

“UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI”



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**Tema: “Demanda de Mango en Nariño - Colombia y la
Comercialización desde la provincia del Guayas – Ecuador”**

Tesis de grado previa la obtención del título
de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional

AUTOR: Sandra Elizabeth Pozo Champutíz

ASESOR: Msc. Liliana Montenegro

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO.

Certifico que el/la estudiante Sandra Elizabeth Pozo Champutíz con el número de cédula 040151166-2 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“Demanda de Mango en Nariño - Colombia y la Comercialización desde la provincia del Guayas – Ecuador”**.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Liliana Montenegro

Tulcán, 19 de junio del 2013

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Sandra Elizabeth Pozo Champutíz con cédula de identidad número 040151166-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Sandra Elizabeth Pozo Champutíz

Tulcán, 19 de junio del 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Sandra Elizabeth Pozo Champutíz, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, 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”.

Tulcán, 19 de junio del 2013

Sandra Elizabeth Pozo Champutíz
C.I. 040151166-2

AGRADECIMIENTO.

Gracias Dios por haberme dado la fuerza y valor para llegar a culminar esta etapa importante de mi vida.

Msc. Liliana Montenegro, gracias por estos años de ayuda y colaboración constante, me llevo una amistad increíble y un recuerdo muy grande porque este logro alcanzado es de las dos.

Alex y Dome, gracias por ser las personas por quien salir adelante, por estar conmigo a pesar de la distancia, en los buenos y malos momentos.

Agradezco la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre y mi padre, quienes sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos y sé que están orgullosos de la persona en la cual me he convertido.

A mis hermanos Miriam, Carlos, Javier, ustedes que con su apoyo, consejos, ejemplo me han ayudado afrontar los retos de mi vida, que mi Dios los bendiga siempre a ustedes y sus familias, los quiero mucho.

DEDICATORIA.

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado la fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente este trabajo a mi padre Dios.

A mi madre por ser la fuerza, apoyo y cariño incondicional sin importar las situaciones; a mi padre quien a pesar de nuestra distancia física siempre estuvo ahí viendo mi porvenir, a mis hermanos quienes con su preocupación y ayuda constante hicieron de este logro como propio.

En especial dedico este sueño a mi hija Doménica, quién con sus sonrisas, juegos, momentos importantes conmigo, hizo de esto un pilar más al que debía llegar por ella y su futuro junto a mi esposo Alex.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y han compartido conmigo momentos importantes cada día.

Contenido

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRAFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.	xiv
ABSTRACT.	xv
QUICHUA.....	xvi
INTRODUCCIÓN	- 1 -
I. EL PROBLEMA.....	- 2 -
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 2 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	- 4 -
1.3. DELIMITACIÓN	- 4 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 5 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 6 -
1.5.1. Objetivo General.	- 6 -
1.5.2. Objetivos Específicos.	- 6 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 7 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	- 9 -
2.3.1. TEORÍA UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN	- 10 -
2.1. IDEA A DEFENDER.	- 13 -
2.2. VARIABLES.....	- 13 -

III. METODOLOGÍA.....	- 14 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	- 18 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	- 19 -
3.5.1. Plan de procesamiento y análisis de la información.....	- 19 -
3.5.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	- 19 -
3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 19 -
3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO (COLOMBIA) ..	- 19 -
3.6.1.1. Factores Socio - Económicos	- 19 -
3.6.1.2. Factores políticos y legales.....	- 25 -
3.6.1.3. Factores Geográficos.....	- 35 -
3.6.1.4. Entorno Tecnológico.....	- 36 -
3.6.1.5. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio	- 37 -
3.6.2. ANÁLISIS DEL MERCADO	- 40 -
3.6.2.1. Perfil del Consumidor.....	- 40 -
3.6.2.2. Oferta.....	- 41 -
3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR.....	- 49 -
3.6.3.1. Factores Políticos y legales	- 49 -
3.6.3.2. Factores Socio, Económicos	- 51 -
3.6.4. PRODUCTO.....	- 57 -
3.6.5. FODA	- 64 -
3.6.5.1. Análisis FODA.....	- 64 -
3.6.6. PROYECCIONES DEL ESTUDIO.....	- 65 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ESTUDIO DE MERCADO	- 66 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 66 -

4.2.	RECOMENDACIONES.....	- 67 -
V.	PROPUESTA.....	- 68 -
5.1.	TÍTULO.....	- 68 -
5.2.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.	- 68 -
5.3.	JUSTIFICACIÓN.....	- 68 -
5.4.	OBJETIVOS.....	- 69 -
5.4.1.	Objetivo General:	- 69 -
5.4.2.	Objetivos Específicos:	- 69 -
5.5.	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.	- 70 -
5.5.1.	ESTUDIO TÉCNICO	- 70 -
5.5.2.	PROCESO LOGÍSTICO	- 82 -
5.5.3.	ESTUDIO FINANCIERO	- 91 -
	CONCLUSIONES.....	- 100 -
<u>VII.</u>	<u>BIBLIOGRAFÍA.</u>	- 102 -
<u>VIII.</u>	<u>ANEXOS.</u>	- 106 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 1 Delimitación.....	4
Tabla n° 2 Fundamentación Legal.....	9
Tabla n° 3 Teorías utilizadas en la investigación.....	11
Tabla n° 4 Metodología de la investigación.....	14
Tabla n° 5 Principales indicadores Colombia.....	20
Tabla n° 6 Población Colombia.....	20
Tabla n° 7 Población Nariño.....	21
Tabla n° 8 Distribución de los ingresos.....	23
Tabla n° 9 Acuerdos suscritos por Colombia.....	27
Tabla n° 10 Balanza comercial Colombia.....	28
Tabla n° 11 Balanza comercial Nariño	29
Tabla n° 12 Tarifa arancelaria	29
Tabla n° 13 Principales destinos de las exportaciones Colombia	30
Tabla n° 14 Regulación de las importaciones.....	31
Tabla n° 15 Rotulado de mango	32
Tabla n° 16 Empaque de mango.....	33
Tabla n° 17 Sistema de minicontenedores	33
Tabla n° 18 Estructura del transporte en Colombia	35
Tabla n° 19 POAM.....	37
Tabla n° 20 Resumen POAM.....	39
Tabla n° 21 Importaciones de mango a Colombia.....	42
Tabla n° 22 Exportaciones de mango a Colombia.....	43
Tabla n° 23 Producción nacional de mango Colombia.....	45
Tabla n° 24 Producción de mango.....	46
Tabla n° 25 Precio del mango.....	46
Tabla n° 26 Principales países productores de mango.....	47
Tabla n° 27 Acuerdos Comerciales.....	50
Tabla n° 28 Barreras no Arancelarias.....	50
Tabla n° 29 Costo calificación Agrocalidad.....	51
Tabla n° 30 Indicadores básicos Ecuador.....	52
Tabla n° 31 Principales destinos de las exportaciones.....	54
Tabla n° 32 Exportaciones de mango.....	56
Tabla n° 33 Área de producción en Guayas.....	56
Tabla n° 34 Calificación en peso.....	57
Tabla n° 35 Ficha Técnica de mango.....	58
Tabla n° 36 Proceso cultivo de mango.....	59
Tabla n° 37 Temporada de cultivo de mango.....	60
Tabla n° 38 Especificaciones del empaque.....	60

Tabla n° 39 Proveedores.....	61
Tabla n° 40 Oferta disponible.....	63
Tabla n° 41 Oferta Exportable.....	63
Tabla n° 42 FODA.....	64
Tabla n° 43 Demanda Insatisfecha.....	65
Tabla n° 44 Requerimiento de espacio físico.....	71
Tabla n° 45 Activos Fijos.....	71
Tabla n° 46 Calificación sector de la oficina.....	73
Tabla n° 47 Negociación con cliente.....	74
Tabla n° 48 Compra de la fruta.....	75
Tabla n° 49 Comercialización.....	76
Tabla n° 50 Requerimiento mano de obra.....	77
Tabla n° 51 Manual de funciones.....	78
Tabla n° 52 Manual de funciones	79
Tabla n° 53 Manual de funciones	80
Tabla n° 54 Manual de funciones	81
Tabla n° 55 Información básica del producto.....	82
Tabla n° 56 Cubicaje.....	83
Tabla n° 57 Cálculo de envíos y vehículo.....	84
Tabla n° 58 Empaque del producto.....	84
Tabla n° 59 Transporte interno.....	85
Tabla n° 60 Documentación.....	85
Tabla n° 61 Costos Bancarios.....	86
Tabla n° 62 Flete Internacional.....	86
Tabla n° 63 Impuestos.....	87
Tabla n° 64 Agentes.....	87
Tabla n° 65 Incoterms.....	88
Tabla n° 66 Costos de Exportación y Tránsito.....	89
Tabla n° 67 Costos de importación.....	90
Tabla n° 68 Activos Fijos.....	91
Tabla n° 69 Gastos de Constitución.....	92
Tabla n° 70 Gastos Administrativos.....	92
Tabla n° 71 Ventas.....	93
Tabla n° 72 Costos de Producción.....	93
Tabla n° 73 Gastos de Exportación.....	94
Tabla n° 74 Inversión Inicial.....	94
Tabla n° 75 Capital de Operación.....	95
Tabla n° 76 Depreciación.....	95
Tabla n° 77 Rol de pagos.....	95
Tabla n° 78 Financiamiento.....	96
Tabla n° 79 Punto de Equilibrio.....	96

Tabla n° 80 Amortización de la deuda.....	97
Tabla n° 81 Balance General.....	97
Tabla n° 82 Estado de Resultados.....	98
Tabla n° 83 Flujo de Efectivo.....	98
Tabla n° 84 Indicadores.....	99
Anexo 1.....	106
Anexo 2.....	106
Anexo 3.....	106
Anexo 4.....	106
Anexo 5.....	107
Anexo 6.....	107
Anexo 7.....	109
Anexo 8.....	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n° 1 Población de Nariño.....	22
Gráfico n° 2 Estructura de Gastos Colombia.....	24
Gráfico n° 3 Módulo de empaque ISO.....	33
Gráfico n° 4 Caja de Cartón.....	34
Gráfico n° 5 Sistema de paletizado.....	34
Gráfico n° 6 Vías de transporte.....	36
Gráfico n° 7 Crecimiento de las importaciones de mango.....	42
Gráfico n° 8 Crecimiento de las exportaciones de mango.....	43
Gráfico n° 9 Destino de las exportaciones de mango.....	44
Gráfico n° 10 Crecimiento de la producción nacional Colombia.....	45
Gráfico n° 11 Canal de Comercialización.....	48
Gráfico n° 12 Balanza comercial Ecuador - Mundo.....	53
Gráfico n° 13 Envíos al exterior en millones de cajas.....	55
Gráfico n° 14 Cadena de suministro del mango.....	62
Gráfico n° 15 Tamaño de la planta.....	70
Gráfico n° 16 Ubicación de la oficina.....	72
Gráfico n° 17 Ingeniería del proyecto.....	73
Gráfico n° 18 Organización.....	77

RESUMEN EJECUTIVO.

El objetivo de la presente investigación es desarrollar la idea de comercializar mango de la variedad Tommy Atkins hacia Nariño – Colombia, la fruta se produce en Guayaquil – Ecuador y la provee en su mayoría las haciendas PODAS y PIVANO, la comercialización y exportación de la fruta se basa en el estudio de mercado en donde se realizó un análisis tanto en lo cultural, estabilidad económica, política y legal, restricciones, acuerdos preferenciales, canales de distribución y comunicación, en donde se determina de la viabilidad y factibilidad del proyecto.

Se obtuvo un VAN de 42.097 USD, TIR 22,75%, C/B de 1,54 USD, basándonos en estos indicadores podemos mencionar que es un proyecto rentable puesto que el van es mayor a cero que de acuerdo a su definición es lo más conveniente, la TIR supera los valores que paga de interés el banco que para nuestro caso son del 8%, el periodo de recuperación es aceptable puesto que para la inversión que se estima el tiempo de tres años es considerable para la recuperación, el costo beneficio nos refleja que por cada dólar que yo invierto tengo una utilidad de 0,54 ctvs.

Palabras claves:

Comercialización, Exportación, Mercado, Utilidad, Canal de distribución

ABSTRACT.

EXECUTIVE SUMMARY.

The aim of this thesis is to develop the idea of marketing handle the variety Tommy Atkins to Nariño - Colombia, the fruit is produced in Guayaquil - Ecuador and provides most PODAS and PIVANO farms, marketing and export of fruit is based on market research where analysis was performed both in the cultural, economic, political, legal, stability, restrictions, preferential agreements, distribution and communication channels, where it determines the viability and feasibility of the project.

