importadoras ecuatorianas que prefieren el producto chileno debido a los atributos que ofrece. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio en la políticas para-arancelarias (agrícolas), normas y legislación de parte del Organismo responsable de la importación y comercialización de productos agrícolas en el Ecuador (AGROCALIDAD).

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
08132000	Ciruelas

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Arancelario	Descripción
0813200000	Ciruelas Secas

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel Estados Unidos
0813200000	0% ACE.65	25% MFN

Chile, es uno de los principales países que exporta ciruelas deshidratadas al Ecuador; goza del 100% libre de aranceles de internación. Mientras que Estados Unidos, el segundo país exportador del producto tiene un arancel de 25% debido a “Naciones Más Favorecidas(MFN)”.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

Los impuestos adicionales que se tendrán que pagar al momento del ingreso del producto en estudio (ciruelas secas 0813200000) son el FODINFA y el IVA. FODINFA, el Fondo de Desarrollo para la Infancia, es un impuesto que administra el INFA del 0.5% que se aplica sobre la base imponible de la Importación. El IVA, Impuesto al Valor Agregado, que es administrado por el SRI corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA

Código de Producto (TNAN)	0
Antidumping	0%
Advalorem	0%
FDI	0.5 %
ICE	0%
IVA	12%

Salvaguardia por Porcentaje	0%
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0%
Incremento ICE	0%
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Es Producto Perecible	NO

Fuente: Aduanas del Ecuador

5. Regulaciones y normativas de importación

Presentar el certificado fitosanitario de importación emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), que luego será revisado por el Ministerio de Salud Pública (MSP). Este certificado es otorgado por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), parte del Ministerio de Salud Pública (MSP), donde el costo es de \$20 dólares.

Además, el producto deberá estar contenido en cajas o empaques nuevos y se realizará una inspección fitosanitaria en el punto de ingreso al Ecuador. En esta inspección se dará especial atención al embalaje; al no existir inconvenientes se dará el Documento de Destinación Aduanera (DDA).

Partida	Descripción	Producto	Autorizante	Tipo	Vigencia de Restricción	Régimen
813200000	CIRUELAS	Excepto Ciruelas, secadas industrialmente. Permiso Fitosanitario de Importacion	AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO	R	15/01/2009 - 31/12/3000	IMPO
813200000	CIRUELAS	Excepto Ciruelas, secadas industrialmente	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	R	19/04/2007 - 31/12/3000	IMPO
813200000	CIRUELAS	Registro Importador AGROCAL, fe errata R. 465 COMEXI, R.O. 515s 27/01/09	AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - REGISTRO DE IMPORTADOR	R	05/02/2009 - 31/12/3000	IMPO

Fuente: Aduanas del Ecuador

- **Trámite en línea de Importación**
<http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/index.php/sanidad-vegetal/importaciones-vegetal>
- **Solicitud de Inscripción de Registro Sanitario**
http://www.inspi.gob.ec/?page_id=440

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

Según las normas de etiquetado y empaque, el producto debe contar con lo siguiente¹:

- Nombre o denominación del producto.
- Marca comercial.
- Identificación del lote o número de serie.
- Modelo o tipo (si aplica).
- Contenido neto (si aplica).
- Razón social y dirección completa de la empresa productora o comercializadora.
- Lista de componentes, con sus respectivas especificaciones (donde aplique).
- País de fabricación del producto.
- Si el producto es perecible.
- Fecha máxima de uso (año, mes y día).
- Condiciones de conservación.
- Norma de referencia: NTE INEN en caso que esta exista o normas extranjeras que apliquen al rotulado de ese producto.
- Advertencia del riesgo o peligro que pudieran derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo cuando estos sean previsibles.
- La información debe estar en español, sin perjuicio de que se pueda incluir adicionalmente esta información en otro idioma.
- En caso que el producto contenga algún insumo o materia prima que represente riesgo o peligro, debe declararse.

CANTIDAD DE REFERENCIA NORMALMENTE CONSUMIDOS POR OCASIÓN (PORCIÓN)		
	Cantidad de Referencia	Declaración en etiqueta
Fruta Seca	40 g	__ pieza(s) (__ g) para piezas grandes (por ejemplo: dátiles, higos, ciruela pasa); taza(s) (__ g) para piezas pequeñas (por ejemplo pasas).

Fuente: Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE)

7. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.

No hay ninguna exigencia de certificación por parte de agencias locales, más que lo solicitado por la normativa gubernamental.

