



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”**

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANGO Y SU DERIVADO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE” DE LA PROVINCIA DE IMBABURA HACIA LOS ÁNGELES, CALIFORNIA – ESTADOS UNIDOS”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERAS EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORÍA: Verónica Mariela Hidalgo Narváez.

Tamya Lizbeth Chiza Carapaz.

ASESOR: Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña.

IBARRA, MARZO - 2018.

Ibarra, 19 de Marzo del 2018

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña

ASESOR DEL PROYECTO DE GRADO

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) 

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña

100250754-7

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI):

(f) 

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña

100250754-7

(f).....
.....
C.C.....

(f).....
.....
C.C.....

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Verónica Mariela Hidalgo Narvárez, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”.

Ibarra, 19 de Marzo del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Verónica Mariela Hidalgo Narvárez', is written over a dotted line.

(f).....
Verónica Mariela Hidalgo Narvárez

C.C. 100316773-9

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Tamy Lizbeth Chiza Carapaz, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 19 de Marzo del 2018



(f).....

Tamy Lizbeth Chiza Carapaz.

C.C. 040188049-7

AUTORÍA

Yo, Verónica Mariela Hidalgo Narváez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100316773-9, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de las autoras, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

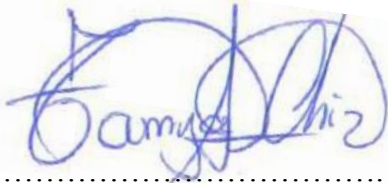
(f).....


Verónica Mariela Hidalgo Narváez

100316773-9

AUTORÍA

Yo, Tamy Lizbeth Chiza Carapaz, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040188049-7, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de las autoras, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



(f).....

Tamy Lizbeth Chiza Carapaz.

040188049-7

DEDICATORIA

A Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido un soporte y compañía durante todo el periodo de nuestros estudios académicos universitarios.

A nuestros amados padres, quienes siempre han estado junto a nosotras brindándonos su amor y apoyo absoluto, para así lograr cumplir una de las metas más importantes en nuestra vida profesional.

A cada una de las autoridades y docentes de nuestra querida Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra “PUCE-SI”, que con su trabajo comprometido han dejado caladas en nosotras un legado de lucha y perseverancia, las cuales se ven plasmadas y traducidas en carácter de franqueza y humildad en las personas que somos el día de hoy.

Verónica Mariela Hidalgo Narváez.

Tamya Lizbeth Chiza Carapaz.

AGRADECIMIENTO

Con el presente trabajo queremos darle las gracias a Dios por ser nuestra guía y un fiel amigo en todo momento, por brindarnos toda la sabiduría, la paz y el valor para seguir adelante como espíritus solidarios y luchadores.

A nuestros amados padres, por sus consejos, sus valores y por la motivación constante, que nos han permitido convertirnos en personas de bien, pero más que nada por su amor incondicional.

A nuestro director de tesis, Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña, por impartir sus conocimientos y el tiempo aportado para la elaboración de este trabajo de investigación.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra “PUCE-SI”, y a todos nuestros docentes que compartieron sus experiencias durante toda nuestra carrera profesional.

También, extendemos nuestro agradecimiento a la Asociación ASOPROVALLE del Valle del Chota por abrirnos sus puertas para poder desarrollar el presente trabajo de grado.

Y a cada una de las personas que de una u otra manera contribuyeron para la consecución del presente trabajo de estudio.

Verónica Mariela Hidalgo Narváez.

Tamya Lizbeth Chiza Carapaz.

RESUMEN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo desarrollar un plan de exportación de mango fresco desde la Asociación Asoprovalle hacia el mercado estadounidense; así como también proponer a la Asociación el desarrollo de la pulpa congelada, un producto derivado del mango.

Se busca apoyar a la Asociación en la diversificación directa de toda su producción con el propósito de internacionalizarla, logrando penetrar no solo en el mercado nacional, sino también en el mercado norteamericano. Se ha tomado en cuenta el ingreso hacia Los Ángeles-California debido al alto interés que sus habitantes tienen por el consumo de la fruta no tradicional a causa de su exquisito sabor, ubicándola en los primeros lugares de consumo.

La Asociación Asoprovalle cuenta con suficiente capacidad productiva de mango Tommy Atkins, gracias a las condiciones climáticas y geográficas que hacen de este producto una fruta exquisita y demandada para su comercialización, tanto a nivel local como exterior.

En Los Ángeles – California se ha establecido a la empresa Albert's Organics un distribuidor de frutas, verduras y congelados, el que se encuentra en capacidades de adquirir grandes cantidades de mango en estado natural como de su pulpa congelada para ser comercializada en el mercado estadounidense, para lo cual se ha requerido analizar gustos y preferencias del consumidor norteamericano.

Dentro del plan de exportación se analiza los indicadores financieros como el periodo de recuperación de la inversión, a través de la comercialización de mango, obteniendo una Tasa Interna de Retorno del 46%, la negociación se la realizará de acuerdo a lo establecido con la empresa Albert's Organics que es en termino FOB.

Palabras Clave: Exportación, Asoprovalle, Mango, Pulpa, Los Ángeles.

ABSTRACT

The purpose of this degree work is to develop an export plan for fresh mango from the ASOPROVALLE Association, as well as to propose to the Association the development of the derivative of its star product, mango, such as frozen fruit pulp.

It seeks to support the producing Association in the direct diversification of all its production with the aim of building its brand, achieving penetration not only in the national market, but also in the North American market. It has been taken into account the entrance to the state of Los Angeles-California due to the high interest that its inhabitants have for the consumption of non-traditional fruit because of its exquisite flavor, placing it in the first places of consumption.

The development of the work is composed of a theoretical framework that provides general information regarding the product and international trade with preambles for its study. In addition, a diagnosis is carried out that is put into practice with the application of the research instruments such as the interview, the survey and the observation sheets, in order to know the management and production modality of the 24 producing partners of the agricultural organization.

Next, the administrative and international trade proposal is displayed through the analysis of the foreign market and the destination company for the commercialization of the Ecuadorian production to the company ALBERT'S ORGANICS.

With all these parameters it is possible to establish the analysis of the impacts: economic, social, environmental and ecological, which make possible the implementation of the mango export plan in the natural state and frozen fruit pulp, helping the economic-social development of the Association, the community and society in general, through the promotion of exports and the application of Corporate Social Responsibility policies by the Association ASOPROVALLE, which seek to give back to society and the environment.

Keywords: Export, Asoprovalle, Mango, Fruit Pulp, Los Angeles.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ASESOR DEL PROYECTO DE GRADO.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	v
AUTORÍA	vi
AUTORÍA	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xxiv
ÍNDICE DE TABLAS	xxvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
MARCO TEÓRICO	3
1.1. COMERCIO INTERNACIONAL	3
1.1.2. Ventajas fundamentales del comercio internacional	3
1.1.3. Desventajas del comercio internacional	4
1.2. EXPORTACIÓN.....	5
1.2.1. Definición	5
1.2.2. Pueden exportar	5

1.2.3. Pasos para exportar.....	5
1.2.3.1. Firma Electrónica	7
1.2.3.2. Persona Natural o Física.....	7
1.2.3.3. Persona Jurídica.....	8
1.2.4. Regímenes de exportación.....	8
1.2.4.1. Exportación definitiva	8
1.2.4.2. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado	8
1.2.4.3. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	9
1.2.5. Declaración Aduanera de Exportación.....	9
1.2.5.1 Datos que se consignarán en la DAE	10
1.2.5.2. Documentos digitales que acompañan a la DAE	10
1.2.5.3. Documentos de acompañamiento.....	11
1.2.5.4. Documentos de soporte	11
1.2.6. ECUAPASS.....	12
1.2.6.1. Definición	12
1.2.7. Canales de Aforo Existentes.....	13
1.2.7.1. Aforo Automático.....	14
1.2.7.2. Aforo Electrónico	14
1.2.7.3. Aforo Documental	15
1.2.7.4. Aforo Físico.....	15
1.2.7.5. Aforo Físico Intrusivo	16
1.2.7.6. Aforo Físico no Intrusivo	17
1.2.8. Transporte Internacional.....	18
1.2.8.1. Transporte Marítimo.....	19

1.2.8.2. Transporte Aéreo	19
1.2.8.3. Transporte Terrestre o por Carretera	20
1.2.8.4. Transporte Ferroviario.....	20
1.2.8.5. Transporte Multimodal	20
1.2.9. Formas de Pago del Comercio Internacional.....	21
1.2.9.1. Pago Anticipado	21
1.2.9.2. Pago Directo	21
1.2.9.3. Pago a la Vista	22
1.2.9.4. Carta de Crédito.....	22
1.2.9.4.1. Carta de crédito irrevocable.....	22
1.2.9.4.2. Cláusula roja	23
1.2.9.4.3. Cláusula verde	24
1.2.9.4.4. Transferible.....	24
1.2.9.4.5. Stand by	24
1.2.9.5. Cheque Bancario Internacional	25
1.2.9.5.1 Funciones del Cheque Bancario a nivel Internacional	25
1.2.10. Incoterms	26
1.2.10.1 Definición	26
1.2.10.2. Empaque.....	27
1.2.10.3. Embalaje.....	27
1.2.10.4. Cadena Logística Internacional.....	27
1.3. PLAN DE EXPORTACIÓN	29
1.3.1. Definición	29
1.4. ASOCIACIÓN.....	31

1.4.1.1. Asociatividad.....	32
1.5. FRUTOS TROPICALES.....	33
1.5.1. El Mango.....	34
1.5.2. Origen del mango.....	34
1.5.3. Variedades de Mango	34
1.5.3.1. Tommy Atkins.....	35
1.5.3.2. Haden.....	35
1.5.3.3. Kent	35
1.5.3.4. Keith	36
1.5.3.5. Derivados del Mango	36
1.5.3.6. Jugo de mango.....	36
1.5.3.7. Mango deshidratado	36
1.5.7.8. Mermelada de mango	37
1.5.7.9. Pulpa de mango	37
1.5.7.10. Pulpa de mango congelada	37
CAPITULO II.....	38
DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO.....	38
2.1. DIAGNÓSTICO.....	38
2.1.1. ANTECEDENTES	38
2.1.2. OBJETIVOS	39
2.1.2.1. Objetivo General	39
2.1.2.2. Objetivos Específicos.....	39
2.1.3. VARIABLES.....	40
2.1.4. INDICADORES.....	40

2.1.4.1.	Producto	40
2.1.4.2.	Oferta.....	40
2.1.4.3.	Plaza	40
2.1.4.4.	Precio.....	40
2.1.4.5.	Promoción	40
2.1.5.	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	41
	Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica.	41
2.1.6.	MECÁNICA OPERATIVA.....	42
2.1.6.1.	Población o Universo	42
2.1.6.1.1.	Primer Universo	42
2.1.6.1.2.	Segundo Universo	42
2.1.6.1.3.	Determinación de la Muestra	43
2.1.7.	FUENTES DE INFORMACIÓN	44
2.1.7.1.	Información Primaria	44
2.1.7.1.1.	Encuesta	44
2.1.7.1.2.	Entrevista.....	44
2.1.7.1.3.	Observación.....	44
2.1.7.2.	Información Secundaria	45
2.1.8.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	45
2.1.8.1.	Entrevista.....	60
2.1.8.1.1.	Entrevista dirigida al presidente de la Asociación Asoprovalle, Sr. Manuel León	60
2.1.8.1.2.	Entrevista dirigida al director de distribución, John Hedges de la empresa Albert´s Organic, vía correo electrónico.	64
2.1.8.2.	Ficha de Observación.....	66

2.1.8.2.1.	Ficha de Observación de la Asociación Asoprovalle del Valle Del Chota.....	66
2.1.8.2.2.	Ficha de Observación realizada en las instalaciones de Supermaxi	66
2.1.8.2.3.	Ficha de Observación realizada en el supermercado Gran Akí	67
2.1.8.2.4.	Ficha de Observación realizada en el Mercado Mayorista.	68
2.1.9.	MATRIZ FODA	69
2.1.9.1.	Estrategias FA, FO, DO, DA.	70
2.1.9.1.1.	Estrategia FA.....	70
2.1.9.1.2.	Estrategia FO.....	70
2.1.9.1.3.	Estrategia DO.....	71
2.1.9.1.4.	Estrategia DA.....	71
2.1.10.	CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO	71
2.2.	ESTUDIO DE MERCADO	73
2.2.1.	MERCADO DE DESTINO	73
2.2.1.1.	Estados Unidos.....	73
2.2.1.2.	Los Ángeles - California	74
2.2.2.	PERFIL DEL MERCADO	75
2.2.2.1.	Competencia en el país de destino.	75
2.2.3.	PERFIL DEL CONSUMO	76
2.2.3.1.	Cultura y preferencias	76
2.2.4.	DEMANDA	76
2.2.4.1.	Análisis de la demanda global.....	76
2.2.4.2.	Demanda de mango en Estados Unidos	77
2.2.4.3.	Localización de la demanda.....	78
2.2.5.	OFERTA	78

2.2.5.1.	Oferta Mundial	78
2.2.5.2.	Oferta Nacional	79
2.2.5.2.1.	Producción nacional del mango	79
2.2.5.2.2.	Producción nacional de conservas y preparados de mango	80
2.2.5.3.	Restricciones para la exportación.....	82
2.2.5.3.1.	Barreras Arancelarias	82
2.2.5.3.2.	Barreras no Arancelarias	82
2.2.6.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	83
2.2.7.	OFERTA DE LA ASOCIACIÓN	84
2.2.7.1.	Mango fresco.....	84
2.2.7.2.	Pulpa congelada	85
2.2.8.	DEMANDA ESPECÍFICA DE LOS POTENCIALES CLIENTES.....	85
CAPITULO III.....		87
PROPUESTA.....		87
3.1.	LOCALIZACIÓN	87
3.1.1.	Macro	87
3.1.2.	Micro.....	87
3.2.	ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA.....	87
3.2.1.	Nombre de la Empresa.....	87
3.3.	PROPUESTA ADMINISTRATIVA	88
3.3.1.	PLAN ESTRATÉGICO.....	88
3.3.1.1.	Misión	88
3.3.1.2.	Visión.....	88
3.3.1.3.	Valores empresariales estratégicos	89

3.4. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	89
3.4.1. Responsabilidades y Competencias	90
3.5. PLAN DE EXPORTACIÓN	95
3.5.1. Descripción de la Propuesta.....	95
3.5.2. Factibilidad de aplicación	96
3.6. MARKETING MIX	96
3.6.1. PRODUCTO.....	96
3.6.1.1. Variedades de mango ecuatoriano	98
3.6.1.2. Composición nutricional del mango	98
3.6.1.3. Cosecha y recolección.....	99
3.6.1.4. Clasificación.....	100
3.6.1.5. Limpieza.....	100
3.6.1.6. Empaque.....	100
3.6.1.7. Etiquetado	102
3.6.1.8. Marca.....	103
3.6.1.9. Enfriamiento y almacenamiento	103
3.6.1.10. Uso de pallets (Mango en fruta).....	103
3.6.1.11. Características del transporte interno para la fruta fresca	104
3.6.1.12. Proceso de transformación del mango en pulpa.....	104
3.6.1.13. Características de la Máquina Despulpadora	105
3.6.1.14. Características de la Máquina Selladora al Vacío	106
3.6.1.15. Recepción.....	107
3.6.1.16. Clasificación.....	107
3.6.1.17. Pre enfriado	107

3.6.1.18.	Lavado.....	108
3.6.1.19.	Secado	108
3.6.1.20.	Despulpado.....	108
3.6.1.21.	Tratamiento Térmico.....	108
3.6.1.22.	Empaquetado.....	108
3.6.1.23.	Etiquetado	109
3.6.1.24.	Embalaje.....	110
3.6.1.25.	Pallets	110
3.6.1.26.	Características del transporte interno para la pulpa de fruta congelada.....	111
3.6.1.27.	Enfriamiento.....	112
3.6.1.28.	Almacenamiento	112
3.6.2.	PRECIO	113
3.6.2.1.	Precio nacional	113
3.6.2.2.	Precio internacional.....	113
3.6.2.3.	Precio de exportación mango.....	114
3.6.2.4.	Precio de exportación pulpa de mango congelada	116
3.6.3.	PLAZA.....	117
3.6.3.1.	Empresa importadora	118
3.6.3.2.	Transporte marítimo.....	120
3.5.3.3.	Flujo grama del proceso logístico del mango y su derivado	122
3.6.4.	PROMOCIÓN	123
3.6.4.1.	Promoción vía electrónica.....	123
3.6.4.2.	Promoción en ferias nacionales e internacionales.....	124
3.7.	PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	125

3.7.1.	Régimen de Exportación.....	125
3.7.2.	Medio de Transporte Marítimo.....	125
3.7.3.	Término de Negociación.....	126
3.7.4.	Forma de pago	126
3.7.5.	Declaración Aduanera de Exportación	126
3.7.6.	Documentos a presentar.....	127
3.7.6.1.	Factura comercial.....	127
3.7.6.2.	Lista de empaque.....	127
3.7.6.3.	Conocimiento de embarque.....	128
3.7.6.4.	Autorizaciones previas para exportar a los Estados Unidos	128
3.8.	PLAN DE ACCIÓN	131
CAPITULO IV		132
ESTUDIO FINANCIERO		132
4.1.	INTRODUCCIÓN.....	132
4.2.	Inversiones necesarias.....	133
4.3.	Plan de financiación	134
4.4.	Plan de puesta en marcha.....	135
4.4.1.	Venta de mango fresco	136
4.5.	Detalle de costos.....	138
4.5.1.	Materia Prima	138
4.5.2.	Mano de Obra	139
4.5.3.	Costos de Producción.....	141
4.5.3.1.	Costos Directos	141
4.5.3.2.	Costos Indirectos	141

4.6. Punto de Equilibrio	145
CAPITULO V	146
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	146
5.1. IMPACTO ECONÓMICO	146
5.1.1. Rentabilidad.....	147
5.1.2. Generación de nuevos emprendimientos.....	147
5.1.3. Efecto multiplicador	147
5.2. IMPACTO SOCIAL	148
5.2.1. Mejoramiento de la calidad de vida.....	148
5.2.2. Generación de empleo	148
5.2.3. Participación Social	149
5.3. IMPACTO AMBIENTAL	149
5.3.1. Preservación del medio ambiente	150
5.3.2. Adecuado uso de los recursos naturales	150
5.3.3. Contaminación.....	150
5.4. IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO	151
CONCLUSIONES	152
RECOMENDACIONES.....	153
FUENTES DE INFORMACIÓN	154
ANEXOS	160
ANEXO 1	160
PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	160
ANEXO 2	188
ENCUESTA APLICADA A LOS SOCIOS DELA ASOCIACIÓN.....	188

ANEXO 3	191
ENTREVISTA APLICADA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN.....	191
ANEXO 4	193
FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN ASOCIACIÓN “ASOPROVALLE” DEL VALLE DEL CHOTA.....	193
ANEXO 5	194
FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN SUPERMAXI.	194
ANEXO 6	195
FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN EL GRAN AKÍ.....	195
ANEXO 7	196
FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN EL MERCADO MAYORISTA.....	196
ANEXO 8	197
MÁQUINA DESPULPadora CARÁCTERÍSTICAS.....	197
ANEXO 9	199
MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO.....	199
ANEXO 10	201
ENTREVISTA REALIZADA JOHN HEDGE DIRECTOR DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ALBERT’S ORGANICS VÍA CORREO ELECTRÓNICO (ESPAÑOL) .	201
ANEXO 10.1	201
ENTREVISTA REALIZADA JOHN HEDGE DIRECTOR DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ALBERT’S ORGANICS VÍA CORREO ELECTRÓNICO (INGLES)	202
ANEXO 11	203
FOTOGRAFÍAS.....	203

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PASOS PARA EXPORTAR.....	6
FIGURA 2. AGILIDAD DEL ECUAPASS.	13
FIGURA 3. PROCESO DE AFORO FÍSICO.	16
FIGURA 4. PROCESO DE AFORO FÍSICO INTRUSIVO.....	17
FIGURA 5. AFORO FÍSICO NO INTRUSIVO.	18
FIGURA 6. INCOTERMS 2010.....	26
FIGURA 7. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.	28
FIGURA 8. PLAN DE EXPORTACIÓN.....	29
FIGURA 9. FRUTAS TROPICALES.	35
FIGURA 10. TIEMPO DE PRODUCCIÓN DE MANGO.	46
FIGURA 11. VARIEDADES DE MANGO.....	47
FIGURA 12. OTROS CULTIVOS A LOS QUE SE DEDICAN.....	48
FIGURA 13. HECTÁREAS DE CULTIVO DE MANGO.....	49
FIGURA 14. PRODUCCIÓN ACTUAL DE MANGO POR HECTÁREA.	50
FIGURA 15. FRECUENCIA DE COSECHA DEL MANGO.....	51
FIGURA 16. PORCENTAJE DE CULTIVO PARA EL CULTIVO DE MANGO.....	52
FIGURA 17. PROBLEMAS DE PRODUCCIÓN.....	53
FIGURA 18. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN.....	54
FIGURA 19. HAN REALIZADO EXPORTACIONES.....	55

FIGURA 20. PRECIO DE LA GAVETA DE MANGO.	56
FIGURA 21. PRODUCCIÓN DESECHADA DE MANGO.	57
FIGURA 22. VALOR AGREGADO DEL MANGO.	58
FIGURA 23. TIPO DE TRATAMIENTO.	59
FIGURA 24. DATOS BÁSICOS EEUU.	73
FIGURA 25. PIB DE CALIFORNIA. FUENTE: (BANCO MUNDIAL, 2017).	74
FIGURA 26. EXPORTADORES DE MANGO. FUENTE: (NACIONAL MANGO BOARD, 2017).	75
FIGURA 27. DEMANDA DE MANGO EN EEUU. FUENTE: (BANCO MUNDIAL, 2017).	77
FIGURA 28. EXPORTACIONES HISTÓRICAS DE MANGO DEL ECUADOR. FUENTE: (PROECUADOR, 2017).	79
FIGURA 29. DERIVADOS DE FRUTAS. FUENTE: (PROECUADOR, 2017).	80
FIGURA 30. IMPORTADORES DE PULPA DE MANGO CONGELADA. FUENTE: (PROECUADOR, 2017).	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 31. COMPETENCIA NACIONAL. FUENTE: (MANGO ECUADOR FOUNDATION, 2017).	81
FIGURA 32. PREFERENCIA ARANCELARIA. FUENTE: (MARQUET ACCESS, 2017).	82
FIGURA 33. ORGANIGRAMA FUNCIONAL ASOPROVALLE.	90
FIGURA 34. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL MANGO.	98
FIGURA 35. MODELO DE EMPAQUE COMERCIALIZACIÓN DE MANGO.	101
FIGURA 36. EMPAQUETADO DEL MANGO NATURAL.	102
FIGURA 37.- MARCA DE LA ASOCIACIÓN.	103

FIGURA 38. PLANTA INDUSTRIAL ASOPROVALLE.	105
FIGURA 39.- TRANSPORTE DE CONGELADOS	112
FIGURA 40. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL MANGO.....	113
FIGURA 41. PRECIO INTERNACIONAL PULPA DE MANGO.....	114
FIGURA 42. CANAL DE DISTRIBUCIÓN ASOPROVALLE.....	117
FIGURA 43. EMPRESA IMPORTADORA.	119
FIGURA 44. FLUJOGRAMA DEL PROCESO LOGÍSTICO DEL MANGO Y SU DERIVADO....	122
FIGURA 45. PÁGINA WEB ASOPROVALLE.....	123
FIGURA 46. FERIAS NACIONALES DE EXPOSICIÓN DE MANGO. (SANTANDER TRADE, 2015).	124
FIGURA 47. IMPULSO A LA EXPORTACIÓN DE MANGO. (MANGO ECUADOR, 2017).....	125
FIGURA 48. REQUISITOS PARA EXPORTAR MANGO A EEUU. (MANGO ECUADOR, 2017).	129
FIGURA 49. CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA EXPORTACIÓN DE MANGO FRESCO (MANGO ECUADOR FOUNDATION, 2017).	129
FIGURA 50.- PLAN DE ACCIÓN	131

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. POSIBLES COMPRADORES NORTEAMERICANOS.	43
TABLA 2. TIEMPO DE PRODUCCIÓN DE MANGO.	46
TABLA 3. VARIEDADES DE MANGO.	47
TABLA 4. OTROS CULTIVOS A LOS QUE SE DEDICAN.	48
TABLA 5. HECTÁREAS DE CULTIVO DE MANGO.	49
TABLA 6. PRODUCCIÓN ACTUAL DE MANGO POR HECTÁREA.	50
TABLA 7. FRECUENCIA DE COSECHA DEL MANGO.	51
TABLA 8. PORCENTAJES DE ABONO PARA EL CULTIVO DE MANGO.	52
TABLA 9. PROBLEMAS DE PRODUCCIÓN.	53
TABLA 10. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN.	54
TABLA 11. HAN REALIZADO EXPORTACIONES.	55
TABLA 12. PRECIO DE LA GAVETA DE MANGO.	56
TABLA 13. PRODUCCIÓN DESECHADA DE MANGO.	57
TABLA 14. VALOR AGREGADO AL MANGO.	58
TABLA 15. TIPO DE TRATAMIENTO.	59
TABLA 16. MATRIZ FODA.	69
TABLA 17. DATOS DE PRODUCCIÓN ASOPROVALLE.	72
TABLA 18. DATOS DE PRODUCCIÓN ASOPROVALLE.	84
TABLA 19. POSIBLES COMPRADORES NORTEAMERICANOS.	85

TABLA 20. PARTIDA ARANCELARIA DEL MANGO APLICABLE PARA EEUU.	97
TABLA 21. PARTIDA ARANCELARIA DE LA PULPA DE FRUTA CONGELADA EEUU.	97
TABLA 22. VARIEDADES DE MANGO ECUATORIANO.....	98
TABLA 23. PRECIO DE EXPORTACIÓN MANGO ESTADO NATURAL.....	115
TABLA 24. PRECIO DE EXPORTACIÓN DE PULPA CONGELADA.....	116
TABLA 25. POSIBLES COMPRADORES NORTEAMERICANOS.	117
TABLA 26. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN DE MANGO.	132
TABLA 27. INVERSIÓN FIJA.....	133
TABLA 28. INVERSIÓN DIFERIDA.	134
TABLA 29. TOTAL FINANCIAMIENTO.....	134
TABLA 30. TOTAL INVERSIÓN.....	134
TABLA 31. RESUMEN CAPITAL FINANCIADO.....	135
TABLA 32. CAPITAL FINANCIADO.....	135
TABLA 33. PRODUCCIÓN DE EXPORTACIÓN ANUAL.....	136
TABLA 34. PRODUCCIÓN DE EXPORTACIÓN MENSUAL.....	136
TABLA 35. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LOS ÁNGELES-CALIFORNIA.	137
TABLA 36. PRODUCCIÓN ANUAL DE PULPA CONGELADA.....	137
TABLA 37. PRODUCCIÓN MENSUAL DE PULPA CONGELADA.	138
TABLA 38. PROYECCIÓN DE VENTAS DE LA PULPA DE MANGO CONGELADO EN LOS ÁNGELES-CALIFORNIA.....	138
TABLA 39. PRECIO DE LA MATERIA PRIMA.....	139

TABLA 40. GASTOS DE EXPORTACIÓN	139
TABLA 41. TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	142
TABLA 42. PRESUPUESTO DE EGRESO ANUAL	143
TABLA 43. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.	144
TABLA 44. INDICADORES PRI, TIR, VAN, COSTE-BENEFICIO	145
TABLA 45. PUNTO DE EQUILIBRIO	145
TABLA 46. IMPACTO ECONÓMICO.	146
TABLA 47. IMPACTO SOCIAL	148
TABLA 48. IMPACTO AMBIENTAL	149
TABLA 49. IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO	151

INTRODUCCIÓN

El presente estudio investigativo tiene el propósito de colaborar con la Asociación Asoprovalle ubicada en el Valle del Chota, en la incursión directa de la comercialización de mango fresco, poniendo a disposición de los interesados los respectivos requisitos y el proceso técnico-legal requerido para la exportación de la producción hacia el mercado de Los Ángeles-California. Aportando de esta manera al mejoramiento de la matriz productiva del país, como también al desarrollo social y económico de los 24 socios productores y sus familias.

El desarrollo del trabajo se compone por un marco teórico que otorga información general respecto al producto y al comercio internacional con preámbulos para su estudio. Además, se lleva a cabo un diagnóstico que se pone en práctica con la aplicación de los instrumentos de investigación como son la entrevista, la encuesta y las fichas de observación.

A continuación, se despliega la propuesta administrativa y de comercio internacional a través del análisis del mercado extranjero y de la empresa destino para la comercialización de la producción ecuatoriana a la empresa ALBERT'S ORGANICS. Seguido de un estudio financiero que desglosa a detalle la inversión requerida para su ejecución, así como también los costos y gastos incurridos que permiten determinar el precio de exportación para cada producto ofertado.

Con todos estos parámetros se logra establecer el análisis de los impactos: económico y social, mismos que viabilizan la puesta en práctica del plan de exportación de mango en estado natural y en pulpa de fruta congelada.

El estudio se conforma de cinco capítulos, donde se detalla un *Marco Teórico* que hace referencia a las distintas bases teóricas y a las guías para la investigación con sustento legal, que habrán de aplicarse en la consecución del proceso de exportación.

A continuación, se desarrolla el *Diagnóstico* del trabajo investigativo, donde se efectúa la aplicación de instrumentos de investigación para la obtención de información fiable y real, pudiéndose determinar la situación actual de la Asociación.

El tercer capítulo detalla la *Propuesta* tanto administrativa, como de comercialización para el producto, así como también el planteamiento para otorgar un valor agregado a la oferta de la fruta., ampliando el portafolio de ventas de la organización, procurando no perder el estado nutritivo y natural del mago, mediante su transformación en pulpa congelada. Del mismo modo se especifica y justifica el destino de la producción en ambas presentaciones y se identifica a la empresa extranjera interesada en adquirir mensualmente el producto.

Se prosigue con el capítulo cuarto *Análisis Financiero*, mismo que determina la inversión requerida para la ejecución del plan de exportación, así como los diversos costos y gastos incurridos en la producción, comercialización y logística interna para la exportación de los productos, procurando obtener una ganancia que retribuya a toda la inversión realizada.

Para finalizar se detalla el *Análisis de los Impactos* que el presente proyecto conlleva con su aplicación, reconociendo el nivel de incidencia de cada uno de ellos, tanto a nivel económico y social.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. COMERCIO INTERNACIONAL

1.1.1 Definición

El comercio tiene su connotación desde la antigüedad con el famoso trueque o intercambio de productos que se realizaba para satisfacer necesidades entre individuos, luego pasó de un simple trueque a generarse un valor por la transferencia realizada, es decir otorgándose un valor económico. En la actualidad el comercio se ha visto en la capacidad de expandirse a nivel internacional para intercambiar productos y servicios que no se posee o de mejor calidad apareciendo así el Comercio Internacional.

Es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas, está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos e igual es la actividad económica en permanente desarrollo y crecimiento, que permite a los residentes de un país intercambiar bienes y servicios con los residentes del resto del mundo, dentro de un marco jurídico (Larrea, 2013, pág. 19)

De acuerdo a Larrea el Comercio Internacional es el movimiento comercial de bienes y servicios que se genera entre diferentes países, además es una actividad económica que está en constante desarrollo y crecimiento para una mejora de intercambios comerciales enlazados en un marco legal y bajo parámetros comerciales de cada país o bloque económico.

1.1.2. Ventajas fundamentales del comercio internacional

El comercio internacional ha logrado un vínculo de intercambio de bienes y servicios mucho más amplio y controlado, gracias a la mejora de la tecnología digital, los procesos de internacionalización son menos complejos y accesibles. “Las principales ventajas del comercio internacional hacia los países miembros mejoran la estabilidad económica del país, haciéndole más dinámico y rentable”. (Caballero, Padín , & Contreras, 2013, pág. 16).

Como principales beneficios que implica la internacionalización van encajados en los siguientes aspectos positivos:

- Los precios tienden a ser más estables.
- Un país importa aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente.
- Países importan en el caso de que no tengo producción de determinados bienes.
- Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.

1.1.3. Desventajas del comercio internacional

Dentro del comercio exterior también hay sus desventajas que imposibilitan a los productores, emprendedores de diversos bienes y servicios su exportación muchas veces por falta de conocimiento, temor o falta de financiación generados por los mismos exportadores, son “Errores frecuentes que se producen al internacionalizar una empresa” (Caballero, Padín , & Contreras, 2013, pág. 17).

Por lo general como lo definen los autores estas desventajas se dan por fallas entre los mismos exportadores e importadores de los diversos países ocasionando:

- Posibilidad de incumplimiento entre las partes exportador-importador.
- Procesos judiciales engorrosos, por lo general se renuncia a la jurisdicción territorial y se atiene a tratados internacionales.
- Mayor riesgo de pérdidas económicas al transportar los bienes mayores distancias, más aún si son bienes perecibles como carnes o vegetales.
- Incremento del precio del producto por los gastos que demanda el proceso de exportación-importación, como flete, seguros y otros.

1.2. EXPORTACIÓN

1.2.1. Definición

La internacionalización de bienes y servicios en la actualidad es una realidad, pero muchas veces no se lo hace por la vía legal correspondiente por carencia de conocimientos o por infringir con la legalidad de un país.

Es por ello necesario conocer el significado correcto de la palabra exportación, considerada como, “el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior”. (González M. , 2005, pág. 23).

Según González, la exportación es la salida de productos o servicios a los que denomina mercancías, hacia otros países con el fin de satisfacer necesidades y fines comerciales, ya que los países adquieren productos que no tienen a disposición y así hacerlos de su uso realizando todo el proceso legal que este lo amerita.

1.2.2. Pueden exportar

Pro Ecuador, una de las entidades públicas más importantes del Ecuador en lo que respecta a importaciones y exportaciones define en esta manera a las personas ya sean naturales o jurídicas sean ecuatorianas como extranjeras pueden realizar procesos de exportación.

“Pueden realizar exportaciones tanto ecuatorianas como residentes en el país, como personas naturales o jurídicas”. (PROECUADOR, 2017).

1.2.3. Pasos para exportar

La SENA E es una entidad ecuatoriana con respecto a las importaciones y exportaciones se encarga de definir los pasos estructurados para efectuar procesos de comercialización internacional.

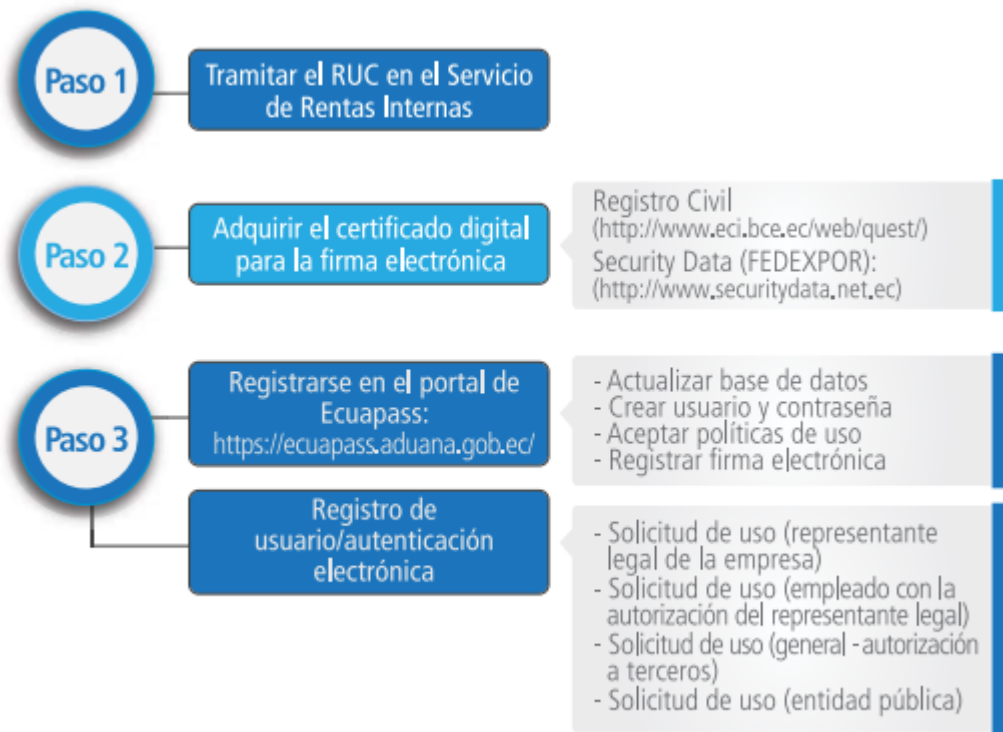


Figura 1. Pasos para Exportar.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador informa los pasos esenciales a seguir para ser exportador y se detallan a continuación:

“Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica” (Aduana del Ecuador SENA, 2017)

1.2.3.1. Firma Electrónica

A parte del sistema ECUAPASS está el uso del TOKEN (certificado de firma digital) que ahora deberán disponer las empresas para sus respectivas declaraciones; este dispositivo guarda la identificación o firma digital del Operador de Comercio Exterior, representando mayor confiabilidad en las operaciones o transacciones que efectúe el usuario final.

“Es un dispositivo electrónico que se le da a un usuario autorizado de un servicio computarizado para facilitar el proceso de autenticación”. (Comercio Exterior, 2017).

La implementación de la Firma lo que busca es Ahorro de dinero y tiempo del Comercio Electrónico, reducción en volumen de papeleo, correo, fax y otros gastos fijos que es en lo que más se gasta en el momento de realizar trámites en el SENA, sobre todo la incorporación de este elemento busca Agilizar los negocios y trámites incrementando la productividad.

1.2.3.2. Persona Natural o Física

“Para personas que trabajen por cuenta propia o para otra persona natural, es decir que no tienen una compañía constituida y que realizarán operaciones de comercio exterior en el ECUAPASS”. (PROECUADOR, 2017).

1.2.3.3. Persona Jurídica

“Representante Legal o Miembro de Empresa. - Para personas (no empresa) que trabajen en cualquier cargo, incluido Representante Legal, para una compañía constituida como tal y que realizarán operaciones de comercio exterior en el ECUAPASS”. (PROECUADOR, 2017).

1.2.4. Regímenes de exportación

Para el caso de los aspectos legales del comercio exterior, deberán estar basados al Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en la Sección II de los Regímenes de Exportación, en la Subsección I.

1.2.4.1. Exportación definitiva

Uno de los regímenes legales más empleados por los exportadores es la Exportación Definitiva, como su nombre indica consiste en la salida firme de mercancía del territorio aduanero, es decir la mercancía no vuelve a retornar al país porque se está enviando para su consumo en el exterior.

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.”
(Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. 57, Art, 154).

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

1.2.4.2. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

La Exportación temporal para reimportación en el mismo estado es uno de los regímenes amparados en el Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones que los exportadores emplean en el caso que la mercancía vaya a ser exportada temporalmente.

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga. (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. 57, Art, 155).

Es necesario recalcar que este régimen aduanero, la mercancía a ser reimportada deberá ingresar en las mismas condiciones en las cuales fue enviada, es decir sin adecuaciones ni modificación alguna, salvo de desgaste natural considerado por el mismo.

1.2.4.3. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

El régimen de exportación temporal para perfeccionamiento activo es otra formalidad empleada por los exportadores, para realizar modificaciones o cambios en el exterior y volver a importarlas al país liberándose de tributos por el proceso.

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme las condiciones previstas en el reglamento al presente Código. (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. 57, Art, 156).

Cabe señalar que toda esta información legal para los exportadores se encuentra en Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones y el Reglamento al Libro V del mismo, para poder proceder de manera legal a la exportación de mercancías de pendiendo su finalidad.

1.2.5. Declaración Aduanera de Exportación

Una vez obtenido y registrada correctamente la Firma Electrónica o TOKEN en el sistema aduanero ECUAPASS siguiendo todos los instructivos de registro desde la opción Solicitud de Uso, los exportadores o declarantes, deberán emitir electrónicamente la Declaración Aduanera de Exportación conocida por siglas como DAE.

El Proceso de Exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (PROECUADOR, 2017)

A esta Declaración Aduanera de Exportación será acompañada por documentos de soporte como son la factura comercial y documento de embarque creando un vínculo legal y obligaciones por cumplir con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

1.2.5.1 Datos que se consignarán en la DAE

La DAE es formulario en el que se registraran las exportaciones que cualquier persona desee realizar, los datos que figuran dentro de la Declaración Aduanera de Exportación son los siguientes para seguridad tanto del exportador como importador, los datos de la DAE son:

- “Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del declarante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía”. (PROECUADOR, 2017).

1.2.5.2. Documentos digitales que acompañan a la DAE

Es importante conocer que toda exportación está sujeta a ser declarada ante el SENA, que tiene el carácter de Declaración Jurada que constituye el único documento aduanero que acredita la legal exportación, reexportación o exportación temporal de mercancías, cuando lleva registrados los controles realizados por la aduana de salida.

1.2.5.3. Documentos de acompañamiento

Como su nombre lo indica son documentos que acompañan a la Declaración Aduanera de Exportación y no son de carácter obligatorio, sólo se los presenta en el caso de serlo.

“En este grupo constituyen aquellos denominados de control previo, los cuales se deberán tramitar y aprobar antes del embarque de la mercadería, estos pueden presentarse física o electrónicamente, junto con la Declaración Aduanera, siempre que sean exigidos”. (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. Art, 72).

Los documentos de acompañamiento dependen de la naturaleza del producto, de acuerdo a esto en el caso de ser obligatorio se presentará Certificados Sanitarios, Certificados Fitosanitarios, Certificados Zoosanitarios, Certificados Ictiosanitarios y Certificados de Calidad.

1.2.5.4. Documentos de soporte

Los documentos de soporte representan una obligatoriedad de entrega por parte del exportador y deben ir amparando la Declaración Aduanera de Exportación o DAE, de una forma segura y exigible para el Operador de Comercio Exterior – Exportador.

Son los documentos que constituyen la base para cualquier trámite de importación o de exportación. Estos documentos originales, ya sean físicos o electrónicos deberán constar y tener en el archivo del declarante y del Agente de Aduanas y estar bajo su respectiva responsabilidad. (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. Art, 73).

Entre estos documentos de vital importancia para la DAE consta:

a) Factura Comercial

Documento primordial que acompaña a la Declaración Aduanera de Exportación. “Será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación”. (Caballero, Padín , & Contreras, 2013, pág. 76).

b) Documento de transporte

Este documento es exigible para el exportador de la mercancía. “Instrumento que acredita a la aduana la propiedad de la mercancía, dependiendo el medio de transporte que se utilice para la exportación”. (Caballero, Padín , & Contreras, 2013, pág. 77).

c) Certificado de Origen

Siempre y cuando sea solicitado y ayude este, “Documento permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda”. (ADUANAS, 2016).

De esta manera se puede señalar que los documentos de soporte son exigibles de entrega por parte del exportador, como respaldo de la Declaración Aduanera de Exportación, su factura comercial correspondiente, dependiendo el tipo de medio de transporte se emitirá el documento de transporte en el caso de ser vía aérea se emitirá un Air Bill o documento de transporte aéreo, en el caso de ser marítimo un Bill of Lading o documento de transporte marino y en el caso de ser terrestre una Carta Porte.

1.2.6. ECUAPASS

1.2.6.1. Definición

El avance tecnológico permite simplificar un sinnúmero de procesos que antes carreaban un sinnúmero de papeleos para los involucrados, gracias a la innovación de una plataforma denominada ECUAPASS se agiliza y optimiza el comercio internacional.

“Es el Sistema Aduanero del país, que permitirá a todos los Operadores Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Este sistema fue puesto en marcha desde el 22 de Octubre del 2012.” (PROECUADOR, 2017).

Como lo define PROECUADOR a través de este sistema los operadores de comercio exterior pueden realizar sus trámites generando transparencia y eficiencia en sus operaciones aduaneras, minimizando el uso de papel, asegurando el control aduanero y facilitando el comercio.

Para el envío de información a través del sistema podrá realizarlo de dos formas:

1. Ingresando directamente al Portal del ECUAPASS e ingresando la información que quiere transmitir a la Aduana.
2. Descargándose el software que otorgará la aduana para que transmita la información de los nuevos documentos electrónicos que desea transmitir a la aduana.