This gave a net present value of 42,097 USD, an Internal Rate of Return of 22.75%, up 1.54 USD Cost Benefit, based on these indicators we mention that it is a profitable project since the NPV is greater than zero that according to their definition is more convenient, the IRR exceeds the values that the bank pays you interest in our case are 8%, the payback period is acceptable for investment as estimated time of three years is considerable recovery, the cost benefit shows us that for every dollar I invest I have a utility of 0,54 cents.

keywords

Merchandising, export, market, utility, distribution channel

QUICHUA.

WILLACHIKUNA

Kay ruranapak mañaykillkapika mango llaktapimi Tommy Atkins may Nariño – Colombia kaikunata llaktakunamambish kai Guayaquil – Ecuador llaktapi wiswi mutsurishka yachaymi PODAS y PIVANO kallarikanchi shucta kan, ñawpa mana tiyarkachu, kaytaka ista llakta katuna pampapi punta kankatmi mashkan. ukumanda ashtaguan yachajushpa charingapak kai Carchi, lactapi shinallata mandapachat, tucuy nacionalmentipask, internacionalpipask jatungapa, ñajak miskataca.

Llaktapimi wiswi VAN de 42.097 USD, TIR 22,75%, C/B de 1,54 USD, cushqui wiñachinata, ruranatapash ñawpakman apakun, 2009 watami may sumak mikuna wiswita rurashpa llankay kallarikka, Yuramantami wiswitaka llukshichin, kay yuraka wishiak yurakunami chaymantami wiswita kapin, chay TIR humpishkata hapishpami yanunaman apan, chaykipami ayllukuna mikunapak wira, aychata mayllanapak wiswipash llukshin Kay punta kankatmi 8% ruray paktaripika, tukuy munashka paktarinapak llankaytami riksichin, shinallatak katunapakka mutsurishka llaktaykuna, kullkikuna, ayllukuna, hatun uchilla llikakuna mutsurishkatami yachashpa riksichin 1,54 kay

Ruray paktana:

Kallarirkanchi, Shucta, riksichin, ñawpa mana, punta kankatm

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país que posee una riqueza natural abundante, que muestra gran biodiversidad, en donde podemos encontrar un sinnúmero de frutos nutritivos y de calidad privilegiada debido a la condición climática, suelos, entre otros factores que han permitido obtener productos de excelencia.

En lo que comprende nuestro proyecto nos centraremos en el mango tomy Atkins, tomando en cuenta que nos encontramos frente a una producción ecuatoriana con potencial muy grande tanto para su comercialización y exportación, sin embargo debemos tomar en cuenta que toda esta producción ha sido destinada a mercados extranjeros vía marítima y no se ha planteado la posibilidad de comercializarla vía terrestre a las fronteras más cercanas como es Colombia, sistema que no han conocido y que resulta muy factible.

Es así que surge la oportunidad de comercializar la fruta, lógicamente cumpliendo con la normativa correspondiente tanto en país de destino como de origen, acogiéndonos a los acuerdos existentes que permitan el fácil acceso de la misma así como también preferencias arancelarias que nos permitirán tener precios competitivos.

Para esto hemos realizado una investigación profunda utilizando técnicas adecuadas en nuestro proyecto nos hemos basado en información secundaria para determinar tanto la oferta de la fruta como la demanda insatisfecha presente, de esta manera poder llegar con mayor aceptación al mercado destino y la cobertura que tendremos con nuestro nivel de producción.

Luego de haber obtenido datos positivos de demanda insatisfecha y cobertura diseñamos un estudio técnico, determinando la infraestructura necesaria para poder comercializar la fruta; así mismo, un proceso logístico que permita determinar pasos a seguir desde el embarque de la mercadería hasta la entrega; y, la evaluación financiera que determine valores a invertir, utilidades, beneficios y el cumplimiento de las obligaciones por contraer.

I. EL PROBLEMA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Ante el perfeccionamiento de los mercados internacionales las exportaciones de diferentes productos han constituido puntos estratégicos e importantes para el crecimiento de las economías de los países que se ven involucrados, así también continuamente se presenta la necesidad de incursionar en la mejora constante en cada uno de los procesos y seguir innovado la calidad de los productos que en sus zonas se producen, de esta forma incrementar constantemente la demanda de los mismos superando a la de sus competidores y, por ende, satisfacer las necesidades de los consumidores.

Si bien el cultivo de mango es importante dentro de la costa ecuatoriana los ofertantes nacionales se han incorporado en la siembra de mango de diversas variedades, entre ellas el mango Tommy Atkins, para los mercados internacionales, en donde se han analizado minuciosamente nuevos canales de mercadeo así como las estrategias acertadas de comercialización para dar a conocer de mejor forma este producto al extranjero, que en la actualidad es muy demandado, especialmente por las características de calidad y valor nutricional que esta fruta ecuatoriana presenta, partiendo de estos beneficios o bondades que presenta esta frutas cabe mencionar diversos parámetros negativos que de alguna manera han influido en su demanda como por ejemplo:

En sus inicios las exportaciones ecuatorianas de mango se vieron afectadas por falta de especificaciones técnicas y sanitarias como permisos fitosanitarios, valores nutricionales, presentación, envase y embalaje entre otros, que no permitían obtener un producto con la calidad exportable exigida por los países de destino (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2011).

Actualmente podemos considerar que estos inconvenientes se han solucionado tomando en cuenta que las personas involucradas en este ámbito han trabajado a tal fin de dar origen a un producto de calidad y que solo nuestras tierras lo

pueden producir haciendo uso de la tecnología, maquinaria, mano de obra adecuadas.

Tomando en cuenta estos parámetros podemos manifestar que, a pesar de que esta fruta cuenta con todos los requerimientos y especificaciones adecuadas sus productores o comercializadores no mantienen una visión amplia que permita dar a conocer esta fruta a otros mercados, especialmente por vía terrestre puesto que no mantienen un plan adecuado o una negociación empírica que les haya permitido tener una idea de cómo realizar esta actividad.

Así también, podemos mencionar que otra razón por la que esta fruta no es tan demanda por el mercado de Colombia es a causa de que en Guayas se comercializa en su mayoría por vía marítima, dejando una mínima parte para abastecimiento local que en cada temporada solo se destina el rechazo de cada producción, esto nos manifiesta la Fundación Mango Ecuador en su portal web, entidad que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, así mismo no existen datos previos ya planificados en los cuales se plasme un modelo o estrategia de comercialización vía terrestre puesto que su única visión es trabajar vía marítima.

Así mismo otro de los inconvenientes presentados es que cada productor destina sus cosechas al acopio que mantiene esta entidad, lo cual ha traído como consecuencia que la fruta a nivel nacional no se la conozca ni tampoco sus productores o los intermediarios que se dedican a esta actividad se han planteado la posibilidad de exportar a otros destinos que no sea por mar, únicamente el rechazo de su producción la comercializan a nivel nacional. Para el desarrollo de la investigación es necesario recurrir al desarrollo de las siguientes preguntas:

¿Existe demanda de mango en Nariño – Colombia?, ¿Cuál es la demanda de mango en Nariño?, ¿Qué normas de calidad exige el país de destino en el

producto?, ¿El producto es competitivo con los ya existentes?, ¿La producción de la provincia del Guayas será suficiente para satisfacer parte la demanda en Nariño?, ¿En qué lugares se produce mango a nivel nacional?, ¿Cuáles son las variedades de mango?,¿Qué tipo de envase y embalaje se debe utilizar para la exportación?, ¿Qué documentos de transporte se necesitan para exportar?, ¿El precio será mejor que el de los competidores?.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento sobre la demanda existente en Nariño – Colombia limita la comercialización de mango (Tommy Atkins) procedente de la Provincia del Guayas.

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla n° 1

Objeto de Estudio	Demanda
Sujeto de Estudio	Comercialización
Tiempo Estimado	Marzo 2012 – Junio 2013
Área Geográfica	Guayas – Ecuador Nariño – Colombia
Grupo Objetivo	Productores Exportadores Transportistas Demandantes Consumidores

Elaborado: Sandra Pozo

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación nace a raíz de la necesidad de conocer el proceso logístico a efectuar en la comercialización de mango y la posibilidad de introducir parte de la producción generada en Guayas al mercado de Colombia específicamente hacia el Departamento de Nariño, partiendo de la calidad que ésta presenta y que supera los beneficios de las mercancías provenientes de otros lugares, convirtiéndose en un producto competitivo a nivel internacional.

Por tal razón podemos manifestar que esta investigación generará beneficios de carácter profesional, académico y personal. Lo consideramos factible profesionalmente puesto que nos permite adentrarnos más a la realidad de lo que concierne a un proceso aduanero y comercial, así como también cuales son los diversos parámetros legales a cumplir y las responsabilidades en las que como agente comercial se adquirieren para poder llegar con un producto a un mercado extranjero.

Es de importancia académica tomando en cuenta que para la investigación se ha podido hacer uso de diversas técnicas útiles en la actividad de la comercialización internacional y que en un futuro servirán de guía para los próximos profesionales en este ámbito.

Es de importancia personal puesto que me permite adquirir mayor experiencia en las diversas actividades que van encaminadas a la compraventa de productos exportables, así mismo la posibilidad de darle un giro positivo a esta idea de negocio, llevarla a cabo e introducir un producto de origen ecuatoriano a un mercado diferente empleando estrategias de comercialización adecuadas.

Existe viabilidad bibliográficamente puesto que se cuenta con la información necesaria para su investigación tanto del producto como de las respectivas

estrategias y/o guías que permitan comercializar la fruta y atender parte de la demanda en Nariño – Colombia.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo General.

Determinar la demanda potencial de mango en Nariño – Colombia para su comercialización desde la provincia del Guayas.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente la comercialización y la demanda.
- Diagnosticar la oferta de mango en la Provincia del Guayas, la demanda en Nariño – Colombia y su comercialización.
- Desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización de mango desde la Provincia de Guayas – Ecuador que permita cubrir parte de la demanda en Nariño – Colombia.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Después de haber consultado algunos datos bibliográficos hemos encontrado 3 estudios que nos sirven como antecedentes:

Tomando en cuenta un primer acercamiento a la bibliografía existente sobre el tema, hemos encontrado una investigación realizada por Marcelo David Arias, realizado en Guayaquil – Ecuador, bajo el título de *Proyecto de Inversión para la exportación de mango en almíbar enlatado como nuevo producto para la empresa EXOFRUT S.A.* de la facultad de Economía y Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. En esta investigación el autor toma en cuenta distintos parámetros bajo los cuales la empresa EXOFRUT estaría en la capacidad de dar origen a un nuevo producto ecuatoriano y ser exportado hacia otros países, para esto se hace un análisis del comportamiento del mercado utilizando técnicas de investigación apropiadas, de esta manera mediante el diseño de un plan de marketing se desarrollaron las posibles estrategias para llevar el nuevo producto a su destino Estados Unidos definiendo y estableciendo los niveles críticos de las variables más importantes como son las unidades mínimas de venta y precio de venta mínimo que el proyecto puede soportar para seguir siendo viable. (Arias, 2009).