¹ Reglamento Tecnico Ecuatoriano RTE INEN 015- Rotulado de productos.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

La producción de ciruela deshidratada no se da en el país, solamente se produce la variedad Claudia propia de de la región Sierra, especialmente en la provincia de Tungurahua. Su producción es escasa por ende no es muy representativa para el país y se utiliza preferentemente como ingrediente en platos de cocina. Esta fruta, Ciruela Claudia o “Reina Claudia” como muchos la conocen, no pasa por un proceso de deshidratación, es por eso que se importa ciruelas de países que cuentan con variedades de este fruto debido a la demanda, especialmente en temporadas especiales, que a la vez estos la venden con un valor agregado como la ciruela pasa.

A continuación, una breve información de la producción de ciruelas Claudia (frutas frescas):

NÚMERO DE ÁRBOLES DISPERSOS COSECHADOS, PRODUCCIÓN Y VENTAS

ÁRBOLES DISPERSOS	NÚMERO DE ÁRBOLES	PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
CLAUDIA (FRUTA FRESCA)	20.343	139	14

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC – 2011

NUMERO DE ARBOLES DISPERSOS COSECHADOS, PRODUCCION Y VENTA (PROVINCIA)

VARIEDAD CLAUDIA			
PROVINCIA	NÚMERO DE ÁRBOLES	PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
AZUAY	17.322	102	71
CHIMBORAZO	1.319	17	14
TUNGURAHUA	44.616	403	359

Fuente: III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO-2000

Existen temporadas en donde la demanda de la ciruela deshidratada aumenta, como por ejemplo en las épocas navideñas y de fin de año, ya que se lo utiliza para la preparación del “Relleno Navideno” (un plato tradicional del Ecuador), para la elaboración de pan de pascua, y como aderezo del pavo para la cena de navidad y fin de año.

En resumen, durante el segundo semestre del año, la demanda del producto en estudio aumenta considerablemente.

Igualmente, se puede observar que existen productos elaborados a base de ciruela deshidratada como por ejemplo:

- Comida para bebés: Colado de ciruela pasas, Gerber-NESTLE
- Yogourt con sabor a ciruela pasas, Toni.

- Barras nutricionales de trigo con sabor a ciruela pasas, Kellogs.
- Ingrediente para postres y dulces
- Comida gourmet, entre otros.



2. Importaciones

Los únicos países exportadores de ciruelas secas al Ecuador son Estados Unidos y Chile. Como se puede apreciar en la tabla, Chile es el principal proveedor de ciruelas secas, ocupando más de 95% de participación en las importaciones realizadas por Ecuador.

A continuación los cuadros de importación del 2010 al 2013 (hasta el mes de abril):

IMPORTACIONES DE CIRUELAS SECAS (2010 - 2011)				
(Toneladas y miles de dólares)				
PAIS	2010		2011	
	TONELADAS	CIF - DOLAR	TONELADAS	CIF - DOLAR
CHILE	727.51	1,469.64	506.38	1,040.99
ESTADOS UNIDOS	16.39	81.99	2.66	14.02
TOTAL	743.89	1,551.62	509.04	1,055.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

IMPORTACIONES DE CIRUELAS SECAS (2012 - 2013)				
(Toneladas y miles de dólares)				
PAIS	2012		2013*	
	TONELADAS	CIF - DOLAR	TONELADAS	CIF - DOLAR
CHILE	616.43	1,259.48	145.09	361.27
ESTADOS UNIDOS	2.91	16.00	1.03	5.30
TOTAL	619.34	1,275.47	146.12	366.57

Fuente: Banco Central del Ecuador

* datos calculados hasta el mes de abril

Países exportadores de producto seleccionado

Producto : 081320 ciruelas desecadas o deshidratadas

Exportadores	Indicadores comerciales												Arancelario (estimado) aplicado por Ecuador
	Valor importada en 2012 (miles de USD)	Saldo comercial en 2012 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Ecuador (%)	Cantidad importada en 2012	Unidad de medida	Valor unitario (USD/uni.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2008-2012 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2008-2012 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2011-2012 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2008-2012 (% p.a.)	
Mundo	1275	-1275	100	619	Toneladas	2060	0	8	21		100	-1	
Chile	1259	-1259	98,7	616	Toneladas	2044	2	9	21	2	29,1	5	0
Estados Unidos de América	16	-16	1,3	3	Toneladas	5333	-37	-36	60	1	36,5	1	25