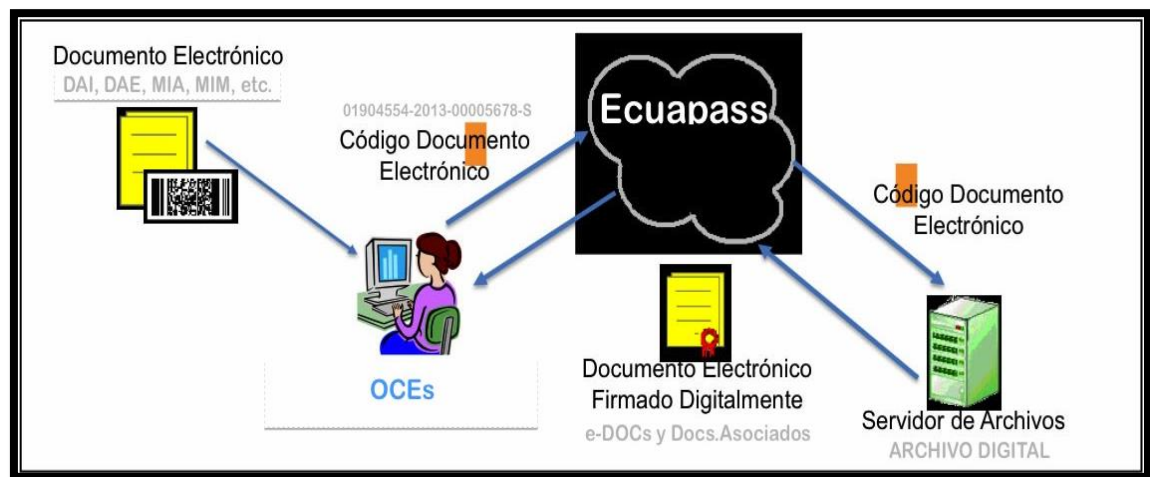


Figura 2. Agilidad del ECUAPASS.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

1.2.7. Canales de Aforo Existentes

Para realizar exportaciones e importaciones la aduana se encarga de realizar un control o verificación de los procesos que estamos efectuando para verificar que todo marche con normalidad y de acorde a lo declarado.

“Es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.” (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2016, págs. 53, Art, 140).

Aforar es la modalidad que permite la constatación ya sea física, por documentos o electrónica de la mercancía que se está procediendo a internacionalizarla, como modalidades de aforo se encuentran estipuladas en el Reglamento y Código de Producción Comercio e Inversiones.

1.2.7.1. Aforo Automático

El Aforo Automático, “es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador”. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 80) .

Este despacho es muy común en los importadores que tienen un perfil de riesgo bajo, ya que lo que busca el SENA E es que los procesos de importación sean más eficaces y eficientes además que las mercancías importadas no tengan problemas futuros con el control posterior.

1.2.7.2. Aforo Electrónico

Otra modalidad de aforo considerada en la reglamentación aduanera ecuatoriana es el Aforo Electrónico esta verificación se realizará únicamente con documentos electrónicos o digitales en el Sistema Informático del Servicio Nacional de Aduana, por lo que quedan excluidas de la aplicación de esta modalidad de despacho las importaciones y exportaciones de mercancías que requieran documentos de control previo, siempre que estas no sean transmitidas vía electrónica.

Esta verificación se realizará únicamente con documentos electrónicos o digitales en el Sistema Informático del Servicio Nacional de Aduana, por lo que quedan excluidas de la aplicación de esta modalidad de despacho las importaciones y exportaciones de mercancías que requieran documentos de control previo, siempre que estas no sean transmitidas vía electrónica, así como aquellas importaciones o exportaciones de mercancías cuya inspección sea requerida por otras entidades del Estado, de acuerdo a lo establecido en la normativa legal pertinente. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 81).

Esta modalidad de aforo permite la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

1.2.7.3. Aforo Documental

El Aforo Documental representa otra modalidad exigida para la constatación o verificación de las mercancías en los diferentes puertos y aeropuerto del país, para asegurarse el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador que coincidan con las declaraciones realizadas y evitar infracciones o delitos aduaneros.

Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus Documentos de Acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de Tributos al Comercio Exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 82).

Dependiendo al tipo de aforo que asigne el sistema de la aduana, el Aforo Documental permitirá determinar que los documentos de acompañamiento y soporte estén correctamente y sobre todo en el caso de las importaciones constatar la correcta liquidación de los tributos aduaneros.

1.2.7.4. Aforo Físico

Esta modalidad de aforo podrá realizarse mediante la inspección intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva, dependiendo la naturaleza de la mercancía y la tecnología con la que cuenten diversos puertos y aeropuertos.

Es el reconocimiento físico de las Mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/o clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus Documentos de Acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de Tributos al Comercio Exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 83).

Es indispensable conocer que toda mercadería proveniente de zonas francas, puertos libres, puertos de transferencia y, en general de los denominados paraísos fiscales, ingresados vía terrestre, marítima, fluvial o aérea, será obligatoriamente sometida a aforo físico en destino.

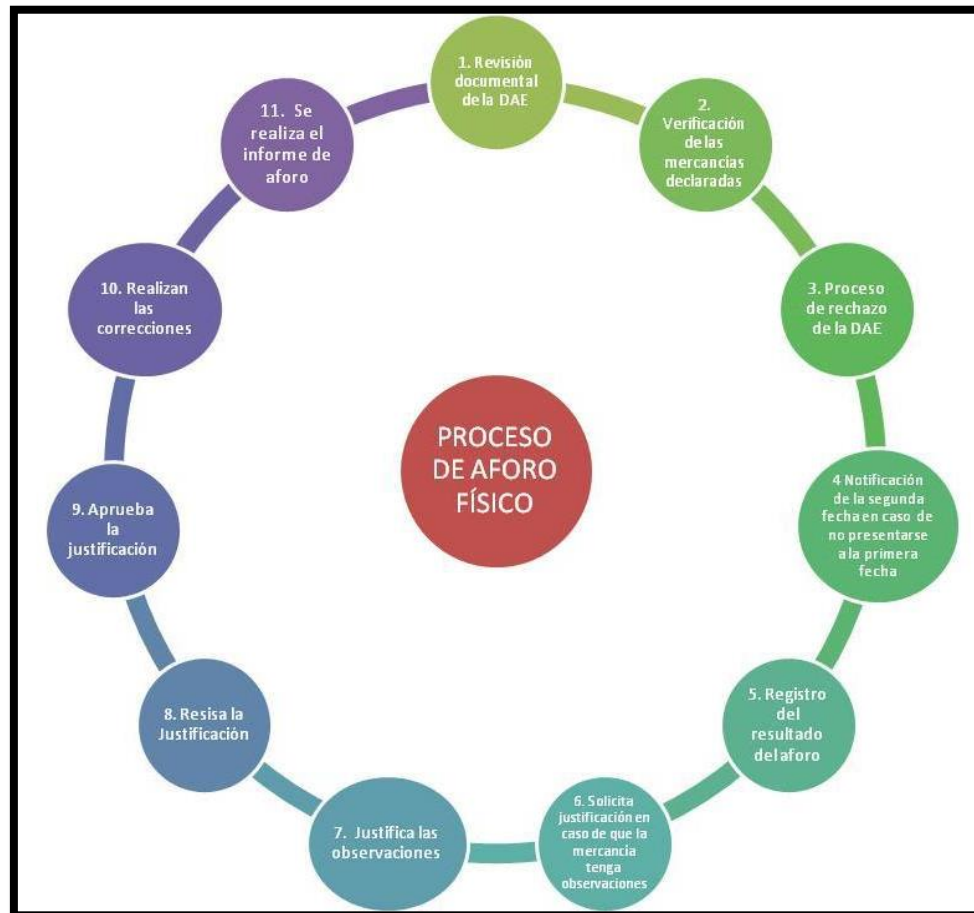


Figura 3. Proceso de Aforo Físico.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

1.2.7.5. Aforo Físico Intrusivo

Corresponde al reconocimiento físico de las mercancías para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la declaración aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y el cumplimiento de las disposiciones aduaneras.

“La modalidad de aforo podrá realizarse mediante la inspección intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva”. Art. 83 del Reglamento del COPCI. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 83).



Figura 4. Proceso de Aforo Físico Intrusivo.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

Para la exportación de mercancías al exterior es indispensable constatar peso, cantidad, medida o la clasificación de la mercancía que los realiza un funcionario de la aduana, este proceso empieza con revisar la Declaración Aduanera de Exportación y el ingreso de las mercancías de las mercancías a las bodegas de la aduana, para poder realizar la verificación de las mismas y obtener el informe del aforo y proceder a la salida de las mercancías al medio de transporte.

1.2.7.6. Aforo Físico no Intrusivo

La finalidad del aforo físico no intrusivo es que tanto las unidades o medios de transporte, contenedores y mercancías que arriben a distritos aduaneros marítimos o terrestres estén sujetas al control e inspección aduanera con la finalidad de poder brindar seguridad para las dos partes que participen de la operación aduanera respectivamente.

Es el reconocimiento físico de las mercancías mediante el uso exclusivo de sistemas tecnológicos no intrusivos para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana o clasificación arancelaria. (Reglamento Libro V, COPCI, 2016, págs. 42, Art, 83).

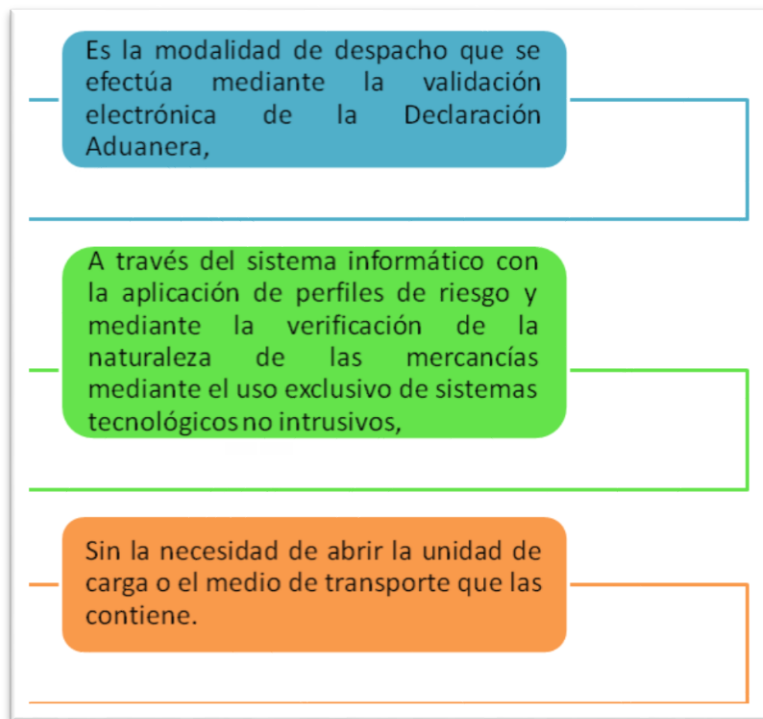


Figura 5. Aforo Físico no Intrusivo.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo y mediante la verificación de la naturaleza de las mercancías mediante el uso exclusivo de sistemas tecnológicos no intrusivos, sin la necesidad de abrir la unidad de carga o el medio de transporte

1.2.8. Transporte Internacional

El Comercio Internacional es la acción de trasladar mercancías de un país a otro; por lo tanto, el transporte internacional incluye el conjunto de medios de transporte que actúan desde y hacia cualquier punto geográfico.

Es una serie de transacciones que permiten llevar o transportar una mercancía desde una terminal de partida hasta una terminal de destino, es un sistema que sirve para trasladar mercancías desde un punto específico hacia otro. La condición esencial del transporte es que las mercancías lleguen a su punto de destino sin desmedro de la calidad y de acuerdo a las condiciones que se ha contratado. (Larrea, 2013, pág. 192).

El transporte internacional según el autor permite movilizar las mercancías de un sitio a otro, disminuyendo tiempo y facilitando la entrega de los productos en un área determinada. Al momento de elegir un medio para transportar mercancías es muy importante considerar los costos de la operación, así como los riesgos del traslado.

1.2.8.1. Transporte Marítimo

El Transporte Marítimo ha disminuido históricamente mucho en general distancias entre países participantes en su actividad de comercio, siendo el modo ideal para transporte de mercancías de gran volumen o consideradas a granel.

Es la gestión de trasladar a personas o mercancías y cosas como cargas secas, solidas, o líquidas por mar desde un punto geográfico a otro a bordo de un buque a un bajo costo, es el medio de transporte más utilizado debido a su gran capacidad de carga y movimiento de mercancías. (Larrea, 2013, pág. 193).

El transporte marítimo permite la fácil transportación y/o movilización de mercancías perecederas de grandes dimensiones a largas distancias para ser entregadas en un muelle.

1.2.8.2. Transporte Aéreo

Uno de los transportes más utilizados en la actualidad corresponde al transporte aéreo, “se considera adecuado para mercancías perecederas que haya que enviar a largas distancias, pero existen ciertas restricciones en cuanto a la situación de determinadas mercancías, es rápido y el flete es más costoso que el marítimo”. (Larrea, 2013, pág. 194).

Según Larrea este medio de transporte es ideal para trasladar mercancías de alto valor debido a que es el más rápido y seguro con el cual podemos contar actualmente, el problema radicaba por los costos al ser más pronta la transportación de mercancías el costo es más elevado.

En la actualidad hay un sinnúmero de empresas aéreas que prestan este servicio a costos más económicos, la cuestión e hacer una buena cotización.

1.2.8.3. Transporte Terrestre o por Carretera

El transporte terrestre es usualmente el más utilizado por las personas en la actualidad, debido a que se puede trasladar mercancías de cualquier tipo de un lugar a otro e incluso presta servicios de puerta a puerta, “es rápido y seguro, las tarifas varían por lo que el importador debe informarse antes de contratar este modo, entre las principales ventajas destacan la facilidad de penetración es decir la posibilidad de entregar los productos de puerta a puerta”. (Larrea, 2013, pág. 195).

1.2.8.4. Transporte Ferroviario

Este tipo de transporte en la actualidad no es emplea mucho, pero hay lugares donde todavía lo conservan, “se usa mucho en países como Europa y EE.UU asido usado a través primero de carbón y hoy en día funciona eléctricamente”. (Larrea, 2013, pág. 196).

El autor manifiesta que este tipo de transporte es el más antiguo y a la vez su capacidad de carga es grande, permite trasladar mercancías de alta densidad de una terminal a otra, contribuyendo a una mejora del país.

1.2.8.5. Transporte Multimodal

El transporte multimodal es frecuentado por las empresas internacionales, debido a que las mercancías pueden ser trasladadas de un sitio a otro utilizando transportes diferentes para su llegada sin dificultad alguna.

Es el traslado de mercancías por dos o más modos de transporte diferentes, en virtud de un único contrato de transporte multimodal, desde un lugar situado en un país en el que el operador de transporte toma la mercancía bajo su custodia hasta otro lugar destinado para su entrega. (Larrea, 2013, pág. 198).

La gestión comercial del transporte multimodal es realizada por los denominados Operadores de Transporte Multimodal (OTM), que son generalmente compañías navieras, operadores ferroviarios o de tránsito especializados en la gestión de este tipo de transporte, no son propietarios de los medios usados, sino celebran un contrato multimodal con responsabilidad.

1.2.9. Formas de Pago del Comercio Internacional

1.2.9.1. Pago Anticipado

El uso de esta modalidad es particular, cuando por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto, y a su vez representa una gran ventaja competitiva para él frente al mercado.

Consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en el lugar del exportador el monto de la compra venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien ocasionalmente y hasta premeditadamente puede demorar el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. (Todo Comercio Exterior, 2015).

Esta forma de pago tiene la consecuencia, de que el comprador no se asegure de que la mercadería llegue a su destino final en las sumas estipuladas en el contrato con el importador.

1.2.9.2. Pago Directo

El Pago Directo es el medio de pago el más utilizado en la actualidad ya que es una de las formas más seguras de cancelar por las mercancías las cuales vayan a ser adquiridas por parte del comprador.

Cuando el importador genera el pago directamente al exportador y utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago directo son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. (Todo Comercio Exterior, 2015).

De acuerdo a como señala la página web de Aduanas, esta forma de pago por lo general es empleada cuando se realiza pagos en ese momento, esto quiere decir al contado a través de la cuenta corriente.

1.2.9.3. Pago a la Vista

Este método es favorable al exportador puesto que, indirectamente, mantiene el control de los documentos hasta que el comprador externo haga el pago, “se aplica a la obligación representada por medio de un efecto o documento exigible al deudor cuando se le presenta e igual se denomina así las cotizaciones de monedas o mercancías para entrega inmediata”. (Todo Comercio Exterior, 2015).

Se aplica a esta modalidad a la obligación representada por medio de un efecto o documento exigible al deudor cuando se le presenta e igual se denomina así las cotizaciones de monedas o mercancías para entrega inmediata.

1.2.9.4. Carta de Crédito

Crédito Documentario, mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que toman las partes que intervienen en la compra-venta internacional, “constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco, se considera de bajo riesgo porque el banco exportador tiene la obligación legal de pagar siempre y cuando se presenten todos los documentos”. (Todo Comercio Exterior, 2015).

La carta de crédito permite que sea un banco quien concrete un pago hacia una persona con la cual mantiene relación comercial cumpliendo ciertas condiciones establecidas en el contrato como compromiso entre las partes. Esta operación puede garantizarse mediante la intervención de otro banco confirmante que le informa sobre la expedición de una carta de crédito y puede agregar su confirmación, garantizando por tanto el pago en contra del riesgo de incumplimiento del banco expedidor.

1.2.9.4.1. Carta de crédito irrevocable

El Diario el Exportador señala que este tipo de documento no puede modificarse ni cancelarse sin el consentimiento de las partes. Así el comprador prepara la mercancía o la disponga para el embarque con la seguridad que recibirá el pago si presenta los documentos exigidos, la única

forma de cancelarlos o realizar modificaciones es que la partes que intervienen en la operación expresan su consentimiento para este efecto, si la carta de crédito no especificará si es irrevocable o revocable, ésta se considerará como irrevocable.

1.2.9.4. Carta de crédito confirmada

Este documento representa para el exportador seguridad absoluta de pago, la confirmación de un crédito irrevocable por otro banco confirmador mediante autorización a petición del banco emisor es un compromiso en firme por parte del banco confirmador, adicional al del banco emisor, siempre que los documentos requeridos se hayan presentado al banco confirmado o a cualquier otro banco designado conforme a los términos y condiciones del crédito, esto le permite al exportador que se asegure que recibirá su pago a través de un banco local, en virtud a lo que señala la fuente Diario el Exportador.

1.9.4.3. Carta de crédito no confirmada

Diario el Exportador evidencia que la carta de crédito no confirmada determina que el banco del comprador deberá revisar los documentos y proceder al pago, actuando el banco de exportador sólo como notificador, eximiendo a los bancos distintos al emisor de todo compromiso de pago ante el beneficiario, puesto a que solo se dedica a notificar al beneficiario los términos y las condiciones de la operación, el único banco que se compromete a pagar es el emisor pero este se encuentra con frecuencia en otro país, el problema latente en este tipo de documento es que el exportador no cuenta con la obligación absoluta e incondicional del banco notificador.

1.9.4.4. A la vista o a plazo

En base a la página web este documento puede disponer el pago a la vista inmediata o en fecha venidera, lo que resulta un crédito mediante letra a plazo. (Exportador, 2016).

1.2.9.4.2. Cláusula roja

Pemex manifiesta la inclusión de esta cláusula en la carta de crédito misma que prevé pagos anticipados al beneficiario / exportador por una parte o el valor total de la carta de crédito antes

de que la mercadería sea embarcada. El pago se realiza contra la presentación de un simple recibo, por su naturaleza muy especial las cartas de crédito con esta cláusula generalmente se utilizan cuando hay una estrecha relación de negocios entre el importador y el exportador, ya que existe el riesgo de que el exportador pueda girar un anticipo y no embarcar la mercancía.

1.2.9.4.3. Cláusula verde

La cláusula verde posee los mismos alcances de la cláusula roja, excepto que bajo la carta de crédito emitida con cláusula verde el pago anticipado es efectuado contra presentación de un certificado de depósito o warrant, que asegure que la mercancía total o parcial está a disposición del comprador, esta cláusula tiene un menor riesgo para el comprador. (PIMEX, 2017).

1.2.9.4.4. Transferible

Este tipo de carta de crédito se configura mediante la inclusión de una cláusula adicional específica, en base a la cual se establece que la misma puede transferirse parcial o totalmente, dependiendo de si los embarques parciales estén permitidos o no a favor de otro, que en muchos casos es el productor de la mercadería.

“El beneficiario puede solicitar transferencias a favor de segundos beneficiarios hasta por el valor total de la carta de crédito original misma que sólo puede ser efectuada por el banco confirmador si lo hubiere, o por el banco designado para tal fin”. (Exportador, 2016).

El primer beneficiario de ser el caso podrá sustituir sus propias facturas a cambio de las del segundo beneficiario, por importes que no excedan el valor y precios unitarios de la carta de crédito original.

1.2.9.4.5. Stand by

El Diario el Exportador manifiesta que este tipo de carta de crédito es utilizada para garantizar el pago a un acreedor, si su deudor incumple con sus obligaciones contractuales, el único

requisito para que su usuario pueda cobrarla es que compruebe normalmente con un documento certificado por un tercero, que su deudor no le pagó en su totalidad.

1.2.9.5. Cheque Bancario Internacional

El cheque bancario es el mecanismo por el cual el banco nacional recibe dinero o a la orden de realizar un cargo contra la cuenta de un cliente para que emita un cheque por una cuantía determinada, “es un cheque emitido por un banco contra sus propios fondos, a solicitud del importador. Previamente, el importador habrá abonado al banco el importe del mismo. Es un medio de pago que exige confianza en el importador.” (Todo Comercio Exterior, 2015).

Hay que dar por hecho que el importador va a atender el pago, por lo que no es necesario exigirle garantías adicionales. Este medio de pago se caracteriza por su simplicidad y por su bajo coste. Por motivos de seguridad el cheque bancario debe ser siempre nominativo.

1.2.9.5.1 Funciones del Cheque Bancario a nivel Internacional

- El exportador envía las mercancías y los documentos al importador.
- El Importador hace una solicitud por el importe deseado al banco emisor del cheque.
- El banco emisor adeuda en la cuenta de su cliente el importe, al tiempo que le envía el cheque por la cantidad indicada.
- El importador envía el cheque al exportador por el total del importe debido.
- Llegado el momento en el que el exportador posea el cheque procederá a entregarlo a su banco para que bien lo descuenta o bien gestione su cobro. de la solvencia del banco del importador.
- El banco pagador abona el importe al exportador, menos el descuento.

Al tiempo, y para concluir el ciclo, el banco pagador adeudará en la cuenta del banco emisor el importe total de la operación. (Todo Comercio Exterior, 2015).

1.2.10. Incoterms

1.2.10.1 Definición

Son un conjunto de reglas internacionales y están regidos por la Cámara de Comercio Internacional, misma que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, se los define como, “términos internacionales que definen las obligaciones y los riesgos del transporte y del seguro entre el exportador y el importador además son reconocidos como estándares internacionales”. (González M. , 2012, págs. pág, 219-220).

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen, la selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato, el propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional

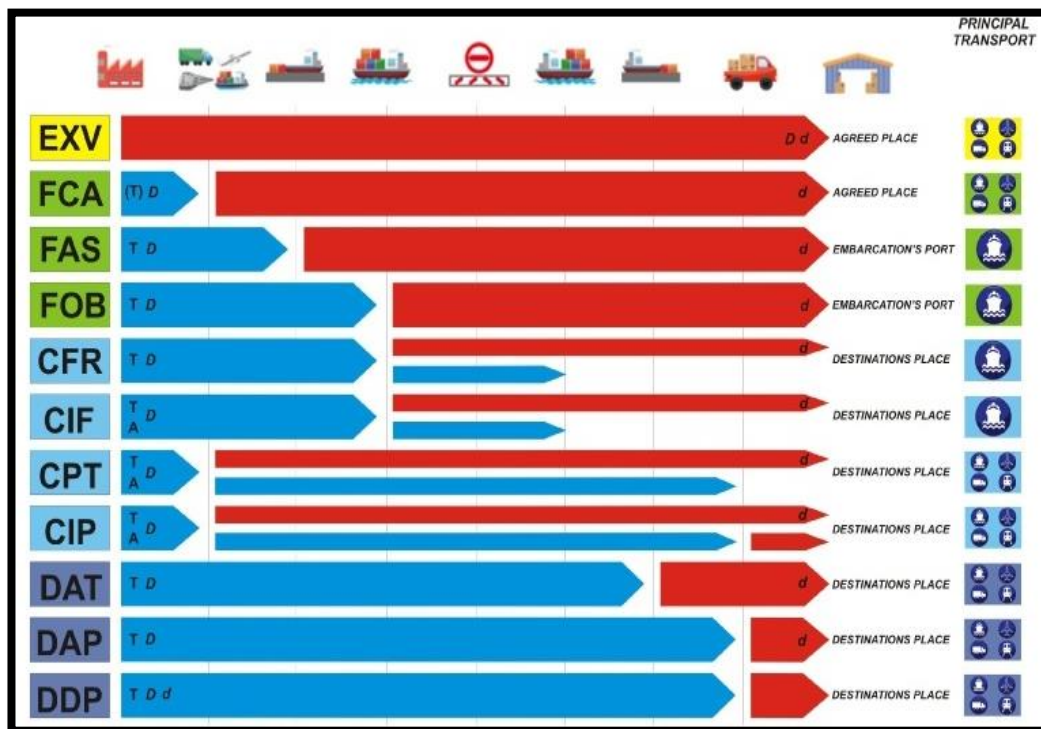


Figura 6. Incoterms 2010.
Fuente: (PROECUADOR, 2017).

Los Incoterms determinan el alcance del precio, en qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador, el lugar de entrega de la mercadería, quién contrata y paga el transporte, quién contrata y paga el seguro y qué documentos tramita cada parte y su costo.

1.2.10.2. Empaque

El empaque es un sistema diseñado donde los productos son acomodados para su traslado del sitio de producción al sitio de consumo sin que sufran daño. El objetivo también es lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y un consumidor. Ese vínculo deber ser beneficioso para el consumidor y el productor. (Córdor, 2013, pág. 24).

1.2.10.3. Embalaje

Los embalajes sirven para alojar los productos desde que han sido acabados o terminados en la respectiva unidad del producto, hasta que llegan al consumidor final por lo que deben cumplir la función adicional de proteger del manipuleo, del clima, etc. los productos que contienen. “El embalaje se utiliza para contener los productos de forma temporal, principalmente para agrupar unidades de producto pensando en cómo hacer que sean más fáciles de manipular, transportar y almacenar”. (Kartox, 2014).

Embalar facilita la distribución física internacional, protege al producto contra agentes externos como el polvo, la humedad, los insectos, etc., además consiente el transporte, manipuleo y almacenamiento de las mercancías.

1.2.10.4. Cadena Logística Internacional

Cuando hablamos de Logística Internacional lo hacemos para referirnos a una empresa que realiza operaciones de exportación e importación; la Cadena Logística Internacional es, “el acondicionamiento de la mercadería a movilizar, encargándose de su transporte internacional, almacenamiento, depósito y cobertura de seguro” (ADUANAS, 2013).

La logística es un conjunto de actividades que apoyan al normal funcionamiento de la empresa tratando de reducir al máximo los costos y tiempos desde el lugar de origen a lugar de destino cumpliendo con importantes funciones como son el abastecimiento, el mantenimiento y el transporte, por lo que utilizan el sistema de apoyo logístico sean las empresas pequeñas, medianas o grandes ya que deben tener claramente identificados a sus proveedores, distribuidores, mayoristas, minoristas y a los consumidores finales.

Se puede entender a la logística como la suma de conocimientos necesarios para realizar correctamente una operación de comercio internacional, ya sea de importación o de exportación, identificando los momentos en que ocurren cada uno de los pasos como son el despacho aduanal, los fletes terrestres, fletes internacionales, aforos etc.

Ante una exportación o importación de mercaderías, el exportador o el importador, o ambos, deberán poner en marcha una serie de gestiones y efectuar contactos y negociaciones con diversos actores para que la logística internacional se realice en forma rápida, eficiente y segura.

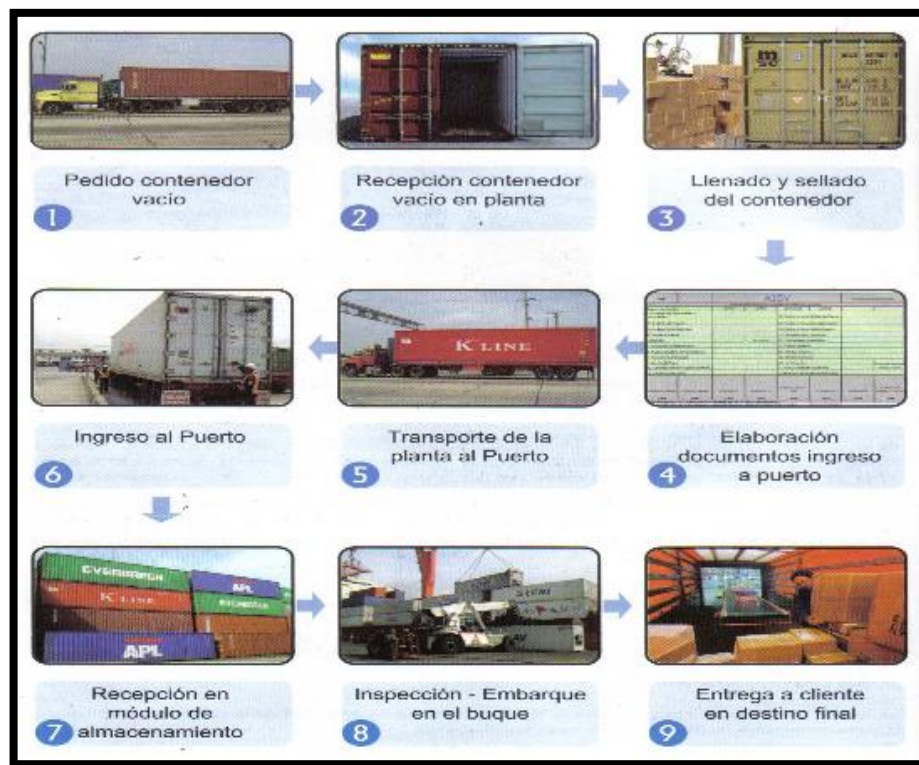


Figura 7. Logística de Exportación.
Fuente: (GUIA DEL EXPORTADOR, 2016).

1.3. PLAN DE EXPORTACIÓN

1.3.1. Definición

El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación. “Un plan de exportación es aquel que permite saber los costos posibles que se van a realizar en el proceso de una exportación a la vez permitiéndonos determinar mercados”. (ComercioyAduanas, 2015).

Para la internacionalización de mercancías será óptimo el diseño de un plan para de exportación, que permitan analizar mercados, plantear estrategias en base a los entorno que se presente y ponerlas en acción para poder determinar la acogida de los bienes o servicios en el exterior y los gastos que implica su exportación para denotar resultados rentables o no factibles pero que permitan tomar decisiones a tiempo y poder plantear soluciones a los problemas que se presentan o la búsqueda de un nuevo posible mercado.



Figura 8. Plan de Exportación.
Fuente (ComercioyAduanas, 2015).

El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación. Este debe estructurarse en etapas, siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio analicen cada uno de los aspectos clave de la estrategia

El respectivo plan comienza con un análisis interno de las capacidades competitivas de la empresa en relación a los mercados exteriores es decir de su potencial interno o que poseen sus productos y se convierten en un atractivo para los mercados exteriores, para aprovechar de la mejor forma posible sus puntos fuertes que vienen a ser sus fortalezas y mejorar sus puntos débiles o hacer de estos una ventaja competitiva en el mercado. Mientras tanto con el análisis externo se trata de identificar aquellas tendencias económicas, políticas, sociales, etc., que más van a condicionar la evolución internacional del sector en que la empresa desarrollará su actividad comercial e influyen y afectan a la toma de estrategias competitivas.

Una vez realizado el análisis internacional con las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, se deben extraer unas conclusiones, y a partir de ellas, realizar unas acciones que permitan afrontar con éxito los mercados exteriores. Las presentes conclusiones tienen una doble connotación de estrategia comercial y de recursos necesarios para la exportación de los mismos lo cuál debe ser analizado y defendido correctamente, este desarrollo requiere tanto del conocimiento de las capacidades propias como de las oportunidades en el mercado internacional; conocimiento sobre el que se aplica la inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos, supone abrir nuevos mercados y aprovechar el negocio.

Para Peter Drucker (1993), las dos claves fundamentales para alcanzar el éxito son la selección cuidadosa de los posibles países para su producto y realizar una profunda investigación de escritorio con el fin de identificar las características de estos mercados.

Para hacer un estudio detallado del mercado se debe considerar lo siguiente:

- Si el país seleccionado ya importa el producto.
- Todo lo que atraerán los derechos de importación del producto.

- Otras barreras a las importaciones, tales como las licencias de importación.
- Los impuestos locales sobre el producto, por ejemplo, el impuesto sobre las ventas.
- La frecuencia y costo de envío o transporte entre Estados Unidos y el mercado.
- Los reglamentos como normas de etiquetado, la protección al consumidor etc.
- Determinar si su actividad exportadora cumple con las sanciones y regulaciones gubernamentales. (Ducker, 1993, pág. 44).

Lo que si bien es cierto es que la globalización y el avance tecnológico ha permitido lograr una fuerte conexión entre los diversos países del mundo entero, para ello la Organización Mundial del Comercio OMC tiene el objetivo fundamental de trabajar con el libre intercambio de mercancías sin restricciones comerciales que afecten al tránsito de la mismas.

En un mundo tan creciente y competitivo se requiere la investigación, innovación y desarrollo constante de los procesos comerciales para asegurar un mejor valor para el cliente, considerando que si no se está dispuesto al cambio se puede experimentar experiencias negativas y disruptivas, la clave es la adaptación y mejora continua constante de lo que se desarrolle para el mercado.

1.4. ASOCIACIÓN

1.4.1. Definición

Las asociaciones son consideradas agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes al menos formalmente del Estado, los partidos políticos y las empresas.

Una Asociación constituye la acción y efecto de asociar o asociarse, unir una persona a otra para que colabore en algún trabajo, juntar una cosa con otra para un mismo fin, establecer una relación entre cosas o personas. “Una asociación, por lo tanto, es el conjunto de los asociados para un mismo fin, este conjunto puede formar una persona jurídica” (Galán, 2009, pág. 56).

De esta manera como expresa el autor, la asociación se utiliza para mencionar a una entidad sin ánimo de lucro y gestionada de manera democrática por sus socios, con el propósito de

desarrollar actividades comerciales destinando el beneficio a la obra social y gestionada de manera democrática por sus socios, con el propósito de desarrollar actividades comerciales destinando el beneficio a la obra social.

Por otra parte, Drucker manifiesta, que la asociación gremial es una organización que se caracteriza por el desarrollo y protección de las actividades profesionales que realizan las personas que la integran. En el área jurídica, las asociaciones se caracterizan por ser agrupaciones de personas con el objetivo de realizar una actividad colectiva común, de forma democrática por sus propios integrantes, y sin ánimo de lucro e independiente de cualquier partido político, empresa u organización.

En el Ecuador las asociaciones están regidas por la Ley de Compañías en la que define a las asociaciones como: “La asociación en participación es aquella en la que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio” (Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias, 2012, pág. 23).

1.4.1.1. Asociatividad

La asociatividad, es un instrumento de participación social se caracteriza por surgir de un acuerdo común, en el cual un grupo humano con las mismas voluntades individuales poseen intereses similares y un mismo objetivo a efectuar, formando así una asociación en particular. “Hoy la asociatividad cumplen un papel importante para todos quienes tratan de hacer que su organización se vuelva fuerte y logre ser competitiva”. (Coveña & Villacrés , 2012, pág. 24).

Se la considera un mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización, donde cada empresa decide manera voluntaria participar en un esfuerzo conjunto con los otros con independencia jurídica y autonomía gerencial. Mediante la asociatividad se logra sobrellevar cambios de una mejor manera logrando plantearse objetivos que pueden ser alcanzados de forma oportuna más rápidamente que de forma individual. Algunas características de las que se puede mencionar:

- “Es de carácter voluntario o mutuo.
- Es una estrategia colectiva.
- Permite resolver problemas conjuntamente, manteniendo la autonomía gerencia.
- Adopta diversas formas jurídicas y organizacionales.
- Exclusiva para la pequeña y mediana empresa”. (Coveña & Villacrés , 2012, pág. 24).

En referencia a todo lo anterior, las asociaciones están destinadas de modo permanente a lograr sus objetivos comunes que pueden dividirse en dos clases; las que tienen por objeto la satisfacción de las necesidades espirituales, intelectuales o morales, y las que también visan fines puramente materiales.

Hay diferentes tipos de asociaciones todo depende de lo que desee las personas interesadas, como es el caso de la asociación en participación que se caracteriza por ser un contrato en el cual una persona se une con otra que coopere con los bienes o servicios a cambio de obtener ganancias o pérdidas de la actividad.

1.5. FRUTOS TROPICALES

El Ecuador goza de un gran potencial de productos agrícolas exportables en los que destacan los productos no tradicionales por su frescura, calidad y nutrición, en su mayoría, se consideran como frutas exóticas, las mismas que son altamente apetecidas en otros mercados representado una excelente oportunidad comercial, tanto como fruta fresca, pulpa de frutas, jugos o frutas deshidratadas. Se define como una fruta de las zonas de clima tropical o subtropical.

“Una fruta tropical se define como una fruta de las zonas de clima tropical o subtropical, no puede soportar el frío y pueden ser dañadas o tener trastornos en el desarrollo cuando la temperatura cae por debajo de 4 °C.” (Ecured, 2017).

La producción y comercio de frutas tropicales van en crecimiento, teniendo como principal mercado los países en desarrollo por sus propiedades y sabores.

Los principales frutos tropicales son: el mango, la piña, la papaya y el aguacate, considerados así por su producción y comercialización en grandes volúmenes a nivel mundial.

1.5.1. El Mango

Dentro de la gama de frutos exóticos no tradicionales de clima tropical o subtropical se encuentra el mango, rico en sabor y con sinnúmero de propiedades y beneficios nutricionales; actualmente se encuentra entre los frutos tropicales más finos exóticos y apetecibles.

1.5.2. Origen del mango

El árbol de mango ha sido objeto de gran veneración en la India como comestibles a través de los tiempos, “se cree que es originario del noroeste de la India y el norte de Berma en las laderas del Himalaya y posiblemente también de Ceilán.” (Infoagro, 2016).

El mango está distribuido al sureste de Asia y por el archipiélago Malayo. “Los españoles introdujeron el cultivo a sus colonias tropicales del Continente Americano, por medio del tráfico entre las Filipinas y la costa oeste de México en los siglos XV y XVI”. (Infoagro, 2016).

1.5.3. Variedades de Mango

Tanto el color de la cáscara como el de la pulpa y su sabor, muestran infinidad de variedades, pero en todos los casos su atractiva fragancia y colorido, sus valores nutritivos y su especial sabor, han hecho que sea reconocida como una de las mejores y más delicadas frutas del mundo.



Figura 9. Frutas Tropicales.
Fuente: (Ecured, 2017).

1.5.3.1. Tommy Atkins

La Fundación Mango Ecuador (2016) informa que esta variedad es originaria de la Florida, llega a medir 13 cm de largo y 450 a 700 gr. de peso, color con base morado a rojizo, es bastante resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra y de pulpa jugosa.

1.5.3.2. Haden

Mango Ecuador (2016) señala a esta variedad como una fruta grande de 14cm. de largo y 400 a 600gr de peso, de forma ovoide, redondeada con fondo de color amarillo, sobre color rojizo con numerosas lenticelas de color blanco, su pulpa es jugosa y ligeramente ácida, casi sin fibra.

1.5.3.3. Kent

La Fundación Mango Ecuador (2016) comenta que esta variedad llega a los 13 cm o más de longitud, con un peso promedio de 680gr, posee una forma llena con color base verde amarillento y sobre color rojo oscuro, su pulpa es jugosa, sin fibra y rica en dulce.

1.5.3.4. Keith

Mango Ecuador (2016) indica que la variedad Keith crece hasta 12 cm. y pesa de 600 a 700gr, su forma es ovalada, con color base amarillo, la pulpa es dulce y bastante jugosa.

1.5.3.5. Derivados del Mango

Las cantidades nutritivas del mango le permiten competir con gran variedad de frutas tropicales del mundo, se constituyen un valioso suplemento dietético ya que es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes.

1.5.3.6. Jugo de mango

Pérez (2015) manifiesta que el jugo de mango es considerado un producto pulposo sin fermentar, pero fermentable; destinado al consumo directo, preparado mezclando toda la parte comestible triturada o el producto homogeneizado de mangos en buen estado y maduros, concentrado o sin concentrar, con agua y azúcares o miel y conservado por medio físico exclusivamente.

1.5.3.7. Mango deshidratado

La deshidratación es uno de los procedimientos más antiguos de preservación de frutas, debido a la mínima actividad de agua, los microorganismos no pueden desarrollarse y quedan detenidas la mayoría de las reacciones químicas que pueden alterar a las frutas.

“La cualidad de una fruta deshidratada se evalúa por la cantidad de degradaciones físicas y bioquímicas que ocurren en la fruta y depende de la temperatura, el tiempo de deshidratado y de la actividad de agua”. (Infoagro, 2016).

El deshidratado reduce el grado de humedad en la fruta deteniendo el desarrollo de microorganismos que son los causantes de que la fruta se estropee, esto ha hecho que en la actualidad las personas opten por consumir esta fruta y más de esta manera.

1.5.7.8. Mermelada de mango

El Departamento de Desarrollo de Productos (1998) manifiesta que es la conserva de membrillo de la fruta, que se hace en miel o en azúcar, su textura se caracteriza por tener trocitos de frutas, es ideal para postres, panes, tortas, pasteles, helados o para su consumo directo.

1.5.7.9. Pulpa de mango

La pulpa de mango se obtiene al separar la pulpa, o parte carnosa del fruto, de la semilla y la cáscara, las variedades de mango más recomendables para el procesamiento son: Tommy y Haden. La pulpa es refinada en malla, homogenizada, esterilizada y empacada asépticamente para su conservación. (Departamento Desarrollo de Productos, 1998). La Pulpa de Mango se usa para la elaboración de néctares, jugos y refrescos.

1.5.7.10. Pulpa de mango congelada

El Departamento de Desarrollo de Productos (1998) señala, que la única variante de la pulpa de mango congelada es la forma de empaque, ya que para la pulpa congelada se usa un tambor metálico con producto empacado con doble bolsa de polietileno calibre.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DIAGNÓSTICO

2.1.1. ANTECEDENTES

Para el Ecuador es importante fomentar las exportaciones de productos no tradicionales puesto a que así se renovará la oferta exportable no tradicional y que mejor hacerlo con esta fruta tropical exótica como es el mango, el mismo que se consume mayormente como fruta fresca y transformada en almíbar, licor, mermelada, jalea, pulpa y más gracias a sus cualidades alimenticias, el mango ecuatoriano se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor.

En Imbabura al norte del Ecuador en la provincia de Imbabura, entre el límite de las provincias Carchi e Imbabura, a 1560 m.s.n.m. se localiza el Valle del Chota. Con una población aproximada de 2500 habitantes de raza negra afro-ecuatoriana. Sus habitantes cultivan una infinidad de productos tropicales como la yuca, plátano, caña de azúcar, mango y sandía.

En el Valle del Chota desde el 14 de febrero del 2014 se consolida legalmente una asociación productora y comercial con miras de exportación, la Asociación de Productores Acuícolas del Valle del Chota “Asoprovalle”, la misma que actualmente cuenta con 30 socios dedicados a la producción de mango, ovo, limón y tuna de los cuales al día de hoy son 24 socios los productores de mango en estado natural. Actualmente la asociación abarca a pobladores de toda la cuenca del Río Chota quienes se benefician económicamente con la producción y venta del producto.

El mango es una fruta tropical estacionaria la cual tiene dos ciclos de producción en los cuales Asoprovalle produce 250 toneladas promedio en cada ciclo, dándonos un total de 500 toneladas anuales en un área de 70 a 75 hectáreas de sembrío. Para el efecto del presente Diagnóstico se intenta conocer la capacidad productiva actual del mango de Asoprovalle y el potencial de producción para cubrir con la demanda del mercado estadounidense de Los Ángeles -California, a través del Diseño de un Plan de Exportación, mismo que aportará los datos necesarios para la

investigación, permitiendo contar con datos reales obtenidos de forma técnica, confiable y aportando los mismos para la consecución del presente proyecto.

Además, en aprovechamiento del programa que mantiene la asociación de productores de la fruta con Agro calidad, para eliminar la mosca de sus tierras, avalándoles hace dos años para que la producción sea comercializada tanto en el mercado nacional, como en el internacional con la garantía del producto. Visto de esta manera se considera otorgar valor adicional a su producción planteando una propuesta de comercialización adicional como es la pulpa de la fruta congelada.