Otro trabajo publicado en el 2010 de la Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra, elaborado por Evelyn Ibarra y Esthela Ordoñez, bajo el título de *Estudio de factibilidad para la exportación de mango desde Palestina (sector Guayas) hasta Pasto (Colombia)*, nos manifiesta que se tiene pronosticado llevar a cabo una evaluación técnica haciendo uso de diversos procedimientos que permitan establecer la situación comercial del mango y la factibilidad de crear una empresa exportadora de esta fruta, luego de haber aplicado las técnicas de investigación adecuadas las autoras llegan a determinar que el cantón Palestina

es un lugar estratégico para la adquisición de la fruta puesto que esta se produce con los requerimientos de calidad necesarios y establecidos por los clientes extranjeros y los contactos directos que mantienen en el exterior, así también se considera importante analizar los diversos impactos que generará la investigación al aplicar el correspondiente estudio de mercado existiendo la factibilidad de exportar este producto hacia Pasto - Colombia puesto que se ha constatado una demanda insatisfecha que puede ser cubierta por la empresa, así mismo se plantea una recomendación importante en la que se manifiesta que la oportunidad de que esta idea sea un éxito es cumplir a cabalidad con los requerimientos y exigencias de los clientes de esta manera se podrá aprovechar la oportunidad de mercado. (Ibarra y Ordoñez, 2010)

Otro trabajo publicado en el 2009 por Álvarez Karina de la Facultad de Comercio Exterior, Integración y Aduanas, de la Universidad Técnica Equinoccial, bajo el título de *Estudio de Factibilidad para la Exportación de Mango al Mercado Francés en el periodo 2009 – 2018*, se plantea analizar la capacidad de producción, el comportamiento del mercado meta, diversas restricciones, canales de distribución más apropiados y la evaluación financiera que permita determinar la capacidad real del proyecto, de igual manera la autora expone que la investigación será rentable tomando en cuenta el análisis económico, en donde considera indicadores como la TIR lo cual refleja un resultado para el proyecto rentable y viable, además nos muestra que luego de los análisis anteriormente mencionado existe demanda insatisfecha de este producto en el mercado meta, partiendo de los resultados positivos, también la investigación se acoge a las relaciones comerciales que existen con la Unión Europea específicamente con Francia lo cual hace que el mango fresco ingrese con el 100% de preferencias arancelarias. Una recomendación importante que se plantea es que se debe aprovechar los beneficios y acuerdos que tiene Ecuador con otros países de esta manera integrar comunidades e intercambiar productos competitivos con los mercados internacionales. (Alvarez, 2009)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Dentro de lo que concierne a nuestro tema de investigación consideramos pertinente analizar diversas normativas que se ven de alguna manera inmiscuidas en el proceso de la comercialización de la fruta así como también parámetros planteados por la ley y que se deben cumplir.

Tabla n° 2

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador	Art.284. Procura: Promover la producción nacional, Asegurar la soberanía alimentaria y la integración regional.
	Art. 306. Promueve las exportaciones ambientalmente responsables, el empleo, con énfasis en los pequeños y medianos productores.
Plan Nacional del Buen Vivir	Política 11.7. Impulsar una economía que favorezca el Buen Vivir, garantizando los derechos, la transformación, diversificación y especialización productiva.
	Política 11.7. Promueve condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional y sus interrelaciones con la producción y condiciones de vida.
Acuerdo de Cartagena	Art. 72. El Programa de Liberación de bienes busca eliminar los gravámenes y restricciones que incidan sobre la importación de productos originarios del territorio de cualquier País Miembro.
	Art. 73. “Gravámenes” son los derechos aduaneros y recargos fiscales, monetarios o cambiarios, que incidan sobre las importaciones. “Restricciones de todo orden” cualquier medida administrativa, financiera o cambiaria, que impida o dificulte las importaciones, por decisión unilateral.
	Art. 77. Los Países Miembros no deben aplicar gravámenes ni restricciones de todo orden a importaciones de bienes originarios de la Subregión.
Decisión 416	Art. 2. Se consideran mercancías originarias del territorio de un país miembro: a) íntegramente producidas, b) Elaboradas en su totalidad con materiales originarios de los países miembros.
	Art. 12. Para evidenciar el cumplimiento de normas se lo hará mediante certificado de origen emitido por las autoridades gubernamentales competentes o habilitadas por el país miembro exportador.

	Art. 18. Las entidades habilitadas por cada País Miembro, en la expedición del Certificado de Origen compartirán responsabilidad con el productor o exportador respecto a la autenticidad de los datos consignados en la declaración del producto.
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	Art. 4. Democratizar el acceso a los factores de producción, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la economía popular y solidaria, fomentando la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental.
	Art. 93. El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones mediante: acceso a preferencias arancelarias; derecho a devolución de impuestos; derecho a regímenes especiales; asistencia financiera; información, capacitación, promoción externa; derecho a inversión.
Reglamento - Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	Art. 72. Los documentos de acompañamiento (control previo) deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía. Deben presentarse, física o electrónicamente, junto con la Declaración Aduanera (si son exigidos). La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del COPCI no exime su presentación para el levante de las mercancías.
	Art. 70. La Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador establecerá los casos en que se admitirá la presentación de declaraciones aduaneras simplificadas.
	Art. 71. Se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera: a) Documentos de acompañamiento; y, b) Documentos de soporte.

Fuente: Leyes y Reglamentos

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

2.3. MARCO TEÓRICO

2.3.1. TEORÍA UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

Existen diversas teorías que van encaminadas a la comercialización de un producto, para nuestro proyecto tomaremos en cuenta las más radicales y que concuerden con los temas más puntuales a realizar:

Tabla n° 3

TEORÍA	DESCRIPCIÓN	ASOCIACIÓN CON EL TEMA
Teoría de la Ventaja Absoluta	Adam Smith (1723-1790). Si se amplía la dimensión de los mercados se aumenta la posibilidad de producir más, especializarse en la producción y lograr productividad del trabajo	Nariño no dispone de mango y producirla le generaría mayor costo debido a condiciones geográficas, cultivos etc., es así que se origina la posibilidad de comercializar esta fruta perfeccionando cada vez más.
Teoría de la Ventaja Comparativa	David Ricardo (1792-1823). El valor de los bienes se le atribuye a la cantidad de trabajo que incorpore y su productividad difiere de acuerdo al proceso de producción aplicado.	El proceso de producción de mango en Guayaquil ha incorporado mecanismos para mejorar constantemente su eficiencia, en tal sentido el costo del trabajo genera una diferencia versus lo que se generaría en otro proceso que se pueda iniciar.
Teoría de Hecksher-Ohlin	Mediados del siglo XX. La diferencia de productividad de capital y trabajo en los países se debe a la diferente dotación o escasez relativa de factores (tierra, trabajo y capital) que originan distintos precios.	Ecuador dispone de suelos suficientes y con condiciones óptimas para el producto y mano de obra calificada barata, lo que en conjunto genera un producto con precio competitivo en mercados internacionales.
Nueva Teoría del Comercio	Paul Krugman (último tercio del siglo XX). Analiza al comercio internacional considerando el poder de las organizaciones, las estrategias de precios, publicidad, que influye en el comportamiento del consumidor. Analiza el comercio interindustrial (teoría de Ricardo y Hecksher-Ohlin) y el comercio intraindustrial (con su origen en las economías de escala, innovación tecnológica y experiencia acumulada de la empresa).	Al planificar una exportación a Colombia se pondrá en marcha las estrategias comerciales y de precios (dado el eficiente costo de producción), así mismo se aprovechan las economías de escala en base de la infraestructura disponible que aprovechará una reducción de costos en el largo plazo producto del incremento de producción de acuerdo al mercado latente.

Fuente: Cinkota, Ronkainen, Moffett, 2007

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Se realizará una investigación de campo a través de la aplicación de entrevistas a los productores de mango en Guayas para determinar los volúmenes de producción, procesos, precios y normativa técnica requerida para la exportación. Realizaremos una revisión bibliográfica sobre los aspectos socioeconómicos, políticos y legales que permitan comprender el entorno internacional específico del país de destino. De la misma manera se recurrirá a información de las fichas comerciales del país de destino para identificar la demanda potencial existente que permita establecer el tamaño del proyecto y planificación de ventas en base de la capacidad instalada del productor nacional.

2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO

2.3.3.1. Demanda Potencial

“Para determinar la demanda potencial, los gerentes calculan primero las ventas posibles de la categoría de productos para todas las empresas y después determinan su propio potencial de participación en el mercado”. (Daniels, Radebaugh, Sullivan, 2004, p. 475)

Se refiere a las distintas cantidades de mango que los compradores de Nariño estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios determinados que satisfaga su necesidad.

2.3.3.2. Comercialización

Es la transferencia de la producción de mango desde la provincia del Guayas en Ecuador hasta su llegada al consumidor final en Nariño Colombia, empleando los recursos y estrategias necesarias para cumplir el objetivo establecido de calidad, precio y tiempo.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera de la compra. (Baca, 2010, p. 48)

2.1. IDEA A DEFENDER.

El estudio de factibilidad para la comercialización de mango desde la Provincia de Guayas – Ecuador permitirá cubrir parte de la demanda en Nariño – Colombia.

2.2. VARIABLES.

Variable Dependiente: Comercialización

Se considera variable dependiente ya que para la comercialización de mango se requiere una investigación detallada para conocer acerca de la demanda existente esta fruta en Nariño – Colombia y la producción requerida para satisfacer los requerimientos presentados.

Variable Independiente: Demanda Potencial

Es independiente ya que es un factor de mercado que necesitamos identificar en cuanto a volumen, gustos y preferencias, para en base de ellos planificar el mecanismo de comercialización más adecuado que satisfaga los requerimientos del mercado investigado.

III. METODOLOGÍA.

Tabla No. 4

Metodología de investigación

	COMPONENTES
3. METODOLOGÍA	<p>Para el desarrollo de esta investigación fue necesario el uso del método científico ya que se trata de una investigación de campo que parte de un diagnóstico para obtener información sobre las variables planteadas; desarrollando las respectivas entrevistas a los proveedores y análisis documental de investigaciones anteriores o documentación legal pertinente; logrando al final interpretar la situación existente en un momento determinado a partir del análisis e inferencias de la problemática, orientadas a sugerir posibles soluciones.</p> <p>Se trata además de una investigación descriptiva porque se enfocó en recoger, procesar y analizar información sobre las características de los productores, proveedores, consumidores e intermediarios así como las interrelaciones existentes entre ellos. En base de esa descripción de la realidad actual, los procesos de comercialización nacional e internacional, características del producto y de la población demandante se logró asociar e interpretar correctamente los hechos para plantear la comercialización de mango ecuatoriano hacia el Departamento de Nariño – Colombia.</p>
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	<p>La modalidad de investigación es cuantitativa ya que se diseñó instrumentos metodológicos de recolección de información para obtener y analizar información, valores,</p>

	<p>niveles de población, muestras estadísticas de los sectores involucrados, así como también del producto precios, cantidades, a partir de los cuales se realizaron estimaciones como base para la decisión o rechazo de la propuesta.</p> <p>Así mismo se consideró la modalidad cualitativa puesto que se determinaron características de la población consumidora (gustos, preferencias, prioridades), las prácticas habituales de los exportadores e importadores, así como las políticas nacionales e internacionales que influyen sobre las decisiones de producción, comercialización e internacionalización de una empresa; que permitió comparar y asociar estas prácticas con las que se realizan en otros mercados que han tenido mejor desempeño y que se podrían replicar para el segmento de estudio que ofrece el bien o servicio.</p> <p>Las dos modalidades se las aplico simultáneamente en el desarrollo del estudio de mercado y en el diseño de la propuesta.</p>
<p>3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>Se trata de un tipo de investigación aplicada ya que utilizó conocimientos previos para el diseño de propuestas o modelos prácticos a ser usados como modelo o caso de estudio de la asociación de productores de mango en la provincia del Guayas. Además se realizó un análisis de factibilidad y potencialidad de llevar a cabo la idea de este proyecto</p>

	<p>con las previsiones y análisis de riesgos que determine sustentabilidad técnica y financiera.</p> <p>Se aplicó un tipo de investigación exploratoria ya que con el uso de información de primera mano se realizó una aproximación a la realidad del problema investigado, determinando áreas problemáticas. A partir de esta información se determinó los elementos básicos para el planteamiento del problema y técnicas necesarias para el proceso investigativo.</p> <p>Se recurrió además a una investigación bibliográfica mediante la revisión de libros temáticos, revistas e internet (páginas oficiales de organismos nacionales e internacionales), para obtener la información necesaria sobre la normativa técnica y legal que nos apoye a sustentar de mejor forma la información obtenida de la investigación exploratoria.</p>
<p>3.3. POBLACIÓN</p>	<p>Al tratarse de una investigación internacional y debido a costos y logística se hizo difícil investigar al consumidor final del departamento de Nariño Colombia, por ende se recurrió al análisis documental de estudios de mercado o fichas existentes en Pro Ecuador, Banco Central del Ecuador, DANE-Colombia, y se investigó datos estadísticos de niveles de oferta y consumo.</p> <p>En lo que respecta al canal de comercialización a utilizarse se trabajó en función de un muestreo por conglomerados, tomando en cuenta los principales supermercados y/o cadenas de supermercados,</p>

	<p>autoservicios existentes en el Departamento de Nariño – Colombia:</p> <ul style="list-style-type: none">• Autoservicio Punto Comercial• Almacenes Exito• Central de acopio y abasto de productos agrícolas• Mercamax• Distridan y Extraeconómico• Autoservicio El Diamante• Comfamiliar
--	--

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

IDEA A DEFENDER: El estudio de factibilidad para la comercialización de mango desde la Provincia de Guayas – Ecuador permitirá cubrir parte de la demanda en Nariño – Colombia.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en Colombia? ¿Cuál es el índice inflacionario de Colombia? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Colombia? ¿Cómo está constituida la población de Colombia (Nariño)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Nariño? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las Importaciones? ¿Cuál es la política económica frente a las Importaciones? ¿Cuál es la balanza comercial?			
		Legales (Medidas Arancelarias, No Arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la importación de mango? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de mango? ¿Cuál es empaque y embalaje requerido para comercializar mango? ¿Qué normas de marcado y etiquetado se requieren?			
	MERCADO	Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?			
		Oferta	¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución?			
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Cuál es la política económica y comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de mango? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de mango? ¿Cuál es la balanza comercial?	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		Factores socio económico Grupo ofertante	¿Cuál es la situación económica actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?			
	PRODUCTO / OFERTA	Características del producto Oferta exportable	¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación?	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
	LOGÍSTICA	Canal de distribución Red de transporte Proceso logístico	¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Nariño? ¿Cuáles son los costos en origen, en transporte y en destino?	PROPUESTA		
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico	PROPUESTA		

Fuente: Lerma y Márquez (2011)

Elaboración: ECEYNCI

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la presente investigación se trabajó mediante la recolección de datos importantes haciendo uso de información secundaria, esta técnica que nos permitió conocer a profundidad las características que debe tener el producto, particularidades de los productores y el proceso productivo. Para el análisis del mercado al que nos vamos a dirigir se realizó una análisis documental de fichas técnicas disponibles en Pro Ecuador, así también permitió conocer principales competidores, entre otros aspectos relevantes para la propuesta.