Fuente: Calculos del CCI

Exportaciones de Ciruelas Deshidratadas de Chile a Ecuador

Exportaciones de Ciruelas, -- Ciruelas Orgánicas Deshidratadas, -- Las demás Ciruelas Deshidratadas			Exportaciones de Ciruelas, -- Ciruelas Orgánicas Deshidratadas, -- Las demás Ciruelas Deshidratadas			Exportaciones de Ciruelas, -- Ciruelas Orgánicas Deshidratadas, -- Las demás Ciruelas Deshidratadas			Exportaciones de Ciruelas, -- Ciruelas Orgánicas Deshidratadas, -- Las demás Ciruelas Deshidratadas		
Entre Enero y Diciembre de 2012			Entre Enero y Diciembre de 2011			Entre Enero y Diciembre de 2010			Entre Enero y Diciembre de 2009		
	Kilos	US\$ Fob		Kilos	US\$ Fob		Kilos	US\$ Fob		Kilos	US\$ Fob
Ecuador	611.160	1.240.500	Ecuador	505.340	1.016.821	Ecuador	685.780	1.426.120	Ecuador	456.700	990.045

Fuente: COMETRADE

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

La cadena de distribución del producto en estudio va desde el productor/exportador, en donde se los comercializa por medio de importadores, distribuidores, mayoristas, supermercados, restaurantes y detallistas para poder llegar al consumidor final.

El principal canal de distribución de las ciruelas deshidratadas son las cadenas de supermercados nacionales como Supermaxi, Megamaxi, Mi Comisariato, Akí y Tía. El segundo canal son tiendas de barrio como también tiendas especializadas como delicatessen y restarurantes.

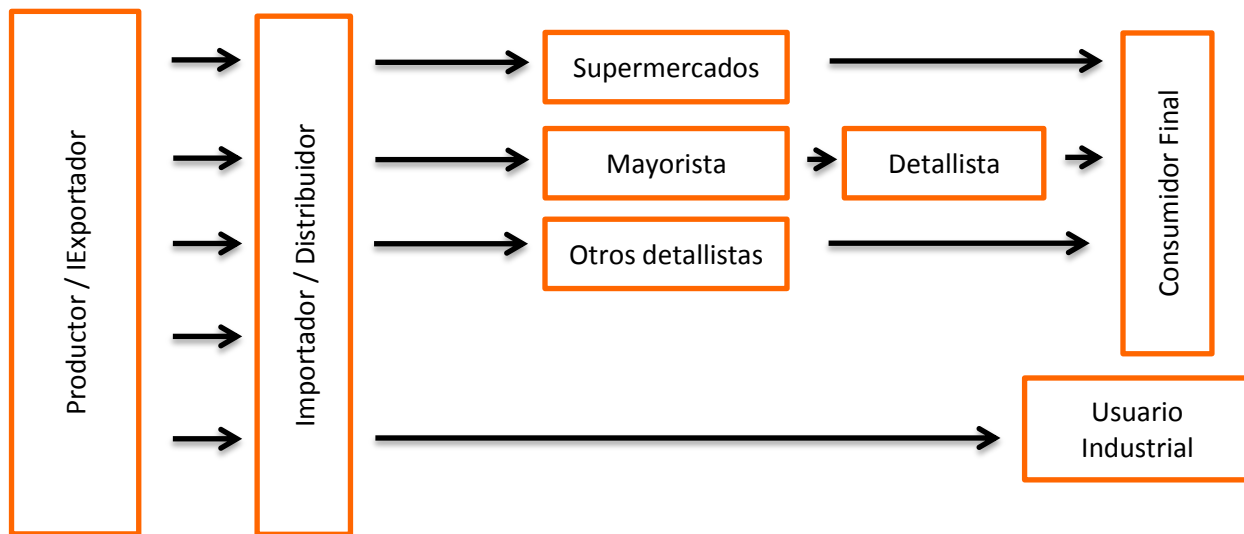
Las cadenas de supermercados más conocidas del país son:

1. Tía
2. Corporación "El Rosado":
 - ✓ Mi Comisariato Jr.
 - ✓ Mi Comisariato
 - ✓ Hyper de Mi Comisariato
3. Corporación "Favorita C.A."
 - ✓ Akí
 - ✓ Gran Akí
 - ✓ Megamaxi
 - ✓ SuperMaxi

En otros detallistas tenemos a :

4. Restaurantes (canal horeca)
5. Pastelerías y reposterías
6. Tiendas
7. Farmacias

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



Fuente: ProChile. Elaboración propia

3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

El principal canal de venta es el canal retail, el cual se caracteriza por la venta en tiendas y locales comerciales que se encuentran en cualquier centro urbano con venta al público.