Se elige la elaboración de pulpa de fruta en vista a que su transformación productiva no implica mayor modificación a la materia prima, según ciertos productores de la Asociación llevarla a cabo no altera el estado natural de la fruta, y el proceso no necesitaría de mayor trabajo productivo ni de una inversión cuantiosa de la maquinaria requerida.

De esta manera se puede colaborar para que ASOPROVALLE llegue a las exigencias del mercado externo, cumpliendo con cada uno de los parámetros que ameritan su internacionalización como producción, calidad, certificación sanitaria, procesos logísticos para el manejo y conservación adecuada de la fruta en ambos productos como puntos clave.

2.1.2. OBJETIVOS

2.1.2.1. Objetivo General

Diseñar un plan de exportación de mango y su derivado desde la Asociación ASOPROVALLE hacia los Ángeles – California, a fin de establecer una nueva alternativa que pudiera contribuir a la mejora de las condiciones de vida de sus socios.

2.1.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer las principales variedades, características y bondades del mango de la asociación de productores ASOPROVALLE.
- Determinar la situación actual de producción de mango de la asociación.
- Analizar la demanda actual de mango en el mercado exterior de los Ángeles – California.

- Establecer el precio de venta del mango y la pulpa congelada en base a factores económicos.
- Determinar un incentivo al comprador para la adquisición del mango en el mercado destino.

2.1.3. VARIABLES

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Promoción

2.1.4. INDICADORES

2.1.4.1. Producto

- Variedades
- Características
- Beneficios
- Calidad

2.1.4.2. Oferta

- Hectáreas de cultivo
- Tiempo de producción
- Capacidad de producción

2.1.4.3. Plaza

- Lugar de venta
- Formas de consumo

2.1.4.4. Precio

- Costo
- Competencia

2.1.4.5. Promoción

- Mecanismos de promoción
- Permisos y certificado

2.1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica.

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	TECNICA	FUENTE
Conocer las principales variedades, distintivos y beneficios del mango de Asoprovalle.	Producto	Variedades	Encuesta	Socios de Asoprovalle
		Características	Entrevista	Presidente Asoprovalle
		Beneficios	Entrevista	Presidente Asoprovalle
		Calidad	Observación	Socios de Asoprovalle
Determinar la situación actual de producción de mango de la asociación.	Oferta	Hectáreas de cultivo	de Encuesta	Socios de Asoprovalle
		Tiempo de producción	de Encuesta	Socios de Asoprovalle
		Capacidad de producción	de Entrevista	Presidente Asoprovalle
Analizar la demanda actual de mango en el mercado exterior de Los Ángeles – California.	Demanda	Demanda local	Estadísticas	Información EE.UU
		Formas de consumo	de Entrevista	Presidente Asoprovalle
		Lugar de venta	Entrevista	Presidente Asoprovalle
Establecer el precio de venta del mango y la pulpa congelada en base a factores económicos.	Precio	Costos	Entrevista	Presidente Asoprovalle
		Competencia	Estadísticas	Pro-Ecuador
		Impuestos	Estadísticas	SENAE
Determinar un incentivo al comprador para la adquisición del mango en el mercado destino.	Promoción	Mecanismos de promoción	Documental	Fuentes bibliográficas y Páginas Web
		Permisos y certificados	Entrevista	Asociación Asoprovalle
		Transporte	Estadísticas	Cotizaciones

2.1.6. MECÁNICA OPERATIVA

Para determinar el mercado objetivo del presente proyecto de investigación se considerará a los actuales productores de mango de la Asociación “Asoprovalle” del Valle del Chota, lugar en donde se pretende ejecutar el presente estudio investigativo donde hoy en día se encuentran produciendo mango 24 agricultores; por esta razón se realizará un censo que consistirá en encuestar a cada uno de los productores para poder obtener información importante para el presente estudio, de la misma manera se realizará una entrevista al Presidente de la Asociación, el Señor Manuel León, quien ayudará con información relevante sobre la oferta y demanda.

En virtud de llevar a cabo el proceso de exportación de los productos, se realizará un estudio de mercado que determine los posibles compradores de ambos productos, partiendo con una entrevista a la compañía interesada en adquirirlos.

Además se ha definido elaborar fichas de observación para los lugares que ameriten su estudio como son la Asociación “Asoprovalle”, lugares de venta local del producto como Supermaxi, Gran Akí y el Mercado Mayorista de Ibarra.

2.1.6.1. Población o Universo

2.1.6.1.1. Primer Universo

La primera población o universo corresponde a los 24 socios activos que forman parte de la Asociación de Productores del Valle del Chota “Asoprovalle”. A través de una encuesta efectuada a cada uno de ellos se podrá conocer la situación actual de su producción, calidad, precios y más, para poder analizarla y tomar decisiones adecuadas.

2.1.6.1.2. Segundo Universo

El posible mercado meta está ubicado en el mercado estadounidense de Los Ángeles – California, zona que cuenta con varias empresas importadoras de mango en estado natural y procesado, las cuales satisfacen a la demanda de su mercado.

A continuación, se detalla una lista con las principales empresas del estado que comercializan este tipo de productos en el sector, para ello se logrará establecer contacto con cada una de las siguientes compañías, a fin de identificar vía internet a la empresa demandante de la producción ofertada, y de esta manera poder establecer un acuerdo a largo plazo en el proceso de negocio.

Tabla 1. Posibles compradores norteamericanos.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
BETA PURE FOODS	Provee ingredientes a la industria de alimentos naturales.	Los Ángeles – EEUU
BOULDER FRUIT EXPRESS, INC.	Importador de frutas, verduras y hortalizas frescas Promueve y distribuye productos orgánicos.	California – EEUU
AMEFRUITS S.L THE NATURAL	Importador de frutas y verduras frescas	Los Ángeles – EEUU
FARMERS FRUIT EXPRESS	Se especializa en productos frescos orgánicos	California – EEUU
FARMERS FRUIT EXPRESS	Corredor/distribuidor de frutas y verduras orgánicas y convencionales	Los Ángeles – EEUU
ALBERT'S ORGANICS	Importa y distribuye productos frescos orgánicos	Los Ángeles – EEUU
JONATHANS ORGANICS	Importador y distribuidor de toda la línea de frutas, verduras, lácteos y congelados.	Los Ángeles – EEUU

Fuente: (Best Food Importers, 2017).

2.1.6.1.3. Determinación de la Muestra

El universo del presente proyecto se encuentra conformado por los 24 socios productores de mango de la asociación “Asoprovalle” ubicada en el Valle del Chota y por las empresas internacionales tiendas interesadas en importar desde los Ángeles California en Estados Unidos.

Debido a que nuestro universo abarca únicamente 24 socios no es necesario determinar una muestra sino desarrollar una encuesta a todos los socios de Asoprovalle, considerando de esta manera la totalidad del universo, teniendo así un nivel de confianza del 100%.

2.1.7. FUENTES DE INFORMACIÓN

2.1.7.1. Información Primaria

Es toda clase de información de primera mano que se obtiene mediante la investigación a través del acercamiento directo con el objeto de estudio. Las técnicas de recolección primaria son la encuesta, entrevista y la observación. Para el desarrollo del presente estudio investigativo se realizarán encuestas a todos los productores de mango de la asociación “Asoprovalle” del Valle del Chota, además se efectuará una entrevista al presidente actual de la Asociación y se consumarán fichas de observación en los distintos puntos de venta local del producto.

2.1.7.1.1. Encuesta

La Encuesta será uno de los instrumentos empleados en esta investigación, para poder acceder a información precisa y real por parte de los socios – agricultores de la Asociación, con el objetivo de tener información actualizada y de primera mano de la producción actual del mango.

2.1.7.1.2. Entrevista

Se accederá al uso de este instrumento investigativo para obtener información oportuna y veraz que ayude al diseño del plan de exportación. Investigación que se llevará a cabo al presidente de la asociación, quien es la persona a cargo y conoce de su posición en el mercado.

2.1.7.1.3. Observación

Será utilizada en este proyecto a fin de obtener datos oficiales de primera mano de los precios del producto en distintos lugares de consumo, mismo que será útil para posteriormente establecer un precio de exportación, en virtud a datos comparativos de indicadores.

2.1.7.2. Información Secundaria

Para obtener información adicional para el presente estudio investigativo se empleó documentos electrónicos referentes al comercio exterior, fuentes bibliográficas, publicaciones textuales, revistas, páginas oficiales y confiables de internet como son las citadas a continuación:

- ✓ Banco Central del Ecuador
- ✓ Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador
- ✓ Banco Mundial
- ✓ Organización Mundial del Comercio
- ✓ Información Nacional de los Estados Unidos
- ✓ Trade Map
- ✓ Pro-Ecuador

2.1.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

A continuación, se detallan los resultados de la aplicación de las encuestas dirigidas a los 24 socios productores de mango de la Asociación “Asoprovalle”.

Se preguntó a las personas encuestadas lo siguiente:

1. ¿Qué tiempo se encuentra produciendo mango?

Tabla 2. Tiempo de producción de Mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
De 1 año a 3 años	7	29%	29%
De 3 años a 5 años	4	17%	46%
De 5 años a 8 años	10	42%	88%
De 8 años a 10 años	2	8%	96%
Más de 10 años	1	4%	100%
Total	24	100%	

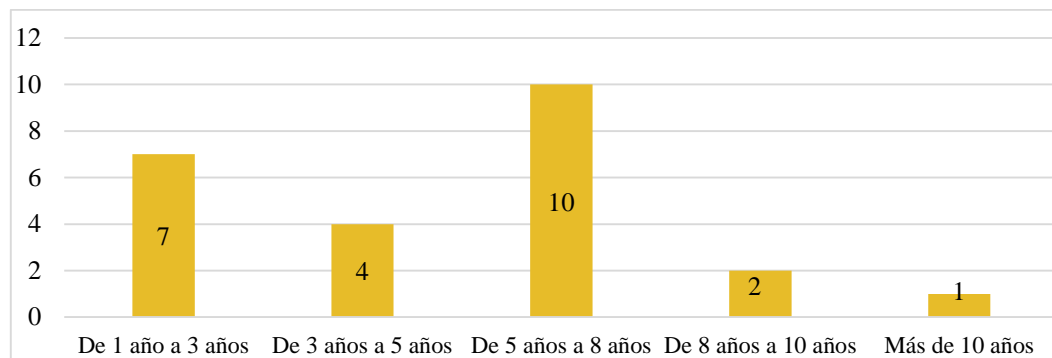


Figura 10. Tiempo de producción de Mango.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

De los 24 socios productores de mango de la asociación la mayoría lo ha venido efectuando desde 5 a 6 años atrás, mientras tanto en los últimos 5 años se han sumado 11 productores más, quienes optaron por trabajar con el mango porque consideran que la demanda en el mercado es buena en comparación con el resto de productos de siembra. Las personas que producen por más de 8 años son quienes fundaron la organización, por ende, llevan aún más tiempo en el negocio.

2. ¿Qué variedad de mango produce?

Tabla 3. Variedades de mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Tommy Atkins	19	79%	79%
Haden	0	0%	79%
Kent	1	4%	83%
Edward	0	0%	83%
Keiit	4	17%	100%
Total	24	100%	

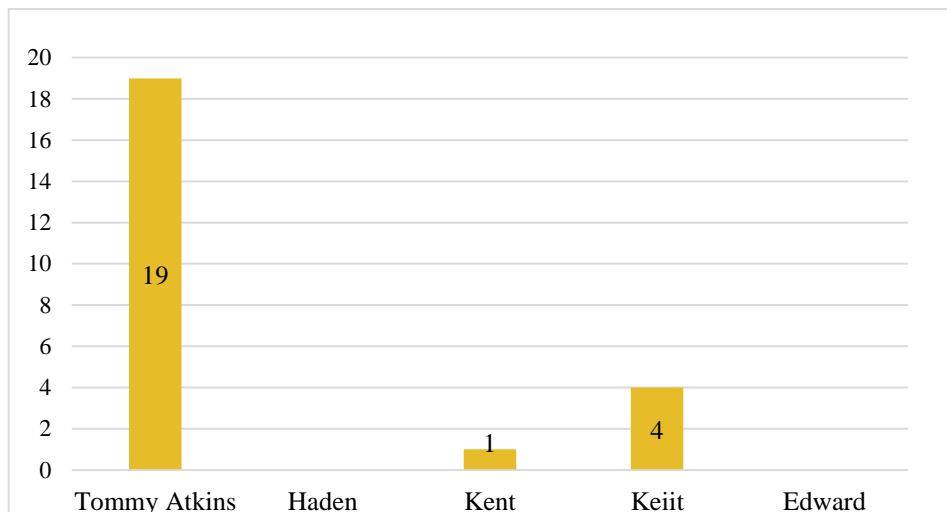


Figura 11. Variedades de Mango.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

Los productores de la Asociación Asoprovalle producen en su mayoría la variedad Tommy Atkins, debido a las condiciones del suelo y el clima de la zona en la que se encuentran. Alrededor de 5 productores experimentaron al cultivar la variedad Kent y Keith, pero supieron señalaron que el sabor de la variedad Tommy es más apetecible en comparación con las otras.

A lo largo del año quienes producen la diversidad Tommy Atkins trabajan con dos tipos de calidad, la calidad del tipo A está destinada a la exportación, mientras tanto la calidad tipo B es para el comercio local y nacional. Considerándose así diferencias entre la misma variedad, a consecuencia del maltrato de la fruta, picadura de insectos, golpes, deterioros, maduración etc.

3. ¿A qué otro cultivo se dedica a parte de la producción de mango?

Tabla 4. Otros cultivos a los que se dedican.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Aguacate	7	29%	29%
Limón	6	25%	54%
Ovo	6	25%	79%
Tuna	3	13%	92%
Todos los anteriores	2	8%	100%
Total	24	100%	

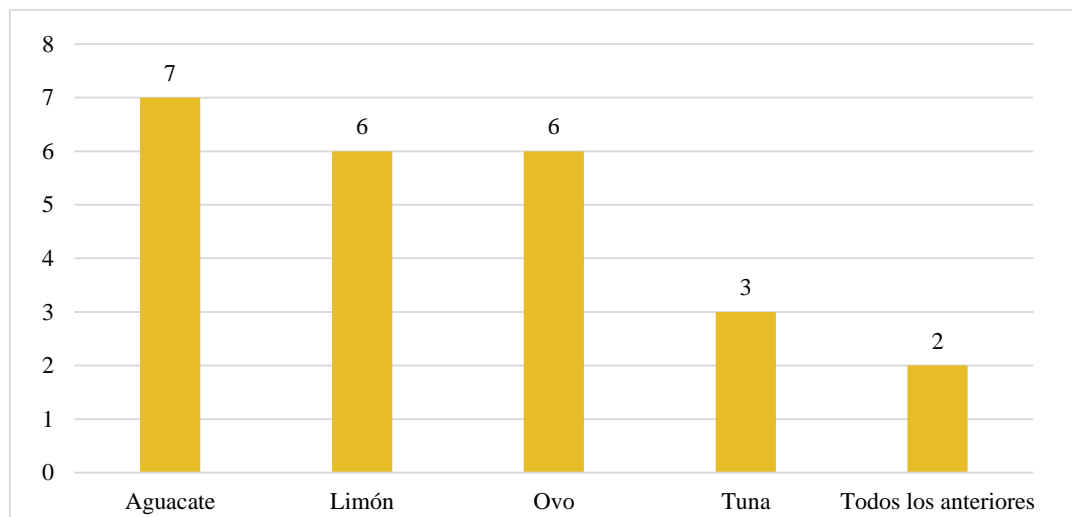


Figura 12. Otros cultivos a los que se dedican

Fuente: Asoprovalle

Análisis

La mayoría de productores de mango encuestados revelan que adicionalmente se dedican a la producción de: aguacate, limón y ovo. En virtud a la ubicación geográfica de sus tierras y plantaciones las mismas que conservan el clima de la zona del Valle del Chota.

Tres miembros de la Asociación manifiestan pertenecer a otra organización pero también están involucrados con la germinación de la tuna que es una fruta exótica poco conocida. Otros socios experimentan e incursionan cultivando parcelas de diferentes productos que se obtienen en la zona por ejemplo la caña de azúcar. Además, es digno de mencionar que el pueblo afro conserva la cultura de intercambios de productos entre sus miembros y habitantes.

4. ¿Cuánto terreno tiene dedicado al cultivo de mango?

Tabla 5. Hectáreas de cultivo de mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
De 1 hectárea a 3 hectáreas	7	29%	29%
De 3 hectáreas a 5 hectáreas	5	21%	50%
De 5 hectáreas a 8 hectáreas	4	17%	67%
De 8 hectáreas a 10 hectáreas	6	25%	92%
Más de 10 hectáreas	2	8%	100%
Total	24	100	

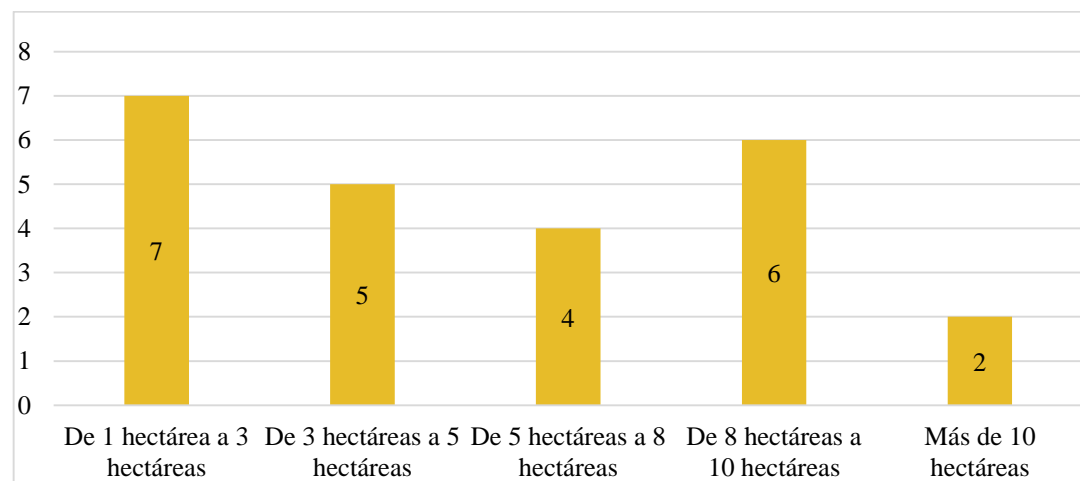


Figura 13. Hectáreas de cultivo de mango.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

El 100% de productores que poseen más de 10 hectáreas de cultivo representan a los líderes en la producción, a causa del número de hectáreas producidas y pertenecen a los socios fundadores de la Asociación de Asoprovalle, con quienes se dieron los primeros brotes de producción.

A continuación, se evidencia que la mayoría de socios encuestados cuentan con el valor relativo del 29%, en mención a la disposición de 1 a 3 hectáreas de cultivo de mango. Un 25% en cambio produce con 8 a 10 hectáreas de cultivo. El 21% dispone de hectáreas de sembrío de entre 3 a 5 hectáreas. Finalizando con un 17% del total de la producción que hace referencia a las 5 y 8 hectáreas disponibles para la siembra y cosecha de mango.

5. Señale la producción actual de mango por cada hectárea de cultivo

Tabla 6. Producción actual de mango por hectárea.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
De 1000 kg. A 4000 kg.	0	0%	0%
De 4001 kg. A 8000 kg.	2	8%	8%
De 8001 kg. A 10000 kg.	22	92%	100%
Total	24	100%	

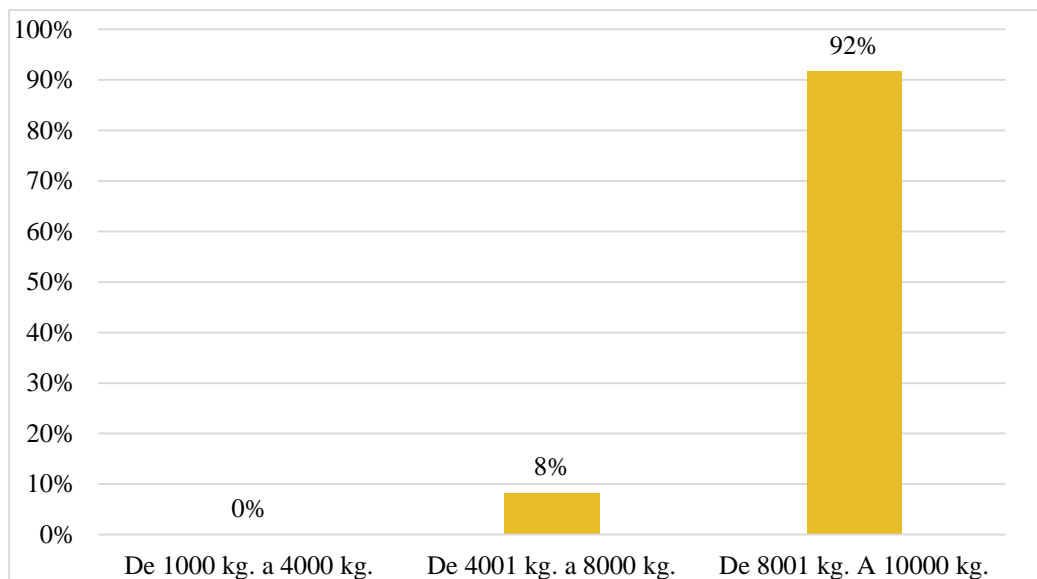


Figura 14. Producción actual de mango por hectárea.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

Un 92% de los encuestados señalan que obtienen una producción de la fruta de entre los 8000 kg a 10000 kg en cada una de las hectáreas sembradas.

Trayendo a colación que su producción depende de la edad de la planta, mientras más antigua sea la planta de mango, se considera que mejor es su producción, pudiéndose obtener hasta 30000 kg por cosecha. La producción de mango depende de la edad de la planta y el nivel de desarrollo que presenta, ya que las plantas más están desarrolladas por completo y producen más que una planta reciente.

6. Sea tan amable de indicar ¿cuál es la frecuencia de cosecha del mango?

Tabla 7. Frecuencia de cosecha del mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Semanal	2	9%	9%
Mensual	2	8%	17%
Trimestral	0	0%	17%
Semestral	20	83%	100%
TOTAL	24	100%	

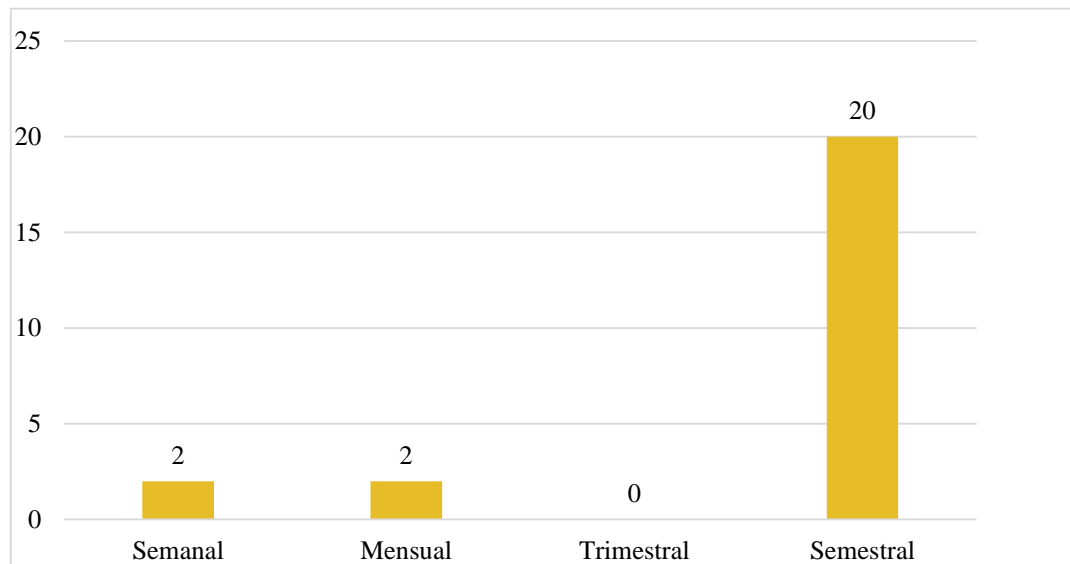


Figura 15. Frecuencia de cosecha del mango.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

La cosecha principal de los socios productores de la asociación se lleva a cabo en los meses de febrero y octubre, por esto, señalan que en este período destinan sus procesos de producción primordiales obteniendo su mayor producción, diferenciándolos de la costa en donde su producción es una vez al año en el mes de diciembre.

La cosecha del producto natural corresponde a dos períodos del año, entre febrero a abril y de octubre a diciembre, exactamente.

7. Señale el uso de los porcentajes de abono empleados para el cultivo de mango:

Tabla 8. Porcentajes de abono para el cultivo de mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
100% Químicos	0	0%	0%
80% Químicos 20% Orgánicos	0	0%	0%
50% Químicos 50% Orgánicos	0	0%	0%
20% Químicos 80% Orgánicos	4	17%	17%
100% Orgánicos	20	83%	100%
Total	24	100%	

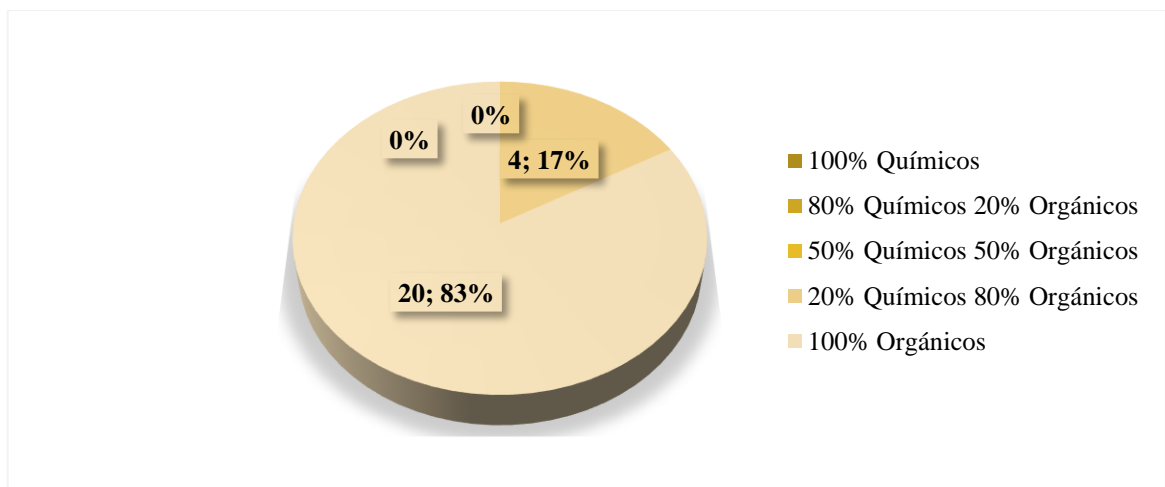


Figura 16. Porcentaje de cultivo para el cultivo de mango.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

Asoprovalle mantiene la política de producir orgánicamente sus productos, con el fin de diferenciar su producto de la competencia y con la aspiración de introducirlo en el mercado internacional.

El 17% de los socios encuestados, indicaron que emplean porcentajes bajos con relación a uso de químicos de sello amarillo, los cuales no son tóxicos, para combatir a una plaga denominada “mosca de fruta”, que estuvo a punto de acabar con sus cultivos en la etapa de podada en la cual la planta empieza a florecer y que es más habitual en la zona costera, pero que también se presenta en el valle del Chota a consecuencia de su temperatura.

8. ¿Cuál es el principal problema que afecta a la producción de mango?

Tabla 9. Problemas de producción.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Costo de los insumos	8	33%	33%
Plagas y enfermedades	4	8%	41%
Competencia	10	42%	83%
Calidad	4	17%	100%
Otros	0	0%	100%
Total	24	100%	

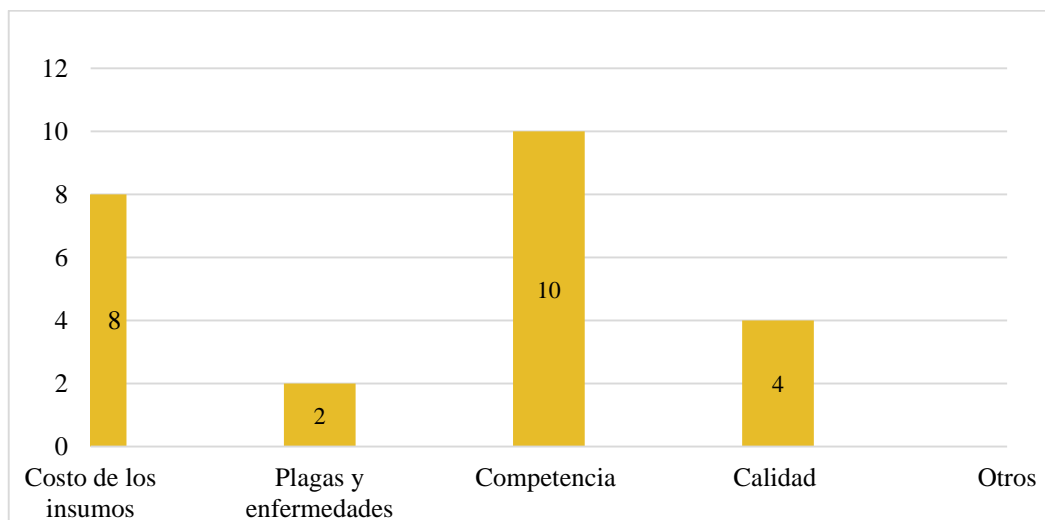


Figura 17. Problemas de producción.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

La mayoría de los socios encuestados manifiesta que en los últimos cuatro a cinco años la producción de mango se ha visto incrementada en la zona, pero que a pesar de ello el principal problema que se les presenta es la competencia con la producción de mango por parte de la costa ecuatoriana, la misma que se efectúa en el segundo período del año, especialmente en diciembre.

Otro de los inconvenientes mencionados es el costo de los insumos que adquieren para el control de plagas. Es importante indicar que esta respuesta hace referencia a los químicos de sello amarillo, mencionados en la anterior interrogante, los cuales no son tóxicos para la vida.

9. ¿A dónde destina su producción de mango?

Tabla 10. Destino de la producción.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Consumo personal	3	12%	12%
Tiendas	0	0%	12%
Mercados	6	25%	37%
Supermercados	0	0%	37%
Intermediarios	15	63%	100%
Total	24	100%	

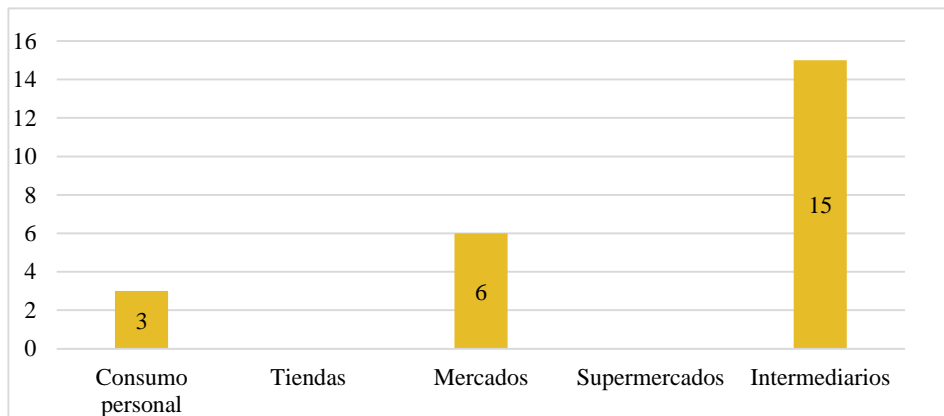


Figura 18. Destino de la producción.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

Los socios productores señalan que su producción no es vendida directamente en ningún supermercado, sino que sus ventas las efectúan en un 63% a través de intermediarios quienes se encargan de distribuir el producto. Un porcentaje menor correspondiente al 25% indican que desarrollan sus ventas en el mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra los días jueves, mientras tanto un porcentaje mínimo equivalente al 12% dedican la producción para consumo local.

Según lo explicado por los encuestados: la falta de conocimiento sobre la comercialización del producto en los supermercados, la falta de transporte, el no contar con gavetas para la transportación son unos de los limitantes para colocar directamente su producto en los centros de expendio, e inclusive señalan que sería útil disponer de un cuarto frío para su conservación.

10. ¿Han realizado exportaciones de sus productos?

Tabla 11. Han realizado exportaciones.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Sí	0	0%	0%
No	24	100%	100%
Total	24	100%	

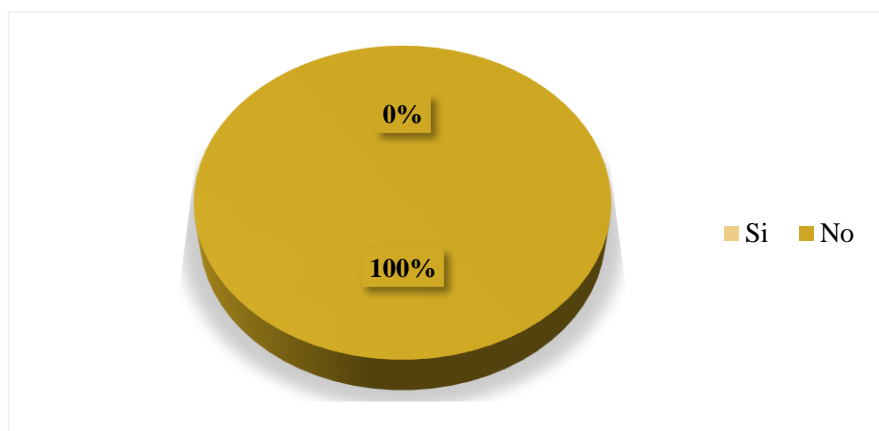


Figura 19. Han realizado exportaciones.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

Los 24 socios productores de mango de Asoprovalle enfatizan que nunca han llevado a cabo una venta al exterior, ni siquiera a Colombia que está cerca a los productores.

La mayoría de su producción según lo indicado por sus socios, se dirige a las ciudades de Quito, Cuenca y Tulcán. Incluso con marcas que los intermediarios la establecen a cuenta propia.

11. ¿A qué precio se vende la caja de mango?

Tabla 12. Precio de la gaveta de mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Menos de \$5,00	0	0%	0%
\$5,00 a \$10,00	0	0%	0%
\$11,00 a \$15,00	20	83%	83%
\$15,00 a \$20,00	4	17%	100%
Más de \$20,00	0	0%	100%
Total	24	100%	

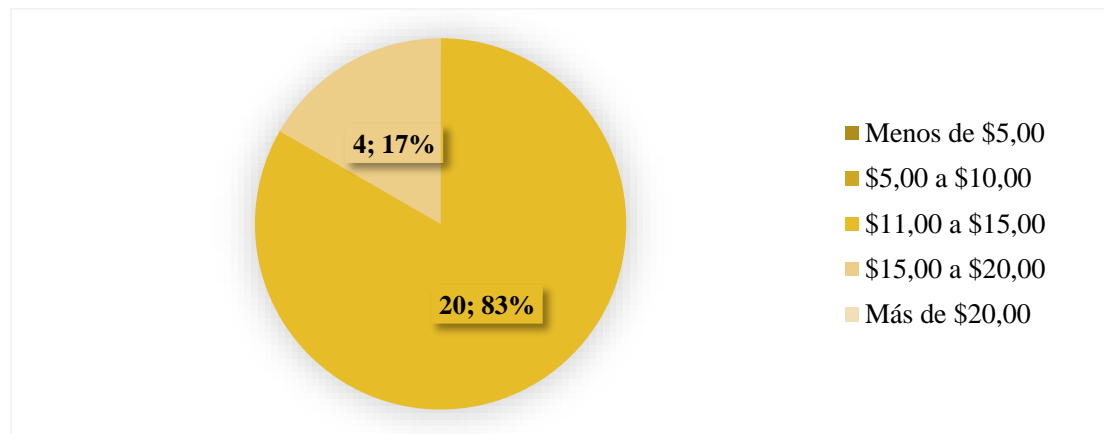


Figura 20. Precio de la gaveta de mango.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

Aproximadamente, la gaveta de 20 kilos de mango los productores lo entregan a los intermediarios en \$11,00 y \$15,00, en épocas de sobreproducción hasta en \$10,00 la entregan para evitar que se desperdicie y dañe la fruta.

Cuando se les presenta oportunidad de vender directamente en el mercado lo efectúan al precio del mercado que suele ser entre los \$15,00 y \$20,00. Por ejemplo en el mes de septiembre y octubre del 2017 el costal fluctuaba sobre los \$20,00 en consecuencia de la llegada del mango costeño. Los productores señalan que ante este problema de competencia adaptar las cosechas de la fruta con la poda a las plantas de mango.

12. ¿A cuánto corresponde la producción de desecho de mango?

Tabla 13. Producción desechada de mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
De 1% al 10%	2	8%	8%
De 11% al 20%	21	88%	96%
De 21% al 30%	1	4%	100%
Total	24	100%	

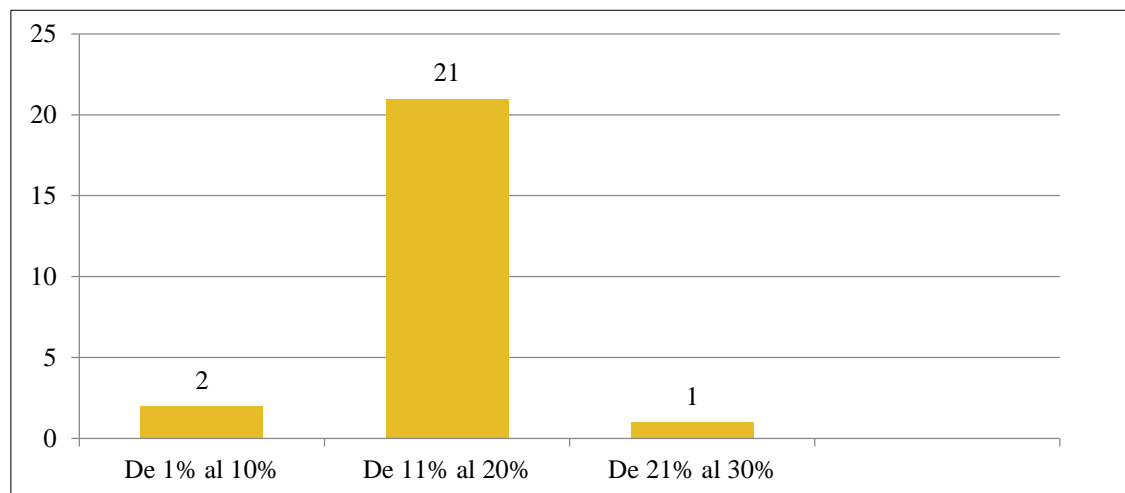


Figura 21. Producción desechada de mango.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

Dentro de producción total cosechada, los socios de la asociación Asoprovalle poseen relativamente un bajo porcentaje de producción considerada como desecho, la cual corresponde aproximadamente a un 20% de su producción total.

Las causas principales por las que la producción se desecha, tienen que ver con golpes a la fruta y daño provocado por aves, ambas causas son un buen indicio de que la asociación no desecha su producción por el problema de la plaga "mosca de la fruta" que es más común en la región Costa y por la que los controles de exportación son más rigurosos.

13. Realiza algún tratamiento adicional a la producción de mango:

Tabla 14. Valor agregado al mango.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Pulpa de fruta	13	54%	54%
Mermelada	4	17%	71%
Jalea	3	12%	83%
Deshidratación	4	17%	100%
Total	24	100%	

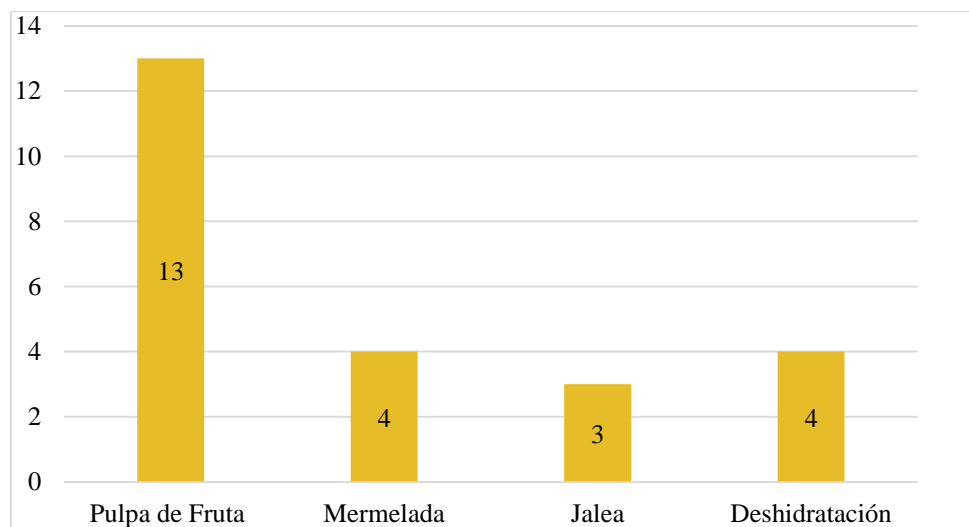


Figura 22. Valor agregado del mango.
Fuente: Asoprovalle

Análisis

Como es posible evidenciar la mayoría de la fruta es vendida a los intermediarios en estado natural, pero desde hace un tiempo atrás ciertos miembros de la organización le dieron valor agregado al producto, evitando botar los desechos cuando la fruta se aplasta y no está conservada. Artesanalmente produjeron pulpa de la fruta y la ofertaron congelada en la localidad

14. ¿Cómo efectúa el tratamiento de la producción de mango?

Tabla 15. Tipo de tratamiento.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo	Frecuencia
Artesanal	22	92%	92%
Industrial	2	8%	100%
Tecnificado	0	0%	100%
Otros	0	0%	100%
Total	24	100%	

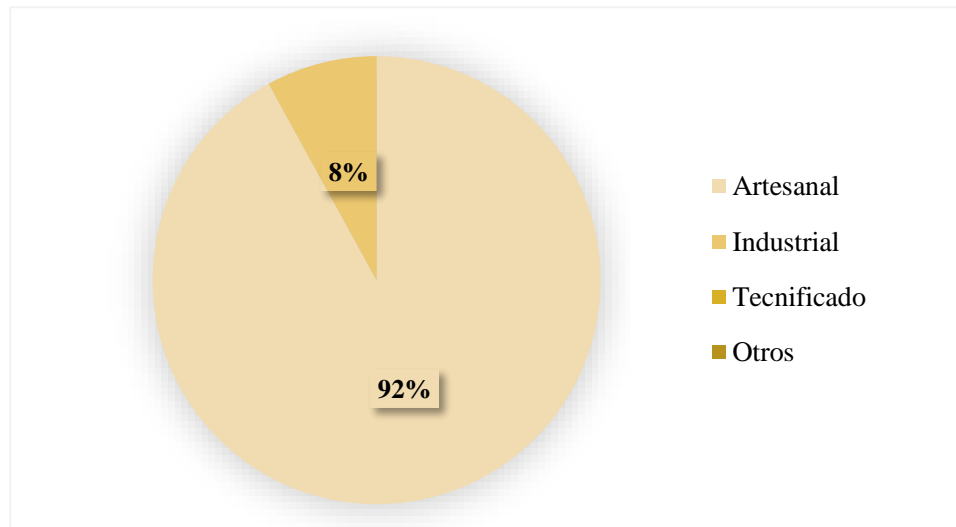


Figura 23. Tipo de tratamiento.

Fuente: Asoprovalle

Análisis

Los 24 socios actuales de la Asociación Asoprovalle señalan que para la transformación del mango en pulpa de fruta congelada fue a través de un proceso netamente artesanal, ya que la asociación no cuenta con material tecnificado para poder agregarle un valor adicional a la fruta. Así también señalan que la mano de obra empleada para la elaboración de la pulpa de fruta congelada estuvo a cargo de sus propios socios y familias productoras.

2.1.8.1. Entrevista

2.1.8.1.1. Entrevista dirigida al presidente de la Asociación Asoprovalle, Sr. Manuel León

En el mes de septiembre del año 2017 se efectuó la presente entrevista al Señor Manuel León actual presidente de la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota.

El objetivo de la entrevista es conocer las características de producción de mango procedente de la asociación, como también estar al tanto de las debilidades y amenazas que presenta.

1. ¿Indique qué tiempo lleva la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota en funcionamiento? ¿Con qué finalidad se creó?

Asoprovalle fue creada en el año 2009 por 30 socios fundadores y actualmente nos mantenemos con 24 socios productores de mango, la finalidad de su creación fue para mejorar la calidad de vida del pueblo afro descendiente. Económicamente es una entrada que reciben las familias productoras de mango de la localidad.