3.5.1. Plan de procesamiento y análisis de la información

Una vez obtenida la información necesaria se procedió a realizar el respectivo análisis, tomando en cuenta el tipo de información requerida y las respectivas respuestas.

3.5.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

La información secundaria permite el análisis sistemático de información en donde se investigan temas de interés, posteriormente se reúne estos datos individuales para la evaluación, y verificar la factibilidad de comercializar a un mercado de destino.

3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO (COLOMBIA)

3.6.1.1. Factores Socio - Económicos

Es necesario realizar el análisis de los factores socio-económicos que nos permitirán conocer la situación actual de la población objeto de estudio.

Tabla No. 5
Indicadores Básicos de Colombia

INDICADOR	VALOR
PIB (en millones de dólares est. 2012)	365.40
PIB per cápita(dólares, est. 2012)	10.700
Crecimiento del PIB, est 2013	4,30%
Riesgo país(puntos básicos) est 2012	131
Inflación (est. 2012)	3,20%
Población (est. 2013)	45.475.783
Tasa de crecimiento poblacional (est. 2012)	1,13%
Salario mínimo legal (en pesos año 2013)	589.500

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

De acuerdo al análisis económico del primer trimestre del 2013, realizado por el Servicio de Estudios Económicos [BBVA RESEARCH] (2013), en Colombia:

El PIB entró en una fase de moderación, la cual tocó fondo en el último trimestre de 2012. (...)La economía crecería 4,1%y 5,0% en 2013 y 2014. El resultado será sostenido por la aceleración del consumo desde un 4,3% en 2012, a 4,7% en 2013 y 4,8% en 2014. La inversión privada moderará su crecimiento desde 6,9% en 2012 a un promedio de 5,3% anual en 2013. (...) La expectativa de BBVA Research es de un cierre gradual del déficit de la cuenta corriente durante los dos próximos años, llegando a 2,7% del PIB en 2013 y a 2,3% del PIB en 2014. (...)La inflación se mantendría por debajo del punto medio del rango meta (3%) en 2013, con un retorno lento a partir del segundo semestre de 2013 y una convergencia al 3% en 2014. A su vez, los excesos de liquidez global y el menor impuesto al flujo de capitales offshore, mantendrán presionado a la baja al tipo de cambio en 2013. (p. 3)

La concentración de la población de Colombia se encuentra en el estrato medio y bajo, mercado esperado para el consumo de mango por el costo accesible a sus ingresos familiares.

Tabla No. 6
Población Estratificada Colombia

Estrato	Calificación	%
1	Bajo-bajo	22,3
2	Bajo	41,2
3	Medio	27,1
4	Medio-Alto	6,3
5	Alto	1,9
6	Alto-Alto	1,2

Años	%	Hombres	Mujeres
0 – 14	25,8	6,032,725	5,755,437
15-24	18,2	4,241,621	4,101,552
25-54	41,5	9,376,745	9,597,744
55-64	8,0	1,705,451	1,962,606
65 O Más	6,5	1,242,980	1,728,922

Fuente: CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (estimado año 2013)

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Existe un índice de crecimiento promedio de la población de Nariño del 1,24% anual. Así mismo se observa que la mayor población está concentrada en las edades de 0 hasta 50 años, con lo que se puede pensar que la población potencialmente consumidora es atractiva en número de personas.

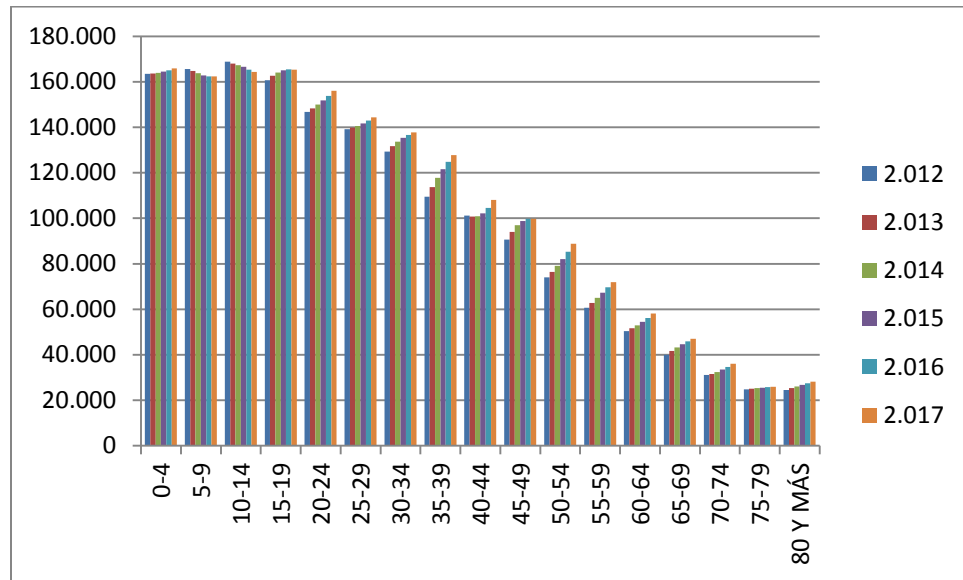
Tabla No. 7
Población de Nariño por edades

Años	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
0-4	163.527	163.552	163.870	164.424	165.094	165.855
5-9	165.549	164.699	163.757	162.724	162.412	162.380
10-14	168.892	168.034	167.208	166.564	165.376	164.284
15-19	160.672	162.569	164.054	164.967	165.421	165.335
20-24	146.706	148.296	150.014	151.855	153.844	156.003
25-29	139.167	139.815	140.599	141.630	142.917	144.304
30-34	129.326	131.684	133.657	135.328	136.682	137.709
35-39	109.478	113.644	117.823	121.541	124.869	127.725
40-44	101.230	100.787	100.883	102.146	104.518	108.007
45-49	90.560	94.057	96.933	98.801	99.749	99.704
50-54	74.047	76.461	79.092	82.041	85.296	88.854
55-59	60.713	62.832	65.048	67.305	69.611	71.926
60-64	50.401	51.618	52.951	54.503	56.218	58.130
65-69	40.063	41.650	43.189	44.583	45.896	47.089
70-74	31.126	31.599	32.394	33.461	34.714	36.101
75-79	24.771	25.148	25.372	25.522	25.753	25.904
80 Y MÁS	24.567	25.337	26.101	26.833	27.536	28.235
Total	1.680.795	1.701.782	1.722.945	1.744.228	1.765.906	1.787.545

Fuente: DANE – Colombia

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico N° 1 Población Nariño por edades



Fuente: DANE – Colombia
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Existe un índice de crecimiento promedio de la población de Nariño del 1,24% anual. Así mismo se observa que la mayor población está concentrada en las edades de 0 hasta 50 años, con lo que se puede pensar que la población potencialmente consumidora es atractiva en número de personas.

Según boletín de prensa de 8 de noviembre de 2012 de la DANE:

La población ocupada joven calificada que devengó hasta 0,50 salarios mínimos mensuales legales vigentes¹ pasó de 22,9% en el trimestre julio - septiembre 2011 a 19,7% en el mismo trimestre del 2012. La población ocupada joven calificada que devengó más de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes pasó de 16,1% en 2011 a 18,0% en el trimestre julio-septiembre del 2012. En el trimestre de estudio, del total de la población ocupada joven (14 a 26 años) no calificada 40,6% devengó hasta 0,50 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Esta población disminuyó 1,7 puntos porcentuales frente al mismo trimestre del año anterior. En el tercer trimestre de 2012, los jefes de hogar reportaron en promedio un ingreso laboral de \$894 mil, los hijos de \$640 mil. Los cónyuges presentaron una disminución de ingreso laboral al pasar de \$726 mil en el tercer trimestre de 2011 a \$696 mil en el mismo trimestre del 2012. (p. 5)

¹Salario mínimo legal vigente para el 2011 \$535.600 pesos, para el 2012 \$566.700

a. Calidad de vida

De acuerdo al estudio realizado por el Consejo Privado de Competitividad (2012) denominado *Calidad de vida en las ciudades de Colombia*, se determina que:

Pasto obtiene resultados atípicamente malos frente a las demás ciudades del estudio en indicadores relacionados con el ambiente económico, la movilidad y el transporte, la salud y la educación. En concreto, los principales retos de Pasto se encuentran en: (1) mejorar la educación primaria y secundaria, especialmente en matemáticas y ciencias naturales, (2) mejorar el entorno social (pobreza, hacinamiento, desempleo, informalidad), (3) reducir la mortalidad infantil y aumentar la cobertura en tratamientos especializados de salud como grandes quemaduras, enfermedades congénitas y cuidados intensivos, (4) mejorar la eficiencia del sistema de movilidad para reducir los tiempos de desplazamiento, y (5) mejorar la calidad en el suministro de servicios públicos como la energía eléctrica y las telecomunicaciones. (p. 257)

b. Distribución de los Ingresos

La distribución de la población ocupada de acuerdo a los niveles de Salario Mínimo Legal por Hora (SMLH), muestra una importante reducción de los trabajadores por debajo de un salario mínimo, al pasar de 38.3% al 29.7% del total de trabajadores, entre 2001 y 2008. Por su parte, la participación de los trabajadores entre uno y dos salarios mínimos se incrementan de 36.6% a 41.1% y la de aquellos entre dos y tres, pasa de 9.6% a 11%. Igualmente, los demás rangos de la estructura general de ingresos se mueven ligeramente. (Pineda, 2009, p. 22)

Tabla No. 8
Distribución de los ingresos

Distribución de la población ocupada según niveles de salario mínimo por hora						
	2001			2008		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Hasta 1 SMLH	36,3%	40,5%	38,3%	25,9%	34,4%	29,7%
1 SMLH -2 SMLH	37,1%	36,1%	36,6%	43,5%	38,1%	41,1%
2 SMLH -3 SMLH	9,9%	9,2%	9,6%	11,7%	10,2%	11,0%
3 SMLH -4 SMLH	4,6%	4,2%	4,4%	6,1%	5,5%	5,8%
4 SMLH -5 SMLH	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	3,3%	3,2%
5 SMLH -6 SMLH	1,7%	1,5%	1,6%	2,2%	1,9%	2,1%
6 SMLH y más	7,2%	5,5%	6,4%	7,4%	6,5%	7,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: O.I.T. Organización Internacional del trabajo

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tal como se puede apreciar el nivel de ingresos percibidos por los segmentos poblacionales más bajos mejoró, en general se observa que el hombre percibe un sueldo superior a la mujer.