Los supermercados del país ofrecen varias presentaciones de acuerdo a la necesidad del cliente. Sin embargo, no en todos los supermercados se puede encontrar variedad en cuanto a marcas. Además, los mismos supermercados ofrecen su marca propia con producto importado, siendo más baratos y con mayor contenido en comparación de un marca tradicional.

4. Estrategia comercial de precio.

Como se mencionó anteriormente, la demanda de producto tiende a crecer en el mes de Diciembre por las fiestas de Navidad y Fin de año para ser utilizado en platos típicos o postres.

En ese caso, los supermercados suelen ofrecer promociones de “2x1” y descuentos por la adquisición del producto o en ciertas ocasiones, ciertos supermercados bajan sus precios o venden el producto por peso.

5. Política comercial de proveedores.

Para garantizar a los clientes un producto de calidad, los supermercados cuentan con una política comercial a proveedores donde establecen normas y requisitos que deberán ser cumplida sin excepción alguna.

A continuación, dos ejemplos de políticas comerciales a proveedores de dos de los supermercados más grandes del Ecuador:

➤ **TÍA - Política comercial de proveedores**

<http://www.tia.com.ec/Politicasy%20normas%20generales%20para%20el%20manejo%20comercial%20y%20logistico%20de%20los%20proveedores.pdf>

➤ **CORPORACIÓN FAVORITA C.A. – Política comercial de proveedores**

<https://www.slf.com.ec/b2b/inicio.do#> (click en guía para empresas interesadas en proveer a corporación favorita)

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Uno de los mayores consumidores de ciruelas pasas son los deportistas o personas que regularmente realizan actividades físicas debido a poseen menos grasa y aumentan el poder calórico en el cuerpo lo que ayuda a proporcionar mayor energía y mantenerla por más tiempo en el organismo. También aquellas personas que tienen trastornos intestinales ya que este fruto posee un alto contenido en fibra, así como en minerales y antioxidantes que permite prevenir y combatir esos problemas. Asimismo las ciruelas deshidratadas son apetecidas por los restaurantes para la preparación de platos gourmet, festividades especiales como Navidad y Fin de Año, y ciertas empresas que producen pures, jugos, yogurts y dulces a base de este producto.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, inocuidad, etc.)

Actualmente, existe la tendencia de consumir productos orgánicos, percibidos como más saludables, amigables con el medio ambiente y brindan mayores beneficios que un producto comercial. Asimismo el precio es tomado en cuenta antes de realizar una compra, dependiendo de su contenido o la necesidad que tenga el consumidor.

Las personas consumen ciruelas deshidratadas por ser ricas en hierro, vitaminas, calcio y proteínas. Los frutos secos son la base de la dieta mediterránea y, por lo tanto, son muy sanas y recomendables.

Al consumirlas, se reduce la posibilidad de padecer enfermedades cardiovasculares. Son también adecuadas para realizar actividades físicas, ya que son una fuente de energía inmediata, también es el mejor aperitivo dado su alto contenido nutricional. Además, puede ser utilizado en variados platos, desde entrantes, ensaladas, postres.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

La mayoría de las ciruelas pasas que se comercializan en el mercado ecuatoriano son importadas desde varios países, especialmente de Chile. Las marcas importadas son las siguientes:

1. Sunshine
2. Mariani
3. El Sabor
4. Mas Corona
5. Supermaxi

A continuación, una breve descripción de cada una de ellas:

1. **Sunshine** Una de las empresas que venden ciruelas deshidratadas para el consumo local es Basesurcorp. S.A., con su marca Sunshine. Sunshine tiene dos presentaciones para el producto en estudio.
2. **Mariani** De la misma manera, existe otra marca llamada “Mariani” fabricado por “Mariani Packing Co, Inc.” Importado de Estados Unidos.
3. **El Sabor** Es una empresa guayaquileña dedicada a la venta de productos de repostería, granos, salsas, conservas y agua el Eden. La materia prima para la elaboración de sus productos es importada, especialmente la ciruela deshidratada, la cual es originaria de Chile.
4. **Más Corona** Empresa importadora y exportadora, procesadora de granos, harinas y cereales, líderes en el mercado nacional ecuatoriano. Se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.
5. **Supermaxi** Es uno de los supermercados más grandes del Ecuador perteneciente a la Corporación Favorita C.A., la cual vende las ciruelas deshidratadas bajo marca blanca. Su producto es importado principalmente de Chile.