2. ¿Actualmente con cuántas hectáreas de terreno cuenta la Asociación para cultivar mango?

Nosotros contamos con 75 hectáreas de producción activa de los socios, pero la totalidad de tierras cultivadas de mango es de unas 300 o más hectáreas entre Imbabura y Carchi.

3. ¿Cuáles son los principales usos que se le concede al mango ya sea a nivel alimenticio, medicinal, de nutrición que usted conozca?

Actualmente al mango es entregado en estado natural, pero hemos experimentado con la elaboración de pulpa de fruta con los mangos de calidad B, así como también hemos realizado pruebas con la pulpa de la fruta, pero se necesitaría de maquinaria industrializada para proceder a realizar esta transformación, ya que en la asociación no se posee de ese tipo de máquinas.

Bueno, la fruta aparte de ser sabrosa es rica en vitamina A y vitamina C, las mismas que ayudan a la producción de colágeno, es un alimento sano, libre de químicos, porque se trabaja con sellos verdes y de la manera más natural posible.

4. ¿Cuáles son los meses de mayor producción de mango?

Corresponde a dos períodos del año, entre febrero a abril y de octubre a diciembre.

5. ¿De cuánto es la producción de mango?

Los encuestados señalan obtener una producción de 8000 kg a 10000 kg por cada una de las hectáreas sembradas, trayendo a colación que su producción depende de la edad de la planta, mientras más antigua es mejor su producción, pudiéndose obtener hasta 30000 kg por cosecha.

6. ¿Cree usted que la Asociación está preparada y cuenta con los conocimientos necesarios para llevar a cabo el proceso de comercialización internacional del mango en estado natural y de la pulpa congelada, en caso de llevarse a cabo?

Estar preparada para comercializar al exterior en conocimientos técnicos, oficiales y legales no, ya que nuestra comercialización es solo a nivel local y nacional de la fruta natural y eso es mediante intermediarios, que llevan el producto a ciudades como Quito, Cuenca y Tulcán.

Yo personalmente considero que nuestra variedad de mango de calidad A cumpliría con las expectativas de un mercado externo, ya que posee un buen grosor y un excelente sabor. Con respecto a la pulpa de fruta creo sería una buena opción ya que como le decía el mango es de buena calidad y se podría emplear la producción con los de categoría tipo B.

7. ¿Estaría la Asociación dispuesta a seguir produciendo mango en mayores cantidades en caso de que su comercialización internacional resultara positiva?

Por supuesto que sí, ahora mismo como le comentaba la producción del mango se ha disparado tanto en Imbabura y el Carchi, de esta manera también se pueden ir sumando más socios productores de mango a nuestra asociación y podríamos incrementar aún más la producción.

8. ¿Podría indicar cómo se encuentran actualmente las ventas de mango en la asociación?

Las ventas ahora mismo están bajas porque el precio del quintal de mango está entre los \$11 a \$15 dólares en el mercado Mayorista de Ibarra. Mientras tanto a los intermediarios les entregamos, dependiendo de la calidad hasta en \$18, porque ya mismo viene la producción de la Costa y nosotros nos quemamos frente a esa gran competencia.

9. ¿Ustedes han otorgado un valor agregado al mango? ¿Cuál es? ¿Con qué finalidad?

Algunos productores entregamos la pulpa de mango congelada localmente, porque permisos no poseemos para la comercialización de esta manera, de ahí la oportunidad de negocio podría ser rentable ya que a la gente le gusta, pero para todo ese proceso se necesitarían de equipos tecnificados o industriales para procesar el mango. De ahí todo lo que se pueda hacer con el mango localmente como jugo, dulce, jalea, mermelada, helados, de todo un poco lo hacemos.

10. ¿Con qué tipo de clientes se maneja la asociación actualmente?

Nuestros clientes están en Cuenca, Tulcán y Quito son los principales lugares a los que nuestros intermediarios dirigen el producto, también vendemos los días jueves en el mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra.

11. ¿Para la venta de mango en estado natural con qué permisos y certificados cuenta?

La Asociación participa en el programa de productores de la fruta implantado por Agro calidad, el cual consiste en eliminar la mosca de nuestras tierras, avalándonos hace cuatro años atrás para que la producción sea comercializada tanto en el mercado nacional, como en el internacional.

Es por tal motivo que a nivel nacional se vende el producto y es admitido sin ningún problema, pero el mercado no valora el esfuerzo de producción ni los beneficios, creo que la producción podrá ser acogida de mejor manera por los mercados extranjeros.

12. ¿Conoce de mercados externos que demanden sus productos? ¿Cuáles?

La verdad conocía que en Colombia sería un buen mercado para nosotros o quizá un país más desarrollado, pero sinceramente creo que en todas partes apreciarán nuestro producto.

13. ¿Cómo es la venta de su producción a nivel local, nacional, internacional? Explique

Como ya le había mencionado, todo es a nivel local y nacional extendiéndonos hasta Cuenca, Tulcán y Quito, y eso a través de intermediarios.

14. ¿Conoce de los trámites de exportación necesarios para realizar la exportación de sus productos?

Ningún conocimiento en ese aspecto, sólo lo que es la siembra, el cultivo y la producción del mango y tratamiento de poda para cada cosecha efectuada en el año, nada más.

15. ¿Cuál es el principal inconveniente que se presenta para la internacionalización de sus productos?

No conocemos nada de trámites legales ni como sería el proceso de venta al exterior, ni mucho menos quién nos compraría el producto, hace tiempo atrás se quería adquirir el mango desde Colombia, pero no nos arriesgamos a hacerlo, porque no tenemos experiencia en ese aspecto ni mucho menos se cuenta con un técnico especialista que nos guíe para su internacionalización.

16. ¿Conoce cuáles son los medios de publicidad utilizados para promocionar sus productos en el exterior?

En todo ese aspecto no estamos al día, quizá por eso también la asociación se mantiene con los intermediarios de siempre, que en la mayoría de veces nos adquieren a nosotros el producto y lo venden con su propia marca. Y en ocasiones de sobreproducción, para evitar que se afecte la fruta o se dañe damos casi regalado el mango a los mayoristas e intermediarios.

2.1.8.1.2. Entrevista dirigida al director de distribución, John Hedges de la empresa Albert´s Organic, vía correo electrónico.

En el mes de octubre del año 2017 se efectuó la presente entrevista a la empresa Albert´s Organic ubicada en el estado de Los Ángeles – California.

El objetivo de la entrevista es conocer los requerimientos de la empresa para estimar la demanda del mango en estado natural y pulpa de fruta congelada a fin de una negociación internacional.

1) ¿Qué tipo de productos importa la empresa Albert´s Organic?

Actualmente importamos productos agrícolas cultivados como frutas verduras y hortalizas, también productos lácteos, productos de soya, jugos/bebidas y congelados.

2) ¿Dentro de la demanda de sus productos adquieren la fruta fresca como de mango y su pulpa de fruta congelada?

Nuestra empresa actualmente se encarga de distribuir productos agrícolas importados de distintas partes del mundo, los cuales incluyen los mangos frescos.

En cuanto a la pulpa de fruta congelada la empresa está abierta a las distintas propuestas de presentación, siempre y cuando el producto conserve su estado natural.

3) ¿Qué tipo de mango adquiere actualmente?

Las variedades demandadas al momento son Tommy Atkins, Haden Kent.

4) Actualmente ¿Cuál es su capacidad de compra mensual de la variedad de mango Tommy Atkins?

Actualmente nuestra demanda es de 45.000kg, teniendo a la fecha un espacio de compra de hasta 20.000 kg mensuales de la variedad Tommy Atkins.

5) ¿Cuál es su capacidad de compra mensual de la pulpa de fruta congelada?

La empresa importa la cantidad mensual 30.000 kilogramos, de los cuales estamos en capacidad de adquirir hasta 10.000 kilogramos en el mes.

6) ¿Qué términos de negociación utilizan normalmente para la importación de sus productos?

Nuestro término de negociación es FOB/FCA.

7) ¿Cuál es la unidad de medida de compra de la fruta fresca?

Nosotros adquirimos las frutas, verduras, y hortalizas por kilogramos.

8) ¿Cuál es el precio de importación del mango en estado natural?

El precio de compra por kilogramo es de hasta \$0,90.

9) ¿Qué tipo de presentación de la pulpa de fruta congelada tiene mayor comercialización en su mercado?

Nuestra empresa Albert's Organic adquiere presentaciones de 500 gramos, 850 gramos y de un 1 kg, siendo más comercial la presentación de 500 gramos.

10) ¿Cuál es el precio de importación de la pulpa de fruta congelada de mango?

El precio de compra FOB para presentación de 500 gr. es de hasta \$0,95. El precio FOB de la presentación de 850 gramos es de \$1,25, mientras que la presentación de 1 kg tiene un precio FOB de hasta \$1,75.

2.1.8.2. Ficha de Observación

2.1.8.2.1. Ficha de Observación de la Asociación Asoprovalle del Valle Del Chota

Introducción: Se realiza la siguiente observación en las instalaciones de la Asociación Asoprovalle ubicada en el Valle del Chota, con el objetivo de prestar atención a sus condiciones.

Desarrollo:

Las vías de acceso para ingresar a la Asociación Asoprovalle ubicada en el Chota son poco adecuadas, la distancia para poder llegar va desde la comunidad de Mascarilla un kilómetro más adentro, no hay medios de transporte la única forma de llegar es si se cuenta con auto propio.

Su infraestructura es medianamente adecuada posee dos cuartos grandes donde se realiza todo el proceso de preparación del mango como: clasificado, limpieza y empaque, también cuentan con un pequeño cuarto frío para almacenar el producto, no siendo suficiente para abastecer en la sobreproducción. El personal para realiza todo este proceso corresponde a los mismos productores, siendo medianamente adecuado el personal dentro de la corporación. Actualmente la organización cuenta con maquinaria poco tecnificada en su mayoría el proceso de control de calidad es artesanal y empírico.

El costal de mango que los productores entregan a los intermediarios va entre \$11,00 y \$15,00, donde en épocas de alta producción llega hasta los \$10,00, para evitar se desperdicie y dañe la fruta, aproximadamente el costal tiene unos 20 kilos de futa, depende también la temporada.

2.1.8.2.2. Ficha de Observación realizada en las instalaciones de Supermaxi

Introducción: Se realiza la siguiente observación en las instalaciones de Supermaxi, en la ciudad de Quito, Avenida 6 de diciembre y Naciones Unidas.

Desarrollo:

La presentación del mango en Supermaxi es adecuada, ya que la fruta se encuentra en un buen estado para ser consumida, sin ningún tipo de desperfecto que afecte a su presentación. Su

ubicación es visible para sus consumidores y se encuentra en el área de productos agrícolas no tradicionales, en donde además se encuentran otros productos como la pitahaya, pepino dulce y granadilla. Con lo que respecta al costo se observó que sus ventas se realizan por kilos el cual tiene un precio de \$3.48 el kilo.

La calidad de la fruta para mi punto de vista es buena, en sus perchas la cantidad del producto era la suficiente y necesaria, lo que no fue posible observar fue que variedad de mango era la que ellos estaban ofreciendo a sus clientes, puesto a que todo su producto se encontraba expuesto en una sola percha sin ninguna identificación.

Como observaciones generales fue notorio que el tipo de fruta que Supermaxi tenía en sus perchas era de primera calidad debido a que se encontraba en excelentes condiciones, el producto no estaba refrigerado, en vista de que puede mantenerse en el ambiente sin problemas de maduración durante 8 días, tiempo necesario para que la fruta sea adquirida por sus clientes.

2.1.8.2.3. Ficha de Observación realizada en el supermercado Gran Akí

Introducción: Se realiza la siguiente observación en la ciudad de Ibarra, en el supermercado Gran Akí, ubicado en la Avenida Mariano Acosta.

Desarrollo:

Al observar la presentación de la fruta en el supermercado Gran Akí pude definirla como medianamente adecuada, porque el producto presentaba ciertas imperfecciones como golpes, picaduras lo que no le hacían ver tan atractiva a la fruta a simple vista.

El producto se encontraba en el sector de frutas y legumbres en un ambiente adecuado donde se encuentran los productos agrícolas no tradicionales como la chirimoya, pitahaya y la granadilla. Su precio variaba con unos centavos comparando al costo del producto en Supermaxi, siendo su valor por kilo el de \$3.32. Con relación a su calidad, es posible ver que es regularmente adecuada ya que fue notorio la mezcla de mango de primera con la de segunda calidad. La fruta estaba un poco absorbida puesto a que no era tan atrayente para los ojos del cliente y en cuanto a la variedad no se pudo observar porque la fruta se encontraba exhibida en una sola percha.

2.1.8.2.4. Ficha de Observación realizada en el Mercado Mayorista.

Objetivo: Observar las condiciones en que se vende el mango en el mercado Mayorista ubicado en la ciudad de Ibarra.

Desarrollo:

La presentación del mango en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra yació medianamente adecuada para atraer al consumidor, ya que se encontraban en gavetas plásticas, se encontraba en lugares visibles, debido a que en el mismo lugar se vendía otros tipos de fruta.

En cuestión al precio, el costal oscilaba entre los \$20 y \$25 dólares, siendo el mismo elevado a causa de competencia del mango costeño, el cual supieron indicar los vendedores viene en gran cantidad y a un costo bastante económico.

Con lo que respecta a la calidad no se podía observar bien ya que todo el producto se encontraba mezclado y no se tenía la opción de escoger las frutas, porque los costales ya estaban hechos, sin opción a realizar ningún tipo de cambio al igual que no se podía observar su variedad.

2.1.9. MATRIZ FODA

Tabla 16. Matriz FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Predisposición de los socios para su crecimiento internacional.2. Producción elevada para el abastecimiento nacional e internacional.3. Producto avalado por Agrocalidad, con los permisos al día.4. Los socios están dispuestos a invertir para dar valor agregado al mango a través de la transformación en pulpa de fruta congelada.	<ol style="list-style-type: none">1. Son los únicos productores de mango en la sierra norte del país con grandes cultivos.2. El clima de la zona es apropiado para su producción constante en el año.3. Aprovechar los gustos y preferencias por productos orgánicos en el mercado estadounidense.4. Acceso a diversas líneas de créditos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Los productores de la asociación no poseen conocimientos para efectuar una exportación.2. Las hectáreas disponibles para su cultivo no son aprovechadas en su totalidad.3. Actualmente los socios no cuentan con los equipos de tecnología para la obtención del despulpado de mango.4. Falta de insumos o herramientas tecnificadas para mejorar el control de calidad.	<ol style="list-style-type: none">1. La competencia con el mango de la región costa.2. Competencia extranjera de los países productores de mango.3. Peligro de adquirir la plaga mosca de la fruta.4. Distancia geográfica entre Ecuador y Estados Unidos que afecta a la exportación del mango.

2.1.9.1. Estrategias FA, FO, DO, DA.

2.1.9.1.1. Estrategia FA

F1/A2: Realizar capacitaciones con PROECUADOR para que los socios adquieran conocimientos técnicos para participar en ferias internacionales con la finalidad de dar a conocer sus productos.

F2/A1: Destinar la producción elevada que se mantiene en los meses de diciembre exclusivamente al mercado internacional, debido a la competencia estacionaria del mango de la costa.

F3/A3: Coordinar con Agrocalidad la ejecución de capacitaciones sobre técnicas de prevención de la plaga de la mosca de fruta, aprovechando el aval que mantienen con el organismo público.

F4/A4: Transformar el mango en pulpa de fruta congelada para que tenga mayor durabilidad al exportar al mercado internacional.

2.1.9.1.2. Estrategia FO

F1/O1: Aprovechar la predisposición de los socios brindándoles capacitaciones con entidades como el MAGAP para mejorar la calidad de sus cultivos.

F2/O2: Debido al buen clima que favorece a la Asociación se debe destinar una mayor parte de sus hectáreas y las destinen a la producción del mango.

F3/O3: Mantener los cultivos libres de fungicidas para dar un valor agregado y certificar al producto como 100% orgánico, para que se facilite el ingreso al mercado estadounidense.

F4/O4: Incrementar a la Asociación de maquinaria tecnificada como una despulpadora de mango, aprovechando los créditos que ofrecen las entidades financieras como la Corporación Financiera Nacional (CFN) y BAN Ecuador.

2.1.9.1.3. Estrategia DO

D1/O1: Asesorar a los productores de la asociación en procesos de exportación del producto y su derivado, considerando que son los únicos productores de mango en la zona norte del país que están produciendo la variedad Tommy Atkins y no tienen competencia de este.

D2/O2: Reducir paulatinamente el cultivo de los productos alternativos de la asociación para destinar esos recursos a la producción del mango aprovechando el clima de la región.

D4/O4: Acceder a líneas de crédito para adquirir insumos y herramientas tecnificadas para mejorar la calidad del producto.

2.1.9.1.4. Estrategia DA

D1/A4: Capacitar a los socios productores de mango en procesos logísticos de exportación para optimizar tiempos de envío de la fruta.

D3/A1: Aprovechar la calidad del mango de la asociación para obtener derivados y así ganar mercado nacional ante la competencia regional, con miras a la posterior exportación.

D4/A3: Invertir en la utilización de abonos orgánicos y bombas de fumigación para prevenir la plaga de la mosca de fruta.

2.1.10. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

En amparo a las técnicas de investigación empleadas para su análisis, es evidente reconocer que la principal falencia que tienen los socios de Asoprovalle, es la falta de conocimientos necesarios para la comercialización de la fruta, tanto a nivel nacional como internacional.

Actualmente, Asoprovalle cuenta con 24 socios productores de mango, mismos que disponen de 75 hectáreas activamente productivas, cada una de sus hectáreas produce hasta 10.000 kg, siendo su producción mínima anual de 750.000 kg.

Tabla 17. Datos de producción Asoprovalle.

HECTAREAS TOTALES 75	HECTAREAS SEMBRADAS 75	PRODUCCION ANUAL KG	PRODUCCION COMERCIAL KG	PRODUCCION OCIOSA KG	PRODUCCION DESECHADA 20%	PRODUCCION DAÑADA 3%
100%	100%	100%	50%	30%	17%	3%
75	75	750000	375000	225000	127500	22500

La asociación cuenta con una demanda nacional destinada a los intermediarios correspondientes a un 50%, el 30% lo dedican a vender en el mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra, mientras que el 20% restante se lo destina para su consumo local.

Asoprovalle está en capacidad de satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional, inclusive aún es posible dar un tratamiento adicional a la producción desechada, ya que no es fruta dañada sino maltratada, que será la materia prima para transformarla en pulpa de fruta.

La Asociación no ha podido efectuar una evolución económica en su actividad de producción a consecuencia de las ventas realizadas a intermediarios, por falta del conocimiento de los trámites y procesos legales de comercialización nacional e internacional. Además de la falta de equipo tecnificado para controlar la calidad del mango y su posible valor agregado a la producción.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. MERCADO DE DESTINO

2.2.1.1. Estados Unidos

Nombre oficial: Estados Unidos de América.

Superficie: 9.833.517 km².

Situación geográfica: en América del Norte, limita al norte con Canadá, al este con el océano Atlántico, al sur con México y el golfo de México, y al oeste con el océano Pacífico. Alaska limita al sur con el golfo de Alaska y el océano Pacífico, al oeste con el mar de Bering, al norte con el mar de Beaufort y al este con Canadá. Las islas Hawai están situadas en el océano Pacífico.

Principales recursos naturales: 3% de petróleo, 5% de gas natural y 22% de carbón de las reservas del total del mundo, cobre, plomo, molibdeno, fosfatos, elementos de tierras raras, uranio, bauxita, oro, hierro, mercurio, níquel, potasio, plata, tungsteno, zinc, madera y gran riqueza agrícola.

Población: 323.127.513 habitantes.

Densidad: 32,86 habitantes/km².

Grupos de población: blancos 72,4%, negros 12,6%, asiáticos 4,8%, amerindios y nativos 1,1%, dos o más razas 1,61%, otros 6,2%. Se considera hispanos a los residentes de origen español o latinoamericano, de cualquier raza o grupo étnico (16,3% de la población).

Población ciudades

Capital: Washington D.C. (681.170 habitantes).

Principales ciudades: New York (8.537.673 hab.), Los Ángeles (3.976.322 hab.), Chicago (2.704.958 hab.), Houston (2.303.481 hab.).

Religiones: protestantes 46,5%, católicos 20,8%, judíos 1,9%, mormones 1,6%, otros 5,8%.

Lenguas

Oficiales: inglés (en 32 estados), hawaino (oficial en el estado de Hawai) y 20 idiomas indígenas oficiales en Alaska.

Otras: español y otras lenguas procedentes de todo el mundo.

Formalidades de entrada: pasaporte con datos biométricos para viajar dentro del programa de exención de visados. Más información en web de Embajada de EEUU en Madrid.

División Administrativa: 50 estados y un distrito federal (Columbia).

Figura 24. Datos Básicos EEUU.

Fuente: (ICEX España Exportación e Inversiones, 2017)

País altamente desarrollado, perteneciente al nuevo continente, creado hace 240 años, ha crecido mucho desde su fecha de fundación en 1776 territorial y económicamente. Es el cuarto país del mundo en extensión, la capital es Washington, los estados más poblados son California y Texas.

El análisis demográfico va intrínsecamente ligado a las estrategias de penetración y búsqueda de mercados de las empresas, especialmente en un mercado continente como Estados Unidos, donde es muy fácil dispersarse y donde hay que segmentar y concretar.

La nacionalización o adaptación de los productos al mercado norteamericano, en cuanto a gustos, medidas y estándares de calidad, es otro de los elementos determinantes para el éxito de los mismos, los costes de entrada son considerados mayores en comparación con los que otros mercados internacionales ofrecen.

2.2.1.2. Los Ángeles - California

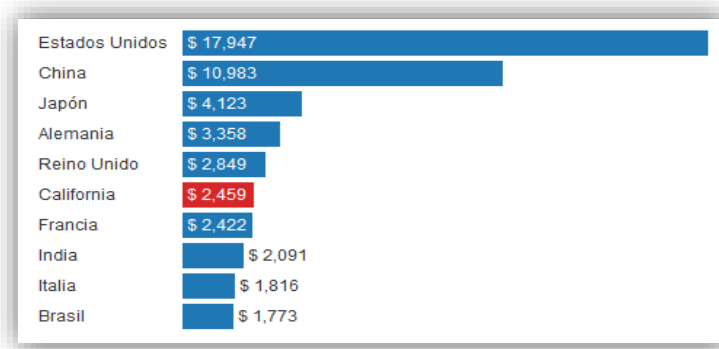


Figura 25. PIB de California. Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2017).

Los Ángeles es la octava economía según el Banco Mundial ya que tiene la mayor influencia económica sobre los Estados Unidos, con un PIB de \$2.459 billones, aportando el 14.30% total del PIB total de Estados Unidos, y se la considera la segunda ciudad más grande del país y un gran consumidor a nivel internacional, de acuerdo al Banco Nacional norteamericano.

2.2.2. PERFIL DEL MERCADO

2.2.2.1. Competencia en el país de destino.

El origen de las variedades de mango que presentan mayor disponibilidad en el mercado estadounidense son: Tailandia, México, India, Brasil, Perú, Países Bajos, Pakistán, Vietnam, Ecuador y China.

Destacándose como mayor exportador de mango México, mismo que cubre con un 61% de su demanda, según la página oficial de Nacional Mango Board.

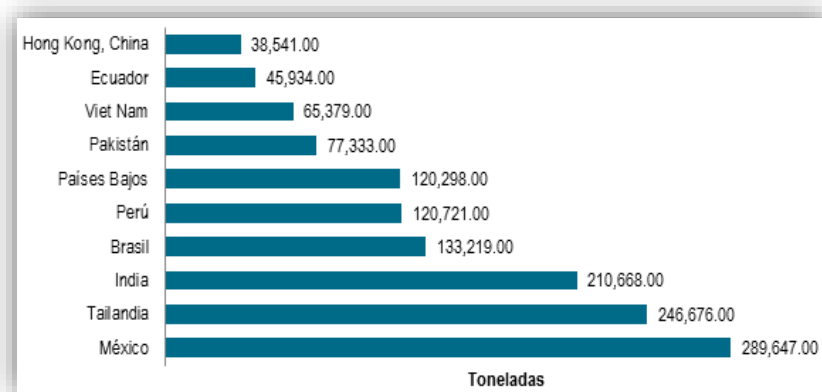


Figura 26. Exportadores de Mango. Fuente: (Nacional Mango Board, 2017).

Es importante mencionar que no hace 5 años atrás el mango ha sido adquirido en presentaciones diferentes denotando una mayor demanda aquellos productos que conservan su naturaleza.

En el territorio norteamericano se produce un poco de mango en las ciudades de Florida y California, pero dicha producción es muy limitada e insuficiente como para acaparar a toda una población creciente como el magnate mercado, además el clima del país no es apto para ninguna expansión significativa de los huertos de mango, a consecuencia de sus cambios estacionales.

2.2.3. PERFIL DEL CONSUMO

2.2.3.1. Cultura y preferencias

La estacionalidad de consumo de este producto es mayoritariamente en el verano. Su demanda crece en los meses de junio, julio, agosto y septiembre por las altas temperaturas debido a que el consumo de pulpa de fruta es más común en épocas de calor.

La estacionalidad para la producción de pulpas depende de la época de cosecha. En el caso del Ecuador, el único producto que tiene una estacionalidad temporal son las pulpas de mango, ya que la producción agrícola de la materia prima se da desde los meses de octubre a enero.

Según información publicada por **The Food Institute**, su consumo de fruta per cápita en los últimos 10 años se ha incrementado en un 71%, llegando a niveles tales como 181 unidades en promedio, su acogida tanto en estado natural y en sus derivados van a la par.

Los Ángeles es hogar de una de las experiencias gastronómicas más dinámicas que una ciudad puede ofrecer, debido al excelente servicio de célebres chefs y cocina reconocida a nivel internacional, desde una sencilla comida casual hasta una comida gourmet.

El mango se consume mayormente como fruta fresca, luego como jugo de concentrados o pulpa congelada, como fruta seca en segmentos es decir embolsada, en yogurts de conserva de pulpa congelada, en mermeladas, y encurtidos.

2.2.4. DEMANDA

2.2.4.1. Análisis de la demanda global

La capacidad de las empacadoras de mango ecuatoriano para cualquier destino exterior bordea al día de hoy el millón de kilos producidos y exportados diariamente.

Actualmente el principal destino para la exportación de esta fruta tropical es el mercado de Estados Unidos, seguido de Hong Kong, China, Holanda, España, Alemania, Canadá, Reino Unido, Colombia y Perú.

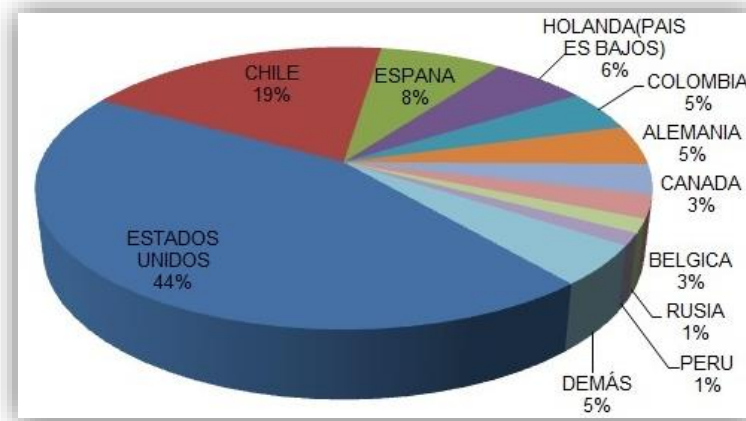


Figura 27. Demanda de mango en EEUU. Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2017).

A más de proveer mango fresco al mercado mundial, importantes empresas han decidido industrializar al producto y han comenzado a exportar sus elaborados y derivados de la fruta transformándola en pulpa congelada, mermelada, jalea, jugos, fruta deshidratada y demás productos que emplean como materia prima a la fruta ecuatoriana.

2.2.4.2. Demanda de mango en Estados Unidos

El mercado estadounidense se ha convertido en el principal demandante de mango ecuatoriano, no solo en estado natural, sino también de sus derivados como mermeladas, jaleas, pulpas y frutos deshidratados, en preferencia de aquellos que conservan su contenido natural.

Actualmente se dirige el 91,75% de las 12,5 millones de cajas que el país exporta anualmente, representando alrededor de \$45 millones de dólares.

Las importaciones han superado el volumen de las 400 mil toneladas anuales, convirtiéndose esta fruta en la quinta más demandada. El consumo promedio de la fruta por persona es de 1,7 a 2,2 libras, tanto del mango fresco, como procesado y congelado. Ubicándoles cuartos en la lista de frutas más consumidas por la población estadounidense.

Según estadísticas de Trade Map, Estados Unidos es sin duda el mayor consumidor de mango, demandando el 44% de la producción mundial de la fruta seguido de China y países Bajos, se espera que su demanda incremente por su exquisito sabor y calidad.

2.2.4.3. Localización de la demanda

En base a los datos investigados, se ha elegido como destino de las exportaciones de mango en estado natural y en pulpa de fruta al estado de Los Ángeles - California.

Los Ángeles tiene una población de 1.8 millones de habitantes, mismo que al ser considerado uno de los estados con mayor poder adquisitivo para el consumo y en motivo a su gran expansión territorial actualmente ocupa el primer lugar dentro de los Estados Unidos en consumo de mango ofertado a nivel de todo el mundo.

El 2017 registró como principales países exportadores de la fruta en estado natural y pulpa de fruta hacia Los Ángeles California a Ecuador y a México. Visto y analizado de esta manera la competencia para el Ecuador puede lograr más desarrollo de mercado en los Estados Unidos.

2.2.5. OFERTA

2.2.5.1. Oferta Mundial

México es el país que lidera las exportaciones de mango a nivel mundial con un 15% de participación, seguido por China con un 9%, el Reino Unido con un 6% y los Países Bajos con un 4% de participación. Ecuador ocupa el puesto 12 entre los principales exportadores de mango.

En el 2017 las exportaciones mundiales de la pulpa de fruta de mango fueron de 2.722.974 TM, de las cuales el 25% se produjeron en el continente americano, 15% en Europa, 32% en Asia, y el 72% dividido entre África y Oceanía. La figura inferior demuestra la estacionalidad de la oferta mundial de mango en los principales países productores y exportadores de la fruta.

2.2.5.2. Oferta Nacional

2.2.5.2.1. Producción nacional del mango

La producción de mango tradicionalmente se la atribuye a la región Costa, donde sus tierras y clima son aptos para el cultivo del conocido “mango de chupar”, no obstante en la región Sierra también hay cultivos de la fruta, los mismos que se encuentran ubicados en el límite de las provincias del Carchi e Imbabura, a beneficio del clima y al suelo, similares a la región Costa.

El mango se cultiva especialmente en la provincia del Guayas, con una superficie de 7900 hectáreas, registradas en plena producción, donde 6900 están dedicadas solo para la exportación.

El producto restante se orienta a mercados locales y nacionales o a la industrialización y elaboración de derivados de la fruta. PROECUADOR afirma que las exportaciones de mango fresco han tenido un crecimiento del 19,60%, en comparación al año 2014 y 2015 que registraron un incremento del 6,16%, tal y como es posible visibilizar en la ilustración.

REPORTE DE LAS EXPORTACIONES HISTORICAS DE MANGO DEL ECUADOR																
MERCADO DE DESTINO	Campaña 2009-2010		Campaña 2010-2011		Campaña 2011-2012		Campaña 2012-2013		Campaña 2013-2014		Campaña 2014-2015		Campaña 2015-2016		Campaña 2016-2017	
		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino
ESTADOS UNIDOS	8.129.138	81.86%	7.301.389	80.38%	8.104.564	83.93%	9.190.364	84.32%	10.073.020	92.42%	9.096.621	83.46%	10.360.554	90.93%	12.503.290	91.75%
EUROPA	424.918	4.28%	497.920	5.48%	248.536	2.57%	611.406	5.61%	434.725	3.99%	439.681	4.03%	206.205	1.81%	245.853	1.80%
CANADA	720.944	7.26%	868.471	9.56%	953.688	9.88%	569.746	5.23%	783.759	7.19%	698.844	6.41%	453.604	3.98%	420.468	3.09%
MEXICO	515.904	5.20%	258.575	2.85%	200.112	2.07%	297.792	2.73%	269.280	2.47%	140.560	1.29%	94.096	0.83%	58.080	0.43%
NUEVA ZELANDA	84.480	0.85%	121.440	1.34%	84.480	0.87%	89.760	0.82%	142.560	1.31%	147.840	1.36%	110.880	0.97%	184.800	1.36%
CHILE	13.728	0.14%	10.560	0.12%	52.800	0.55%	106.908	0.98%	89.760	0.82%	179.520	1.65%	141.310	1.24%	169.600	1.24%
CHINA															6.934	0.05%
OTROS	41.280	0.42%	24.816	0.27%	12.600	0.13%	32.868	0.30%	57.384	0.53%	30.192	0.28%	27.504	0.24%	38.112	0.28%
TOTAL	9.930.392	100.00%	9.083.171	100.00%	9.656.780	100.00%	10.898.844	100.00%	11.850.488	108.73%	10.733.258	98.48%	11.394.153	100.00%	13.627.137	100.00%
CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES			-847.221	-8.53%	573.609	6.32%	1.242.064	12.86%	951.644	8.73%	-1.117.230	-9.43%	660.895	6.16%	2.232.984	19.60%

Figura 28. Exportaciones históricas de mango del Ecuador. Fuente: (PROECUADOR, 2017).

Estados Unidos, Europa, México y Canadá son los principales mercados para las importaciones ecuatorianas, donde se incluyen la comercialización del mango y sus derivaos, las cuales representan aproximadamente el 94% de todo el sector.

Estados Unidos es el principal mercado destino para la producción del mango ecuatoriano, representado con un 91,75% de exportaciones del sector dirigidas especialmente a ese mercado.

2.2.5.2.2. Producción nacional de conservas y preparados de mango

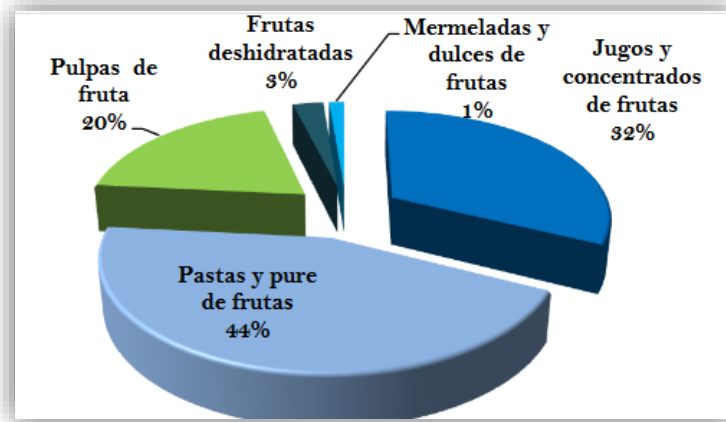


Figura 29. Derivados de frutas. Fuente: (PROECUADOR, 2017).

Como toda actividad que engloba la agroindustria, la producción de alimentos procesados implica varios aspectos como la calidad de las materias primas, el proceso de elaboración, los cambios químicos durante el almacenamiento, el empaque, la maquinaria y el equipo utilizado.

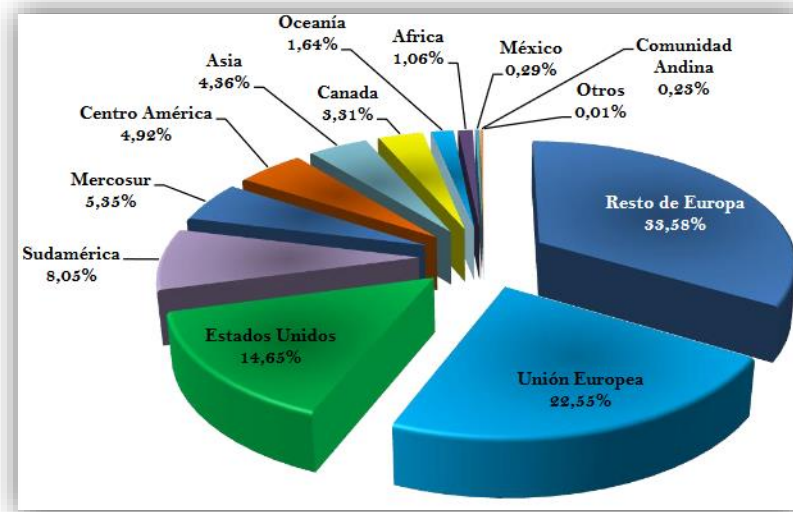


Figura 30. Importadores de pulpa de mango congelada. Fuente: (PROECUADOR, 2017).

En este ámbito han decidido incursionar varias empresas nacionales a fin de ampliar el portafolio de sus productos y poder innovar y satisfacer las demandas más exigentes.

La industria de jugos y conservas de frutas se divide principalmente en cinco categorías: jugos y concentrados de frutas, pastas y purés de frutas, pulpas de fruta, frutas deshidratadas, mermeladas y dulces de frutas. La producción se concentra en pastas y purés con un 44%, jugos y concentrados con un 32%, pulpa de fruta con un 20% y fruta deshidratada con un 3%.

Los destinos de exportaciones de la pulpa de mango congelada son los países europeos con una participación del 23%, y la del resto de países de Europa con 34%, englobando ubicando a Estados Unidos con un 15% de participación en compras de este tipo en sus principales estados.

A continuación, en la ilustración inferior se puede observar las principales empresas ecuatorianas dedicadas a la exportación de mango y su correspondiente participación en el mercado hasta finales del año 2017.

PARTICIPACION DE LAS EXPORTACIONES DE MANGO POR CADA EMPACADORA																
	Campaña 2009-2010		Campaña 2010-2011		Campaña 2011-2012		Campaña 2012-2013		Campaña 2013-2014		Campaña 2014-2015		Campaña 2015-2016		Campaña 2016-2017	
		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino		%Por Destino
AGRIPRODUCT	3.226.403	32.49%	3.118.342	34.33%	3.273.825	33.90%	3.848.599	35.31%	3.673.604	31.00%	3.511.594	32.72%	4.282.356	37.58%	5.104.797	37.46%
BRESSON	2.504.729	25.22%	2.187.717	24.09%	2.629.007	27.22%	2.791.939	25.62%	3.326.557	28.07%	2.906.086	27.08%	2.841.450	24.94%	3.061.980	22.47%
DINING	321.600	3.24%	479.984	5.28%	310.714	3.22%			96.624	0.82%	564.438	5.26%	897.219	7.87%	1.097.981	8.06%
DUREXPORTA	3.877.660	39.05%	3.297.128	36.30%	3.443.234	35.66%	4.258.306	39.07%	4.611.143	38.91%	3.543.277	33.01%	3.145.803	27.61%	4.106.539	30.14%
FROZEN FRUITS			37.053	0.50%		0.00%										
KORMAL	68.112	0.63%	0	0.00%		0.00%										
NATRADE	0	0.00%	0	0.00%		0.00%										
SOMECET									142.560	1.20%	207.863	1.94%	227.325	2.00%	255.840	1.88%
TERELSA	263.163	2.42%	143.986	1.95%		0.00%										
TOTAL	9.930.392	100.00%	9.083.171	100.00%	9.656.780	100.00%	10.898.844	100.00%	11.850.488	100.00%	10.733.258	100.00%	11.394.153	100.00%	13.627.137	100.00%

Figura 31. Competencia Nacional. Fuente: (Mango Ecuador Foundation, 2017).

Estas empresas vendrían a considerarse a nivel nacional como una competencia para la Asociación Asoprovalle, tanto en exportación de la fruta en estado natural como elaborado en pasta, purés, jugos y pulpa congelada, ya que la mayoría de empresas han decidido desde hace unos 6 años atrás incursionar otorgándole un valor adicional a la fruta ecuatoriana. Ecuador registró en el 2017 en exportaciones de pulpa de fruta de mango congelada la cantidad de 2 TM.

2.2.5.3. Restricciones para la exportación

2.2.5.3.1. Barreras Arancelarias

El porcentaje establecido para el ingreso de ambos productos a Estados Unidos presenta un porcentaje del 0%, en virtud a las preferencias arancelarias establecidas entre ambos países y que benefician con el ingreso del producto en estado natural y en pulpa.

País	Arancel Preferencial
Estados Unidos	0%

Figura 32. Preferencia Arancelaria. Fuente: (Marquet Access, 2017)

2.2.5.3.2. Barreras no Arancelarias

Estados Unidos a través del **Departamento de Agricultura USDA**, solicita el cumplimiento de requisitos de etiquetados para el ingreso de la fruta en ambas presentaciones, ya que su derivado la pulpa congelada conserva y preserva el estado natural de la fruta, al no incluir ningún aditivo.

El organismo encargado de controlar y supervisar a los operadores de las cadenas de producción orgánica agropecuaria es el **APHIS**, el cual deriva de la **USDA**. El **APHIS** se asegura de que todos los productos agrícolas importados enviados a los EEUU desde el extranjero cumplan con los requisitos de entrada de la Agencia para excluir las plagas y enfermedades de la agricultura.

Para el ingreso de la pulpa de fruta y el mango ecuatoriano al mercado californiano se requiere:

- Someter a inspección a los productos al ingreso al país norteamericano.
- El envío debe cumplir con disposiciones que corresponde al **Certificado de Tratamiento Hidrotérmico de la Mosca de Fruta T102-A**, mismo que será verificado por el **APHIS**.
- El envío deberá incluir el formulario original de **Certificado de Inspección PPQ**, con la información requerida y prescrita con el organismo oficial **APHIS**.

Además, la Agencia **Food and Drug Administration FDA** se encargará de verificar los requisitos y certificaciones de trazabilidad de la mercadería. Es decir, conocer de qué lugar o granja viene el producto, para que haya control en toda la cadena de producción hasta la exportación. Ahora se cuenta con certificadoras internacionales como **Global Gap** y **HACCP**.

Ecuador en la página oficial de Agro calidad pone a disposición de la sociedad la tabla de contenidos con los requisitos para la exportación de mango, así como sus normativas y el plan de trabajo llevado al cabo para su efecto con los Estados Unidos.

Además del listado oficial de las plantas de tratamiento de mango aprobadas y abalizadas en el país se deben efectuar controles y actualizaciones de los certificados y permisos.

2.2.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

El mercado estadounidense se ha convertido en el principal demandante de mango ecuatoriano, no solo en estado natural, sino también en su derivado la pulpa de fruta. Actualmente el Ecuador dirige el 91,75% del total de las exportaciones de mango en estado natural, que corresponde a 12,5 millones de cajas anuales. El Ecuador en el año 2017 se registró la exportación de 2 toneladas de pulpa de fruta de mango congelada hacia el mercado americano.

Los Ángeles - California es la octava economía de Estados Unidos según el Banco Mundial, ya que tiene la mayor influencia económica en Norteamérica, considerándose la segunda ciudad más grande del país y un gran consumidor a nivel externo.

En base a los datos investigados y en fundamento al estudio de la oferta y la demanda, se ha elegido destinar la producción de Asoprovalle al mercado de Los Ángeles-California, el cual demanda el 44% de la producción mundial de esta fruta exótica tanto en estado natural como en la pulpa de fruta congelada, gracias a la presencia de magnas empresas mayoristas importadoras de frutas, verduras, productos lácteos y congelados.

La estacionalidad de consumo del mango en pulpa congelada se incrementa en verano en los meses de junio, julio, agosto y septiembre, a consecuencia de las altas temperaturas de calor. La estacionalidad para la producción de pulpas depende de la época de cosecha de su materia prima.

Asoprovalle dispone de producción de la fruta en estado natural y en pulpa congelada, cumpliendo con los estándares de calidad para abastecer un mercado grande como es el estado de Los Ángeles - California.

En virtud a los métodos de investigación llevados a cabo para la obtención de información verídica sobre la producción de mango y su transformación en pulpa de fruta congelada, a continuación se plantea una propuesta de comercialización internacional para la Asociación productora Asoprovalle.

2.2.7. OFERTA DE LA ASOCIACIÓN

2.2.7.1. Mango fresco

Asoprovalle cuenta con 24 socios productores de mango, mismos que disponen de 75 hectáreas activamente productivas, cada una de sus hectáreas produce hasta 10.000 kg, siendo su producción mínima anual de 750.000 kg.

Tabla 18. Datos de producción Asoprovalle.

HECTAREAS TOTALES	HECTAREAS SEMBRADAS	PRODUCCION ANUAL KG	PRODUCCION COMERCIAL KG	PRODUCCION OCIOSA KG	PRODUCCION DESECHADA 20%	PRODUCCION DAÑADA 3%
75	75	750000	375000	225000	127500	22500

La asociación cuenta con una demanda nacional destinada a los intermediarios correspondientes a un 50%, el 30% lo dedican a vender en el mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra, mientras que el 20% restante se lo destina para su consumo local.