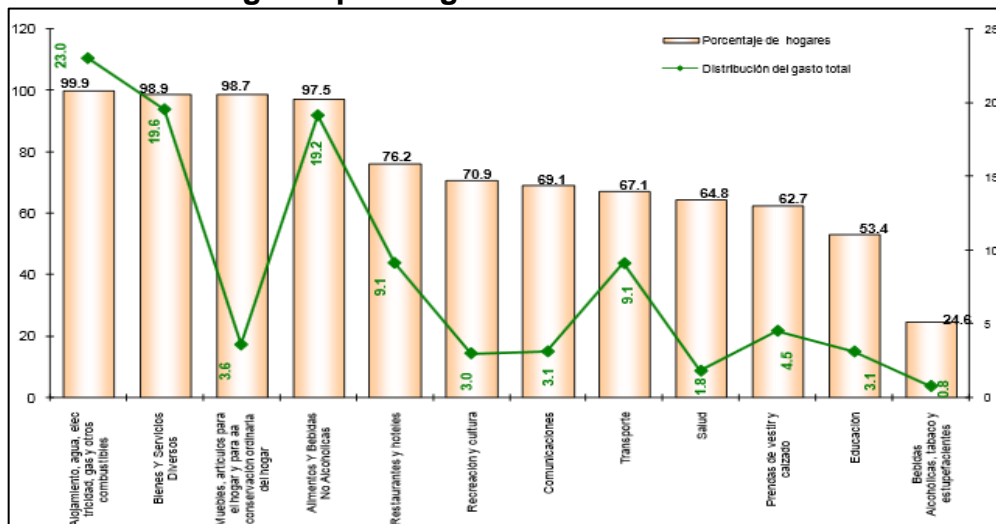
La distribución de los ingresos, tanto laborales como los totales (laborales y no laborales), se deterioró entre 2001 y 2008. Mientras el decil más alto de ingreso percibía el 43% de los ingresos laborales totales en el 2001, en el 2008 pasó a percibir el 50% de los ingresos totales. Estos 7.3 puntos de los ingresos totales que ganaron los trabajadores de mayores ingresos, los perdieron especialmente los trabajadores de los deciles cuatro, cinco y seis, pero también los tres primeros deciles. (p. 24)

En el siguiente gráfico observamos que:

De acuerdo a lo que necesita cada familia(...) los mayores gastos se efectúan en alimentos con el 28,3%, conformado por las divisiones de alimentos y bebidas no alcohólicas (19,2%) y gastos en restaurantes y hoteles (9,1%); seguido del gasto en alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles con el 23,0%; el 19,6% del gasto total se destina para el grupo de bienes y servicios diversos. En cuanto al porcentaje de hogares que adquieren los diferentes bienes, el 99,9% de los hogares tienen gastos en alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; el 98,9% en bienes y servicios diversos; el 98,7% en muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar. El gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas lo realiza el 97,5% de los hogares 3,1% del gasto; salud registra un gasto de 1,8% y por último están las bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes con el 0,8% del gasto total. (p. 28)

Gráfico No. 2

Estructura del gasto por Hogares –Colombia 2006-2007 Nacional



Fuente: DANE. ENIG 06/07

Elaborado por: Sandra Pozo (2013)

De acuerdo a lo indicado podemos inferir que existirá una asignación de sus ingresos para el consumo de nuestro producto ya que se encuentra dentro de alimentación y este rubro es el de mayor uso de dinero en el total de sus gastos familiares.

3.6.1.2. Factores políticos y legales

La política económica de Colombia para el 2013 se basa en los siguientes principios:

a. Política Monetaria

De acuerdo al Perfil Económico y Comercial de Colombia y al Ministerio de Relaciones Exteriores (2013), se establece lo siguiente:

“El Banco de la República debe mantener el índice de inflación en niveles aceptables con el fin de garantizar el desempeño de la actividad económica. La Junta Directiva del Banco de la República acordó que la meta de inflación para el año en curso será del rango entre 2% y 4%. Para el 2012 la inflación cerró en 2,44%”. (p. 4)

Durante su última reunión el pasado 28 de enero de 2013, la Junta del Banco de la República decidió disminuirlas tasas de interés a 4,00%, esta decisión estuvo basada en los siguientes factores de la coyuntura global:

A nivel nacional, la economía colombiana crece por debajo de su potencial, la inflación observada y proyectada se sitúa por debajo de la meta del 3%, y no se perciben presiones a la alza sobre la misma en el futuro cercano. En estas circunstancias, la evaluación del balance de riesgos indica la conveniencia de reducir la tasa de interés de intervención. Por otra parte el Banco decidió el pasado mes de octubre con el fin de suministrar liquidez a la economía realizar compras hasta mayo del 2013 como mínimo USD 30 millones diarios por medio de subastas. Esta decisión confirma el carácter preventivo de la política monetaria que busca imprimir confianza a los agentes económicos y demostrar la capacidad de las autoridades monetarias para estimular la economía en un

entorno internacional altamente volátil y un entorno local que muestra signos de moderación. (p. 5)

b. Política fiscal

El Ministerio de Hacienda y Crédito Público es el encargado de la política fiscal del país. La política fiscal le apunta a la adopción de instrumentos que eleven el ahorro público en los momentos de auge (...) y una mayor expansión del gasto en momentos en que la economía presente situaciones de desaceleración. (...) De igual forma, entró en vigor en enero de 2012 la Regla fiscal, norma por medio de la cual se busca una reducción gradual del déficit fiscal del Gobierno nacional y que éste último no supere cierto porcentaje del PIB. (...) La regla fiscal fortalece la capacidad del Gobierno para buscar una política contra cíclica, incluyendo la implementación de programas sociales que puedan proteger a los más vulnerables en tiempos de desaceleración económica. (...) Para el año 2012 se espera que el déficit del sector público consolidado sea de 0.5% del PIB, y que se reduzca hasta alcanzar un superávit de 0.2% del PIB en 2016. Al III trimestre del año 2012 la economía creció 2,1%. (p. 6)

c. Acuerdos Comerciales Suscritos por Colombia

Ecuador mantiene con Colombia el llamado Acuerdo de Cartagena, en que se acogen al programa de liberación especial para Ecuador, en él menciona que no se pagará ningún tipo de arancel, ni gravamen en las exportaciones de productos de los países miembros con solo la presentación del certificado de origen.

De acuerdo a información disponible en la Cancillería y específicamente en la página web del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia (2013), las relaciones diplomáticas de Colombia y Ecuador se iniciaron el 10 de febrero de 1832, en la cual se extiende la frontera colombo – ecuatoriana en 586 kilómetros; el 26 de noviembre de 2010, en la Cumbre de UNASUR en Guyana, en seguimiento a los acuerdos de la “Hoja de Ruta” de septiembre de 2009. Actualmente, las relaciones bilaterales se desarrollan en diálogo directo y franco, sobre la base del respeto mutuo y apego al derecho internacional, privilegiando los canales acordados con la Comisión de Vecindad Colombo-Ecuatoriana, promoviendo la integración, la cooperación y el desarrollo binacional, la formulación, ejecución y seguimiento de los proyectos de interés fronterizo conjunto.

Tabla No. 9

Acuerdos suscritos por Colombia

Acuerdo	Fecha de vigor	Comentario	Integrantes
AELC - Colombia	01-jul-11	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Colombia; Islandia; Liechtenstein; Noruega; Suiza
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	18-mar-81	Acuerdo de alcance parcial	Argentina; Bolivia, Estado Plurinacional de; Brasil; Chile; Colombia; Cuba; Ecuador; México; Paraguay; Perú; República Bolivariana de Venezuela; Uruguay
Canadá - Colombia	15-ago-11	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Canadá; Colombia
Chile - Colombia	08-may-09	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Chile; Colombia
Colombia - México	01-ene-95	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Colombia; México
Colombia - Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala, Honduras)	12-nov-09	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Colombia; El Salvador; Guatemala; Honduras
Comunidad Andina (CAN)	25-may-88	Unión aduanera	Bolivia, Estado Plurinacional de; Colombia; Ecuador; Perú
Estados Unidos - Colombia	15-may-12	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Colombia; Estados Unidos
Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC)	19-abr-89	Acuerdo de alcance parcial	Argelia; Argentina; Bangladesh; Benin; Bolivia, Estado Plurinacional de; Brasil; Camerún; Chile; Colombia; Corea, República de; Corea, República Popular Democrática de; Cuba; Ecuador; Egipto; Ex República Yugoslava de Macedonia; Filipinas; Ghana; Guinea; Guyana; India; Indonesia; Irán, República Islámica del; Iraq; Jamahiríya Árabe Libia; Malasia; Marruecos; México; Mozambique; Myanmar; Nicaragua; Nigeria; Pakistán; Perú; República Bolivariana de Venezuela; Singapur; Sri Lanka; Sudán; Tailandia; Tanzania; Trinidad y Tabago; Túnez; Viet Nam; Zimbabwe
UE - Colombia y Perú	26-jun-12	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de Integración económica	Austria; Bélgica; Bulgaria; Chipre; República Checa; Dinamarca; Estonia; Finlandia; Francia; Alemania; Grecia; Hungría; Irlanda; Italia; Letonia; Lituania; Luxemburgo; Malta; Países Bajos; Polonia; Portugal; Rumanía; República Eslovaca; Eslovenia; España; Suecia; Reino Unido; Colombia; Perú

Fuente: Organización Mundial de Comercio, OMC

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

d. Balanza comercial de Colombia

En la siguiente tabla se observa que existe una balanza positiva de Colombia versus Ecuador, dándonos a entender que las compras que realizó a nuestro país fueron menores que las exportaciones que ellos nos realizaron, en tal sentido gracias a este proyecto se intenta reducir esa balanza negativa por parte de Ecuador.

Tabla No. 10
Balanza Comercial de Colombia

Millones de dólares FOB

Origen	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Total balanza comercial/1	470,5	1.665,0	1.559,4	5.358,4	5.066,6	222,6
Grupos comerciales						
Aladi	1.349,7	258,3	-2.808,3	-4.198,0	-3.850,5	-466,0
Comunidad Andina	759,1	637,6	1.227,8	1.184,8	1.432,2	191,2
MERCOSUR	-2.222,6	-2.343,9	-2.507,9	-2.820,6	-3.325,4	-423,2
Unión Europea	-239,8	-203,9	-198,5	2.103,7	2.107,6	248,3
Principales países						
Estados Unidos	3.312,3	3.856,9	6.821,9	8.991,0	8.527,4	372,8
Venezuela	4.951,1	3.521,6	1.131,5	1.190,9	2.059,4	278,9
Perú	154,7	191,6	376,7	334,6	705,2	58,4
Chile	189,6	78,0	368,4	1.358,5	1.294,2	155,0
Ecuador	712,7	582,7	992,8	867,6	867,8	157,5
Japón	-700,0	-444,2	-575,9	-831,7	-1.202,7	-143,9
Alemania	-851,5	-919,6	-1.298,5	-1.646,7	-1.757,8	-135,1
México	-2.369,3	-1.663,4	-3.055,9	-5.144,2	-5.315,1	-665,8
Canadá	-398,5	-240,2	-220,2	-273,4	-591,1	-76,7
Brasil	-1.537,1	-1.459,7	-1.254,7	-1.322,4	-1.376,4	-222,3
China	-3.725,4	-2.529,5	-3.275,4	-5.676,5	-5.620,9	-529,1
Resto de países	732,0	690,9	1.548,7	7.510,7	7.476,7	972,9

1/La suma de los parciales no es equivalente al total de la balanza comercial

* Corresponde al periodo enero - febrero

Fuente : DIAN, DANE. Cálculos: DANE

Nota: La balanza para la Unión Europea corresponde a los 27 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1995 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.

Elaborado por: Sandra Pozo

Tabla No. 11
Balanza Comercial de Nariño

Países de origen	2010	2011	Variación porcentual	Valor CIF (miles de dólares)	
				Participación porcentual 2010	Participación porcentual 2011
Total	412.237	555.190	34,7	100,0	100,0
Ecuador	328.119	399.199	21,7	79,6	71,9
Perú	63.740	116.502	82,8	15,5	21,0
Zona Franca Quindío	1.051	10.025	*	0,3	1,8
Estados Unidos	2.717	5.886	116,6	0,7	1,1
China	3.064	4.867	58,9	0,7	0,9
Bolivia	5.834	4.264	-26,9	1,4	0,8
México	526	3.130	495,5	0,1	0,6
Canadá	3.528	2.696	-23,6	0,9	0,5
Chile	905	1.985	119,4	0,2	0,4
Argentina	306	1.292	322,3	0,1	0,2
Resto de países	2.449	5.345	118,2	0,6	1,0

Fuente: DIAN – DANE

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Las importaciones de Nariño, por países de origen, indican que los mercados de Ecuador y Perú fueron los principales proveedores de bienes y servicios, lo que explica 92,9% del valor total importado. Respecto a 2010, la representatividad de Ecuador se redujo en 7,7 puntos porcentuales, mientras que la de Perú aumentó en 5,5 puntos porcentuales.