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*).

En la siguiente tabla, se presenta una lista de precios de acuerdo a los siguientes supermercados:

Supermercado	Marca	Descripción	Precio (US\$)
Mi Comisariato	Sunshine	Ciruela Pasas con pepa 250 gramos	\$ 1,36
Mi Comisariato	Sunshine	Ciruela Pasas sin pepa 250 gramos	\$ 1,58
Mi Comisariato	Mariani	Ciruela Pasas 283 gramos	\$ 1,99
Supermaxi	El Sabor	Ciruela Pasas 300 gramos	\$ 2,78
Supermaxi	Bonanza	Ciruela Pasas 200 gramos	\$ 1,46
Supermaxi	Supermaxi	Ciruelas sin Semilla - tarro	\$ 1,75
Supermaxi	Supermaxi	Ciruelas sin Semilla - funda	
Supermaxi	Más Corona	Ciruelas - 300 gramos	\$ 1,68
Supermaxi	Premium	Ciruelas	

Mi Comisariato

Ciruela Pasas con Pepa (Sunshine) 250 gramos



Ciruela Pasas sin Pepa (Sunshine) 250 gramos



Ciruela Pasas Mariani 283 gramos



Supermaxi:

Ciruela Pasas "El Sabor" - 300 gramos



Ciruelas "Bonanza" - 200 gramos



Ciruelas sin Semilla "Supermaxi"



Ciruelas “Mas Corona” – 300 gramos



Ciruelas “Premium:



3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).

En el Ecuador existen empresas que ofrecen productos a base de ciruela deshidrata, entre ellos encontramos a:



Industrial lácteos Toni S.A., dedicada a la elaboración y venta de productos lácteos, por ejemplo; Yogurt Toni Digest el cual tiene como ingrediente principal la ciruela deshidratada, dándole así un valor agregado.

Página web:

- <http://www.tonisa.com/nuestros-productos/yogurt/digest/ciruela-pasa.aspx>

Campaña de publicidad “Como un relojito”:

- <http://www.youtube.com/watch?v=dSzRWbnAovs>

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

- **Terrafertil S.A.**

La ciruela deshidratada de Terrafertil es importada de varios países dependiendo de los atributos que estos ofrezcan, como el precio y la calidad. Regularmente, suelen importar de Chile por su buena calidad y el precio es menor en comparación con Argentina, ya que su producto es caro y su calidad es mínima. Según Terrafertil, el producto chileno tiene mucho potencial en Ecuador ya que la producción

de ciruela deshidratada en muy escasa a nivel industrial. No existe mucha competencia en el mercado y, por lo general, se suele producir frutas deshidratadas basada en frutas tradicionales del país.

IX. Fuentes de información relevantes (links).

Gobierno e Instituciones

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Ministerio de Salud Pública (MSP) <http://www.salud.gob.ec/>
- Aduanas del Ecuador <http://www.aduana.gob.ec/index.action>
- Servicio de Rentas Internas (SRI) <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Cámara de Comercio de Guayaquil <http://www.lacamara.org/website/>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) www.agrocalidad.gob.ec/

Estadísticas

- Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/>
- Aduanas del Ecuador: <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo: <http://www.inec.gob.ec/home/>

Marcas y Competencia

- Sunshine <http://www.basesur.com/contenido/productos.asp>
- Mariani <http://shop.mariani.com/Orchard-Fruit/c/Mariani@OrchardFruit>
- El Sabor <http://www.elsabor.com.ec/reposteria.htm>
- Bonanza <http://www.bonanzaecuador.com>
- Supermaxi http://www.supermaxi.com/portal/boletines/marca_propia_pdf/abastos.pdf
- Mas Corona <http://www.mascorona.com/catalogosoleg/productosoleg.html>

Tiendas y Canales de Distribución

- Tía <http://www.tia.com.ec/index.asp>
- Corporación El Rosado <http://www.elrosado.com/>
- Corporación Favorita C.A. <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/inicio>
 - ✓ Akí <http://www.aki.com.ec/portal/es/web/aki2/inicio>
 - ✓ Megamaxi <http://corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/megamaxi>
 - ✓ Supermaxi <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/supermaxi>