Asoprovalle está en capacidad de exportar el 30% de su producción, la cual está considerada como ociosa, esta fruta no se encuentra maltratada, sino que no cuenta con un mercado de destino. De este modo la asociación cuenta con 225.000 kg anuales para realizar envíos al exterior.

2.2.7.2. Pulpa congelada

Asoprovalle está en capacidad de satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional, inclusive aún es posible dar un tratamiento adicional a la producción desechada, ya que no es fruta dañada sino maltratada, que será la materia prima para transformarla en pulpa de fruta.

La Asociación no ha podido efectuar una evolución económica en su actividad de producción a consecuencia de las ventas realizadas a intermediarios, por falta del conocimiento de los trámites y procesos legales de comercialización nacional e internacional. Además de la falta de equipo tecnificado para controlar la calidad del mango y su posible valor agregado a la producción.

Para el presente proyecto se destinará el 17% de la producción de mango para transformarla en pulpa de fruta, es decir contamos con 127.500 kg de mango que se dará el tratamiento necesario para la transformación de pulpa.

2.2.8. DEMANDA ESPECÍFICA DE LOS POTENCIALES CLIENTES

Al ser el mercado estadounidense el principal destino del mango ecuatoriano con un 91,75% de participación en las exportaciones. Se detalla a las principales empresas de Los Ángeles - California que comercializan este tipo de productos en el sector.

Tabla 19. Posibles compradores norteamericanos.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
BETA PURE FOODS	Provee ingredientes a la industria de alimentos naturales.	Los Ángeles – EEUU
BOULDER FRUIT EXPRESS, INC.	Importador de frutas, verduras y hortalizas frescas Promueve y distribuye productos orgánicos.	California – EEUU
AMEFRUITS S.L THE NATURAL	Importador de frutas y verduras frescas	Los Ángeles – EEUU
FARMERS FRUIT EXPRESS	Se especializa en productos frescos orgánicos	California – EEUU

FARMERS FRUIT EXPRESS	Corredor/distribuidor de frutas y verduras orgánicas y convencionales	Los Ángeles – EEUU
ALBERT'S ORGANICS	Importa y distribuye productos frescos orgánicos	Los Ángeles – EEUU
JONATHANS ORGANICS	Importador y distribuidor de toda la línea de frutas, verduras, lácteos y congelados.	Los Ángeles – EEUU

Fuente: (Best Food Importers, 2017).

Se ha logrado establecer contacto con una de las grandes empresas importadoras y comercializadoras de frutas frescas en el mercado de Los Ángeles, **ALBERT'S ORGANICS** interesada en la adquisición de la fruta en estado natural y en pulpa de la fruta congelada, requiriendo una cantidad de 20.000 kg en mango fresco y de 10.000 kilogramos en pulpa de la fruta congelada para su posterior distribución.

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1. LOCALIZACIÓN

3.1.1. Macro

En Imbabura al norte del Ecuador, entre el límite de las provincias Carchi e Imbabura, a 1560 m.s.n.m. se localiza el Valle del Chota. Con una población aproximada de 2500 habitantes de raza negra afro-ecuatoriana. Sus habitantes cultivan una infinidad de productos tropicales como la yuca, plátano, caña de azúcar, mango y sandía.

3.1.2. Micro

En el Valle del Chota desde el 14 de febrero del 2014 se consolida legalmente una asociación productora y comercial con miras de exportación, la Asociación de Productores Acuícolas del Valle del Chota “Asoprovalle”, la misma que actualmente cuenta con 30 socios dedicados a la producción de mango, ovo, limón y tuna de los cuales al día de hoy son 24 socios los productores de mango en estado natural. Actualmente la asociación abarca a pobladores de toda la cuenca del Río Chota quienes se benefician económicamente con la producción y venta del producto.

3.2. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

3.2.1. Nombre de la Empresa

- **Razón Social**

Asociación de Productores Acuícolas del Valle del Chota Asoprovalle.

- **Actividad Económica Principal**

Cultivo y producción de productos acuícolas.

- **Representante Legal**

Señor Manuel León.

- **Número del Registro Único de Contribuyentes**

1091745212001.

- **Iniciación de sus Actividades de Producción**

Asoprovalle inicia sus operaciones naturales desde hace nueve años, a partir del año 2009.

- **Fecha de Constitución Legal**

El 14 de febrero del año 2014, la actividad comercial de la empresa consolida legalmente una asociación productora y comercializadora de frutas tropicales.

- **Número de Socios**

Asoprovalle da inicio a sus actividades con 30 socios productores, a la actualidad se conservan 24 asociados dedicados al engendro de mango.

3.3. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.3.1. PLAN ESTRATÉGICO

3.3.1.1. Misión

La misión de la Asociación Asoprovalle es:

“Satisfacer las necesidades de nuestros clientes nacionales e internacionales con la producción de mango de la variedad Tommy Atkins de alta calidad y otorgar un valor adicional con la elaboración de pulpa de fruta congelada”.

3.3.1.2. Visión

La Asociación Asoprovalle aspira:

“Ser para el año 2023 un referente reconocido por la producción y transformación del mango tanto a nivel nacional como en el mercado extranjero”.

3.3.1.3. Valores empresariales estratégicos

Los principales valores que la Asociación Asoprovalle aspira transmitir e involucrar a todos y cada uno de sus colaboradores e inclusive a sus clientes, siendo estos los siguientes:

- ✓ Productividad,
- ✓ Progreso y adelanto,
- ✓ Superación personal,
- ✓ Alta Calidad,
- ✓ Productos orgánicos,
- ✓ Trabajo en equipo,
- ✓ Orientación al cliente,
- ✓ Liderazgo participativo,
- ✓ Salud y seguridad en el trabajo,
- ✓ Mejora continua.

3.4. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

El diseño organizacional de la Asociación Asoprovalle es la base a la estructural y funcional del personal requerido. El presidente será quien liderará la organización y bajo a este se ubicarán los puestos de responsabilidad de producción, procesamiento y comercialización respectivamente con el número de operarios requeridos para cada área, mismos que deberán ser multifuncionales, a fin de poder rotarlos e incrementar la línea de aprendizaje.

Cada uno de los perfiles requeridos para llevar a cabo las funciones dentro de Asoprovalle, incluirán la vinculación de personal en nómina de un secretario, contador, Jefe de producción, jefe de procesamiento y jefe de ventas. Es importante señalar que el Presidente como representante legal de la Asociación no percibirá salario alguno, así como la intervención de los operarios, como colaboradores del proceso productivo.

Con la consolidación de la Asociación en el mercado, posteriormente la empresa estará en la capacidad de ingresar a nómina los sueldos y salarios del resto del personal de producción.

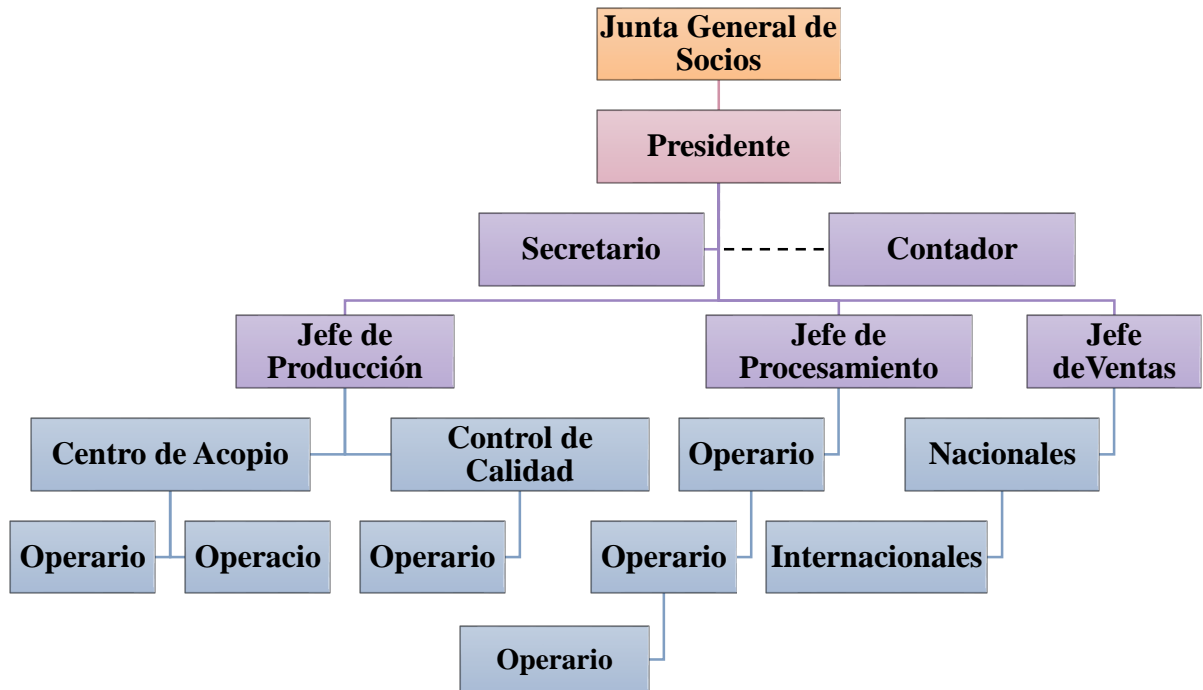


Figura 33. Organigrama Funcional Asoprovalle.

3.4.1. Responsabilidades y Competencias

A continuación se detallan las responsabilidades de cada operario de la Asociación. Mencionado personal será seleccionado de entre los socios de propia asociación, para labores operarias multidisciplinares, a fin de que el propio personal se involucre directamente con las funciones de producción y procesamiento de la fruta.

Con respecto a las áreas secretaría, contabilidad, ventas nacionales e internacionales será necesaria la colaboración de personal cualificado para desempeñar las respectivas funciones.

- **Presidente.** Es el representante legal y formal de la Asociación Asoprovalle.

Requisitos:

- Ser miembro de la Asociación al menos 5 años.

- Capacidad de liderazgo.
- Trabajo en equipo.

Funciones:

- Encargado de emitir y firmar autorizaciones.
- Tutela el buen desenvolvimiento de todo el personal.
- Pone en práctica los conocimientos adquiridos y los acopla a la línea de aprendizaje.
- Realiza controles semanales del personal trabajador.

Supervisa a los siguientes cargos:

- Secretario
 - Contador
 - Jefe de Producción
 - Jefe de Procesamiento
 - Jefe de Ventas
- **Secretario.** Es la persona encargada de brindar soporte y ayuda al presidente de la asociación y al jefe de ventas de la empresa.

Requisitos:

- Título de bachiller
- Experiencia mínima de 6 meses
- Espontánea y colaboradora
- Facilidad de expresión
- Trabajo en equipo

Funciones:

- Elabora informes y convocatorias a los miembros de la asociación.

- Brinda soporte administrativo en las actividades a cargo del presidente y los jefes departamentales. (Producción, Procesamiento Ventas)
 - Colabora en las diversas tareas asignadas por el jefe de comercialización.
 - Se encarga de la atención de los clientes de una manera general.
- **Contador.** Persona responsable del manejo de las cuentas de ingresos y gastos de la organización, teniendo un trabajo por horas, conjunto con el Presidente de la asociación.

Requisitos:

- Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Trabajo en equipo y organización.

Funciones:

- Control contable.
 - Registro de ingresos, gastos, cobros y pagos.
 - Elaborar informes financieros anuales.
 - Verificación de presupuestos.
 - Proyecciones y estimaciones en ventas.
 - Elaboración del presupuesto anual.
- **Jefe de Producción.** Responsable del control y la calidad de la materia prima.

Requisitos:

- Título de tercer nivel en Agronomía.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Trabajo en equipo y organización.
- Capacidad de sociabilidad.

Funciones:

- Supervisa los procesos de cultivo, producción y recepción de la fruta.
 - Establece funciones y responsabilidades a los operarios.
 - Mantiene contacto con los proveedores de insumos necesarios.
 - Efectúa proyecciones de producción con los 24 socios y el contador de la empresa.
 - Se encarga de establecer los estándares de calidad y supervisa los procesos de control de calidad del mango.
- **Operarios del Área de Producción.** Brindan soporte a los requerimientos del área.

Funciones:

- Coordina el acopio del mango.
 - Organiza y mantiene un registro del ingreso de la producción.
 - Efectuar el control de calidad de la fruta.
 - Se encarga del empacado y apilamiento de la fruta.
 - Lleva un registro de la durabilidad y maduración de la producción.
- **Jefe de Procesamiento.** Responsable de la elaboración de la pulpa de fruta congelada.

Requisitos:

- Título de tercer nivel en Agroindustria.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Trabajo en equipo y organización.
- Capacidad de sociabilidad.

Funciones:

- Organiza y mantiene un registro del ingreso de la producción.
- Supervisa la transformación y procesamiento del producto.
- Controla toda la gestión del proceso y la documenta.
- Verifica el cumplimiento de la calidad.

- Emitir reportes.
 - Establece una buena comunicación y un liderazgo participativo.
- **Operarios del Área de Procesamiento.** Ofrecen soporte a las imposiciones del área.

Funciones:

- Coordina el proceso de transformación del mango.
 - Organiza y mantiene un registro del ingreso de la fruta.
 - Se encarga del envasado y empaquetado de la pulpa.
 - Lleva un control permanente y documentado de todo el proceso.
- **Jefe de Ventas.** Es la persona encargada de establecer contacto con clientes tanto a nivel nacional como internacional.

Requisitos:

- Título de tercer nivel en Comercio Exterior y Finanzas.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Trabajo en equipo y organización.
- Capacidad de sociabilidad.

Funciones:

- Encargado de apoyar las negociaciones.
- Cumplir con las órdenes de pedidos tanto en fechas, calidad y cantidad.
- Establecer y supervisar la logística en ventas nacional e internacional.
- Conjuntamente con el presidente efectuar la búsqueda de posibles clientes.
- Organiza las ventas en función de la producción de los jefes de producción y
- Se encarga de la venta del producto en estado natural y procesado.
- Receta los pedidos de los clientes nacionales y extranjeros.
- Elabora órdenes de compra.

- Recopila toda la información necesaria para la facturación.
- Mantiene un archivo de todos los gastos y costos incurridos en la exportación.
- Coordina el despacho de todos de los pedidos.
- Servir de nexo de comunicación entre la asociación y sus clientes nacionales y extranjeros.

3.5. PLAN DE EXPORTACIÓN

3.5.1. Descripción de la Propuesta

El presente proyecto de exportación y comercialización de mango en estado natural y en pulpa de fruta congelada tiene como principal objetivo brindar a la Asociación Asoprovalle, un modelo aplicable para la comercialización de sus productos, incidiendo en la mejora continua y diferenciación de su oferta de producción.

Se opta por la elaboración de la pulpa de fruta congelada ya que su transformación no implica una alteración de la materia prima natural y para llevarla a cabo no requiere de una mayor inversión y trabajo forzoso.

Se persigue la diversificación de ventas del mango natural y la propuesta de incentivo a sus socios de otorgar un valor agregado a su producción, optando por transformarla en pulpa congelada permitiéndoles economizar y evitar desperdicios de la fruta.

Al ser el mercado estadounidense el principal destino del mango ecuatoriano con un **91,75%** de participación en las exportaciones, se ha logrado establecer contacto con una de las grandes empresas importadoras y comercializadoras de frutas frescas en el mercado de Los Ángeles, **ALBERT'S ORGANICS** interesada en la adquisición de la fruta en estado natural y en pulpa de la fruta congelada, requiriendo una cantidad de 20.000 kg en mango fresco y de 10.000 kilogramos en pulpa de la fruta congelada para su posterior distribución.

En virtud a la demanda requerida y a la oferta producida, Asoprovalle está en capacidad de abastecer a la empresa extranjera con un **30%** de la producción de mango fresco, de los cuales

se tomará un 0,72% para manejar un sobrante y con este cubrir algún percance de la fruta y su pulpa, dándonos un total de **18.300 kilos** de fruta natural.

Asoprovalle destinará para la pulpa de mango congelado el **17%** de su producción, con esto proveerá **7.392 kilos** de pulpa. Es preciso indicar que entre los requerimientos de la empresa extranjera, la pulpa congelada de fruta deberá ser 100% natural y no contener aditivos.

De esta manera, Asoprovalle busca convertirse en el vendedor y distribuidor directo de su producción en el mercado nacional e internacional.

3.5.2. Factibilidad de aplicación

La gran demanda de mango que existente tanto a nivel nacional como internacional, pretende ampliar el portafolio de productos de la Asociación Asoprovalle, motivando a sus socios productores en la elaboración de pulpa de la fruta, misma que puede ser comercializada en el mercado interno como en el mercado estadounidense, el cual demanda grandes cantidades de producción ecuatoriana gracias a su tendencia actual de consumo de productos sanos-

La venta externa e interés de la empresa extranjera ayudará a promover la comercialización internacional de sus productos, fomentando el desarrollo económico y social de los productores. El tratamiento de la propuesta contará con todos los parámetros naturales, técnicos y legales para llevarlo a cabo, a la espera de resultados benéficos para todos los interesados.

De esta manera se podrá contribuir a la mejora de la oferta exportable del país, ingresando capital y beneficiando directamente a la Asociación e indirectamente a toda la sociedad, viabilizando la comercialización, exportación y el valor agregado en su producción.

3.6. MARKETING MIX

3.6.1. PRODUCTO

-Nombre común: Mango.

-Nombre científico: Mangifera indica.

-Valor agregado: Pulpa de fruta congelada.

Hoy, el Ecuador cuenta con el Sistema General de Preferencias Arancelarias con el país norteamericano, el cual venció el pasado 31 de diciembre del 2017, impidiendo la competitividad con la fruta ante gran oferta exportable.

El ministro de Comercio Exterior, Pablo Campana, anunció el pasado 28 de diciembre que Estados Unidos está dispuesto a mantener a Ecuador en el listado de países que tendrán la renovación del sistema de preferencias para este año 2018.

Considerando el dato extra oficial y a la espera de la suscripción del convenio que habrá de extenderse por 3 años más, tal y como fue su última renovación llevada a cabo en el año 2015.

Alrededor de 3500 productos de exportación de origen ecuatoriano entre ellos el mango y la pulpa de mango congelada estarán libres de aranceles en el ingreso al mercado estadounidense.

Tabla 20. Partida arancelaria del mango aplicable para EEUU.

CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TRIFA AD-VALOREM APLICADA
0804.50.20.00	Mangos y mangostanes.	0%

Tabla 21. Partida arancelaria de la pulpa de fruta congelada EEUU.

CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TRIFA AD-VALOREM APLICADA
2008.99.30.00	Preparados y conservas de mango.	0%

3.6.1.1. Variedades de mango ecuatoriano

Tabla 22. Variedades de mango ecuatoriano.

VARIEDAD	ORIGEN	MEDIDAS	PESO	FORMA	COLOR	FIBRA	SABOR
TOMMY ATKINS	Florida	13 cm largo	450-700g	ovoide	rojizo	X	Dulce
HADEN	Florida	14 cm largo	400-600g	ovoide	amarillo	X	Ácido
KENT	Florida	Más 13 cm largo	680g	redonda	amarillo	X	Dulce
KEIT	Florida	12 cm largo	600-700g	ovalada	amarillo	X	Dulce

3.6.1.2. Composición nutricional del mango

El mango es una de las frutas con alto contenido de fibra, misma que apoya al sistema digestivo. Asimismo, ayuda a la salud de la piel y el cabello, así también como para la síntesis de aminoácidos y el metabolismo de las grasas. Su consumo puede prevenir la caída del cabello, la debilidad muscular y los trastornos del sistema nervioso.

Energía	62 calorías
Proteínas	0,60 g
Grasas	0,10 g
Carbohidratos	16.60 g
Fibra dietética	2,00 g
Calcio	12 mg
Fósforo	13 mg
Hierro	0,5 mg
Vitamina A	300 E.R
Betacarotenos	1800 eqv. total
Vitamina C	70mg

Figura 34. Composición nutricional del mango. Fuente: (*Mango Ecuador, 2017*).

- Alto aporte de carbohidratos, fibra, calcio, magnesio, potasio, vitamina A, C y K. Es una fruta con un aporte de carbohidratos y alta en azúcar. Apoya a personas con bajo peso y deportistas o atletas deportivos.
- Posee un elevado contenido de vitamina C, antioxidante, anti cancerígeno, ayuda en la absorción de hierro para la formación de glóbulos rojos, colágeno, dientes y huesos.
- Cuenta con considerable contenido de vitamina A, protege la vista, la piel y las mucosas.
- Presenta pequeñas cantidades de vitaminas del grupo B, como la tiamina B1 y la riboflavina B2, ineludibles para el funcionamiento del sistema nervioso.
- Zinc, esencial para la salud del cabello, vista, así como para la función reproductora, también apoya a restituir rápidamente los electrolitos perdidos, disminuyendo diarreas.
- Magnesio, importante para la actividad muscular y con cierto efecto laxante.
- Calcio para mantener unos huesos sólidos; al igual que los dientes.

3.6.1.3. Cosecha y recolección

Es de manera manual, procurando siempre cortar el fruto con un poco de pedúnculo, porque si se lo hace a ras se derrama savia, lo que perjudica a la fruta haciendo que se arrugue y pierda valor comercial.

La cosecha en las plantaciones necesita de gran cuidado en la selección de los frutos que están maduros, pero que no han empezado a cambiar su color verde. Se debe cosechar unos cuantos frutos al principio de la temporada, tan pronto como su color verde empieza a aclararse y dejar que maduren en un lugar fresco.

Si alcanzan su punto de sazón en más o menos unos 10 días, la cosecha está lista para recolectar. Los mangos recién recogidos, deben permanecer almacenados a 18-22° C, alcanzando su estado alimenticio en 8 a 10 días.

Después de su cosecha, se deben mantener frescos, pero no a temperaturas demasiado bajas, los frutos son sometidos a un pre-tratamiento por calor a 38°, antes de aplicar bajas temperaturas de 5°, caso contrario desarrollan daños por frío.

Largos almacenajes y las bajas temperaturas disminuyen el contenido de azúcar y ácidos de las frutas. Para su comercialización se empaquetan en capas delgadas y ventiladas de cartón especial para que no sufran ningún golpe para evitar su deterioro. Evite que el tiempo de consumo en estado natural alcance los 35 días.

3.6.1.4. Clasificación

Consiste en inspeccionar que la fruta sea óptima para el proceso, desechando las frutas que estén dañadas, con plagas a la vista, u otros desperfectos. Una vez concebida esta clasificación la fruta que es óptima sigue el proceso de limpieza, etiquetado, empaquetado y enfriamiento.

La clasificación se la hace por su tamaño o peso, en este paso del proceso se separa la fruta por el criterio de madures, distinguiendo la fruta de calidad tipo A y tipo B, más conocidas como fruta de primera o como fruta de segunda.

3.6.1.5. Limpieza

Se lavará la fruta con agua y una solución fungicida conocida como Thiabendazol, en dosis de 0,50 a 1 gramo por litro de agua, para prevenir el desarrollo de enfermedades.

Continúa el secado del mango y se le otorga una ligera cepillada, para darle una apariencia brillante, o a su vez se puede darle una limpieza en seco, sin necesidad de lavarlo.

3.6.1.6. Empaque

La variedad de mango Tommy Atkins de la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota, será clasificada de acuerdo a su tamaño y a la madurez de la fruta, separando la fruta con calidad de primera y la fruta con calidad de segunda.

La primera clasificación será destinada a la exportación en estado natural a la empresa **ALBERT'S ORGANICS**, mientras que la segunda categorización será empleada para la elaboración de pulpa de mango congelada.

La venta en estado natural de mango utilizará cajas de cartón de plancha de fibra parafinadas con tapa y hoyos de respiración con medidas de 18 de alto X 60 de largo X 40 centímetros de

ancho, el peso individual de cada mango se encuentra entre los **350 a 650 gramos**, su tamaño oscila entre 15 a 17 cm. de largo Cada caja con un peso de **6 kg**, llevará **9 frutos**, cada fruta se envolverá en papel seda, ubicando 3 filas y 3 columnas por cada caja.



Figura 35. Modelo de empaque comercialización de mango.
Fuente: (ALIBABA, 2017).

ALBERT'S ORGANICS está dispuesta a adquirir toda la producción ociosa que proviene de la Asociación Asoprovalle, a fin de satisfacer la gran demanda y consumo de los habitantes californianos. Actualmente, el mercado americano tiene la tendencia de consumir productos sanos, de calidad y con mayor inclinación a los productos no tradicionales de importación como lo es el mango.

De esta manera, la Asociación efectuará envíos mensuales de **3050 cajas (18300 kg)**, dando como resultado un envío de **36600 cajas (219600 kg)** en el año.



Figura 36. Empaquetado del mango natural.

Fuente: (*Mango Ecuador, 2017*).

3.6.1.7. Etiquetado

Las etiquetas del producto deberán ser impresas en el idioma inglés y si se desea al español, no siendo este obligatorio, pero hay que considerar que el mercado californiano cuenta con muchas personas de habla hispana. El etiquetado completo con todos los datos que a continuación citan deberá contener cada una de las cajas en las que se transporta la fruta fresca. Nombre comercial.

- “Cantidad en gramos.
- Información nutricional completa.
- Peso neto aproximado.
- País de origen.
- Datos del exportador: nombre, dirección, teléfono, fax, página web, e-mail.
- Temperatura de almacenaje.
- Conservación del producto una vez abierto.
- Etiquetas de exportación.
- Exposición de sellos internacionales.
- Señalización internacional.
- Código de barras.” (PROECUADOR, 2011).

3.6.1.8. Marca

Se incluirá dentro de las etiquetas la imagen corporativa de “ASOPROVALLE”



Figura 37.- Marca de la Asociación

3.6.1.9. Enfriamiento y almacenamiento

Los pallets ingresarán con la fruta en estado natural al cuarto refrigerado a una temperatura comprendida entre los 10° y 13°. La fruta podrá ser almacenada según su grado de maduración.

3.6.1.10. Uso de pallets (Mango en fruta)

El pallet es una base inferior construida en madera lo suficientemente resistente para soportar la carga, posee separaciones entre las tablas que permiten la circulación del aire. Teniendo en cuenta los estándares establecidos por EE.UU., se recomienda el uso de palletes con dimensiones de 120 x 100 cm.

Todos los embalajes de madera deben contar con un sello que certifique que han recibido tratamiento térmico o de fumigación contra plagas mediante Bromuro de Metilo. Este sello es otorgado por el **INEN** en base al cumplimiento de las Normas Internacional de Calidad.

Los Estados Unidos de Norteamérica mantiene un riguroso control de sanitizado de los pallets de madera, a fin evitar e ingreso de plagas u microorganismos, los cuales deben hacer énfasis a

las **NIMF N°15** International Standards for Phytosanitary Measures, que son las directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional” para todos los componentes de madera que vayan a ingresar a su mercado.

3.6.1.11. Características del transporte interno para la fruta fresca

De acuerdo a la oferta exportable se determina el envío de 2 contenedores mensuales.

Cada contenedor llevará 61 pallets, cada pallet con un peso de 175 kg, es decir que el peso por contenedor es de **14.525kg**, esto es **9.150kg** de mango fresco + **3.850kg** de la tara + **1.525kg** del peso de los pallets.

Se determina que cada pallet contendrá un total de **25 cajas de 6 kg**, distribuidas en 5 niveles, cada nivel tendrá 5 cajas. Una vez listos los pallets estos deben ser distribuidos y colocados en un contenedor que presente características favorables para su óptimo viaje.

- **Tipo de Contenedor:** Refrigerado de 40 pies High Cube
- **Dimensiones:** 11561mm x 2268mm x 2553mm (largo, ancho, alto)
- **Peso de cada pallet:** 175kg
- **Peso de la tara:** 3.850kg.
- **Peso del mango en estado natural:** 9.150 kg.
- **Peso máximo contenedor:** 30.480 kg.
- **Peso total:** 14.525kg.

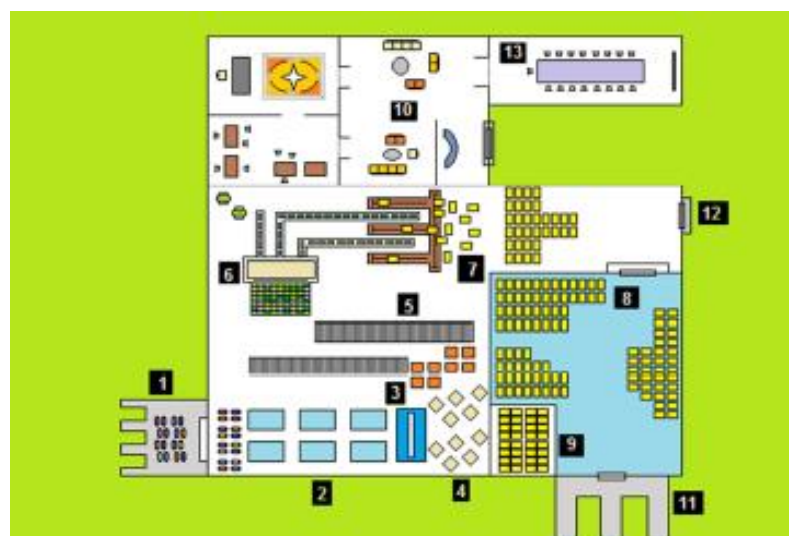
3.6.1.12. Proceso de transformación del mango en pulpa

A continuación, se muestra el diseño general sugerido para la empacadora de pulpa de mango, misma que necesitará de ajustes de acuerdo al capital disponible, las limitaciones de espacio, y la selección de los volúmenes de exportación requeridos.

Para efectuar la transformación del mango en estado natural a pulpa de la fruta se necesitará una superficie aproximada de 800 m², espacio que la asociación dispone actualmente. Dichas instalaciones están lo más cerca posible a los cultivos de sus socios productores.

El área de construcción, la cual está a disposición de la asociación contempla los 1000 m², totalidad que será empleada para la implantación de la administración, almacenamiento de la fruta en natural, empaquetado y transformación de la materia prima y almacenaje de la pulpa.

Un buen ambiente y una infraestructura adecuada permitirán el flujo suave y organizado de la cadena de valor de los productos demandados por ALBERT'S ORGANICS, donde la frecuente inspección de las áreas de la planta será parte de un programa de mantenimiento y control.



- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Andén de recepción | 8. Cuarto Frío |
| 3. Tanque de lavado | 9. Área de cajas paletizadas |
| 4. Zarandas de secado | 10. Oficinas Administrativas |
| 5. Rodos Transportadores de mango | 11. Andén de entrega |
| 6. procesadora de pulpa | 12. Puerta de entrada para empacadora |
| 7. Empacado de la pulpa de mango | 13. Sala de juntas |

Figura 38. Planta Industrial Asoprovalle.

3.6.1.13. Características de la Máquina Despulpadora

Para el proceso de despulpación del mango se requiere de maquinaria de la más fina calidad elaborada totalmente en acero inoxidable, con máxima duración y resistencia antioxidante, que garantice un alto rendimiento, de fácil mantenimiento y limpieza.

Características:

- Rendimiento de 500 Kilos por hora.
- Funciona para todo tipo de frutas.
- 2 tamices coladores (1 para semilla pequeña y 1 para semilla grande).
- Voltaje: 110 V monofásica.
- Elaborada en Acero inoxidable 304 antiácido.
- Garantía: Un (1) año.

La máquina despulpadora se podrá adquirir en la Página Web de Mercado Libre, a la empresa ZONEX, encargada de la fabricación de máquinas de uso industrial y comercial.

La empresa se especializa en la fabricación, comercialización e importación de productos para la preparación, cocción, empaque y distribución de alimentos en el sector gastronómico, dichos equipos cuentan con un año de garantía y proporcionan facilidades de pago. **Ver el Anexo 7.**

3.6.1.14. Características de la Máquina Selladora al Vacío

Para el proceso de sellado al vacío de la pulpa de mango congelada se requiere de maquinaria de la más fina calidad elaborada totalmente en acero inoxidable, con máxima duración y resistencia antioxidante, que garantice un alto rendimiento, de fácil mantenimiento y limpieza.

Características:

- Voltaje: 220V - 60/Hz
- Potencia: 1.3 KW
- Tipo de plástico: Poleolefina PVC

El equipo de sellada cuenta con una resistencia plana capaz de lograr un corte uniforme en toda su longitud. Puede sellar polietileno y PVC de una manera continua la misma que al momento de llevar al túnel de termo encogido logra el empaque adecuado.

El sistema de electroimanes con él que cuenta es de gran ayuda para obtener la calidad en el sellado. Por su estructura en acero al carbono y recubierto en pintura electroestática es muy

resistente al trabajo pesado. Sus ruedas le permiten desplazarse al sitio más adecuado para el proceso de termo encogido. Cuenta con el sistema de micro perforado permitiéndole una mejor presencia en el producto final.

La máquina selladora al vacío se podrá adquirir en la Página Web de Mercado Libre a la empresa de la ciudad de Guayaquil, especializada en la fabricación, comercialización e importación de productos de alimentación en el sector gastronómico, dichos equipos cuentan con un año de garantía y proporcionan facilidades de pago. **Ver el Anexo 8.**

3.6.1.15. Recepción

Al llegar el producto desde los cultivos de sus socios se procederá a separar ambas calidades, la calidad tipo A pasará por el proceso de verificación, limpieza, empaquetado y etiquetado, en cuanto la categoría B corresponderá a la fruta que presenta manchas, golpes o maltratos.

Para no dar de baja la categoría B, por ventas menores a lo producido o simplemente convertida en desechos, se ha decidido procesar la materia prima y convertirla en pulpa natural.

3.6.1.16. Clasificación

Consiste en inspeccionar que la fruta sea óptima para el proceso, desechando las frutas que estén dañadas, con plagas a la vista.

Una vez concebida esta clasificación la fruta que es óptima sigue el proceso, y se prescinde de la fruta de desecho, la cual se considera en un 3% de toda la producción anual.

La clasificación se la hace por su tamaño o peso, en este paso del proceso se separa la fruta por el criterio de madurez, es decir la fruta que este apta para el proceso de extracción de la pulpa.

3.6.1.17. Pre enfriado

Para bajar el calor de campo al calor vital que trae la fruta, se prepara para pre-enfriar la fruta por un periodo de 24 horas y a una temperatura no superior a 10° grados centígrados. El método consiste en dejarlo reposar tal como viene del campo en un cuarto a la temperatura mencionada.

3.6.1.18. Lavado

Se lavarán los frutos con agua y una solución fungicida conocida como Thiabendazol, en dosis de 0,50 a 1 gramo por litro de agua, para prevenir el desarrollo de enfermedades.

3.6.1.19. Secado

A continuación se lleva a cabo el secado de la fruta y se le otorga una ligera cepillada, para darle una apariencia brillante, o a su vez se puede darle una limpieza en seco, sin necesidad de lavarlo.

3.6.1.20. Despulpado

Consiste en someter a la fruta a un proceso de reducción de tamaño, por lo que se obtiene una especie de puré. El tamaño de malla recomendado es de 0.5 mm. La materia que se separa de la pulpa se recibe en baldes plásticos y se la separa.

Obtenida la fruta óptima para la transformación se procede a introducir en la despulpadora el mango entero con cáscara, la máquina se encargará de desechar la cáscara y la pepa. Dentro del proceso de despulpado, ingresan 500 kilos de mango por hora, de los cuales 152,15 kilos son desechados, a consecuencia de la extracción de la semilla y cáscara de la fruta, es decir se pierde un 30,43% del peso del mango en la elaboración de la pulpa.

3.6.1.21. Tratamiento Térmico

En la marmita la pulpa recibe un tratamiento térmico adecuado para evitar su deterioro químico y microbiológico. Este tratamiento consiste en aplicar calor hasta que la parte central de la pulpa colocada en la marmita alcance los 95°C. Debe mantenerse a esta temperatura por 10 min.

3.6.1.22. Empaquetado

Una vez ya obtenida la pulpa esta se empaqueta en fundas al vacío, y las mismas en cajas de cartón que contendrán no más de **6 kilogramos**, es decir de **12 fundas** de pulpa de **500g**.

- **Dimensiones de cada empaque:** 21,5 cm X 11,5 cm X 1,5 cm. largo, ancho, alto.
- **Tipo de cajas:** Cajas de cartón de 43 cm X 12 cm X 9 cm. largo, ancho, alto.

- **Capacidad de la caja:** 6 kilogramos 12 fundas de pulpa de mango.

3.6.1.23. Etiquetado

La pulpa de fruta dependiendo de la presentación de la misma se empaquetará en bolsas plásticas de **500 gramos**, cerradas al vacío, para posteriormente ser sometida a un proceso de congelamiento, manteniéndose la misma a fin de mantener la cadena de frío del producto.

La serie de normas ISO 14000 es un conjunto de normas internacionales publicadas por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que incluye la Norma ISO 14001 que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.

La **ISO 14000** es aplicable a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación en materia ambiental, como es el caso de la Asociación productora de mango Asoprovalle.

El marcado o rotulado de los empaques se llevará a cabo en base a la Norma **ISO 7000** de marcado y rotulado, la cual ayuda a identificar los productos en el momento de ser monitoreados

Con respecto a los Pictogramas, estos deberán estar acorde a la norma internacional **ISO 780**, mediante el uso de símbolos o gráficos en lugar de frases escritas. Las marcas de manipulación deben estar impresas en la parte superior izquierda y su tamaño debe superar los 10 centímetros, en colores oscuros.

Además, si se cuenta con la tecnología adecuada se pueden incorporar códigos de identificación electrónica tales como el UPC “Universal Product Code”. Todos los contenedores deben estar visiblemente etiquetados y marcados en el idioma del país de destino.

Las etiquetas deberán ser impresas en el idioma inglés y si se desea al español, no siendo este obligatorio la etiqueta completa deberá ir en cada una de las cajas, y habrá de contener la siguiente información.

- “Nombre comercial.
- Cantidad en gramos.

- Información nutricional completa.
- Peso neto aproximado.
- País de origen.
- Datos del exportador: nombre, dirección, teléfono, fax, página web, e-mail.
- Temperatura de almacenaje.
- Conservación del producto una vez abierto.
- Señalización internacional.
- Etiquetas de exportación.
- Exposición de sellos internacionales.
- Código de barras.” (PROEcuador, 2011).

3.6.1.24. Embalaje

Para facilitar la manipulación de las cajas y la conservación del producto se unitarizará la carga en pallets, que serán sujetados por zunchos. Los pallets se consideran como la unidad de embalaje para el transporte, estos se deben sujetar a las medidas de los contenedores en que se transportan.

- **Tipo de embalaje:** Normalizado de madera.
- **Durabilidad:** Resistente a cargas de hasta 1500 kg.
- **Dimensiones:** 1100 X 1100 mm con base de madera de $\frac{3}{4}$ y 1 pulgada.

3.6.1.25. Pallets

Respecto a los embalajes, en este caso los pallets de madera serán utilizados para transportar la mercadería de manera más agrupada y organizada, simplificando el trabajo y agilitando tiempo.

Los Estados Unidos de Norteamérica mantiene el control de sanitizado de pallets de madera, a fin evitar e ingreso de plagas u microorganismos, los cuales deben hacer énfasis en las **NIMF N°15**, “directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”, para todos los componentes de madera que vayan a ingresar a su mercado.

Se determina que cada pallet contendrá un total de 176 cajas de 6 kg, distribuidas en 11 niveles, cada nivel tendrá 16 cajas. Una vez listos los pallets estos deben ser distribuidos y colocados en un contenedor que presente características favorables para su óptimo viaje.

3.6.1.26. Características del transporte interno para la pulpa de fruta congelada

De acuerdo a la oferta exportable se determina un envío mensual. Asoprovalle contratará los servicios de una empresa de transporte de mercancías perecederas como lo es CIA TRANSDIMAB S.A. de la ciudad de Quito, la que cuenta con el servicio de transporte de productos congelados con camiones de capacidad hasta de 8 toneladas.

El camión llevará 7 pallets, cada pallet con un peso de 1056 kg, es decir que el peso del camión es de **7.567 kg**, esto es **7.392kg** de pulpa congelada + **175kg** del peso de los pallets.

Se determina que cada pallet contendrá un total de **176 cajas de 6 kg**, distribuidas en **11** niveles, cada nivel tendrá **16** cajas. Una vez listos los pallets estos deben ser distribuidos y colocados en el transporte que presente características favorables para su óptimo viaje.

- **Tipo del Camión:** Refrigerado 8Ton
- **Dimensiones:** 4900mm x 2100mm x 2100mm (largo, ancho, alto)
- **Peso de cada pallet:** 1056 kg
- **Peso por pallet:** 25 Kg c/u
- **Peso de la pulpa de fruta congelada:** 7.392 kg.
- **Peso total:** 7.567 Kg
- **Peso máximo contenedor:** 8.000 kg.



Figura 39.- Transporte de Congelados
Fuente: (Alfaplus Digital, 2017)

3.6.1.27. Enfriamiento

Los pallets ingresarán al cuarto refrigerado por 8 a 12 horas a temperatura de $-18,5^{\circ}$ a $-19,5^{\circ}$. Posteriormente, del pre-enfriado pasarán a una cámara de conservación, a temperatura de $19,5^{\circ}$ a $-20,5^{\circ}$, donde se perseverarán hasta que sean cargados al medio de transporte terrestre.

3.6.1.28. Almacenamiento

La pulpa de fruta permanecerá bajo congelación a la temperatura de -20° a -30° pudiéndose almacenar en este estado por hasta **12 meses**, sin que la fruta despulpada pierda ninguna de sus características nutricionales.

La temperatura comprendida entre los -18° a -20° es la establecida para la vida de exposición en percha comercial. En cambio la fruta en estado natural podrá ser almacenada según su grado de maduración, bien se pueden mantener a una temperatura de 10° y 13° grados centígrados.

3.6.2. PRECIO

3.6.2.1. Precio nacional

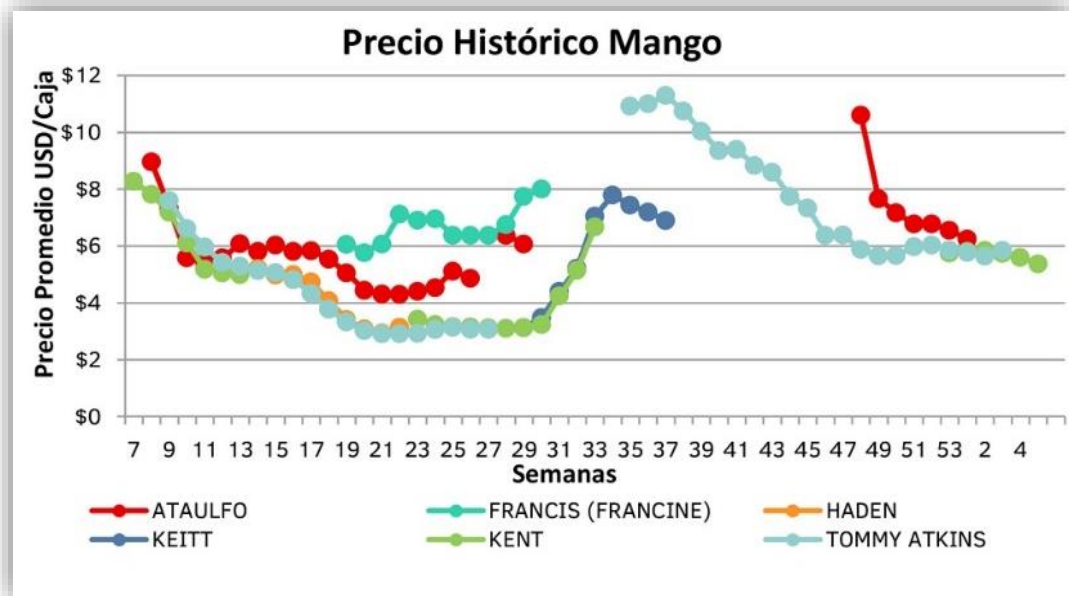


Figura 40. Evolución del precio del mango.
Fuente: (Exportadores de mango, 2017).

A nivel nacional la asociación Asoprovalle comercializa el mango fresco por gavetas, cada gaveta contiene **20 kilos** de fruta a un costo de **\$11**, lo que señala un costo del kilo de la fruta en **\$ 0,55 el kg.**, mismo que en el mercado local se lo llega a vender en **\$ 1,50**.

En cambio, el precio de la pulpa de fruta congelada comercializada a nivel nacional por empresas productoras se la puede encontrar en presentaciones de **500 gramos** a un costo de **\$1,75**.