Tabla No. 12
Tarifa arancelaria importador Colombiano

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada
0804502000	Dátiles higos piñas (ananás) aguacates (paltas) guayabas mangos y mangostanes frescos o secos: Guayabas mangos y mangostanes: Guayabas	Gravamen arancelario	15%
		IVA	15%
		Gravámenes por acuerdos internacionales (Acuerdo de Cartagena)	0%
		Régimen de Comercio	Libre Importación

Fuente: DIAN

Elaborado: Sandra Pozo

Tabla No. 13
Principales destinos de exportaciones ecuatorianas
Partida 08.04.50, a Colombia

Sub Partida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	Fob – Dólar
804502000	Mangos y Mangostanes	Estados Unidos	148,717.97	73,976.66
		Holanda(Países Bajos)	11,504.21	6,612.90
		Canadá	11,785.95	4,626.01
		México	7,489.77	3,362.10
		Colombia	26,470.19	1,853.67
		Nueva Zelanda	3,080.71	1,749.82
		Alemania	2,056.70	1,351.40
		España	2,588.01	1,273.89
		Bélgica	2,053.10	1,262.05
		Reino Unido	1,419.08	1,102.78

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

De acuerdo a la información de la tabla número 12 se observa que después de Estados Unidos, Colombia constituye el segundo país destino de las exportaciones ecuatorianas de mango.

e. Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales - Colombia.

El importador de Colombia aplica la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones con partida 08.04.50, procedentes del Ecuador.

A continuación se muestra que no existen barreras arancelarias que dificulten la comercialización del mango entre Ecuador y Colombia, puesto que los dos países forman parte de la CAN y se acogen a los objetivos que plantea el Acuerdo de Cartagena.

La información existente en la Ficha Comercial de Colombia (2013), muestra que:

Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia son miembros de la Comunidad Andina (CAN), por lo que el comercio entre ellos aplica en su mayoría arancel 0%. (...)

Colombia concede trato preferencial a todas las importaciones procedentes del Estado Plurilateral de Bolivia, el Ecuador y el Perú, siempre que cumplan los criterios de origen de la Comunidad Andina. Colombia también concede trato preferencial a las importaciones procedentes de países con los que ha suscrito acuerdos en el marco de la ALADI y otros acuerdos bilaterales. (p. 8)

f. Barreras No Arancelarias - Colombia.

La importación de algunos productos está regulada mediante permisos de importación con el fin de proteger la seguridad pública, el medio ambiente, la flora, la fauna y la salud pública.

A continuación se detallan los productos sujetos a permisos de importación.

Tabla No. 14

Regulación de Importación – Colombia

Productos	Institución que otorga los permisos	Instrumento o jurídico	Fecha
Todos los materiales vegetales, productos y subproductos, deben cumplir unos requisitos fitosanitarios para su importación, excepto los productos que por su constitución física y por los procesos de transformación a que han sido sometidos no ofrecen riesgo fitosanitario.	Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	artículo 4 del Decreto 3761	2009

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario - ICA

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

g. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

Colombia aplica las normas sanitarias y fitosanitarias regionales andinas y ha participado con los otros países de la CAN en esfuerzos para armonizar normas fitosanitarias y procedimientos sanitarios y fitosanitarios en el comercio intrarregional andino y con terceros países. A nivel regional andino, se han adoptado procedimientos comunes para expedir permisos y certificados fito y zosanitarios, así como normas para el registro, control, comercialización y uso de productos veterinarios. (Pro Ecuador, 2013, p. 33)

h. Empaque, embalaje y etiquetas

“Las regulaciones aduaneras colombianas establecen condiciones especiales de embalaje, empaque y rotulación para la importación de productos comestibles, farmacéuticos y materiales considerados peligrosos o tóxicos.”(Perfil Logístico de Colombia, 2012, p. 12)

De acuerdo a la Norma Técnica Colombiana NTC 1266 (Segunda actualización, 1994) se debe cumplir la siguiente normativa de empaque con respecto al mango:

Los materiales utilizados en el empaque deben ser nuevos, limpios, ecológicamente aceptados y de una calidad tal que evite ocasionar cualquier daño externo o interno al producto. Se admite utilizar materiales y, en especial, papel o impresos que lleven las especificaciones comerciales, siempre que la impresión o el rotulado se hayan hecho con tinta o pegante no tóxicos. Los empaques deben estar libres de cualquier materia extraña. (p. 5)

Tabla No. 15
Empaque, Embalaje y Rotulado – mango – Colombia

Concepto	Detalle	
Empaque/Embalaje	Los empaques deberán brindar la suficiente protección al producto, de manera que se garantice la manipulación, transporte, y conservación del mango. El contenido de cada empaque debe ser homogéneo y estar constituido por mangos del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre. Los materiales utilizados deben ser nuevos, limpios y no ocasionar ningún tipo de alteración al producto. Se permite la utilización de materiales, papeles o sellos, siempre que sean no tóxicos.	
Rotulado	Identificación del producto	Nombre del exportador, empacador y/o expedidor, código.
	Naturaleza del producto	Nombre del producto, nombre de la variedad.
	Origen del producto	País de origen y región productora, fecha de empaque.
	Características comerciales	Categoría, calibre, número de frutos, peso neto.
	Simbología	Que indique el correcto manejo del producto. (ISO 780)

Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla No. 16
Requisitos específicos del empaque del mango

Tipo de empaque	Largo (mm)	Ancho (mm)	Masa neta (kg)
Caja de cartón	600 400**	400 300**	Máximo 10 Máximo 4 a 5
Canastilla plástica	600 500*	400 300*	Máximo 10

*Dimensiones ajustadas a la estiba americana
**Tamaño de empaque más utilizado comercialmente

Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

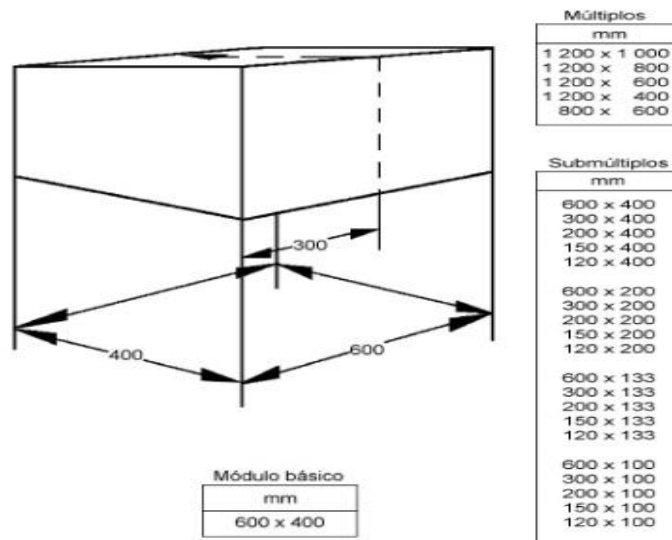
Tabla No. 17
Sistema de minicontenedores para el empaque de mango

Tipo de empaque	Características	Masa (kg)
Minicontenedor	Contiene 5 a 6 cajas de 400 mm x 300 mm Medida de la base 600 mm x 400 mm*	25 máximo (según OIT)

* Si se utiliza este sistema debe tenerse en cuenta que las medida de 600 mm x 400 mm de base corresponden al minicontenedor exteriormente

Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

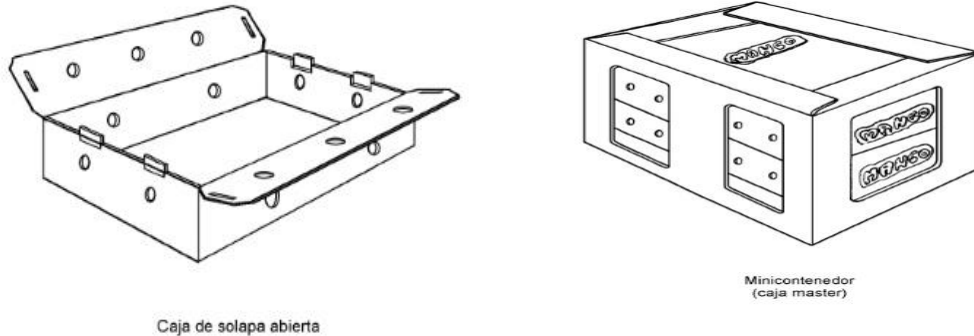
Gráfico No. 3
Módulo de empaque ISO



Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 4

Caja de cartón pegadiza y minicontenedor

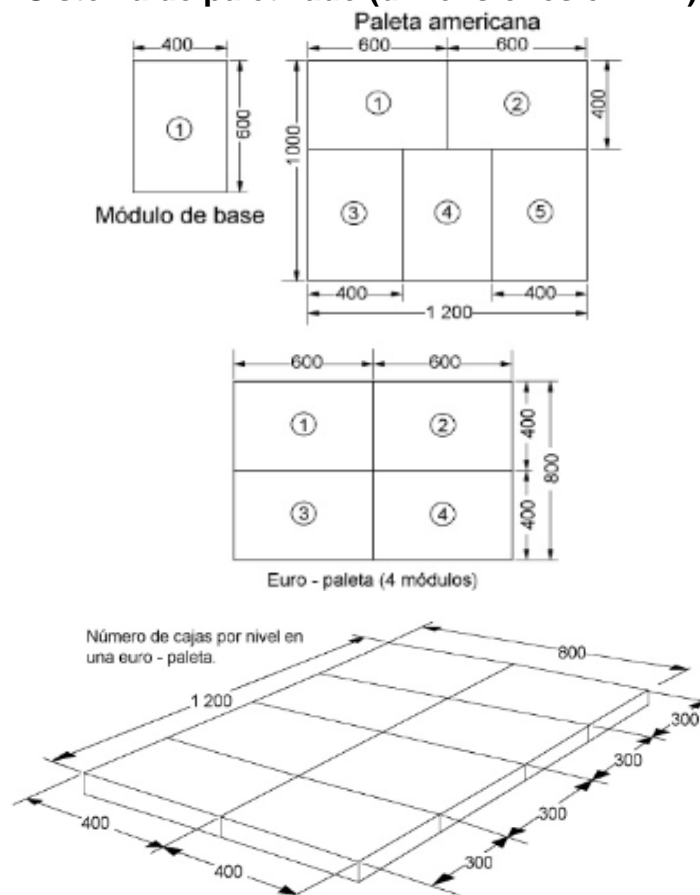


Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 5

Sistema de paletizado (dimensiones en mm)



Fuente: Norma Técnica Colombiana NTC 1266-2

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Independientemente de las medidas que presenta la norma técnica, este ejemplo se lo plantea con la finalidad de conocer la forma como se embarcará la fruta y como lo estipula el país de destino, tomando en cuenta que las medidas de las cajas de cartón a ser utilizadas son diferentes pero con variantes mínimas.

3.6.1.3. Factores Geográficos

Tabla No. 18
Estructura De Transporte En Colombia

Puertos	Aeropuertos	Infraestructura Vial
<ul style="list-style-type: none"> • Providencia • San Andrés • La Guajira • Puerto Bolívar • Santa Marta • Barranquilla • Cartagena • Tolú • Turbo • Buenaventura • Tumaco 	<ul style="list-style-type: none"> • Ernesto Cortissoz- Barranquilla • El Dorado- Bogotá • Alfonso Bonilla Aragón- Cali • Rafael Núñez - Cartagena • José María Córdova - Medellín • Matecaña - Pereira 	<ul style="list-style-type: none"> • Cúcuta – Bucaramanga – Socorro- Tunja- La Caro – Bogotá – Armenia – Alambrado- La Paila- Cali – Popayán – Pasto- Puente Rumichaca. • Paraguachón–Maicao- Riohacha–Barranquilla- Cartagena- El Viso- San Onofre– Toluviejo – Sincelejo- La Ye – Medellín- La Pintada – Cerritos – Cartago – Zarzal – Cali – Popayán – Pasto- Puente Rumichaca.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe–CEPAL2012/CAN 1990

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

a. Vía Terrestre

Será esta alternativa, a través de la vía terrestre y usando el transporte de mercancías por carretera, se embarcará periódicamente desde la Provincia del Guayas hasta las ciudades de Ipiales y Pasto, respetando todas las medidas de circulación y pase de frontera en el Puente Internacional de Rumichaca. La decisión está basada en la propuesta de exportar a Colombia, específicamente a Nariño, tomando en cuenta que esta alternativa es de fácil aplicación,

diferente al actual sistema de distribución ya que la producción ecuatoriana se embarca a los distintos destinos mundiales por vía marítima.

Gráfico n° 6



Fuente: Google imágenes

3.6.1.4. Entorno Tecnológico

A lo largo de la investigación se ha identificado que en Colombia existe el interés por el uso de la tecnologías de información y comunicación TIC's, involucrarlas en sus procesos y que generen un beneficio a la organización o a la sociedad en el tema de información, investigación y conocimiento.

Este uso de la tecnología modifica el paradigma que transforma la sociedad y la empresa, generando una serie de oportunidades y desafíos para mejorar la estructura productiva en la industria, agricultura, salud, medio ambiente, energía, educación y otros sectores, logrando un crecimiento en términos de desarrollo y bienestar.

De acuerdo a un artículo publicado por Leonardo Pineda Serna (agosto, 2012) titulado *Ciencia, tecnología e Innovación en Colombia: ¿pensando con el deseo?* en Colombia la Investigación Desarrollo e Innovación siguen caracterizándose por una sobre representación del sector público y una presencia menor del sector privado; el énfasis primario en la investigación básica, y muy baja concentración en la investigación aplicada; bajos niveles de transferencia tecnológica entre el sector público y el sector privado y dentro del propio sector privado; escasos vínculos con redes internacionales de I&D tecnológico e innovación. (p. 14)

En general el acceso a la tecnología en Colombia es adecuada y va en aumento, ya que a nivel latinoamericano se considera a este país como uno de los de más alto índice de incorporación de las TIC's a su economía.

3.6.1.5. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio

Tabla n° 19

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO – POAM				
	Oportunidad		Amenaza	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	Nivel	Pts	Nivel	Pts
PIB	Alto	3		
Riesgo país	Alto	2		
Inflación	Medio	2		
Población	Alto	3		
Tasa de crecimiento poblacional	Alto	3		
Distribución de los ingresos	Alto	3		
Nivel de desempleo			Bajo	1
	Suma	16	Suma	1
	Promedio	2,29	Promedio	1
FACTORES POLÍTICOS	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Política Comercial	Alto	3		
Política Económica (cambiaría)			Bajo	1
Balanza comercial	Alto	3		
	Suma	6	Suma	1
	Promedio	3	Promedio	1
FACTORES LEGALES	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Barreras Arancelarias	Alto	3		
Barreras no Arancelarias	Alto	3		
Certificado de Inspección ICA			Medio	2

Registro Sanitario			Medio	2
Envases, empaque y embalaje	Alto	3		
	Suma	9	Suma	4
	Promedio	3	Promedio	2
FACTORES GEOGRÁFICOS	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Infraestructura de transporte	Alto	3		
Infraestructura en comunicación	Alto	3		
	Suma	6	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0
FACTORES TECNOLÓGICOS	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Facilidad de acceso a la tecnología	Alto	3		
Velocidad en el desarrollo tecnológico	Medio	2		
	Suma	5	Suma	
	Promedio	2,50	Promedio	0
Ponderación	Alto = 3	Medio=2	Bajo = 1	0

Fuente: Gerencia Estrategia (2012)

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 20

RESUMEN POAM	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,83	1
Factores Políticos	3	1
Factores Legales	3	2
Factores Geográficos	3	0
Factores Tecnológicos	2,50	0
Suma	14,33	4
Promedio	2,87	0,80

Fuente: Gerencia Estrategia (2012)

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

a. Factores socioeconómicos:

- Se identifica que el PIB de Colombia tiene un crecimiento del 4,30% estableciendo una estabilidad económica para los siguientes años de acuerdo a sus perspectivas económicas, por lo que se considera una oportunidad de alto impacto.

- El riesgo país de Colombia se encuentre en niveles bajos que representa una oportunidad de alto impacto; las políticas comerciales y monetarias de Colombia han permitido que mejoren sus relaciones a nivel mundial.
- El nivel de inflación está relacionado con la capacidad adquisitiva de consumidor, al superar el 3% se podría tener una baja capacidad de compra, por ello se considera oportunidad de medio impacto.
- La población de Colombia está en aumento y tiene la preferencia de consumo de mango, por lo que se considera una oportunidad alta.
- El crecimiento poblacional se encuentra en un 2% sin embargo la población global elevada incrementará el nivel de consumo.

b. Factores políticos:

- La política comercial de Colombia está abierta a los acuerdos comerciales facilitando al mismo tiempo el desarrollo binacional con nuestro país, la consideramos como una oportunidad de alto impacto.
- La política económica constituye una amenaza baja por el tema de la política cambiaria ya que se puede controlar a través de la inflación los precios en su mercado.
- Ecuador mantiene una Balanza Comercial con Colombia positiva, identificándose como una oportunidad de alto impacto por la creciente demanda de productos.

c. Factores legales:

- Las barreras arancelarias representan una oportunidad de alto impacto debido a que Ecuador al ser miembro de la CAN junto con Colombia manejan cero tributos en sus negociaciones de mango.
- Las barreras no arancelarias que constituyen los certificados sanitarios y fitosanitarios de fácil obtención, por ende es una oportunidad alta.

- Los certificados de inspección y registros sanitarios podrían dificultarse en su obtención para proteger la producción nacional que existe en Colombia, por ello podría ser una amenaza media.
- El envase, empaque y embalaje requerido para ingresar a Colombia es sencillo y se puede cumplir fácilmente con la normativa de ese país, por ende se considera una oportunidad alta.

d. Factores geográficos:

- La infraestructura de transporte, la seguridad en el trayecto, puede generar facilidad en el tránsito de mercancía en el país de destino.

e. Factores tecnológicos:

- En lo tecnológico se conoce que Colombia está incorporando fuertemente las TIC's en sus gestiones productivas y comerciales, para ellos existen las facilidades suficientes por parte del gobierno impulsando al país a desarrollarse en un mercado global, convirtiéndose entonces en una alta fortaleza.

3.6.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.6.2.1. Perfil del Consumidor

Según el estudio de Food trends International realizado por Ipsos- Napoleón Franco a finales de 2007, un 59% de los colombianos afirma haber realizado recientemente cambios en su alimentación para hacerla más saludable. Al preguntarles cuáles han sido esos cambios, afirman estar consumiendo menos harinas, más vegetales y menos grasas en su mayoría, y en menor porcentaje, afirman estar consumiendo más frutas, menos azúcar y dulces. (párr. 1)

Camilo Herrera, presidente de Raddar- empresa dedicada al estudio del consumo final en Colombia y el mundo-, expuso en ese escenario las “Decisiones de compra”, conferencia en la que explicó el consumo en el país antes y después de 2007.

Según Herrera, la estructura de consumo del colombiano promedio está determinada por cinco razones fundamentales: nivel de ingreso, oportunidad de compra - cercanía, capacidad de crédito, razón de compra y poder de la marca. Los alimentos, la vivienda, la educación, el transporte y las comunicaciones y otros gastos son algunos de los productos que, de acuerdo con estudios de Raddar, los colombianos compran motivados, principalmente, por la necesidad; mientras que artículos de vestuario y gastos relacionados con cultura, diversión y espectáculo son atribuidos al gusto. (...) En cifras concretas, se estima que el 94% de la población nacional paga en efectivo sus compras, un 2% lo hace con tarjeta de crédito, el 1% cancela con débito y el monto restante utiliza otros medios de pago. (...) mensualmente, el consumidor de nivel de ingresos bajo invierte entre 0 y 350 mil pesos; el consumidor medio, entre 350 mil y 750 mil pesos y el de consumo alto, de 750 mil pesos en adelante. Las estadísticas advierten que los lugares frecuentes de adquisición de bienes de consumo en Colombia son las tiendas de barrio (46%), las grandes superficies (22%), el mercado (10%), los sitios especializados (9%), las panaderías (5%), el vendedor ambulante (3%) y otros como los centros comerciales, las droguerías y las plazas. En las tiendas de barrio, supermercados y centros especializados, por ejemplo, el mayor consumo se da en alimentos, mientras que en los centros comerciales las ventas son jalonadas por la mayor demanda de vestuario (párr. 3)

3.6.2.2. Oferta

a. Importaciones Colombianas de Mango

Tal como se puede apreciar en el la tabla No 21 las importaciones colombianas de mango se han incrementado paulatinamente con un índice promedio anual del 25%, sin embargo en el año 2012 observamos que la misma no creció sino que se mantuvo.

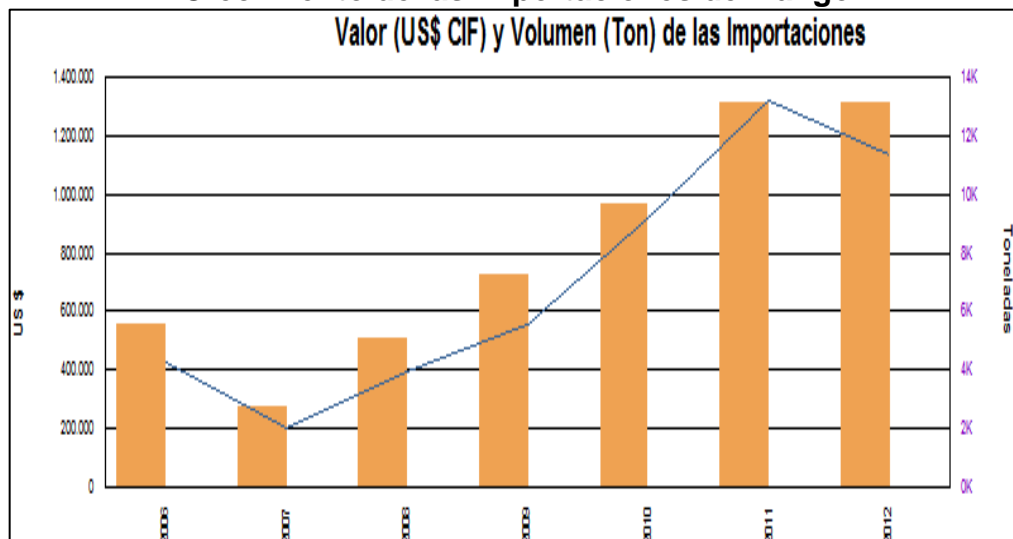
Tabla No. 21
Importaciones de Mango a Colombia

Año	Valor (CIF US\$)	Volumen (toneladas)
2006	423.280	5.524
2007	203.485	2.722
2008	397.585	5.078
2009	555.268	7.277
2010	917.466	9.675
2011	1.318.400	13.131
2012	1.136.782	13.132

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 7
Crecimiento de las Importaciones de Mango



Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

b. Exportaciones Colombianas de Mango

En cuanto a las exportaciones se identifica por el contrario una variación en el comportamiento comercial de salida de mango, es así que en el año 2012 se nota una depresión total de las exportaciones, una disminución del 84%, esto nos haría pensar que el consumo local aumentó pues lo que corresponde a la producción nacional también se nota crecimiento

Tabla No. 22

Exportaciones de Mango de Colombia

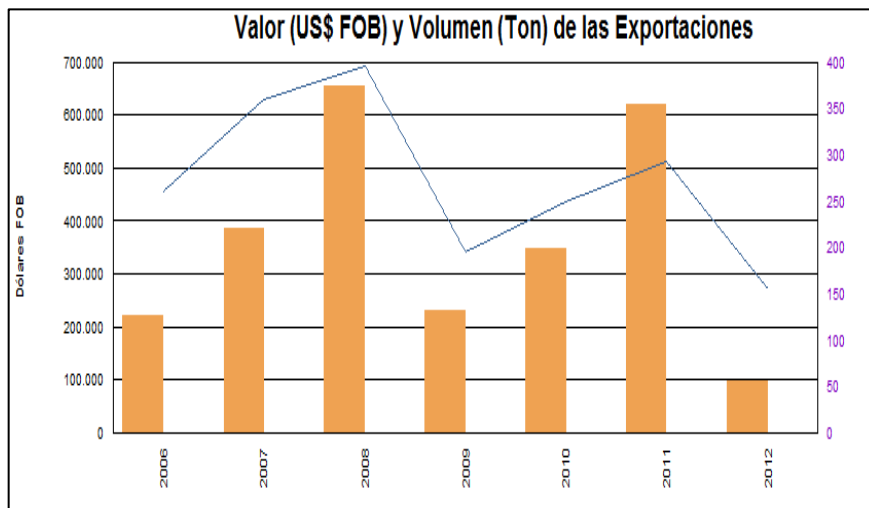
Año	Valor (FOB US\$)	Volumen (toneladas)
2006	455.591	126
2007	628.104	220
2008	691.315	374
2009	341.348	131
2010	435.097	198
2011	511.092	354
2012	272.973	55