3.6.2.2. Precio internacional

A nivel internacional, el mango ecuatoriano se comercializa en los Estados Unidos a un costo de **\$ 3,00** el kilo de la fruta fresca.

La pulpa de fruta congelada en el mercado norteamericano se la puede encontrar en presentaciones de **500 gramos** a un precio de **\$ 3,50** cada presentación.

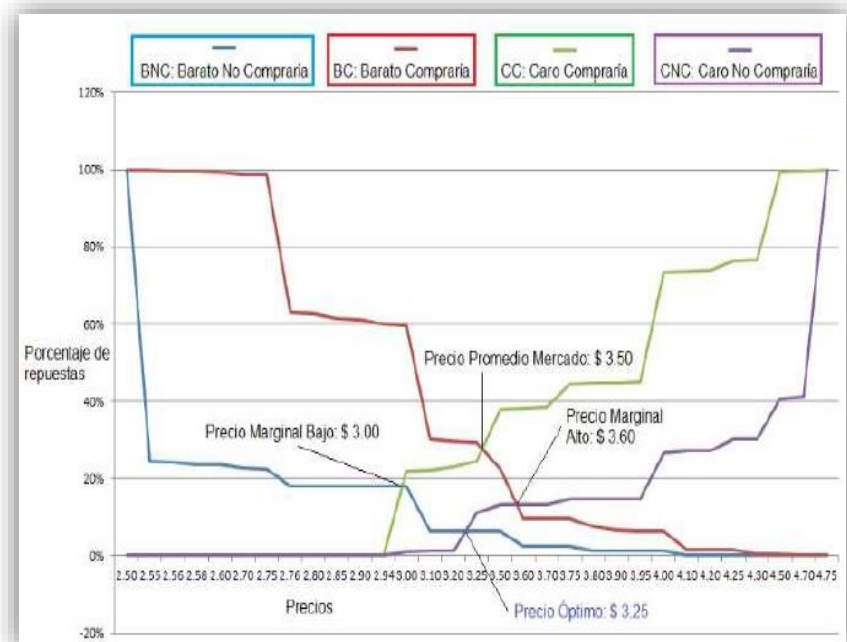


Figura 41. Precio internacional pulpa de mango.
Fuente: (VAN WERTERNDORP, 2017).

3.6.2.3. Precio de exportación mango

La caja de mango de 6kg para la empresa extranjera corresponderá a un valor **FOB** de **\$ 5,22**, o lo que es lo mismo a **\$ 0,87** cada kilo de la fruta fresca, dicho precio incluirá una utilidad del **35%** más costos de producción, etiquetado, embalaje, empaque, certificados, carga, descarga, transporte interno y la estiba del producto, hasta la naviera electa por la empresa importadora.

El costo lo determinamos en base al precio que establece el importador que es de **\$0,90**, teniendo una ventaja de **\$0,03**.

Tabla 23. Precio de exportación mango estado natural.

EXPORTACION MANGO A EEUU (LOS ANGELES - CALIFORNIA)				
CONCEPTO	OPERACIONES		COSTO EMPRESA	COSTO UNITARIO
	Cantidad	Valor		
Costo de producción	18300	\$ 0,22	\$ 4.033,63	\$ 0,22
Etiqueta unitaria	27.450	\$ 0,01	\$ 274,50	
Embalaje unitario	27.450	\$ 0,05	\$ 1.372,50	
Embalaje global	3.050	\$ 0,40	\$ 1.220,00	
Rótulos de Exportación	3.050	\$ 0,25	\$ 762,50	
Verificación Previa	1,8%	\$ 4.033,63	\$ 72,61	
GASTOS DE TRAMITACIÓN			\$ 213,40	
Certificado fitosanitario		\$ 78,60		
Certificado de origen		\$ 10,00		
Certificado de sanitizado de pallets		\$ 52,00		
Obtención de la firma electrónica		\$ 72,80		
EXW			\$ 7.949,13	\$ 0,43
Carga de mercadería	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
Transporte interno	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	
Alquiler de contenedores 40	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00	
Descarga mercadería	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
Documentos de exportación			\$ 40,00	
COSTOS DE ALMACENAJE			\$ 169,39	
Aforo Físico	1	\$ 90,74		
Porteo	1	\$ 42,35		
Recp/ Despacho	1	\$ 36,30		
FAS			11.506,52	\$ 0,63
Agente de Aduana	50%	\$ 386,00	\$ 193,00	
Estiba	2	\$ 15,00	\$ 30,00	
Documentos de embarque			\$ 55,00	
Notificación Pre-embarque			\$ 70,00	
FOB GUAYAQUIL			\$ 11.854,52	\$ 0,65
UTILIDAD		35%	\$ 4.149,08	
FOB GUAYAQUIL			\$ 16.003,60	\$ 0,87

3.6.2.4. Precio de exportación pulpa de mango congelada

Tabla 24. Precio de exportación de Pulpa Congelada.

EXPORTACION DE PULPA CONGELADA A EEUU (LOS ANGELES - CALIFORNIA)					
CONCEPTO	OPERACIONES		COSTO EMPRESA	COSTO UNITARIO	
	Cantidad	Valor			
Costo de producción	7392	\$ 0,38	\$ 2.813,49	\$ 0,38	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN			\$ 2.813,49	\$ 0,38	
Empaque Unitario	14.784,00	\$ 0,01	\$ 147,84		
Embalaje unitario	14.784,00	\$ 0,15	\$ 2.217,60		
Embalaje global	1.232	\$ 0,25	\$ 308,00		
Rótulos de Exportación	1.232,00	\$ 0,20	\$ 246,40		
Verificación Previa	1,8%	\$ 2.813,49	\$ 50,64		
GASTOS DE TRAMITACIÓN			\$ 649,34		
Certificado sanitario alimentos procesados		\$ 340,34			
Certificado de origen		\$ 10,00			
Certificado de calidad		\$ 247,00			
Certificado de sanitizado de pallets		\$ 52,00			
EXW			\$ 6.433,31	\$ 0,87	
Carga de mercadería	2	\$ 10,00	\$ 20,00		
Transporte interno	1	\$ 660,00	\$ 660,00		
camión refrigerado 8 TM					
Descarga mercadería	2	\$ 12,00	\$ 24,00		
Documentos de exportacion			\$ 40,00		
COSTOS DE ALMACENAJE (CONTECOM)			\$ 169,39		
Aforo Físico	1	\$ 90,74			
Porteo	1	\$ 42,35			
Recp/ Despacho	1	\$ 36,30			
FAS			7.346,70	\$ 0,99	
Agente de Aduana	50%	\$ 386,00	\$ 193,00		
Estiba	2	\$ 15,00	\$ 30,00		
Documentos de embarque			\$ 55,00		
Notificacion Pre-embarque			\$ 70,00		
FOB GUAYAQUIL			\$ 7.694,70	\$ 1,04	
UTILIDAD		65%	\$ 5.001,55		
FOB GUAYAQUIL POR KILOGRAMO			\$ 12.696,25	\$ 1,72	

En base a la propuesta establecida cada kilogramo de pulpa de mango congelada tiene un precio FOB de exportación de **\$1,72**. El precio incluirá los certificados, costos de producción y el pago de sueldos administrativos, pagos aduaneros, logística interna, manipulación y estiba de la mercadería, dicho precio además incluirá una utilidad del **65%**.

Incluida esta ganancia contamos con una ventaja de **\$0,03**, por kilogramo. Puesto que el importador adquiere estas presentaciones a **\$1,75**.

3.6.3. PLAZA

La comercialización del mango en estado natural y como pulpa de fruta da inicio en el contacto directo que establece el presidente de la asociación con los compradores mayoritarios de ferias, mercados de la localidad, cadenas de supermercados como Supermaxi, Gran Akí y Tía, a fin de evitar a los intermediarios y lograr ventas con la marca Asoprovalle.

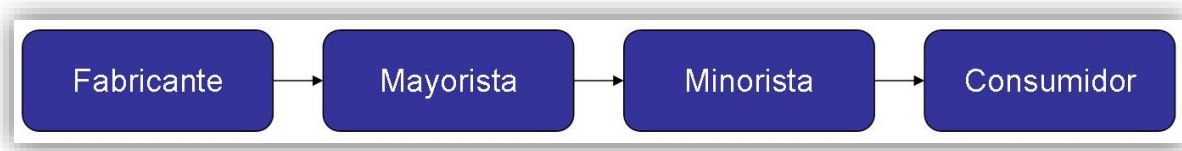


Figura 42. Canal de distribución Asoprovalle.

Se define a este canal como el adecuado para captar la demanda de adquisición en los distintos consumidores finales, mediante la venta de la producción a mayoristas y minoristas nacionales e internacionales, logrando esta forma posicionar a la marca y segmentarla en los clientes finales

Tabla 25. Posibles compradores norteamericanos.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
BETA PURE FOODS	Provee ingredientes a la industria.	Los Ángeles – EEUU
BOULDER FRUIT EXPRESS, INC.	Importador de frutas, verduras y hortalizas frescas.	California – EEUU
AMEFRUITS S.L THE NATURAL	Importador de frutas y verduras frescas	Los Ángeles – EEUU
.FARMERS FRUIT EXPRESS	Se especializa en productos frescos	Los Ángeles – EEUU

FARMERS FRUIT EXPRESS	Corredor/distribuidor de frutas	Los Ángeles – EEUU
ALBERT’S ORGANICS	Importa y distribuye productos	Los Ángeles – EEUU
JONATHANS ORGANICS	Importador y distribuidor de toda la línea de frutas y verduras	Los Ángeles - EEUU

Fuente: (Best Food Importers, 2017).

Luego de contactar a las diversas empresas importadoras y comercializadoras de frutas y verduras frescas en Los Ángeles–California, se establece contacto y muestra interés de compra la empresa importadora y distribuidora de productos frescos orgánicos **ALBERT’S ORGANICS**. Ver en la última sección de Anexos.

3.6.3.1. Empresa importadora

ALBERT’S ORGANICS, se muestra interesada en adquirir mango fresco y la pulpa de la fruta congelada para su distribución en el estado de Los Ángeles-California.

La empresa fue fundada en 1982, **ALBERT'S ORGANICS** es el principal distribuidor del estado de Los Ángeles-California de productos agrícolas de calidad cultivados orgánicamente y productos perecederos, que incluyen productos lácteos, productos de soya, jugos/bebidas, congelados y más. Desde sus 7 centros de comercialización, distribuyen a casi 7,000 tiendas en todas las principales ciudades metropolitanas, la mayoría de las regiones en los Estados Unidos.



Figura 43. Empresa Importadora.
Fuente: (ALBERT'S ORGANICS, 2017).

La empresa extranjera distribuye a mayoristas y minoristas de productos frescos incluyendo a lácteos y congelados con almacenes en Los Ángeles, Nueva Jersey, Colorado y Florida.

Datos de contacto de la empresa.

- **Dirección:** 1330 East, 6th. Street, CA 90021
- **Teléfono:** 213-891-1310
- **Fax:** 213-891-9291
- **Página web:** www.albertsorganics.com

ALBERT'S ORGANICS cuenta con el siguiente personal de contacto capacitado y con amplia experiencia en la distribución y comercialización de frutas, verduras y demás productos derivados que conservan el estado natural del producto, en el mercado de los Estados Unidos.

- Marketing

Director of Marketing - Wendy Fresques 916-734-4018 wfresques@unfi.com

- National VP Warehouse Ops

Nick Christensen 800-899-5944 ext. 54257 nchristensen@unfi.com

- **Distribution**

Director of Distribution - John Hedges 800-671-0707 ext54443
jhedges@albertsorganics.com

- National Inbound Transportation Manager - Brian Edwards 877-332-6922 ext.
62422 bedwards@albertsorganics.com

- National Services Manager - Kevin Endres 800-899-5944 ext.
63190 kendres@albertsorganics.com

- **Supply Chain**

National Replenishment Manager - Michael Murphy 407-436-6295 ext. 26114
mmurphy@albertsorganics.com

- **Finance**

Vice President of Finance - David Landis 800-899-5944 ext. 28277
dlandis@albertsfreshproduce.com

- **Human Resources**

Regional HR Manager - Lori Kelso 800-899-5944 ext. 63231 lkello@albertsorganics.com

- **Information Technology**

IT Manager - Kevin Dougherty 800-899-5944 ext. 63394
kdougherty@albertsorganics.com

- **President**

President - Bill Schultz 800-899-5944 ext. 28230 wschultz@albertsfreshproduce.com

3.6.3.2. Transporte marítimo

Estados Unidos cuenta con la presencia de diez puertos marítimos en importante orden de importancia podemos enumerarlos así: Luisiana del Sur, Houston, Texas, Newark-Elizabeth Marine Terminal, Nueva Jersey, Beaumont, Texas, Long Beach, California, Corpus Cristi, Nueva Orleans, Luisiana, Texas, Huntington, Texas City, Baton Rouge y Virginia.

El principal puerto marítimo de los Estados Unidos de Norteamérica es el puerto del Ángeles, ubicado en California del Norte, actualmente cuenta con 28 terminales de carga seca, líquida y refrigerada, lo que refleja el gran volumen de mercaderías transportadas.

Posterior a la llegada de la mercancía al puerto de Guayaquil se la transportará vía marítima, en contenedores refrigerados, en la empresa **Ocean América**, seleccionada por la empresa extranjera, en sustento al término de negociación adoptado.

La temperatura de los contenedores para transportar la fruta en su estado natural podrá variar entre los **10°** y **13°** grados centígrados y para la transportación de la pulpa de fruta congelada la temperatura deberá mantenerse entre los **-20°** a **-30°** para su conservación.

La duración en tránsito de la producción en alta mar será de aproximadamente **12 días** hasta el arribo al destino final, fijado en los Estados Unidos, en el puerto de los Ángeles en California.

3.5.3.3. Flujo grama del proceso logístico del mango y su derivado

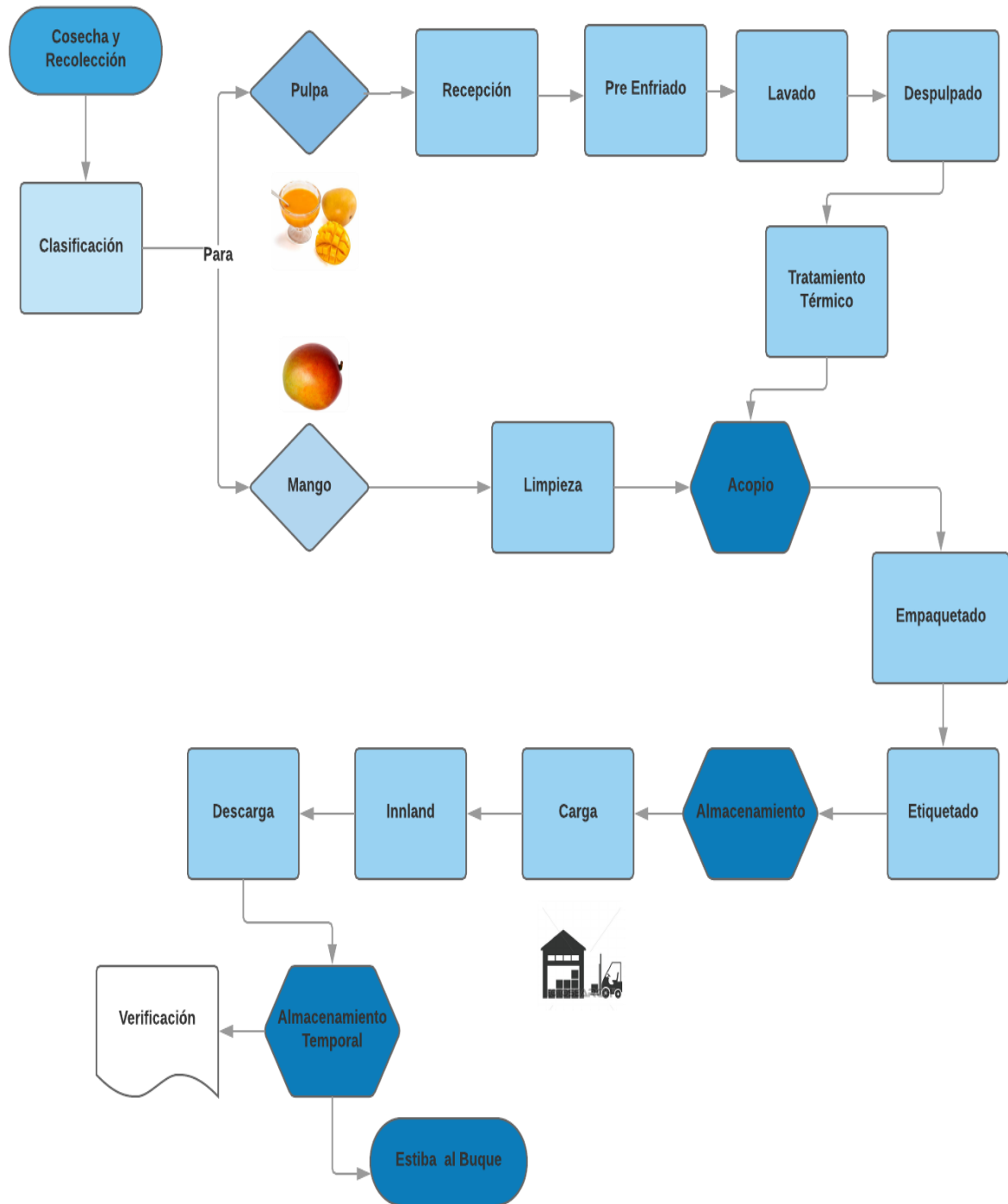


Figura 44. Flujo grama del proceso logístico del mango y su derivado

3.6.4. PROMOCIÓN

La promoción para la comercialización de los productos se llevará a cabo por el jefe de ventas, quien será el encargado de combinar estrategias de marketing online y offline, a fin de dar a conocer a la empresa y a sus productos de portafolio. Para una adecuada comunicación entre los interesados será necesario establecer estrategias feed-back de relación.



Figura 45. Página Web Asoprovalle.

3.6.4.1. Promoción vía electrónica

Emplear el internet como herramienta para la difusión de los productos que comercializa Asoprovalle es importante, a fin de empezar con la construcción de la marca Asoprovalle tanto en el mercado nacional como iniciar con mercado extranjeros.

- Creación de una página web corporativa, donde se describa la misión, visión, objetivos empresariales, productos, procesos, instalaciones y demás servicios que desea brindar la Asociación.

- Crear una comunidad online en las principales redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter, donde se promocióne información nutricional y contenidos de interés, con la meta de conocer los diferentes puntos de vista de los consumidores.
- Implantación de un catálogo electrónico con los productos disponibles para la venta, donde sea posible ver precio, término de negociación y formas de pago.

3.6.4.2. Promoción en ferias nacionales e internacionales

PROECUADOR ofrece un evento nacional denominado **Expo País**, el cual se da en las fechas comprendidas entre el 30 de noviembre y el 1 de diciembre cada año.

Esta feria brinda a los productores de la fruta ecuatoriana la oportunidad de promocionar y comercializar a nivel internacional sus productos, gracias a la presencia de clientes extranjeros. Asoprovalle tendrá oportunidad de relacionarse con los diferentes actores interesados en su producción, esto será posible con la participación en **ferias internacionales**.



Figura 46. Ferias Nacionales de Exposición de Mango. (Santander Trade, 2015)

En Estados Unidos se efectúan anualmente en estados como Miami, New York, Los Ángeles y Chicago varios eventos relevantes para el marketing y promoción de productos extranjeros:

- Food Beverage, Miami.
- Fancy Food, New York.
- Expowest, Los Ángeles

- PLMA (Private Label Manufacture Association), Chicago.



Figura 47. Impulso a la exportación de mango. (*Mango Ecuador, 2017*).

3.7. PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.7.1. Régimen de Exportación

La exportación del mango hacia el mercado norteamericano ubicado en Los Ángeles - California se manejará bajo el **régimen 40** que se denomina Exportación definitiva o exportación a consumo. Ya que la producción va a ser enviada sin retorno alguno para su respectivo consumo.

3.7.2. Medio de Transporte Marítimo

La Asociación productora y comercializadora de mango en estado natural y su derivado la pulpa de fruta, opta por el medio transporte marítimo, a pesar de llevar un producto perecedero como es el mango en estado natural para su consumo.

La tecnología y su evolución permiten transportar cargas de estos productos en compartimientos adecuados y adaptados para su conservación, siendo **Ocean América** la empresa de transporte marítimo seleccionada por la empresa extranjera. Los costos del flete internacional resultan ser menores a lo que implicaría una exportación vía aérea, considerando el volumen de los productos, así como el precio, al cabo de 12 días de tránsito arribará al puerto destino.

3.7.3. Término de Negociación.

El término internacional de negociación establecido con la empresa Albert's Organics y al Asociación Asoprovalle será el término **FOB**.

Su significado Libre a Bordo, establece que el lugar de entrega de la mercadería será en el Puerto Marítimo de Guayaquil, la transferencia de los riesgos entre las partes tendrá regiré al momento en que la mercancía es puesta a bordo del buque.

Asoprovalle será responsable de todos los gastos internos que corresponden a la obtención de los certificados necesarios, empaque, embalaje, carga, descarga, almacenaje y estiba de la mercadería en el medio de transporte marítimo.

3.7.4. Forma de pago

Con la finalidad de garantizar la seguridad del pago y entrega de la mercadería entre ambas empresas se empleará una **carta de crédito irrevocable**, en virtud al bajo riesgo que implica la transacción comercial, asegurando así el pago del mismo.

Una vez establecidos los lazos de negociación y confianza entre las empresas se podrá aplicar alternativas de pago como transferencia internacional o depósito internacional.

3.7.5. Declaración Aduanera de Exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación DAE, en el ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada con una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que creará un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte de la Asociación Asoprovalle.

Aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

3.7.6. Documentos a presentar

Para proceder con la exportación de productos de origen vegetal como son el mango en estado natural (partida arancelaria 0804.50.20.00), y su derivado la pulpa de fruta congelada (partida arancelaria 2008.99.30.00), hacia el mercado norteamericano se requiere:

- **Registro en AGROCALIDAD:** Solicitar el registro de operador en la página web de Agro calidad (www.agrocalidad.gob.ec) con el usuario Productor – Exportador.
- **Documentos Requeridos:** RUC, copia de cédula, constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), croquis de ubicación del centro de acopio (exportador) y cultivo (exportador – productor).
- **Inspección:** Un auditor de AGROCALIDAD efectúa la inspección del lugar y prepara un reporte el cual debe ser aprobado por el organismo rector. Aprobado el reporte se emite al usuario un certificado y código de registro mismo que lo avala como operador.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas, según la naturaleza de cada producto.
- Certificado de origen, en caso de ameritarlo.

3.7.6.1. Factura comercial

Documento que entrega la Asociación Asoprovalle a nombre del importador, en este caso ALBERT'S ORGANICS, como constancia del acto de comercio. Este documento describirá las mercancías a exportarse, señalando los términos y condiciones del país de compra y venta. Se debe de disponer de la factura original y de 5 copias adicionales.

3.7.6.2. Lista de empaque

Informará el contenido, peso bruto y neto del mango en estado natural y en pulpa de fruta a ser exportado al mercado californiano, lo emite el exportador, no es obligatoria pero facilita el inventario de las mercancías a la Autoridad Aduanera y a la empresa encargada del transporte.

3.7.6.3. Conocimiento de embarque

Albert's Organics contratará los servicios externos de un medio de transporte marítimo internacional, la empresa "Ocean América" de procedencia norteamericana, la cual entregará el documento denominado Bill of Lading, el cual es un aval de la mercadería embarcada en cantidades, peso y condiciones adecuadas, para su posterior transportación.

3.7.6.4. Autorizaciones previas para exportar a los Estados Unidos

El producto alimenticio antes de ingresar a los Estados Unidos debe cumplir con todas las normas previstas y publicadas por el **Food and Drug Administration FDA**, en especial las correspondientes a las reglas generales de:

- Nutrition Labeling and Education Act (NL &E Act).
- Reglas Básicas de Producción (GMP).
- Food Canning Establishment Registration (FCE).

a) Exportación de mango en estado natural.

Estados Unidos exige el cumplimiento de estándares altos en producción y calidad de los productos que ingresan a su mercado. Para exportar **mango fresco** correspondiente a la partida arancelaria **0804.50.20.00** se requiere los siguientes procesos y certificaciones.

- Verificar los requisitos fitosanitarios de países de destino en el sistema de datos de consulta.
- Inscripción en el sistema de GUÍA de AGROCALIDAD.
- Utilizar empacadoras y/o plantas de TH autorizadas y registradas en AGROCALIDAD.

- Adquirir la fruta de las fincas de producción de mango registradas en AGROCALIDAD, indicando los códigos asignados y utilizando las etiquetas de trazabilidad.
- Proporcionar a AGROCALIDAD la información de los envíos a exportar.

Estados Unidos de América	Mango (fruta) ³	<i>Mangifera indica</i>	Certificado Fitosanitario del país de origen (emitido por Agrocalidad), Inspección, (3) Los mangos deben ser tratados con Tratamiento Hidrotérmico en un centro de APHIS-USDA en Ecuador. Cada caja debe estar marcada con la declaración "APHIS-USDA TREATED WITH HOT WATER" Tratamiento Hidrotérmico. El envío deberá ir acompañado de la copia original del formulario PPQ 203 complementado y firmado por el oficial de APHIS en Ecuador. Consulte las instrucciones del oficial de FAVIR para los procedimientos de inspección.
---------------------------	----------------------------	-------------------------	--

Figura 48. Requisitos para exportar mango a EEUU. (*Mango Ecuador, 2017*).

-Certificado Fitosanitario. Certificará la calidad del producto agrícola, determinado sus componentes y avalando su envío al exterior. El organismo encargado de emitirlo es la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad AGROCALIDAD y su costo es **\$78,60**.

El costo corresponde a cada contenedor e incluirá: el registro operadores de mango con la certificación de la planta de tratamiento Hidrotérmico, su inspección, toma y análisis de la muestra, la emisión del certificado fitosanitario de exportación y también la inspección y certificación de los pallets tratados de madera previamente tratados.

SERVICIO DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA PARA EXPORTACIÓN DE MANGO.	POR CONTENEDOR	72,6740
--	----------------	---------

Figura 49. Certificado Fitosanitario para exportación de mango fresco (*Mango Ecuador Foundation, 2017*).

La obtención del registro fitosanitario será en el plazo de 30 días con una vigencia de 2 años, posterior a su caducidad, debiendo ser renovarlo, efectuado los pasos ya descritos.

-Certificado de Origen. Documento que certifica la procedencia de la mercancía, y será exigido por los Estados Unidos en virtud a los derechos preferenciales que existieren. El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), es el organismo encargado de emitir el certificado de origen para efectuar exportaciones de mango fresco a los Estados Unidos, el cual tiene un costo **\$10**.

El pasado 14 de febrero el Ecuador renovó el **Sistema General de Preferencias Arancelarias** establecido con los Estados Unidos, mismo que venció el pasado 31 de diciembre del 2017.

El ministro de Comercio Exterior del Ecuador, Pablo Campana anunció el pasado 13 de febrero la renovación del **SGP**, a fin de poder ingresar 3500 productos al mercado norteamericano, de los cuales el mango fresco y la pulpa de mango congelada, están en lista libres de aranceles.

b) Exportación de pulpa de mango congelada.

Los Estados Unidos exigen el cumplimiento de estándares altos de calidad para el ingreso de la **pulpa de fruta congelada** correspondiente a la partida arancelaria **2008.99.30.00**. En los Estados Unidos de Norteamérica, las pulpas de frutas mantienen un régimen impositivo específico que se expresa de la siguiente manera:

- El arancel para la Pulpa de Fruta es del **9.6%** para los países que son parte de la **OMC**.
- Preferencia arancelaria **SGP** vigente para los productos que se benefician del mismo, es decir en términos prácticos el arancel efectivo es del **0%**.

-Certificado Sanitario Garantiza la sanidad de los pallets empleados, lo emite la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad AGROCALIDAD, por el valor de **\$62**.

-Certificado de Origen. Certifica la procedencia de la mercancía, es exigido por los países con acuerdos de derechos preferenciales existentes. Lo emiten el **MIPRO** para el caso de los Estados Unidos de Norte América, y su costo está en **\$10**.

-Certificados de Calidad. Formalidad que garantiza la calidad de producción de los productos. Es emitido por entidades especializadas en el control de calidad, en Ecuador el organismo encargado es el **Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización**, su precio es de **\$247**.

El certificado de Calidad actualmente vigente y exigido por el mercado norteamericano es la **Certificación HACCP**, siendo este un sistema obligatorio de gestión en el que la seguridad alimentaria se aborda mediante el análisis y control de biológicos, químicos y físicos.

3.8. PLAN DE ACCIÓN

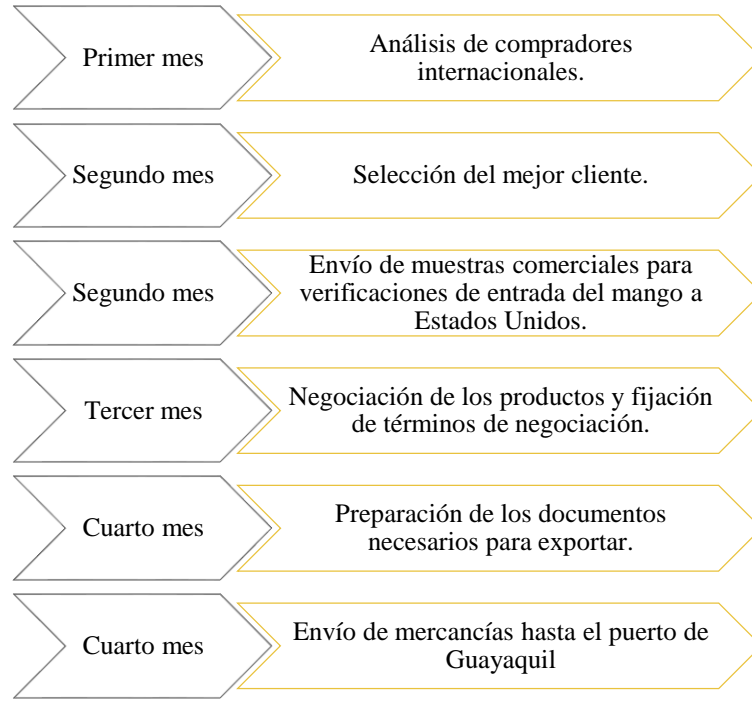


Figura 50.- Plan de Acción

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1. INTRODUCCIÓN

En el desarrollo del presente capítulo se llevará a cabo un análisis económico-financiero de todos los costes incurridos en el proceso de producción y exportación de mango fresco y en pulpa de la fruta congelada desde la asociación Asoprovalle del Valle del Chota hasta la empresa ALBERT'S ORGANICS ubicada en Los Ángeles, Estados Unidos.

ALBERT'S ORGANICS se encuentra interesada en la adquisición de la fruta en estado natural y en pulpa de fruta congelada, requiriendo una cantidad de 20.000 kg en mango fresco y de 10.000 kilogramos en pulpa de fruta congelada para su posterior distribución.

Asoprovalle produce **750.000 kg** de fruta cada año, de las cuales el **50%** será destinado para la comercialización dentro de Ecuador. El **30%** de la producción de mango fresco que es considerada como producción ociosa se destinará a la empresa norteamericana ALBERT'S ORGANICS, de los cuales se tomará un 0,72% para manejar un sobrante y con este cubrir algún percance de la fruta y su pulpa, dándonos un total de **18.300 kilos** de fruta natural. Asoprovalle destinará para la pulpa de mango congelado el **17%** de su producción, con esto proveerá **7.392 kilos** de pulpa. Es preciso indicar que entre los requerimientos de la empresa extranjera, la pulpa congelada de fruta deberá ser 100% natural y no contener aditivos.

Tabla 26. Destino de la producción de mango.

HECTAREAS TOTALES 75	HECTAREAS SEMBRADAS 75	PRODUCCION ANUAL 750000 KG	PRODUCCION COMERCIAL 375000 KG	PRODUCCION OCIOSA 225000 KG	PRODUCCION DESECHADA 20%	PRODUCCION DAÑADA
100%	100%	100%	50%	30%	17%	3%
75	75	750000	375000	225000	127500	22500

Con el objetivo de disminuir la pérdida económica de esa parte de la producción, se plante a la propuesta de elaboración de pulpa de mango a partir de la fruta considerada como de segunda o de categoría B, considerando a un **3%** como producción perdida y el restante **17%** recibiría el

valor agregado para su comercialización. Anhelándose exportar **7.392 kilogramos** cada mes, en cajas que contengan **12 unidades** de **500 gramos**, a un peso de **6 kg** cada una de las cajas.

Es importante señalar que Asoprovalle actualmente no elabora magnas cantidades la pulpa de mango congelada, en vista de que su transformación ha sido efectuada artesanalmente y para ventas locales. Se estima que con la aplicación del presente estudio técnico, investigativo y legal la asociación efectúe ventas al exterior en un periodo de 6 meses.

4.2. Inversiones necesarias

Se tomará en cuenta la inversión necesaria, misma que será conformada por financiación propia y por financiamiento ajeno, así como los costes fijos y diferidos incurridos. Es importante señalar que la empresa ya cuenta varios años en el mercado de cultivo y comercialización de la fruta no tradicional, por este motivo disponen de un capital propio valorado en \$ **19.200**, mismo que corresponde a la inversión de \$800 por cada uno de los socios.

Tabla 27. Inversión Fija

INVERSIÓN FIJA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Activo Corriente			6.375,55
Mango fresco	28.925	\$ 0,22	\$ 6.375,55
Maquinaria			3.880,00
Máquina despulpadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Máquina selladora al vacío	1	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 10.255,55

Asoprovalle necesitará la adquisición de maquinarias especiales para la producción de pulpa de fruta, una maquina despulpadora semi-industrial y una máquina selladora al vacío para aumentar la durabilidad de la pulpa.

Tabla 28. Inversión Diferida.

INVERSIÓN DIFERIDA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Gastos Administrativos	1	\$ 3.225,00	\$ 3.225,00
Gastos de Exportación	1	\$ 12.683,91	\$ 12.683,91
INVERSION DIFERIDA			\$ 15.908,91

4.3. Plan de financiación

Los socios productores de mango de Asoprovalle aportarán con el **73,38%** del capital requerido, que ha sido logrado en actividades naturales de comercio, en tanto el **26,62%** restante se financiará a la entidad bancaria de confianza.

Tabla 29. Total Financiamiento.

FINANCIAMIENTO			
DETALLE	V. TOTAL	%	
Capital propio	\$ 19.200,00	73,38%	
Capital financiado	\$ 6.964,46	26,62%	
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 26.164,46	100%	

Tabla 30. Total Inversión.

TOTAL DE LA INVERSION			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Inversión Fija	1	\$ 10.255,55	\$ 10.255,55
Inversión Diferida	1	\$ 15.908,91	\$ 15.908,91
TOTAL DE LA INVERSION			\$ 26.164,46

La empresa dispuesta a poner en pie el plan de negocio adquirirá financiación bancaria por un monto de **\$ 6.964,46** a un interés del **10%** anual, mediante **10 pagos semestrales**, durante los **5 años**.

Visto y analizado de esta manera se completará el total de la inversión, que implica el capital propio y el capital ajeno financiado en el Banco Nacional de Fomento.

Tabla 31. Resumen Capital Financiado.

RESUMEN CAPITAL FINANCIADO		
RESUMEN	CAPITAL	INTERÉS
Año 1	\$ 773,83	\$ 696,45
Año 2	\$ 1.547,66	\$ 580,37
Año 3	\$ 1.547,66	\$ 425,61
Año 4	\$ 1.547,66	\$ 270,84
Año 5	\$ 1.547,66	\$ 116,07

Tabla 32. Capital Financiado.

CAPITAL FINANCIADO					
TIPO DE CRÉDITO	DESARROLLO PRODUCTIVO				
MONTO:	\$ 6.964,46				
CAPITAL	\$ 6.964,46				
INTERÉS ANUAL	10%				
SEMESTRES	10				
Semestre	Saldo Capital	Capital	Interés	Cuota	
1	\$ 6.964,46	\$ -	\$ 348,22	\$ 348,22	
2	\$ 6.964,46	\$ 773,83	\$ 348,22	\$ 1.122,05	
3	\$ 6.190,63	\$ 773,83	\$ 309,53	\$ 1.083,36	
4	\$ 5.416,80	\$ 773,83	\$ 270,84	\$ 1.044,67	
5	\$ 4.642,97	\$ 773,83	\$ 232,15	\$ 1.005,98	
6	\$ 3.869,14	\$ 773,83	\$ 193,46	\$ 967,29	
7	\$ 3.095,32	\$ 773,83	\$ 154,77	\$ 928,59	
8	\$ 2.321,49	\$ 773,83	\$ 116,07	\$ 889,90	
9	\$ 1.547,66	\$ 773,83	\$ 77,38	\$ 851,21	
10	\$ 773,83	\$ 773,83	\$ 38,69	\$ 812,52	
TOTALES	\$ -	\$ 6.964,46	\$ 2.089,34	\$ 9.053,80	

4.4. Plan de puesta en marcha

En indagación de la posibilidad de negocio y con la aplicación de las estrategias de marketing citadas anteriormente, se proyecta ganar cuota del mercado nacional e internacional, incursionando con la primera exportación al territorio estadounidense con la empresa Albert's Organics importadora y comercializadora de frutas y verduras frescas, así como de lácteos y productos congelados.

Asoprovalle empezará a establecer lazos de confianza a partir del primer envío, a fin de continuar proveyendo a la empresa extranjera con entregas mensuales de mango fresco y de su derivado natural la pulpa de fruta congelada.

Se aspira efectuar un envío mensual de los productos ofertados, para lograr satisfacer el mercado demandante, y aprovechar las oportunidades de intercambio comercial para conocer mejor a la cultura americana y proceder a la mejora continua.

4.4.1. Mango fresco

Asoprovalle está en capacidad de satisfacer la demanda internacional de ALBERT'S ORGANICS con una exportación mensual de su producción de mango fresco de 18.300 kg, y de la pulpa e fruta congelada con 7.392 kg.

Tabla 33. Producción de Exportación Anual.

PRODUCCIÓN OCIOSA ANUAL DESTINADA PARA LA EXPORTACIÓN					
PORCENTAJE	KG ANUAL	CAJA KG	NÚMERO DE CAJAS	UNIDADES POR CAJA	NÚMERO MANGOS
29,28 %	219.600	6	36.600	9	329.400

Tabla 34. Producción de Exportación Mensual.

PRODUCCIÓN OCIOSA MENSUAL DESTINADA PARA LA EXPORTACIÓN					
PORCENTAJE	KG MENSUAL	CAJA KG	NÚMERO DE CAJAS	UNIDADES POR CAJA	TOTAL MANGOS
29,28%	18300	6	3050	9	27.450

Una vez reconocida la capacidad exportable y disponible mensualmente en la Asociación productora Asoprovalle, se logra establecer un acuerdo de envío mensual con la empresa extranjera, correspondiente al 29,28% y teniendo un rango de 0,72% para manejar sobrantes en caso de daños de la fruta o percances inesperados.

Tabla 35. Proyección de la demanda en Los Ángeles-California.

PROYECCIÓN DE VENTAS DE MANGO FRESCO EN LOS ÁNGELES-CALIFORNIA					
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Producción Anual Mango	219.600	225.090	230.717	236.485	242.397
Precio Mango	\$ 0,87	\$ 0,90	\$ 0,92	\$ 0,94	\$ 0,97
Ventas	\$ 192.043,23	\$ 201.765,42	\$ 211.979,79	\$ 222.711,27	\$ 233.986,03
Tasa de Crecimiento IPC	2,50%				

Establecido el posible volumen de demanda y su crecimiento en un periodo de 5 años, de acuerdo a como lo estipula el presente plan de exportación. Asoprovalle considerará al indicador macroeconómico de inflación del 2,5% en el estado de Los Ángeles-California, a fin de determinar el incremento del precio de exportación FOB y su evolución durante los 5 años.

Con sustento en la proyección de la demanda en el mercado de Los Ángeles-California y a través del crecimiento del precio FOB de exportación para los años siguientes se logran establecer los ingresos anuales por ventas en kilogramos.

Asoprovalle está en capacidad de satisfacer la demanda internacional de ALBERT'S ORGANICS con una exportación mensual de su producción de mango fresco de 18.300 kg, y de la pulpa e fruta congelada con 7.392 kg.

En sustento a la propuesta de comercialización y generación de valor agregado a la producción de la fruta, se dispone a dar un valor agregado a la producción, la cual equivale a un **17%**, en la elaboración de pulpa de fruta congelada, a fin de evitar pérdidas económicas los socios.

Tabla 36. Producción anual de pulpa congelada.

PRODUCCIÓN ANUAL DE LA PULPA CONGELADA						
Porcentaje pulpa de fruta	Total kilogramos anual	Total gramos anual	Empaques gramos	Numero de empaques por caja	Número anual de cajas	Número anual de empaques
17%	127.500	127.500.000	500	12	21.250	255.000

Tabla 37. Producción mensual de pulpa congelada.

PRODUCCIÓN ANUAL DE LA PULPA CONGELADA						
Porcentaje pulpa de fruta	Total kilogramos anual	Total gramos anual	Empaques gramos	Numero empaque por caja	Número anual de cajas	Número anual de empaques
17%	7.392	10.625	500	12	1.232	14.784

Se ha establecido fijar un precio a la producción de la pulpa de fruta congelada, a objeto de conocer los costos incurridos en cada kilogramo del producto, así como también poder establecer un precio de exportación para la empresa Albert´s Organics.

Asoprovalle dispone de **10.625** kilogramos mensuales para transformar en pulpa de fruta, de los cuales una vez despulpado se perderá el **30,43%**, a consecuencia se dispondrá de **7.392** kilogramos en pulpa de fruta 100% natural para su comercialización.

Tabla 38. Proyección De Ventas De La Pulpa De Mango Congelado En Los Ángeles-California

PROYECCIÓN DE VENTAS DE LA PULPA DE MANGO CONGELADO EN LOS ÁNGELES-CALIFORNIA					
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Producción Anual Pulpa	88.704	90.922	93.195	95.525	97.913
Precio Mango	\$ 1,72	\$ 1,76	\$ 1,80	\$ 1,85	\$ 1,90
Ventas	\$ 152.355,05	\$ 160.068,02	\$ 168.171,47	\$ 176.685,15	\$ 185.629,83
Tasa de Crecimiento IPC			2,50%		

4.5. Detalle de costos

4.5.1. Materia Prima

La materia prima para el presente proyecto es el mango fresco. Es importante recordar que el número de hectáreas de cultivo de propiedad de Asoprovalle es de 75 hectáreas activas y productivas de mango.

La materia prima se ha considerado en virtud a cada caja de mango fresco, cuyo peso es de **6kg**. De igual manera para considerar la materia prima en la producción de la pulpa de fruta congelada

se ha establecido en base a cada caja de producción de la fruta no tradicional, coincidiendo nuevamente en el peso de **6 kg**, con 12 presentaciones de 500 gramos por cada caja.

Cada socio entrega el mango fresco a la Asociación a un precio de venta de **\$1,32** la caja de 6 kilogramo de fruta fresca es decir **\$0,22** por cada kilogramo, teniendo una utilidad del **15%** para el socio productor de mango fresco, a este valor se suman los distintos costos de producción, empaque, embalaje, manipulación y transporte interno, en base al acuerdo de negociación del término **FOB**.

Tabla 39. Precio de la materia prima

Precio De Materia Prima		
Mango	\$	1,15
Utilidad Socio 15%	\$	0,17
Costo ASOPROVALLE	\$	1,32

4.5.2. Mano de Obra

Parte de la propuesta para la Asociación productora va orientada a la estructuración del personal responsable en cada una de las áreas de producción de la organización.

Siendo la mano de obra un coste que se ha de reflejar con el gasto en las remuneraciones a las personas contratadas para efectuar los diversos procesos productivos.

4.5.3. Gastos de Exportación

Tabla 40. Gastos de exportación

ETIQUETADO		\$	6.672,59
Etiqueta unitaria	\$	422,34	
Embalaje unitario	\$	3.590,10	
Embalaje global	\$	1.528,00	
Rótulos de Exportación	\$	1.008,90	

Verificación Previa	\$	123,25	
GASTOS DE TRAMITACIÓN			\$ 826,34
Certificado fitosanitario	\$	78,60	
Certificado sanitario alimentos procesados	\$	340,34	
Certificado de calidad	\$	247,00	
Certificado de origen	\$	20,00	
Certificado de sanitizado de pallets	\$	104,00	
Obtención de la firma electrónica	\$	36,40	
EXW			\$ 7.498,93
Carga de mercadería	\$	44,00	
Transporte interno	\$	2.460,00	
Alquiler de contenedores 40	\$	1.500,00	
Descarga mercadería	\$	48,00	
Documentos de exportacion	\$	80,00	
COSTOS DE ALMACENAJE (CONTECOM)			\$ 338,78
Aforo Físico	\$	181,48	
Porteo	\$	84,70	
Recp/ Despacho	\$	72,60	
FAS			11.969,71
Agente de Aduana	\$	386,00	

Estiba	\$	60,00
Documentos de embarque	\$	110,00
Notificación Pre-embarque	\$	140,00
GASTOS DE EXPORTACIÓN	\$	12.665,71

En cuanto a gastos de exportación tomamos en cuenta desde la preparación del producto para su envío a Los Ángeles – California, así como permisos previos y gastos que incurre la Asociación para llegar al término de negociación **FOB**.

4.5.4. Costos de Producción

4.5.4.1. Costos Directos

Se han establecido y considerado como costos directos a aquellos que intervienen directamente en el proceso de selección, lavado y despulpado del mango, como principales, es decir los indispensables para su producción.

4.5.4.2. Costos Indirectos

Estos costos hacen referencia a rubros de materiales o servicios que incurren en la producción de la fruta y de su derivado, pero que no participan de forma directa en su elaboración.

A esto hacen referencia los empaques, etiquetas, embalaje, carga y transporte interno para transporte.

Tabla 41. Total Gastos Administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	CANTIDAD	SUELDO NOMINAL MENSUAL	SUELDO NOMINAL ANUAL	IESS (11,15%)	XIII	XIV	COSTO TOTAL ANUAL	
Sueldos	Jefe de Producción	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 386,00	\$ 11.856,40
	Jefe de Procesamiento	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 386,00	\$ 11.856,40
	Jefe de Ventas	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 386,00	\$ 12.656,40
	Contador	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 500,00	\$ 386,00	\$ 11.856,40
Generales	Agua	1	\$ 50,00	\$ 600,00				\$ 600,00
	Luz	1	\$ 115,00	\$ 1.380,00				\$ 1.380,00
	Útiles de oficina	1	\$ 10,00	\$ 120,00				\$ 120,00
	Publicidad	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00				\$ 1.800,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 3.225,00	\$ 38.700,00	\$ 3.880,20	\$ 2.900,00	\$ 1.544,00	\$ 52.125,60

Tabla 42. Presupuesto de Egreso Anual.

PRESUPUESTO DE EGRESO ANUAL					
CONCEPTO	2018	1	2	3	4
COSTO DE EXPORTACIÓN	\$ 62.287,64	\$ 72.670,04	\$ 83.758,77	\$ 95.594,12	\$ 108.218,50
Costo Factura	\$ 344.398,28	361.833,44	380.151,26	399.396,42	419.615,86
Costo de Ventas	\$ 234.590,64	240.455,40	246.466,79	252.628,46	258.944,17
Flete	\$ 47.520,00	48.708,00	49.925,70	51.173,84	52.453,19
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 55.617,60	\$ 55.229,60	\$ 54.841,60	\$ 54.453,60	\$ 54.065,60
Gastos administrativos	\$ 52.125,60	\$ 52.125,60	\$ 52.125,60	\$ 52.125,60	\$ 52.125,60
Depreciaciones	\$ 3.492,00	\$ 3.104,00	\$ 2.716,00	\$ 2.328,00	\$ 1.940,00
Amortizaciones	\$ 696,45	\$ 580,37	\$ 425,61	\$ 270,84	\$ 116,07
GASTO FINANCIERO	\$ 696,45	\$ 580,37	\$ 425,61	\$ 270,84	\$ 116,07
Intereses	\$ 696,45	\$ 580,37	\$ 425,61	\$ 270,84	\$ 116,07
EGRESO TOTAL	\$ 118.601,69	128.480,01	139.025,98	150.318,56	162.400,18
IPC ESTADOS UNIDOS	2,50%				

Tabla 43. Estado de Pérdidas y Ganancias.

CONCEPTO	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS				
	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	\$ 344.398,28	\$ 361.833,44	\$ 380.151,26	\$ 399.396,42	\$ 419.615,86
Coste de ventas	\$ (234.590,64)	\$ (240.455,40)	\$ (246.466,79)	\$ (252.628,46)	\$ (258.944,17)
Flete	\$ (47.520,00)	\$ (48.708,00)	\$ (49.925,70)	\$ (51.173,84)	\$ (52.453,19)
Utilidad bruta en Ventas	\$ 62.287,64	\$ 72.670,04	\$ 83.758,77	\$ 95.594,12	\$ 108.218,50
Gastos Administrativos	\$ (52.125,60)	\$ (52.125,60)	\$ (52.125,60)	\$ (52.125,60)	\$ (52.125,60)
Depreciaciones	\$ (3.492,00)	\$ (3.104,00)	\$ (2.716,00)	\$ (2.328,00)	\$ (1.940,00)
Amortizaciones	\$ (696,45)	\$ (580,37)	\$ (425,61)	\$ (270,84)	\$ (116,07)
Utilidad en Operaciones	\$ 5.973,59	\$ 20.544,44	\$ 31.633,17	\$ 43.468,52	\$ 56.092,90
Participación de Trabajadores 15%	\$ (896,04)	\$ (3.081,67)	\$ (4.744,98)	\$ (6.520,28)	\$ (8.413,94)
Intereses	\$ (696,45)	\$ (580,37)	\$ (425,61)	\$ (270,84)	\$ (116,07)
BAT (Beneficios antes de impuestos)	\$ 4.381,11	\$ 16.882,40	\$ 26.462,59	\$ 36.677,40	\$ 47.562,89
Impuesto a la Renta 25%	\$ (1.095,28)	\$ (4.220,60)	\$ (6.615,65)	\$ (9.169,35)	\$ (11.890,72)
Reserva Legal 10% Ut. Opera	\$ (597,36)	\$ (2.054,44)	\$ (3.163,32)	\$ (4.346,85)	\$ (5.609,29)
UTILIDAD NETA	\$ 2.688,47	\$ 10.607,36	\$ 16.683,62	\$ 23.161,20	\$ 30.062,88

Se considera el IPC de los Estados Unidos para las correspondientes proyecciones, siendo el promedio el 2,50% para los futuros años. Mientras tanto la **Tasa Aceptable de Rendimiento** será del 10% en función a la inversión total y a la inflación considerada

Tabla 44. Indicadores PRI, TIR, VAN, Coste-Beneficio

INDICADORES PRI, TIR, VAN Y COSTO BENEFICIO					
Flujos	\$ 2.688,47	\$ 10.607,36	\$ 16.683,62	\$ 23.161,20	\$ 30.062,88
Inversión	\$ 37.836,61				
PRI	2 AÑOS	9 MESES	8 DÍAS		
TIR	38%				
VAN 10%	\$ 32.066,76				
COSTO BENEFICIO	1,47				

Al ser el **Valor Actual Neto (VAN)** > 0 significa que el proyecto habrá de generar ganancias por encima de la rentabilidad exigida siendo de \$ 32.066,76. Además **Tasa Interna de Retorno (TIR)** o de ganancia presenta una rentabilidad promedio del 38% por cada periodo.

En el análisis **Coste – Beneficio**, el valor > 1, correspondiendo a 1,47 indica que los beneficios obtenidos en el proyecto superan a los costes, por ende el proyecto debe ser considerado y aplicable.

1.1. Punto de Equilibrio

Con la finalidad de que la asociación conozca el punto en que no se tendrá ni pérdidas ni tampoco ganancias, son considerables los costos fijos, los costos variables y los costos de ventas totales.

El punto de equilibrio en términos monetarios es de \$ **14.224,23** de mangos y \$ **4.766,36** de pulpa congelada lo que quiere decir que si la Asociación genera esos ingresos estará en capacidad de cubrir sus costos y no obtendrá ni pérdidas ni ganancias.

Tabla 45. Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO			
MANGO		PULPA	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.225,00	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.225,00
COSTO DE EXPOR	\$ 0,65	COSTO DE EXPOR	\$ 1,04
PRECIO DE VENTA	\$ 0,87	PRECIO DE VENTA	\$ 1,72
P.E	\$ 14.224,23	P.E	\$ 4.766,36

CAPITULO V

ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se analizará los aspectos que favorecen o desfavorecen a la ejecución de proyecto, para ello es necesario considerar todos aquellos impactos que pueden influir en el éxito o fracaso de la propuesta. Los impactos pueden estar relacionados con las diferentes áreas o aspectos sociales, culturales, económicos, educativos, tecnológicos, ambientales, religiosos, etc.

- a) Selección de los niveles de impacto con su respectiva ponderación numérica.
- b) Determinar los indicadores para cada impacto en las respectivas matrices.
- c) Sumar los niveles de impactos en cada matriz y dividir el valor obtenido para los indicadores.

$$\text{Nivel de impacto} = \left(\sum_{n=1}^n (\text{Nivel de impacto}) \right) / (\text{Número de indicadores}).$$

En cada matriz se desarrollará un análisis y argumento de cada uno de los impactos antes mencionados, generando así una conclusión positiva o negativa para el proyecto en estudio.

2.1. IMPACTO ECONÓMICO

Tabla 46. Impacto Económico.

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
- Rentabilidad							X
- Generación de nuevos empleos						X	
- Efecto multiplicador							X
TOTAL						2	6

- NIEc= 8/3
- NIEc= 2,67
- NIEc= 3 Impacto Alto Positivo

ANÁLISIS

2.1.1. Rentabilidad.

La internacionalización de la fruta tanto en estado natural como en pulpa de fruta congelada, producida dentro de la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota, crea una cultura de comercio y mejora continua, mismos que traen consigo propósitos de expansión nacional e internacional. A mayor demanda de la producción de la organización, mayores también serán los ingresos y la utilidad para la empresa, los socios productores y sus familias.

2.1.2. Generación de nuevos emprendimientos.

El proceso de producción, exportación y transformación de la fruta en la zona del Valle del Chota incentiva a la industria ecuatoriana a incurrir en nuevos proyectos de negocio, que deriven de la creación e ideas de su gente. Aprovechar de los productos que nativos del país y explotarlos a su máximo expresión con procesos innovadores de transformación.

2.1.3. Efecto multiplicador

El efecto multiplicador iniciará en el mercado nacional con la difusión “de boca a boca” de cada consumidor, donde de a poco se irá fidelizando al cliente y ganando su confianza con la empresa. Es aquí donde la construcción de marca de la empresa empieza con los principales cimientos, cautivando el interés del público objetivo. Desembocando en una ampliar de mercado e incremento del volumen de la producción con todos los parámetros de calidad necesarios.

Una vez internacionalizados los productos el propósito será establecer un feed-back constante con la comunidad interesada en los bienes, y que la difusión del mensaje percibido por el cliente pueda ser compartido con el resto de las personas de sus entorno. De esta manera cada vez que una persona adquiriera la fruta natural y en pulpa congelada en el mercado, pueda palpar su excelente calidad y compartir su experiencia de consumo, transmitiéndola a las personas de su alrededor, generando una mayor demanda de consumo.

2.2. IMPACTO SOCIAL

Tabla 47. Impacto Social.

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
- Mejora de la calidad de vida							X
- Generación de empleo						X	
- Participación Social							X
TOTAL						2	6

- NIEc= 8/3
- NIEc= 2,67
- NIEc= 3 Impacto Alto Positivo

ANÁLISIS

2.2.1. Mejoramiento de la calidad de vida

Tener una buena calidad de vida se basa en mantener un equilibrio de todos los recursos que uno dispone, los mismos que logran que todas y cada una de las personas se sientan bien con el medio ambiente que les rodea.

Con el presente estudio investigativo se quiere implantar un modelo de ingresos económicos que contribuya a la Asociación Asoprovalle, a las familias de los socios miembros, así como también a un mejoramiento de la calidad de vida de toda la localidad, ya que el impulso económico les permite mejorar y crecer ante una la competitividad de la sociedad, pero siempre resguardando los intereses de todas las partes involucradas en el proyecto.

2.2.2. Generación de empleo

Al aplicar el proyecto de producción, transformación y exportación, se requiere de más personas involucradas en el proceso de generación de valor para el cliente, el mismo que en la actualidad es exigente y le gusta participar en la creación de valor.

La Asociación Asoprovalle debe cumplir con sus exigencias, satisfaciendo necesidades y hábitos de consumo con productos saludables y nutritivos, que se adapten a los nuevos hábitos de consumo y se adelanten a la creación de una necesidad.

Todos estos hechos aportan a las generaciones de nuevas plazas de empleo, bajo el requerimiento de un mayor volumen de producción que conlleva a cumplir con mayor cuidado y control la producción del mango y sus derivados, y por ende se necesitará de la contratación de más mano de obra y de personal cualificado para las distintas áreas de desempeño.

2.2.3. Participación Social

Con la puesta en marcha del proyecto se crea una activa participación social desde las familias participantes de la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota, extendiéndose hasta los demás habitantes de las comunidades cercanas como son el Juncal, Chal guayaco y Mascarilla. De tal manera que la presencia y participación de las personas se activa con la finalidad de satisfacer beneficios comunes para todos sus interesados.

2.3. IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 48. Impacto Ambiental.

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
- Preservación del medio ambiente						X	
- Uso de los recursos naturales							X
- Contaminación						X	
TOTAL						4	3

- NIEc= 7/3
- NIEc= 2,33
- NIEc= 2 Impacto Medio Positivo

ANÁLISIS

2.3.1. Preservación del medio ambiente

Es de suma importancia respetar todas las normas de sanidad que existen en el país, las cuales deben ser cumplidas estrictamente para no ocasionar ningún problema posterior al momento de comercializar y exportar el producto.

La Asociación Asoprovalle busca afianzar relaciones duraderas y recíprocas con la sociedad y con la conservación del medio ambiente, devolviendo un poco de reciprocidad a la generosidad de la naturaleza y del entorno. Es por este motivo que la empresa trabaja sellos de toxicidad sumamente bajos, amigables con el medio ambiente, lo que desemboca en la producción de un producto orgánico de buena calidad.

2.3.2. Adecuado uso de los recursos naturales

El proceso de cultivo, producción y transformación del mango implica mantener un constante uso del elemento vital como lo es el agua, tanto para los riegos, limpieza del producto, transformación y demás procesos que necesitan de limpieza.

Por lo que es importante crear una cultura de cuidado y uso correcto del agua, el cual debe empezar con la concientización de los socios de la Asociación mediante el proceso de cultivo y producción de la fruta para que de esta manera se difunda la cultura de preservación de la naturaleza y los recursos que ella nos ofrece.

2.3.3. Contaminación

Asoprovalle deberá contar con un compromiso implacable de cuidado del medio ambiente, creando conciencia en todos los involucrados del estudio investigativo, y tomando en cuenta que mientras más personas estén involucradas en este pacto, más podrán entender la importancia del respeto hacia la naturaleza y la preservación de la mismas.

Con el proceso de cultivo, producción y transformación del mango, la Asociación no ocasiona ningún tipo de contaminación a los seres vivos, lo que repercute en una política de ética de la empresa con el medio ambiente y las personas.

2.4. IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Tabla 49. Impacto General del Proyecto.

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
- Impacto Económico							X
- Impacto Social							X
- Impacto Ambiental						X	
TOTAL						2	6

- NIEc= 8/3
- NIEc= 2,67
- NIEc= 3 Impacto Alto Positivo

ANÁLISIS

Posterior a un análisis de todos los indicadores y niveles de impacto en los cuales incurriría el proyecto, siendo estos el impacto económico, social y ambiental se ha podido establecer un Nivel General Alto Positivo, lo cual conlleva a determinar la posibilidad de viabilizar el estudio para la comercialización de mango tanto en su estado natural y en el de transformación en pulpa de fruta congelada, provenientes de la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota hacia el mercado de Los Ángeles – California ALBERT'S ORGANICS.

El proyecto no sólo busca obtener rentabilidad económica para la organización sino que busca apoyar a la comunidad mejorando su calidad y estilo de vida, implicando un beneficio mutuo para todos los involucrados en la generación de la cadena de valor. Así como también contribuir con el medio ambiente y tratar de devolverle un poco de lo tanto que nos ofrece.

Como Asociación se pretende emplear e inculcar políticas de ética social y medioambiental, estableciendo una cultura de Responsabilidad Social Empresarial que involucre a todos quienes forman parte del proceso de generación de valor, así como también llame la atención y participación de más personas de la zona y de la localidad entera.

CONCLUSIONES

- El desconocimiento en la distribución de ventas internacionales y del proceso logístico de exportación ha ocasionado para Asoprovalle una pérdida de oportunidades comerciales tanto a nivel interno como externo, esto se debe a la falta de capacitación brindada a cada uno de los socios productores de mango en los temas mencionados.
- La comercialización del mango no está optimizada al 100% ya que existe una sobre producción, teniendo un 30% de fruta que a pesar de que es un producto que cumple con altos estándares de calidad no ha podido ser ubicado comercialmente.
- La Asociación Asoprovalle tiene la capacidad de producción suficiente para llevar a cabo grandes envíos mensuales de mango fresco y de pulpa congelada, a causa de su alto índice de producción de mango, facilitado por las condiciones climáticas y la extensión de los cultivos.
- Actualmente no existe un proceso de valor agregado para el mango fresco a aplicarse por parte de la Asociación Asoprovalle, debido a que sus socios productores se han dedicado a la producción y comercialización de la fruta en estado natural a nivel local, sin presentar aún la necesidad de comercializar directamente e internacionalizarse.
- Se ha determinado que la empresa norteamericana Albert's Organics, tiene una demanda insatisfecha de 20.000 kg de mango fresco y 10.000kg de pulpa congelada, por lo que se puede establecer como un mercado meta para las futuras exportaciones que realice la Asociación, debido a que ellos tienen una oferta exportable de mango fresco de 18.300kg y de 7.342 kg de pulpa congelada.
- Se ha determinado que este proyecto es viable a nivel financiero y por ende aplicable a la realidad de la Asociación productora de mango, ya que requerirá de una inversión inicial de \$57.549,64 debido a la presencia de los costes y gastos necesarios para la transformación del mango y su comercialización internacional.
- En base a los indicadores financieros, se determina un periodo de recuperación de un año, 3 meses y 10 días, el Valor Actual Neto resulta mayor a 0 lo que significa que el proyecto genera ganancias de \$ 76.623 por encima de la rentabilidad, mientras que la Tasa Interna de Retorno presenta una rentabilidad del 46% para cada periodo y en sustento al análisis de comparación Coste – Beneficio, el 1,91

representa la superioridad de los beneficios conseguidos en el proyecto con relación a los costes.

RECOMENDACIONES

Dar valor agregado a la producción de mango en estado natural a través de la adquisición de una máquina despulpadora que transforme la materia prima en un nuevo producto procesado, con lo cual se diversificará la oferta del producto elaborado por Asoprovalle y llegar a un mayor número de clientes en nuevos mercados.

Destinar el porcentaje que tiene la asociación como producción ociosa a la exportación, con lo cual se empezará a cubrir pedidos que haga la empresa norteamericana, siendo este el inicio para seguir realizando más exportaciones.

Fomentar la participación de los socios productores de mango de Asoprovalle en capacitaciones a cargo de entidades públicas como PROECUADOR, MIPRO y AGROCALIDAD, con la finalidad de adquirir conocimientos en venta y comercialización internacional.

En vista de la factibilidad financiera del proyecto, se recomienda que la asociación inicie el proceso de financiamiento con BAN Ecuador con la finalidad de tener los recursos para la implementación de la despulpadora que dará un valor agregado al mango para su posterior exportación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aduana del Ecuador SENA. (abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- ADUANAS. (20 de 04 de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/logistica-internacional-1>
- ADUANAS, S. N. (9 de 01 de 2016). *www.aduana.gob.ec*. Obtenido de <http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/FormularioRegistro>: <http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/FormularioRegistro>
- ALBERT´S ORGANICS. (25 de 12 de 2017). *ALBERT´S ORGANICS*. Obtenido de ALBERT´S ORGANICS: www.albertsorganics.com
- Alfaplus Digital. (2017). *CIA.TRANSDIMAB S.A.* Obtenido de CIA.TRANSDIMAB S.A.: <http://www.transdimab.com/>
- ALIBABA. (15 de 4 de 2017). *ALIBABA*. Obtenido de ALIBABA: www.alibaba.com
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (13 de mayo de 2017). *ECUAPASS*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: www.bce.fin.ec
- BANCO MUNDIAL. (5 de 10 de 2017). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de BANCO MUNDIAL: www.bancomundial.com.ec
- Best Food Importers. (11 de 8 de 2017). *Best Food Importers*. Obtenido de Best Food Importers: https://www.bestfoodimporters.com/es/importadores-e-distribuidores-frutas-hortalizas/?gclid=EAIaIQobChMIi-WorKzK2QIV24qzCh0BbQYvEAAYAiAAEgL_gvD_BwE
- Caballero, M., Padín , C., & Contreras, N. (2013). Comercio Internacional. En C. Internacional, *Comercio Internacional* (pág. 17). España: Ideas Propias S.L.
- Canadian Food Inspection Agency. (31 de 08 de 2013). Recuperado el 17 de 03 de 2015, de <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

- Canadian Produce Marketing Association. (s.f.). Recuperado el 26 de 11 de 2015, de <http://convention.cpma.ca/program>
- Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. (2016). *Regímenes de Exportación*. Quito: Editora Nacional.
- Comercio Exterior. (22 de 04 de 2017). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/firma-electronica-token>
- ComercioyAduanas. (11 de 06 de 2015). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Comercio y Aduanas: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Cóndor, E. (04 de 28 de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Recuperado el 24 de 03 de 2015, de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-envases>
- Coveña, M., & Villacrés, E. (2012). *"La Asociatividad en las microempresas, de la ciudad de Portoviejo, como estrategia de crecimiento económico"*. Período 2009-2010 (tesis de pregrado). Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí.
- Departamento Desarrollo de Productos. (1998). Obtenido de Departamento Desarrollo de Productos: www.cadenahortofruticola.org
- Ducker, P. (1993). *La Gerencia*. California: El Ateneo.
- Ecuador, F. M. (s.f.). *Fundación Mango Ecuador*. Recuperado el 19 de 07 de 2015, de <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>
- Ecured. (24 de 04 de 2017). *Frutas Tropicales*. Obtenido de Frutas Tropicales: https://www.ecured.cu/Frutas_tropicales
- Exportador, D. e. (16 de 07 de 2016). *Diario el Exportador*. Obtenido de Diario el Exportador: http://www.diariodelexportador.com/2014/10/que-tipo-de-carta-de-credito-puede-usar_24.html

- Galán, V. (2009). *El cultivo del Mango*. España: Ediciones Mundi-Prensa.
- González, M. (2005). Guía Básica del Exportador. En G. B. Exportador, *Guía Básica del Exportador* (pág. 23). México: S.N.C.
- González, M. (2012). *Aprende fácil a exportar*. Perú : Macro.
- GUIA DEL EXPORTADOR. (12 de 7 de 2016). *GUIA DEL EXPORTADOR*. Obtenido de GUIA DEL EXPORTADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Gutierrez , D. L. (11 de 07 de 2013). *Slideshare.net*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de <http://es.slideshare.net/corygat/metodo-inductivo-24147992>
- Gutierrez, D. L. (11 de 07 de 2013). *Slideshare.net*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de <http://es.slideshare.net/corygat/metodo-inductivo-24147992>
- Ibarra, E., & Ordoñez, E. (Noviembre de 2010). "Estudio de factibilidad para la exportación del mango Tommy desde Palestina (Sector Guayas) hasta Pasto (Colombia)". Tulcan.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2017). *ICEX España Exportación e Inversiones*. (I. E. Inversiones, Ed.) Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2016674009.html?idPais=US#>
- Infoagro. (12 de 06 de 2016). *Infoagro*. Recuperado el 20 de 11 de 2015, de Infoagro: http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango.htm
- Inversiones, D. d. (2012). *PROECUADOR*. Recuperado el 22 de 07 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- Kartox. (09 de 10 de 2014). *Kartox*. Obtenido de Kartox: <http://kartox.com/cuaderno/embalaje-primario-secundario-y-terciario/>
- Larrea, F. (2013). *Elementos del Comercio Internacional*. Quito: Reverte.

- Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias. (2012). *Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias*. Quito: Antares.
- Mango Ecuador. (6 de 10 de 2017). *Mango Ecuador*. Recuperado el 12 de 2015, de Mango Ecuador: <http://www.mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Mango Ecuador Foundation. (15 de 11 de 2017). *Mango Ecuador Foundation*. Obtenido de Mango Ecuador Foundation: <http://www.mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Map, T. (s.f.). *Trade Map*. Recuperado el 08 de 2015, de http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx
- Marquet Access. (18 de 8 de 2017). *Marquet Access*. Obtenido de Marquet Access: <http://www.macmap.org/>
- Medrano, A., Olivas, F., Velderrain, G., Gonzalez, A., De la Rosa, L., López, J., & Alvarez, E. (2015). El mango: aspectos agroindustriales, valor nutricional/funcional. *Nutrición Hospitalaria*, 69.
- Nacional Mango Board. (12 de 9 de 2017). *Nacional Mango Board*. Obtenido de Nacional Mango Board: <http://www.mango.org/>
- Naturalmente bien. (s/f). El mango: Propiedades curativas. Recuperado el 2 de 12 de 2015, de <http://www.naturalmente-bien.com.ar/el-mango-propiedades-curativas/>
- Pérez, C. (s.f.). *NATURSAN*. Recuperado el 26 de 07 de 2015, de <http://www.natursan.net/mango-ideal-en-verano-por-sus-importantes-beneficios/>
- PIMEX. (7 de 07 de 2017). *PIMEX*. Obtenido de PIMEX: <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/cartas-de-credito-clausulas-usuales-rojaverdetransferible>
- PROECUADOR. (2011). Recuperado el 28 de 05 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_MANGO_FRANCIA.pdf

- PROEcuador. (2012). Recuperado el 10 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-productos-de-origen-vegetal-frescos-y-congelados/>
- PROEcuador. (Agosto de 2014). Ficha Comercial de Canadá .
- PROEcuador. (2014). *Perfil Logístico Canadá 2014*.
- PROEcuador. (22 de 10 de 2015). EXPO PAIS. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/promotion/expo-pa%C3%ADs/>
- PROEcuador. (4 de 2 de 2017). *Guía Comercial* . Recuperado el 23 de 11 de 2015, de Guía Comercial : http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_GC2015_CANADA1.pdf
- PROEcuador. (22 de 04 de 2017). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <http://www.proecuador.gob.ec/2012/11/05/que-es-el-ecuapass/>
- PROEcuador. (2017). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PROEcuador. (4 de 5 de 2017). *Tramitación de las exportaciones*. Recuperado el 2 de 12 de 2015, de Tramitación de las exportaciones: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- PROEcuador. (s.f). *PROEcuador*. Recuperado el 22 de 07 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/frutas-no-tradicionales/>
- Reglamento Libro V, COPCI. (2016). *Reglamento Libro V, COPCI*. Quito: Nacional.
- Santander Trade. (11 de 2015). © *Export Enterprises SA*,. Recuperado el 01 de 12 de 2015, de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>
- Todo Comercio Exterior. (04 de 04 de 2015). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior:

<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/formas-internacionales-de-pago>

TRAVEL, E. (s.f). *ECOS TRAVEL*. Recuperado el 19 de 07 de 2015, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/valledelchota-ibarra.php>

VAN WERTERNDORP. (31 de 12 de 2017). *VAN WERTERNDORP*. Obtenido de VAN WERTERNDORP: <http://www.5circles.com/van-westendorp-pricing-the-price-sensitivity-meter/>

ANEXOS

ANEXO 1

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANGO Y SU DERIVADO DE
LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS
VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE” DE LA PROVINCIA
DE IMBABURA HACIA LOS ÁNGELES, CALIFORNIA –
ESTADOS UNIDOS”**



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE IBARRA

“PUCE-SI”

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

“ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANGO Y SUS DERIVADOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE” DE LA PROVINCIA DE IMBABURA HACIA LOS ÁNGELES, CALIFORNIA-ESTADOS UNIDOS”

PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Línea de investigación: Negocios Internacionales E.1

**AUTORAS: TAMYA LIZBETH CHIZA CARAPAZ
VERÓNICA MARIELA HIDALGO NARVÁEZ**

IBARRA, NOVIEMBRE, 2015

Índice

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN	163
2. ANTECEDENTES	164
3. JUSTIFICACIÓN	166
4. OBJETIVOS	171
4.1. OBJETIVO GENERAL	171
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	171
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	172
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	178
6.1. MÉTODOS GENERALES	178
6.1.1. MÉTODO INDUCTIVO.....	178
6.1.2. MÉTODO DEDUCTIVO	178
6.1.3. MÉTODO ANALÍTICO - SINTÉTICO	178
6.2. TÉCNICAS	178
6.2.1. ENTREVISTAS	179
6.2.2. OBSERVACIÓN	179
6.2.3. ENCUESTA	179
6.2.4. INSTRUMENTOS	179
6.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	180
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	182
8. RECURSOS	183
8.1. FINANCIAMIENTO	183
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	184
10. ANEXOS	187

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANGO Y SUS DERIVADOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE” DE LA PROVINCIA DE IMBABURA HACIA LOS ÁNGELES, CALIFORNIA-ESTADOS UNIDOS”

2. ANTECEDENTES

El Ecuador es un país que cuenta con gran biodiversidad de flora y fauna por lo que se ha desarrollado la agricultura como una actividad que se ha venido dando desde tiempos ancestrales debido a que la mayoría de pobladores de la sierra centran parte de su subsistencia y alimentación en productos de origen agrícola.

El Valle del Chota se encuentra ubicado al norte del Ecuador en la provincia de Imbabura, entre el límite de las provincias Carchi e Imbabura, a 1560 m.s.n.m... El Chota tiene una población aproximada de 2000 habitantes de raza negra afroecuatoriana. Sus habitantes cultivan una infinidad de productos tropicales como la yuca, plátano, caña de azúcar, mango y sandía. (TRAVEL, s.f).

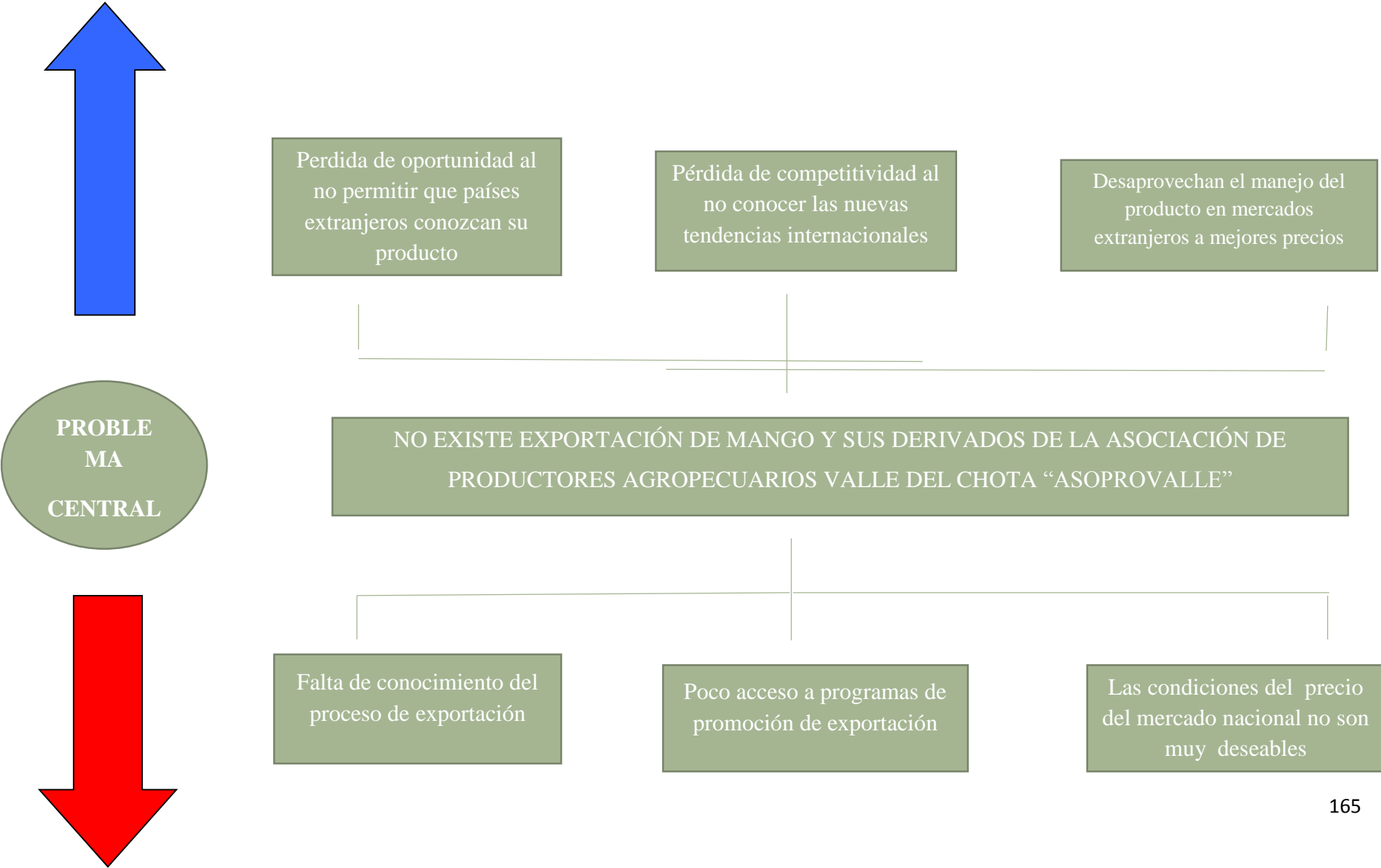
La Asociación de Productores Agropecuarios Valle del Chota “ASOPROVALLE” cuenta con 23 socios dedicados a la producción de mango, sandía y papaya de los cuales 18 se dedican a la producción de mango, esta asociación abarca a pobladores de toda la Cuenca del Río Chota, lleva año y medio de ser una asociación legalmente constituida.

El Ecuador inicia en 1880 el cultivo de mango, considerado por su sabor exótico como una de las frutas más finas del mundo, y conocida por estadounidenses, europeos y japoneses como la “manzana del trópico”. (PROECUADOR, s.f) Según el análisis de un estudio sectorial de frutos no tradicionales elaborado por PROECUADOR dice que el mango constituye un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes. El mango ecuatoriano se caracteriza por la calidad y exquisito sabor. Las principales variedades cultivadas en el país para exportación son Tommy Atkins, Haden, Kent, Keit. (Inversiones, 2012)

El mango es una fruta tropical estacionaria la cual tiene dos ciclos de producción en la cual “ASOPROVALLE” produce 200 Toneladas promedio en cada ciclo, dándonos un total de 400 Toneladas anuales en un área de 80 hectáreas de sembrío.

El mango, una reconocida fruta tropical exótica, se consume mayormente como fruta fresca, pero también puede ser utilizado para preparar mermeladas y confituras, además de sus grandes cualidades alimenticias, el mango Ecuatoriano se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor. (Ecuador, s.f.).

ÁRBOL DE PROBLEMAS



3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad el diseñar un Plan de Exportación del Mango y sus derivados de la Asociación de Productores Agropecuarios Valle del Chota “ASOPROVALLE”, pretendiendo que estos productos se den a conocer a nivel internacional, enfatizando al desarrollo de la matriz productiva del país, en los objetivos de producción y comercialización del mango y sus derivados como la Pulpa de Mango y el Mango Deshidratado, productos industrializados que cambian el enfoque de las exportaciones tradicionales del Ecuador.

REPORTE DE LAS EXPORTACIONES HISTORICAS DE MANGO DEL ECUADOR																
MERCADO DE DESTINO	Campaña 2007-2008		Campaña 2008-2009		Campaña 2009-2010		Campaña 2010-2011		Campaña 2011-2012		Campaña 2012-2013		Campaña 2013-2014		Campaña 2014-2015	
	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino	Valor	%Por Destino
ESTADOS UNIDOS	8.603.567	79.06%	5.853.877	79.35%	8.129.138	81.86%	7.301.389	80.38%	8.104.564	83.93%	9.190.364	84.32%	10.073.020	92.42%	9.096.621	83.46%
EUROPA	836.508	7.69%	367.439	4.98%	424.918	4.28%	497.920	5.48%	248.536	2.57%	611.406	5.61%	434.725	3.99%	439.681	4.03%
CANADA	775.815	7.13%	756.558	10.25%	720.944	7.26%	868.471	9.56%	953.688	9.88%	569.746	5.23%	783.759	7.19%	698.844	6.41%
MEXICO	438.480	4.03%	254.856	3.45%	515.904	5.20%	258.575	2.85%	200.112	2.07%	297.792	2.73%	269.280	2.47%	140.560	1.29%
NUEVA ZELANDA	171.864	1.58%	105.600	1.43%	84.480	0.85%	121.440	1.34%	84.480	0.87%	89.760	0.82%	142.560	1.31%	147.840	1.36%
CHILE	26.400	0.24%	16.368	0.22%	13.728	0.14%	10.560	0.12%	52.800	0.55%	106.908	0.98%	89.760	0.82%	179.520	1.65%
OTROS	29.280	0.27%	22.800	0.31%	41.280	0.42%	24.816	0.27%	12.600	0.13%	32.868	0.30%	57.384	0.53%	30.192	0.28%
TOTAL	10.881.914	100.00%	7.377.498	100.00%	9.930.392	100.00%	9.083.171	100.00%	9.656.780	100.00%	10.898.844	100.00%	11.850.488	108.73%	10.733.258	98.48%
CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES							-847.221	-8.53%	573.609	6.32%	1.242.064	12.86%	951.644	8.73%	-1.117.830	-9.43%

Ilustración 1.- Reporte de las Exportaciones Históricas de Mango del Ecuador

Fuente: Fundación Mango Ecuador

Análisis

En el cuadro anterior podemos observar que tenemos como principal mercado de exportación a Estados Unidos quien es notablemente superior a los demás países enlistados. La campaña 2013 – 2014 ha sido la de mayor comercialización y la campaña 2008 – 2009 es la de menor comercialización; a partir de campaña 2011-2012 se muestra un crecimiento atractivo, que lamentablemente decae en la última campaña.

La Asociación de Productores Agropecuarios Valle del Chota “ASOPROVALLE” cuenta con la producción de mango en dos temporadas, teniendo una producción de 200 toneladas por ciclo, dándonos un total de 400 toneladas anuales de mango Tommy; la asociación se encuentra abarcando toda la cuenca del Río Chota teniendo 60 hectáreas dedicadas a la producción del mango, teniendo como destino el consumo nacional; La Asociación “ASOPROVALLE” a más de tener un mercado nacional busca un crecimiento a nivel internacional pero no solo con su principal producto que es el mango fresco sino busca industrializarse y producir mango deshidratado y pulpa de mango, dos productos que le cambiarán el enfoque de nuestras exportaciones tradicionales.

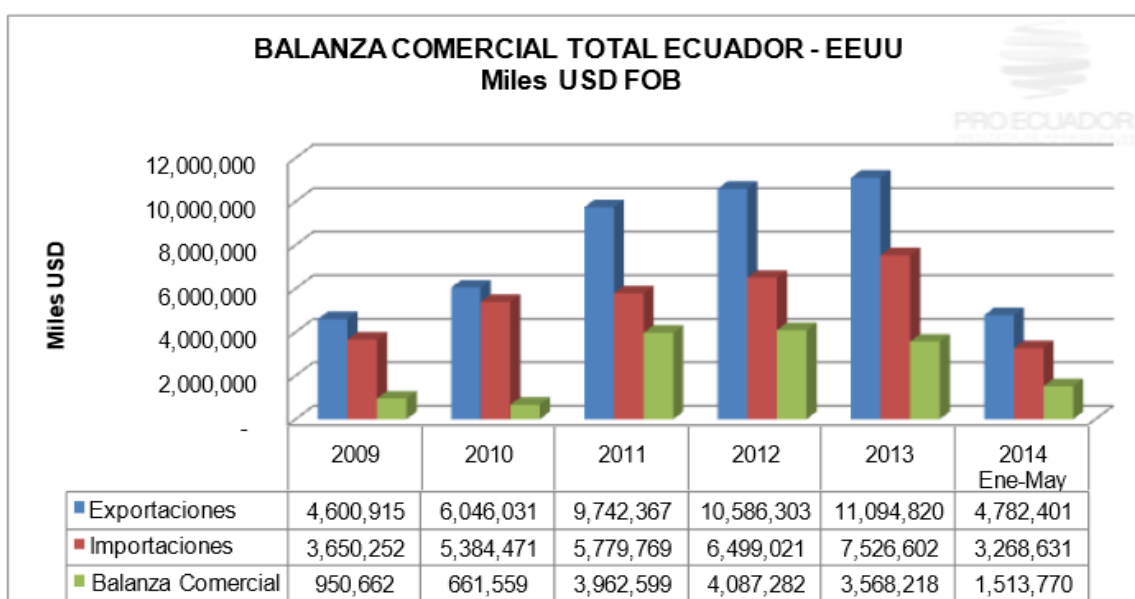


Ilustración 2.- Balanza Comercial Total Ecuador-EEUU

Fuente: PROECUADOR

Análisis

La gráfica determina que la balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos tiene un superávit para nuestro país, ya que las tendencias del comercio exterior se presentan con valores positivos siendo las exportaciones mayores a las importaciones, principalmente en el año 2012 donde se presentan mayores ganancias para el Ecuador.

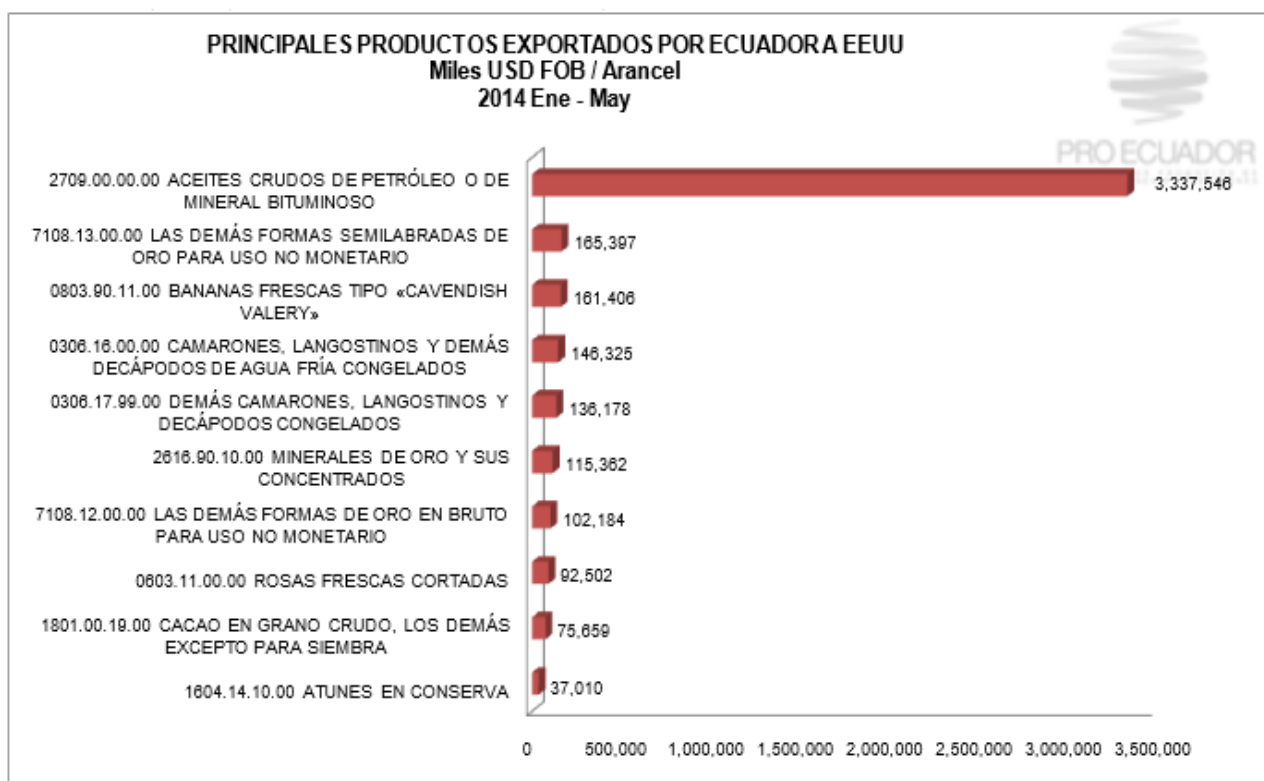


Ilustración 3.- Principales Productos Exportados por Ecuador a EEUU

Fuente: PROECUADOR

Análisis

En el caso de las exportaciones de productos del Ecuador hacia Estados Unidos se puede observar en la parte superior, que se exporta principalmente Aceites crudos de petróleo y los demás productos en menores cantidades tanto de frutas, mariscos, flores y cacao, que son los principales productos no petroleros que llegan a Estados Unidos; evidenciado que la exportación de otros productos diferentes a los primarios es casi inexistente o en muy poca proporción.

PRODUCTOS POTENCIALES PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS		
Subpartida	Descripción	Valoración
7112.91	Desperdicios y desechos, de oro o de chapado plaqué de oro, así como los demás desperdicios	Estrella
2005.99	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto	Estrella
8544.49	Los demás conductores eléctricos	Estrella
3915.90	Desechos, recortes y desperdicios, de los demás plásticos.	Estrella
3923.21	Sacos, bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno	Estrella
0803.90	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	Dilema
1604.14	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Dilema
0803.10	plantains (plátanos macho)	Dilema
0603.19	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos,	Dilema
0804.50	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Dilema
2008.99	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar	Dilema
0304.89	Filetes de pescado congelados, nep	Dilema

Ilustración 4.-Productos Potenciales para el Mercado de Estados Unidos

Fuente: PROECUADOR

Análisis

En el cuadro anterior podemos ver que el Mango se encuentra entre los productos potenciales para el mercado de los Estados Unidos, calificado como producto “*Dilema*”, los cuales abarcan una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento.

Los principales mercados terminales son: Los Ángeles, New York, Miami, San Francisco, Chicago, Dallas/Houston y Seattle.

Christian Pérez menciona en su artículo “Mango: ideal en verano por sus importantes beneficios”, que esta fruta cuenta con una gran cantidad de vitaminas entre las cuales podemos encontrar la vitamina C, las vitaminas del grupo B, las cuales son importantes para el sistema nervioso y para el correcto funcionamiento del metabolismo. Además, es rico en selenio, magnesio y hierro, a la vez que por su alto contenido en potasio lo convierten en una fruta con un importante efecto diurético, ayudando a evitar la retención de líquidos. Pueden ser ideales no sólo para tratar casos de estreñimiento, sino para prevenir la debilidad muscular y la aparición de la anemia. Además, existe la creencia que comer mango ayuda a prevenir la caída del cabello. (Pérez, s.f.). El mango está dirigido a cualquier tipo de personas por los grandes beneficios que tiene esta fruta.

Como beneficiarios directo dentro de este proyecto serán los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios Valle del Chota “ASOPROVALLE”, puesto que ayudará a esta asociación a su desarrollo productivo y comercial. Así como los productores que forman parte de la sociedad como productores contratados por la asociación para el abastecimiento de su producto. En base al desarrollo de esta asociación y por el alcance internacional que se pretende con este proyecto, al buscar nuevas alternativas comerciales y nichos de mercados se impulsará al desarrollo de los socios y familias de la asociación.

Los trabajadores también se verán beneficiados puesto que la mano de obra es de gran importancia para la producción del mango; la asociación prestará trabajo a muchas personas y esto es de gran ayuda ya que el empleo es la mejor arma para salir de la pobreza, también los trabajadores recibirán un trato justo, capacitaciones constantes e ingresos equitativos que mejorarán su nivel de vida.

Los consumidores se verán beneficiados al poder adquirir un producto de calidad a un precio competitivo, satisfaciendo de esta manera los gustos y preferencias de las personas, teniendo al mango como una alternativa alimenticia por ser un producto nutricional, y en sus variedades novedoso para el consumo de todos.

De la misma manera este proyecto contará con beneficiarios indirectos como son:

El Estado, puesto que se contribuirá en modo positivo a la Balanza Comercial no Petrolera, incrementando los ingresos de las exportaciones y de esta manera beneficiando las economías de escala del mercado internacional.

Los transportistas y operadores logísticos ya que “ASOPROVALLE” dispondría de sus servicios continuamente, en el momento de requerir movilización del producto y su exportación.

Los competidores de “ASOPROVALLE” se convertirán en beneficiarios indirectos ya que al tener una visión internacional los competidores pueden ayudar a la asociación a incrementar la producción, de esta manera puede crecer tanto la asociación como su competencia para formar así nuevas alianzas y sobresalir juntos, teniendo de esta manera una competencia sana.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Estructurar un plan de exportación de mango y sus derivados de la Asociación De Productores Agropecuarios Valle Del Chota “ASOPROVALLE” de la provincia de Imbabura hacia Los Ángeles – California-Estados Unidos

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Fundamentar las bases teóricas a través de la investigación documental sobre el tema.
- ✓ Identificar la situación actual en la que se encuentra la Asociación De Productores Agropecuarios Valle Del Chota “ASOPROVALLE” de la Provincia de Imbabura, tanto de manera operativa, administrativa y comercial a través de un diagnóstico.
- ✓ Determinar cómo se desarrolla la oferta y demanda del mango y sus derivados en el Ecuador y en el mercado de Estados Unidos a través de una investigación de mercados.
- ✓ Establecer un proceso logístico de exportación que permita optimizar los canales de comercialización hacia un mercado extranjero mediante el análisis de normas y restricciones referente a frutos tropicales.
- ✓ Determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio económico financiero, para la Asociación “ASOPROVALLE”.
- ✓ Analizar los principales impactos que el proyecto genere en la Asociación “ASOPROVALLE” por la diversificación de su mercado.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para la fundamentación del marco teórico del “PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANGO Y SUS DERIVADOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE” DE LA PROVINCIA DE IMBABURA HACIA LOS ÁNGELES, CALIFORNIA-ESTADOS UNIDOS”

En el primer capítulo se sentarán las bases teóricas sobre la producción del mango y sus derivados en Ecuador; para tener un conocimiento de las características nutritivas. Además podremos conocer el proceso de producción y comercialización que tiene el mango en la Asociación “ASOPROVALLE”

En el segundo capítulo se realizará un Diagnóstico y Estudio de Mercado que nos ayudará a conocer inicialmente la situación del producto y a su vez analizar las distintas oportunidades que tiene en Los Ángeles, California, revisando la oferta, demanda y relaciones comerciales que tenemos con ese país. Para la realización de este capítulo nos ayudaremos de las entidades públicas encargadas del comercio internacional de Ecuador y Los Ángeles, California

En el tercer capítulo presentaremos un diseño de una oferta técnica para la comercialización e internacionalización del mango y sus derivados, propuesta que se construirá en base al análisis de los resultados sistematizados en el FODA dinámico.

En el cuarto capítulo se realizará un análisis para evaluar la parte Económica-Financiera del presente proyecto.

En el quinto capítulo se establecerá los impactos en que haya incurrido este proyecto. Finalmente se expondrá las debidas conclusiones y recomendaciones a las que el proyecto encamine.

CAPITULO I:

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.2 PROVINCIA DE IMBABURA

1.3 VALLE DEL CHOTA

1.3.1 Actividades económicas

1.4 ASOCIACIÓN

1.4.1 Tipos de asociaciones

1.5 ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS VALLE DEL CHOTA “ASOPROVALLE”

1.6 EL MANGO

1.6.1 Origen del mango

1.6.2 Descripción

1.6.3 Propiedades

1.6.4 Variedades

1.6.5 Derivados

1.6.6 Zonas de Cultivo

1.6.7 Suelo

1.6.8 Temperatura

1.6.9 Humedad

1.7 PRODUCCIÓN

1.7.1 Mango

1.7.2 Pulpa de Mango

1.7.3 Mango deshidratado

1.8 CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

1.9 INDUSTRIALIZACIÓN

1.10 MERCADO

1.10.1 Clases de mercado

1.10.2 Características

1.11 ACTIVIDADES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1.11.1 Concepto de exportación

1.11.2 Productos que exporta el Ecuador

1.11.3 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas

1.11.4 MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

CAPITULO II:

2. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1. DIAGNÓSTICO

2.1.2. ANTECEDENTES

2.1.3. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1.4. VARIABLES

2.1.5. INDICADORES

2.1.6. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1.7. MECÁNICA OPERATIVA

2.1.7.1. Población o Universo

2.1.8. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

2.1.8.1. Fuentes de Información

2.1.8.2. Técnicas

2.1.8.3. Tabulación y Análisis de las Encuestas

2.1.8.4. Entrevista realizada a productores del mango

2.1.8.5. Entrevista aplicada a exportadores de mango

2.1.8.6. Observación de la Asociación De Productores Agrícolas Valle Del Chota “ASOPROVALLE”

2.1.8.7. Trabajo de Campo realizado en el Sector del Valle del Chota con integrantes de la Asociación De Productores Agrícolas Valle Del Chota “ASOPROVALLE”

2.1.9. MATRIZ FODA

2.1.9.1. Cruce de Estrategias

2.1.10. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. OFERTA

2.2.1.1. Proceso de producción del mango y sus derivados de la Asociación De Productores Agrícolas Valle Del Chota “ASOPROVALLE”

2.2.1.2. Definición de los productos

2.2.1.3. Código arancelario del producto

2.2.1.4. Mercado

2.2.1.5. Segmentación del mercado de Estados Unidos

- 2.2.1.6. Mercado meta
- 2.2.1.7. Mercado distribuidor
- 2.2.1.8. Marketing mix
- 2.2.1.9. Aspectos relevantes de oferta mundial
- 2.2.1.10. Oferta de la Asociación De Productores Agrícolas Valle Del Chota “ASOPROVALLE”
- 2.2.2. DEMANDA
 - 2.2.2.1. Aspectos relevantes de la demanda de Estados Unidos
 - 2.2.2.2. Cultura de negocios de Estados Unidos
 - 2.2.2.3. Información gustos y preferencias
 - 2.2.2.4. Acuerdos comerciales de Estados Unidos
 - 2.2.2.5. Acuerdos comerciales entre Ecuador y Estados Unidos
 - 2.2.2.6. Relaciones bilaterales Estados Unidos-Ecuador
 - 2.2.2.7. Concesiones arancelarias
 - 2.2.2.8. Convenio comercial con Estados Unidos
 - 2.2.2.9. Balanza comercial
 - 2.2.2.10. Exportaciones de Ecuador hacia Estados Unidos
 - 2.2.2.11. Importaciones del Ecuador con Estados Unidos
 - 2.2.2.12. Demanda proyectada peso – kilogramos
 - 2.2.2.13. Proyección de la demanda insatisfecha peso – kilogramos
 - 2.2.2.14. Precio de los productos
 - 2.2.2.15. Información sobre sistemas de transporte
 - 2.2.2.16. Conclusión del estudio de mercado

CAPITULO III:

3. PLAN DE EXPORTACIÓN

- 3.1. INFORMACION DEL SECTOR
 - 3.1.1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR
- 3.2. ANALISIS ESTRATÉGICO DEL MERCADO
 - 3.2.1. ECONOMÍA
 - 3.2.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS
 - 3.2.3. ASPECTOS POLÍTICOS
 - 3.2.4. ASPECTOS CULTURALES
- 3.3. PLAN ESTRATÉGICO

- 3.3.1. VISIÓN
- 3.3.2. MISIÓN
- 3.3.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA
- 3.3.4. ESTRATEGIAS A DESARROLLAR PARA INGRESAR AL MERCADO
- 3.4. MIX DE MARKETING
 - 3.4.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
 - 3.4.2. ESTRATEGIAS DE CANAL
 - 3.4.3. ESTRATEGIAS DE CONTACTO COMERCIAL
 - 3.4.4. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO
 - 3.4.5. REGULACIONES GUBERNAMENTALES
 - 3.4.6. IMPUESTOS DE ADUANAS
 - 3.4.7. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO
 - 3.4.8. MATRIZ DE EXPORTACIÓN
 - 3.4.9. PRECIOS
 - 3.4.10. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

CAPITULO IV:

4. ANALISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

- 4.1. INVERSIÓN INICIAL
- 4.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS
 - 4.2.1. Costos de Producción
 - 4.2.2. Total Costos de Producción
 - 4.2.3. Costo Unitario de Producción por Caja
- 4.3. GASTOS DE VENTAS
- 4.4. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO
 - 4.4.1. Cálculo de Amortización
- 4.5. DEPRECIACIONES
- 4.6. DETERMINACIÓN DE INGRESOS
- 4.7. ESTADOS FINANCIEROS
 - 4.7.1. Balance General Inicial
 - 4.7.2. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado
 - 4.7.3. Flujo de Caja Proyectado
- 4.8. EVALUACIÓN FINANCIERA
 - 4.8.1. Tasa de Redescuento

- 4.8.2. Valor Actual Neto (VAN)
- 4.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)
- 4.8.4. Beneficio / Costo
- 4.8.5. Periodo de Recuperación de la Inversión
- 4.8.6. Punto de Equilibrio
- 4.9. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

CAPITULO V:

5. ANÁLISIS DE IMPACTOS

- 5.1. IMPACTO SOCIAL
- 5.2. IMPACTO ECONÓMICO
- 5.3. IMPACTO AMBIENTAL
- 5.4. IMPACTO EDUCATIVO
- 5.5. IMPACTO GENERAL

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. MÉTODOS GENERALES

Mediante los métodos de investigación se podrá estructurar el marco teórico, partiendo de las fuentes secundarias como la bibliografía, documentos y páginas web, en los cuales estarán basados los argumentos para el análisis de la información, así como los resultados de la investigación y demás criterios emitidos en los resultados de la investigación.

6.2. MÉTODO INDUCTIVO

Mediante este método se podrá establecer conclusiones y generalidades sobre la base de información primaria, es decir que se partirá de observaciones particulares, para el estudio de la información con las que se llega a conclusiones generales sobre la realidad del problema sobre el que se realizará la investigación. (Gutierrez, Slideshare.net, 2013)

6.3. MÉTODO DEDUCTIVO

Para utilizar este método partiremos de la observación de fenómenos generales, estadísticas generales emitidas por las instituciones encargadas del comercio internacional, conceptos y leyes que se puedan aplicar a hechos en particular; adaptándoles de acuerdo a las circunstancias puntuales que se presenten en el transcurso de la elaboración del proyecto

6.4. MÉTODO ANALÍTICO - SINTÉTICO

Mediante este método se podrá elaborar resúmenes para analizar y sintetizar la información recopilada en el proceso de investigación, las síntesis se realizará a partir del análisis del estudio minucioso de los hechos e información, método que permitirá realizar resúmenes, cuadros, gráficos y otros elementos que se presentarán en el informe del proyecto y la elaboración de la propuesta.

6.5. TÉCNICAS

Para recopilar la información necesaria y eficaz se utilizarán las siguientes técnicas de investigación con la finalidad de facilitar el análisis.

6.5.1. ENTREVISTAS

Se realizará entrevistas semiestructuradas, dirigidas a profesionales en el área de comercio exterior y agroindustria con el propósito de receptor orientaciones sobre el desarrollo de la investigación y elaboración de la propuesta

6.5.2. OBSERVACIÓN

La observación directa se realizará en el sitio mismo de la investigación, con la finalidad de obtener información en forma directa sobre aspectos particulares sobre el modelo de gestión en la producción y comercialización de las artesanías.

6.5.3. ENCUESTA

Esta técnica permitirá recolectar información mediante la aplicación de un cuestionario, con la finalidad de identificar las características de la problemática, considerando como fuente de información, que comprenden los directivos y miembros de la asociación.

6.5.4. INSTRUMENTOS

Los instrumentos se elaborarán con preguntas cerradas y de selección, con la finalidad de brindar facilidades a los encuestados en la emisión de respuestas, así como el procesamiento de la información que permita un análisis objetivo para determinar los resultados que reflejen la situación real de la asociación.

6.6. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Determinar los aspectos más importantes de la situación actual de la Asociación “ASOPROVALLE”	Empresa	✓ Tipos de productos	✓ Entrevista	✓ Presidente de la Asociación “ASOPROVALLE”
		✓ Materia prima	✓ Entrevista	✓ Presidente de la Asociación “ASOPROVALLE”
		✓ Número de trabajadores	✓ Entrevista	✓ Presidente de la Asociación “ASOPROVALLE”
		✓ Capacidad de producción	✓ Entrevista	✓ Presidente de la Asociación “ASOPROVALLE”
		✓ Criterios de control de producción	✓ Entrevista	✓ Presidente de la Asociación “ASOPROVALLE”
Analizar las condiciones determinantes del mercado del mango y sus derivados en Los Ángeles, California Estados Unidos	Producto	✓ Tipos de productos	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Valor nutricional	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Forma de presentación	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Criterios de calidad	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
			✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
	✓ Volumen de producción			

Estructurar un proceso de producción del mango y sus derivados de la Asociación “ASOPROVALLE”	Producción	✓ Código arancelario de los producto	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Mercado	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Marketing mix	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Oferta mundial	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
Efectuar un análisis de la demanda del mango y sus derivados en Los Ángeles, California Estados Unidos	Demanda	✓ Aspectos culturales	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Aspectos políticos	✓ Bibliográfica	✓ Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Restricciones	✓ Bibliográfica	Fuentes bibliográficas e Internet
		✓ Gustos y preferencias	✓ Bibliográfica	Fuentes bibliográficas e Internet
Desarrollar un estudio de la oferta de mango y sus derivados de la Asociación “ASOPROVALLE”	Oferta	✓ Mercado	✓ Encuestas	✓ Socios de “ASOPROVALLE”
		✓ Materia Prima	✓ Encuestas	✓ Socios de “ASOPROVALLE”
		✓ Determinación de precios de venta	✓ Encuestas	✓ Socios de “ASOPROVALLE”

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES	I MES				II MES				III MES				IV MES				V MES				RESPONSABLE
	SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1. MARCO TEORICO																						
1.1. Adquisición de información		■																				Las autoras
1.2. Análisis de información			■																			Las autoras
1.3. Síntesis de Información				■																		Las autoras
2. ESTUDIO DE MERCADO																						
2.1 Análisis de producto					■	■																Las autoras
2.2 Estudio de la demanda						■	■															Las autoras
2.3 Estudio de la oferta							■	■														Las autoras
2.4 Análisis de precios									■													Las autoras
2.5 Análisis de la comercialización										■												Las autoras
3. PLAN DE EXPORTACIÓN																						
3.1 Análisis del mercado											■	■										Las autoras
3.2 Plan Estratégico												■		■								
3.3 Marketing Mix															■	■						
4. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO																						
4.1 Análisis de costos																						Las autoras
4.2 Análisis de ingresos																						Las autoras
4.3 Análisis de rentabilidad																						Las autoras
4.4 Análisis de flujo de efectivo																						Las autoras
4.5 Análisis de punto de equilibrio																						Las autoras
5. IMPACTOS																						
5.1 Impacto ambiental																						Las autoras
5.2 Impacto social																						Las autoras
5.3 Impacto económico																						Las autoras
6. CONCLUSIONES																						
6.1 Conclusiones generales																						Las autoras
6.2 Conclusiones específicas																						Las autoras
7. RECOMENDACIONES																						
7.1 Recomendaciones generales																						Las autoras
7.2 Recomendaciones específicas																						Las autoras
8. PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL																						
8.1 Preparación del informe																						Las autoras
8.2 Presentación del informe																						Las autoras

8. RECURSOS

RECURSOS PRESUPUESTO

Materiales

Internet	\$ 50
Impresiones	\$ 60
Fotocopias	\$ 30
Cd's	\$ 5
Bibliografía	\$ 50
Materiales de oficina	\$ 15
Anillados	\$ 10
Empastados	\$ 80
Fotografías	\$ 10
Subtotal	\$ 310

Otros

Viáticos y movilización	\$ 150
Refrigerios	\$ 50
Subtotal	\$ 200

subtotal	\$ 510
+ 10% DE IMPREVISTOS	\$ 51
TOTAL	\$ 561

8.1. FINANCIAMIENTO

Todos los gastos que demande el proyecto serán financiados por las autoras.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aduana del Ecuador SENAE. (abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*.
Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- ADUANAS. (20 de 04 de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior:
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/logistica-internacional-1>
- ADUANAS, S. N. (9 de 01 de 2016). *www.aduana.gob.ec*. Obtenido de
<http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/FormularioRegistro>:
<http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/FormularioRegistro>
- ALBERT'S ORGANICS. (25 de 12 de 2017). *ALBERT'S ORGANICS*. Obtenido de ALBERT'S ORGANICS: www.albertsorganics.com
- Alfaplus Digital. (2017). *CIA.TRANSDIMAB S.A.* Obtenido de CIA.TRANSDIMAB S.A.:
<http://www.transdimab.com/>
- ALIBABA. (15 de 4 de 2017). *ALIBABA*. Obtenido de ALIBABA: www.alibaba.com
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (13 de mayo de 2017). *ECUAPASS*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: www.bce.fin.ec
- BANCO MUNDIAL. (5 de 10 de 2017). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de BANCO MUNDIAL:
www.bancomundial.com.ec
- Best Food Importers. (11 de 8 de 2017). *Best Food Importers*. Obtenido de Best Food Importers: https://www.bestfoodimporters.com/es/importadores-e-distribuidores-frutas-hortalizas/?gclid=EAlaIQobChMli-WorKzK2QIV24qzCh0BbQYvEAAYAiAAEgL_gvD_BwE
- Caballero, M., Padín, C., & Contreras, N. (2013). Comercio Internacional. En C. Internacional, *Comercio Internacional* (pág. 17). España: Ideas Propias S.L.
- Canadian Food Inspection Agency. (31 de 08 de 2013). Recuperado el 17 de 03 de 2015, de
<http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>
- Canadian Produce Marketing Asociation. (s.f.). Recuperado el 26 de 11 de 2015, de
<http://convention.cpma.ca/program>
- Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. (2016). *Regímenes de Exportación*. Quito: Editora Nacional.
- Comercio Exterior. (22 de 04 de 2017). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/firma-electronica-token>
- ComercioyAduanas. (11 de 06 de 2015). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Comercio y Aduanas:
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>

- Cóndor, E. (04 de 28 de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Recuperado el 24 de 03 de 2015, de Todo Comercio Exterior:
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-envases>
- Coveña, M., & Villacrés, E. (2012). *"La Asociatividad en las microempresas, de la ciudad de Portoviejo, como estrategia de crecimiento económico". Período 2009-2010 (tesis de pregrado)*. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí.
- Departamento Desarrollo de Productos. (1998). Obtenido de Departamento Desarrollo de Productos: www.cadenahortofruticola.org
- Ducker, P. (1993). *La Gerencia*. California: El Ateneo.
- Ecuador, F. M. (s.f.). *Fundación Mango Ecuador*. Recuperado el 19 de 07 de 2015, de <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>
- Ecured. (24 de 04 de 2017). *Frutas Tropicales*. Obtenido de Frutas Tropicales:
https://www.ecured.cu/Frutas_tropicales
- Exportador, D. e. (16 de 07 de 2016). *Diario el Exportador*. Obtenido de Diario el Exportador:
http://www.diariodelexportador.com/2014/10/que-tipo-de-carta-de-credito-puede-usar_24.html
- Galán, V. (2009). *El cultivo del Mango*. España: Ediciones Mundi-Prensa.
- González, M. (2005). Guía Básica del Exportador. En G. B. Exportador, *Guía Básica del Exportador* (pág. 23). México: S.N.C.
- González, M. (2012). *Aprende fácil a exportar*. Perú : Macro.
- GUIA DEL EXPORTADOR. (12 de 7 de 2016). *GUIA DEL EXPORTADOR*. Obtenido de GUIA DEL EXPORTADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Gutierrez, D. L. (11 de 07 de 2013). *Slideshare.net*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de <http://es.slideshare.net/corygat/metodo-inductivo-24147992>
- Gutierrez, D. L. (11 de 07 de 2013). *Slideshare.net*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de <http://es.slideshare.net/corygat/metodo-inductivo-24147992>
- Ibarra, E., & Ordoñez, E. (Noviembre de 2010). "Estudio de factibilidad para la exportación del mango Tommy desde Palestina (Sector Guayas) hasta Pasto (Colombia)". Tulcan.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2017). *ICEX España Exportación e Inversiones*. (I. E. Inversiones, Ed.) Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2016674009.html?idPais=US#>
- Infoagro. (12 de 06 de 2016). *Infoagro*. Recuperado el 20 de 11 de 2015, de Infoagro:
http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango.htm
- Inversiones, D. d. (2012). *PROECUADOR*. Recuperado el 22 de 07 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- Kartox. (09 de 10 de 2014). *Kartox*. Obtenido de Kartox:
<http://kartox.com/cuaderno/embalaje-primario-secundario-y-terciario/>

- Larrea, F. (2013). *Elementos del Comercio Internacional*. Quito: Reverte.
- Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias. (2012). *Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias*. Quito: Antares.
- Mango Ecuador. (6 de 10 de 2017). *Mango Ecuador*. Recuperado el 12 de 2015, de Mango Ecuador: <http://www.mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Mango Ecuador Foundation. (15 de 11 de 2017). *Mango Ecuador Foundation*. Obtenido de Mango Ecuador Foundation: <http://www.mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Map, T. (s.f.). *Trade Map*. Recuperado el 08 de 2015, de http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx
- Marquet Access. (18 de 8 de 2017). *Marquet Access*. Obtenido de Marquet Access: <http://www.macmap.org/>
- Medrano, A., Olivas, F., Velderrain, G., Gonzalez, A., De la Rosa, L., López, J., & Alvarez, E. (2015). El mango: aspectos agroindustriales, valor nutricional/funcional. *Nutrición Hospitalaria*, 69.
- Nacional Mango Board. (12 de 9 de 2017). *Nacional Mango Board*. Obtenido de Nacional Mango Board: <http://www.mango.org/>
- Naturalmente bien. (s/f). El mango: Propiedades curativas. Recuperado el 2 de 12 de 2015, de <http://www.naturalmente-bien.com.ar/el-mango-propiedades-curativas/>
- Pérez, C. (s.f.). *NATURSAN*. Recuperado el 26 de 07 de 2015, de <http://www.natursan.net/mango-ideal-en-verano-por-sus-importantes-beneficios/>
- PIMEX. (7 de 07 de 2017). *PIMEX*. Obtenido de PIMEX: <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/cartas-de-credito-clausulas-usuales-rojaverdetransferible>
- PROECUADOR. (2011). Recuperado el 28 de 05 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_MANGO_FRANCIA.pdf
- PROECUADOR. (2012). Recuperado el 10 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-productos-de-origen-vegetal-frescos-y-congelados/>
- PROECUADOR. (Agosto de 2014). Ficha Comercial de Canadá .
- PROECUADOR. (2014). *Perfil Logístico Canadá 2014*.
- PROECUADOR. (22 de 10 de 2015). EXPO PAIS. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/promotion/expo-pa%C3%ADs/>
- PROECUADOR. (4 de 2 de 2017). *Guía Comercial* . Recuperado el 23 de 11 de 2015, de Guía Comercial : http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_GC2015_CANADA1.pdf

- PROECUADOR. (22 de 04 de 2017). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<http://www.proecuador.gob.ec/2012/11/05/que-es-el-ecuapass/>
- PROECUADOR. (2017). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PROECUADOR. (4 de 5 de 2017). *Tramitación de las exportaciones*. Recuperado el 2 de 12 de 2015, de Tramitación de las exportaciones: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- PROECUADOR. (s.f). *PROECUADOR*. Recuperado el 22 de 07 de 2015, de
<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/frutas-no-tradicionales/>
- Reglamento Libro V, COPCI. (2016). *Reglamento Libro V, COPCI*. Quito: Nacional.
- Santander Trade. (11 de 2015). © *Export Enterprises SA*. Recuperado el 01 de 12 de 2015, de
<https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>
- Todo Comercio Exterior. (04 de 04 de 2015). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior:
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/formas-internacionales-de-pago>
- TRAVEL, E. (s.f). *ECOS TRAVEL*. Recuperado el 19 de 07 de 2015, de
<http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/valledelchota-ibarra.php>
- VAN WERTERNDORP. (31 de 12 de 2017). *VAN WERTERNDORP*. Obtenido de VAN WERTERNDORP: <http://www.5circles.com/van-westendorp-pricing-the-price-sensitivity-meter/>

10. ANEXOS

5.1. Carta de aceptación por parte de la asociación “ASOPROVALLE”

ANEXO 2

ENCUESTA APLICADA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN ASOPROVALLE DEL VALLE DEL CHOTA

Objetivo: Realizar un análisis destinado a conocer la producción agrícola mango y la transformación en pulpa de la fruta dentro de la Asociación “Asoprovalle”.

Indicaciones: Por favor responda de la manera más sincera posible la siguiente encuesta y marque con una X su respuesta:

1. ¿Qué tiempo se encuentra produciendo mango?

- a) De 1 año a 3 años
- b) De 3 años a 5 años
- c) De 5 años a 8 años
- d) De 8 años a 10 años
- e) Más de 10 años

2. ¿Qué variedad de mango produce?

- a) Tommy Atkins
- b) Haden
- c) Kent
- d) Keitt
- e) Edward

3. ¿A qué otro cultivo se dedica a parte de la producción de mango?

- a) Aguacate
- b) Limón
- c) Ovo
- d) Tuna
-

e) Todos los anteriores

4. ¿Cuánto terreno tiene dedicado al cultivo de mango?

- a) De 1 hectárea a 3 hectáreas
- b) De 3 hectáreas a 5 hectáreas
- c) De 5 hectáreas a 8 hectáreas
- d) De 8 hectáreas a 10 hectáreas
- e) Más de 10 hectáreas

5. Señale la producción actual de mango por cada hectárea de cultivo

- a) De 1000 kg a 4000 kg
- b) De 4001 kg a 8000 kg
- c) De 8001 kg a 10000 kg

6. Sea tan amable de indicar ¿cuál es la frecuencia de cosecha del mango?

- a) Semestral
- b) Mensual
- c) Trimestral
- d) Semestral

7. Señale el uso de los porcentajes de abono empleados para el cultivo de mango:

- a) 100% Químicos
- b) 80% Químicos 20% Orgánicos
- c) 50% Químicos 50% Orgánicos
- d) 20% Químicos 80% Orgánicos
- e) 100% Orgánicos

8. ¿Cuál es el principal problema que afecta a la producción de mango?

- a) Costo de los insumos
- b) Plagas y enfermedades
- c) Competencia
- d) Calidad
- e) Otros

9. ¿A dónde destina su producción de mango?

- a) Tiendas
-

- b) Mercados
- c) Supermercados
- d) Intermediarios

10. ¿Han realizado exportaciones de sus productos?

- a) Sí
- b) No

11. ¿A qué precio se vende la caja de mango?

- a) De \$5 a \$10.00
- b) De \$10 a \$15.00
- c) De \$15 a \$20.00
- d) Más de \$20

12. ¿A cuánto corresponde la producción de desecho de mango?

- a) De 1% al 10%
- b) De 11% al 20%
- c) De 21% a 30%

13. Realiza algún tratamiento adicional a la producción de mango:

- a) Pulpa de fruta
- b) Mermelada
- c) Jalea
- d) Otros

14. ¿Cómo efectúa el tratamiento de la producción de mango?

- a) Artesanal
- b) Industrial
- c) Tecnificada
- d) Ninguno

15. ¿Ha otorgado algún valor agregado a la producción de mango?

- a) Pulpa de fruta
- b) Mermelada
- c) Jalea
- d) Deshidratación

Gracias por su colaboración.

ANEXO 3

ENTREVISTA APLICADA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN “ASOPROVALLE” DEL VALLE DEL CHOTA

Señor Manuel León

Objetivo: Efectuar un análisis destinado a conocer la oferta y demanda del mango y la pulpa del mismo proveniente de la Asociación “Asoprovalle” del Valle del Chota.


Responda por favor de la manera más sincera posible a las preguntas de la siguiente entrevista, con la finalidad de realizar un análisis, destinado a estudiar la producción de mango y su derivado la pulpa de la fruta para su futura comercialización al exterior.

1. ¿Si fuera tan amable de indicar que tiempo lleva la Asociación Asoprovalle del Valle del Chota en funcionamiento? ¿Y con qué finalidad se creó?
2. ¿Actualmente con cuántas hectáreas de terreno cuenta la Asociación para el cultivo de mango?
3. ¿Cuáles son los principales usos que se le da al mango ya sea a nivel alimenticio, medicinal, de nutrición que usted conozca?
4. ¿Cuáles son los meses de mayor producción de mango?
5. ¿De cuánto es la producción de mango dentro de la asociación?
6. ¿Cree usted que la asociación está preparada y cuenta con los conocimientos necesarios para llevar a cabo el proceso de comercialización internacional?
7. ¿Estaría la Asociación dispuesta a seguir produciendo mango en mayores cantidades en caso de que su comercialización internacional resultare positiva?
8. ¿Podría indicar cómo se encuentran actualmente las ventas del mango en la asociación?
9. ¿Ustedes han otorgado un valor agregado al mango? ¿Cuál es? ¿Con qué finalidad?
10. ¿Con qué tipo de clientes se maneja la asociación actualmente?
11. ¿Para la venta de mango en estado natural con qué permisos y certificados cuenta?
12. ¿Conoce de mercados externos que demanden sus productos? ¿Cuáles?
13. ¿Cómo es la venta de su producción es a nivel local, nacional, internacional? Explique
14. ¿Conoce de los trámites de exportación necesarios para realizar la exportación de sus productos?
15. ¿Cuál es el principal inconveniente que se presenta para la internacionalización de sus productos?
16. ¿Conoce cuáles son los medios de publicidad utilizados para promocionar sus productos en el exterior?

Gracias por su colaboración.

ANEXO 4

FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN ASOCIACIÓN “ASOPROVALLE” DEL VALLE DEL CHOTA

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Lugar: Valle del Chota	Institución: Universidad de Católica.				
					
Sitio: Asociación “ASOPPROVALLE”					
Objetivo: Observar las condiciones en que se encuentra la Asociación para la producción de mango en estado natural.					
Fecha:					
Observadoras:					
1 Poco adecuado	2 Medianamente Adecuado	3 Adecuado	N No es posible observar		
TABLA DE OBSERVACIÓN					
Indicadores	Nota	1	2	3	N
Vías de acceso			X		
Infraestructura			X		
Personal			X		
Espacios para el empaque del mango			X		
Espacios para el almacenamiento			X		
Permisos			X		
Observaciones Generales					
Cuentan con permisos para la comercialización de mango en estado natural.					


ANEXO 5

FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN SUPERMAXI.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Lugar: Ibarra	Institución: Universidad Católica.				
Sitio: Supermaxi ubicado en la Avenida					
Objetivo: Observar las condiciones de venta de mango y pulpa de mango en Supermaxi.					
Fecha:					
Observadoras:					
1 Poco adecuado	2 Medianamente Adecuado	3 Adecuado	N No es posible observar		
TABLA DE OBSERVACIÓN					
Indicadores	Nota	1	2	3	N
Presentación				X	
Visibilidad				X	
Precio			X		
Calidad				X	
Cantidad				X	
Variedades					X
Observaciones Generales: No es posible observar las variedades de mango ofertado.					

ANEXO 6

FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN EL GRAN AKÍ.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Lugar: Ibarra.	Institución: Universidad Católica.				
					
Sitio: Gran Akí, ubicado en la Avenida Mariano Acosta junto al colegio Ibarra.					
Objetivo: Observar las condiciones de venta del mango en estado natural y la pulpa de la fruta					
Fecha:					
Observadoras:					
1 Poco adecuado	2 Medianamente Adecuado	3 Adecuado	N No es posible observar		
TABLA DE OBSERVACIÓN					
Indicadores	Nota	1	2	3	N
Presentación				X	
Visibilidad				X	
Precio			X		
Calidad			X		
Cantidad			X		
Variedades					X
Observaciones Generales: No es posible observar las variedades de mango ofertado.					

ANEXO 7

FICHA DE OBSERVACIÓN EMPLEADA EN EL MERCADO MAYORISTA.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Lugar: Ibarra.	Institución: Universidad Católica.				
Sitio: Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra.					
Objetivo: Observar las condiciones en que se vende el mango y la pulpa de la fruta en el mercado.					
Fecha:					
Observadoras:					
1 Poco adecuado	2 Medianamente Adecuado	3 Adecuado	N No es posible observar		
TABLA DE OBSERVACIÓN					
Indicadores	Nota	1	2	3	N
Presentación		X			
Visibilidad			X		
Precio			X		
Calidad			X		
Cantidad			X		
Variedades					X
Observaciones Generales: No hay organización y no se identifica la variedad de mango ofertado.					



ANEXO 8

MÁQUINA DESPULPadora CARÁCTERÍSTICAS



ZONEX MÁQUINAS es una empresa industrial y comercial, Nos especializamos en la fabricación, comercialización e importación de productos para la preparación, cocción, empaque y distribución de alimentos en el sector gastronómico. Todos nuestros equipos cuentan con un año de garantía.

CARACTERÍSTICAS:

- Producto de la más fina calidad elaborado totalmente en acero inoxidable, máxima duración y resistencia antioxidante, garantizamos un alto rendimiento, fácil mantenimiento y limpieza.
 - > Rendimiento de 500 Kilos por hora.
 - > Funciona para todo tipo de frutas.
 - > 2 tamices coladores (1 para semilla pequeña y 1 para semilla grande).
 - > Voltaje: 110 V monofásica.
 - > Elaborada en Acero inoxidable 304 antiácido.
 - > Garantía: Un (1) año.

MEDIO DE PAGO:

Mercado Pago te ofrece todas las facilidades de pago.

FORMAS DE ENTREGA:

Mercado Envíos una forma rápida y económica de recibir tu pedido:

Servientrega normal / Interrapidísimo.

(También lo puede retirar personalmente en nuestro punto físico).



https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-462519682-despulpadora-de-fruta-industrial-500klh-en-acero-inoxidable-_JM#reco_item_pos=0&reco_backend=category_recommendations_v2p&reco_backend_type=function&reco_client=navigation_homes&reco_id=dd126c3b-3ba3-4c08-bb0a-f8debf65b276&c_id=/home/navigation-recommendations/element

ANEXO 9

MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO



Especificaciones Técnicas

Category: selladora-en-l

Voltaje: 220V - 60/Hz

Potencia: 1.3 KW

Tipo de plástico: Poleolefina PVC

Funcionalidad

- El equipo de sellado en L cuenta con una resistencia plana capaz de lograr un corte uniforme en toda su longitud.
- Puede sellar polietileno y PVC de una manera continua la misma que al momento de llevar al túnel de termo encogido logra el empaque adecuado.
- El sistema de electroimanes con él que cuenta es de gran ayuda para obtener la calidad en el sellado.

Beneficios:

- Por su estructura en acero al carbono y recubierto en pintura electrostática es muy resistente al trabajo pesado.
- Sus ruedas le permiten desplazarse al sitio más adecuado para el proceso de termo encogido.
- Cuenta con el sistema de micro perforado permitiéndole una mejor presencia en el producto final.

1700 EMPACA

Centro de Distribución Quito

Móvil 099 554 04 22

info@rinomaquinaria.com

Calle De Los Naranjos N44-353 y Av. De Los Granados. Detrás de Gama Tv.

info@rinomaquinaria.com

Av. Panamericana Norte y García Morena

Atención y Ventas Guayaquil



info@rinomaquinaria.com

Jorge Jara Grau y Av. Guillermo Cubillo, Solar 4, Manzana 102, a dos cuadras de planta Coca Cola. Sector Ciudadela Alborada.

<https://rinomaquinaria.com/portfolio/selladora-en-l-manual-semiautomatica/>

ANEXO 10

ENTREVISTA REALIZADA JOHN HEDGE DIRECTOR DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ALBERT'S ORGANICS VÍA CORREO ELECTRÓNICO

Para  veris_0h88@hotmail.com x  tamy_gsp1@hotmail.com x Cc Cco

De John Hedges contestación

El objetivo de la entrevista es conocer los requerimientos de su empresa Albert's Organic para estimar la demanda de mango en estado natural y en pulpa de fruta congelada de nuestra Asociación con la finalidad de proveerlos con envíos mensuales de ambos productos.

1) **¿Qué tipo de productos importa la empresa Albert's Organic?**

Actualmente importamos productos agrícolas cultivados como frutas verduras y hortalizas, también productos lácteos, productos de soya, y congelados.

2) **¿Dentro de la demanda de sus productos adquieren la fruta fresca como de mango y su pulpa de fruta congelada?**

Nuestra empresa actualmente se encarga de distribuir productos agrícolas importados de distintas partes del mundo, los cuales incluyen los mangos frescos. En cuanto a la pulpa de fruta la empresa está abierta a las distintas propuestas de presentación, siempre y cuando el producto conserve su estado natural.

3) **¿Qué tipo de mango adquiere actualmente?**

Las variedades demandadas al momento son Tommy Atkins, Haden Kent.

4) **Actualmente ¿Cuál es su capacidad de compra mensual de la variedad de mango Tommy Atkins?**

Actualmente nuestra demanda es de 45.000kg, teniendo a la fecha un espacio de compra de hasta 20.000 kg mensuales de la variedad Tommy Atkins.

5) **¿Cuál es su capacidad de compra mensual de la pulpa de fruta congelada?**

La empresa importa la cantidad mensual 30.000 kilogramos, de los cuales estamos en capacidad de adquirir hasta 10.000 kilogramos en el mes.

6) **¿Qué términos de negociación utilizan normalmente para la importación de sus productos?**

Nuestro término de negociación es FOB/FCA.

7) **¿Cuál es la unidad de medida de compra de la fruta fresca?**

Nosotros adquirimos las frutas, verduras, y hortalizas por kilogramos.

8) **¿Cuál es el precio de importación del mango en estado natural?**

El precio de compra por kilogramo es de hasta \$0,90.

9) **¿Qué tipo de presentación de la pulpa de fruta congelada tiene mayor comercialización en su mercado?**

Nuestra empresa Albert's Organic adquiere presentaciones de 500 gramos, 850 gramos y de un 1 kg, siendo más comercial la presentación de 500 gramos.

10) **¿Cuál es el precio de importación de la pulpa de fruta congelada de mango?**

El precio de compra FOB para presentación de 500 gr. es de hasta \$0,95. El precio FOB de la presentación de 850 gramos es de \$1,25, mientras que la presentación de 1 kg tiene un precio FOB de hasta \$1,75.



John Hedges,

Director de distribución de la empresa Albert's Organics

(ESPAÑOL)

ANEXO 10.1

**ENTREVISTA REALIZADA JOHN HEDGE DIRECTOR DE DISTRIBUCIÓN
DE LA EMPRESA ALBERT'S ORGANICS VÍA CORREO ELECTRÓNICO
(INGLES)**

Para  veris_0h88@hotmail.com x  tamy_gsp1@hotmail.com x Cc Cco

De John Hedges (answer)

The objective of the interview is to know the requirements of the company Albert's Organic to estimate the demand of mango in natural state and frozen fruit pulp in order to provide your company with monthly shipments of both products.

1) What kind of products does Albert's Organic company import?
We currently import agricultural products grown as fruits, vegetables, dairy products, soy products, juices / drinks and frozen products.

2) In the demand for their products do they acquire fresh fruit such as mango and their frozen fruit pulp?
Our company is currently responsible for distributing agricultural products imported from different parts of the world, which include fresh mangoes.
Regarding the frozen fruit pulp, the company is open to different presentation proposals, as long as the product retains its natural state.

3) What type of handle do you currently acquire?
The varieties demanded at the moment are Tommy Atkins, Haden Kent.

4) Currently, what is your monthly purchase capacity for the Tommy Atkins mango variety?
Currently, our demand is for 45,000 kg, with a purchase space of up to 20,000 kg per month of the Tommy Atkins variety.

5) What is your monthly purchase capacity for frozen fruit pulp?
The company imports the monthly amount 30,000 kilograms, of which we are able to acquire up to 10,000 kilograms in the month.

6) What negotiation terms do you normally use for the importation of your products?
Our trading term is FOB / FCA.

7) What is the unit of measure for purchasing fresh fruit?
We acquire fruits, vegetables, and vegetables per kilogram.

8) What is the import price of mango in its natural state?
The purchase price per kilogram is up to \$ 0.90.

9) What kind of presentation of the frozen fruit pulp has the most commercialization in your market?
Our company Albert's Organic acquires presentations of 500 grams, 850 grams and of 1 kg, being more commercial the presentation of 500 grams.

10) What is the import price of frozen mango fruit pulp?
The FOB purchase price for presentation of 500 gr. It is up to \$ 0.95. The FOB price of the 850-gram presentation is \$ 1.25, while the 1-kg presentation has an FOB price of up to \$ 1.75.

John Hedges
Director of distribution of the company Albert's Organics

ANEXO 11

FOTOGRAFÍAS

ASOCIACIÓN ASOPROVALLE DEL VALLE DEL CHOTA.



Ilustración 5. ASOPROVALLE, 2017.



Ilustración 6. ASOPROVALLE, 2017.

FOTOGRAFÍAS

ASOCIACIÓN ASOPROVALLE DEL VALLE DEL CHOTA.



Ilustración 7. ASOPROVALLE, 2017.



Ilustración 8. ASOPROVALLE, 2017