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 8

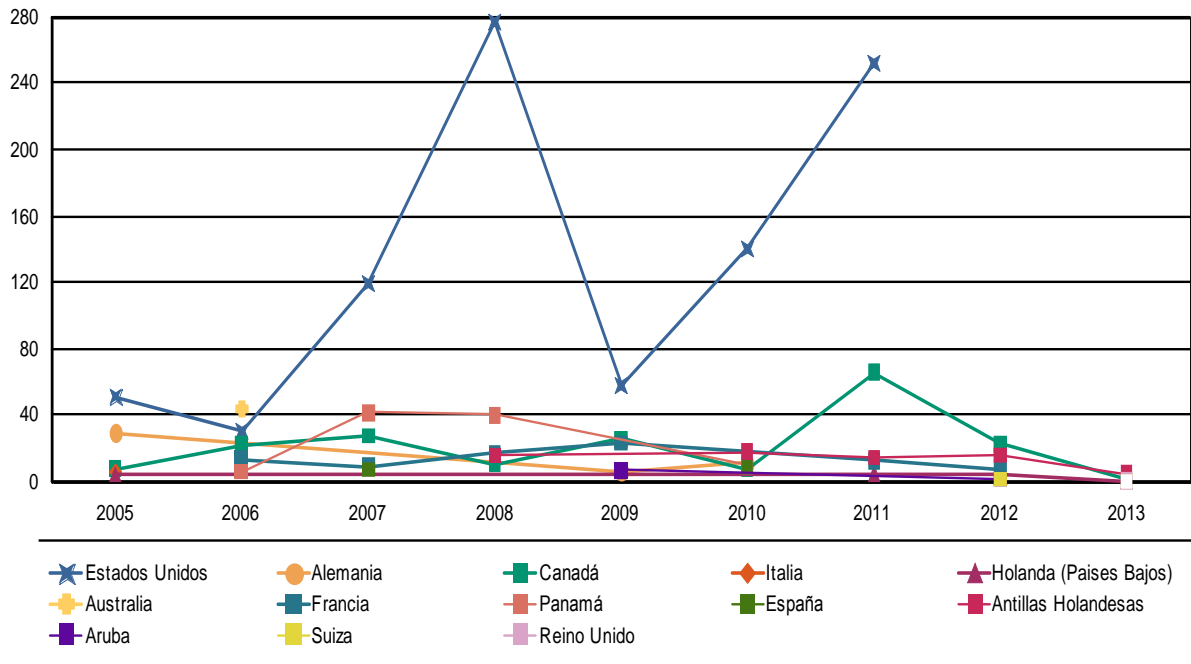
Crecimiento de las Exportaciones de Mango



Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 9
Países destino de las exportaciones colombianas de mango - Tm



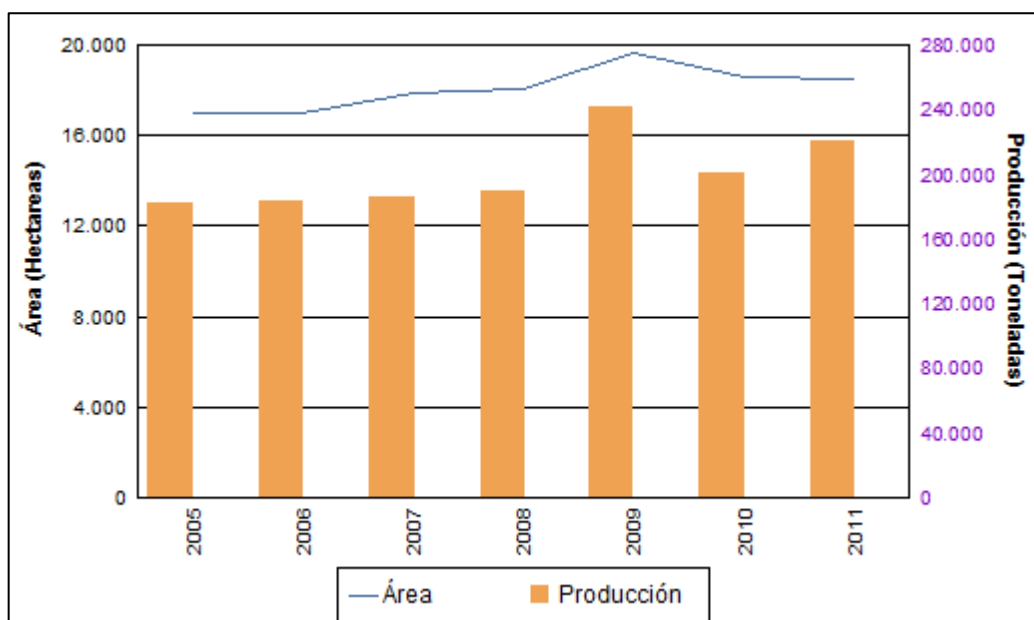
Fuente: Agronet
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Como se observa en este gráfico el principal destino de las exportaciones es Estados Unidos, esto se denota por el ATPDA que existe entre Colombia y USA, a la vez esta tendencia beneficia a Ecuador ya que no cuenta con este acuerdo y a la vez el producto colombiano puede continuar enviándose al extranjero y Ecuador puede proveer a su mercado desabasteciendo, en este caso al departamento de Nariño por la cercanía con Ecuador.

c. Producción Nacional de Mango - Colombia

La producción interna del mango en Colombia se ha mantenido sin muchas variaciones y tendencia al alza, en el año 2009 tuvo un mayor despunte y retomó su nivel creciente en el año 2010 y 2011, con niveles superiores a las 220 mil toneladas.

Gráfico No. 10
Crecimiento de Producción Nacional colombiana de Mango



Fuente: Agronet
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla No. 23
Producción Nacional de Mango en Colombia

Año	Volumen (toneladas)
2004	180.000
2005	182.608
2006	183.501
2007	185.269
2008	189.066
2009	241.016
2010	200.135
2011	220.025

Fuente: AGRONET - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

**Tabla No. 24
Producción de Mango**

Año	Área Cosechada (Ha)	Producción (Toneladas)	Rendimiento (Tm / Ha)
2005	55	550	10
2006	55	550	10
2007	63	630	10
2008	82	578	7,0
2009	106	637	6,0
2010	91	649,5	7,1
2011	83	518,5	6,2

Fuente: Agronet

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Se ha identificado que existe producción de mango en algunos departamentos de Colombia según datos que reflejan el portal web del Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, sin embargo su rendimiento por hectárea va disminuyendo, quizá esa sea una causa para que las importaciones sigan creciendo, ya sea por el volumen de producción o por la calidad del producto.

d. Precios en el mercado de destino

De acuerdo a información obtenida de Mango Ecuador el precio de comercialización en Estados Unidos corresponde a 4 dólares por la caja de 4,2 kg, lo que representa 0,95 dólares por kg, sin embargo en la tabla siguiente se observa que en Nariño se está comercializando cada kg de mango a un precio promedio de 1 dólar en Pasto y 0,60 en Ipiales, lo cual genera buenas expectativas económicas en la comercialización del mango ecuatoriano a Colombia.

**Tabla No. 25
Precio del mango en Ipiales**

Fecha	Pasto (\$/Kg)		Ipiales (\$/Kg)	
	Pesos	Dólares	Pesos	Dólares
2011-01	1156	0,64	673	0,37
2011-02	1203	0,67	680	0,38
2011-03	1188	0,66	N/A	
2011-04	1141	0,63	812	0,45

2011-05	1290	0,72	961	0,53
2011-06	1763	0,98	1064	0,59
2011-07	2449	1,36	N/A	
2011-08	2844	1,58	N/A	
2011-09	4800	2,67	N/A	
2011-10	1358	0,75	1195	0,66
2011-11	1047	0,58	922	0,51

Fuente: Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario-Corporación Colombiana Internacional

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

e. Competencia

Los principales países productores a nivel mundial son India, China, Tailandia, Indonesia, Pakistán, México y Brasil. Los datos más recientes de la FAO en 2009, indican que estos países han presentado promedios de volumen de producción muy elevada, superiores a la producción ecuatoriana, por ende se puede decir que son fuertes competidores a nivel internacional.

Tabla No. 26
Principales países productores de mango, 2011

Posición	País	Producción (miles de USD)	Producción (Tm)
1	India	8.122.966	13.557.100
2	China	2.480.725	4.140.290
3	Tailandia	1.479.828	2.469.810
4	Indonesia	1.288.209	2.243.440
5	Pakistán	1.035.360	1.728.000
6	México	904.304	1.509.270
7	Brasil	717.616	1.197.690

Fuente: Información disponible en <http://faostat.fao.org>, diciembre 2011

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Brasil encabeza la lista en cuanto a rendimiento por hectárea, ya que en el año 2008 este país reportó 15.6 t/ha en relación a lo reportado en el año 2000, con apenas 7.9 T/Ha, prácticamente ha duplicado su rendimiento (10.9% de tasa media de crecimiento anual). México se ha ubicado en la tercera posición apenas por debajo de Pakistán, teniendo un comportamiento similar entre estos dos países, manteniendo su rendimiento por hectárea constantes durante los últimos años. Actualmente, China, Vietnam e India presentan rendimientos menores que los países mencionados anteriormente, con 8.7, 7.1 y 6.38 T/Ha respectivamente, por lo que se podría decir que éstos países se encuentran en la parte intermedia de rendimiento, tomando en cuenta a las potencias productoras de este frutal (Fundación Produce Guerrero, 2012, p. 50)

Debido a que este frutal se ha adaptado en varias regiones del mundo se obtiene una producción de mango durante todo el año, en diferentes países en distintas épocas de cosecha, bajo sus condiciones particulares de suelos y climas, garantizando en este sentido una oferta continua de producto.

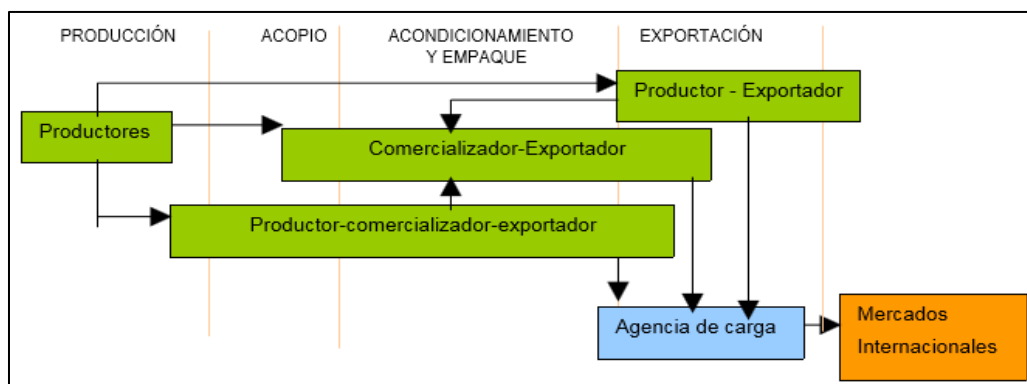
f. Canal de distribución

En gráfico adjunto se aprecia que existen actualmente tres sistemas de distribución que se usan para la comercialización de mango:

4. Productor – Exportador
5. Comercializador – exportador
6. Productor – comercializador – exportador

En tal situación se identifica que la comercialización a los mercados internacionales no se realiza directamente por el productor, por ello no logran mejorar sus beneficios, sino que son los intermediarios quienes obtienen el beneficio de mejores precios internacionales.

**Gráfico No. 11
Canal de Comercialización**



Fuente: MAGAP

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

6.1.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

6.1.1.1. Factores Políticos y legales

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones [COPCI] (2010), el Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones mediante el acceso a los programas de preferencias arancelarias u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios. (Art. 93)

En tal sentido se visualiza que las políticas de gobierno buscan estimular el desarrollo del sector micro empresarial, para ingresar sus productos a nuevos mercados y mejorar la calidad de vida de los involucrados.

a. Política comercial

De acuerdo información contenida en la Guía Comercial de la República del Ecuador (2013), publicada en Pro Ecuador:

Ecuador es parte de importantes organismos internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC), Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial (BM), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Fondo de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). (...) Además, Ecuador forma parte de acuerdos regionales como la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina (CAN), Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y Banco del Sur. Ecuador, también es un país asociado de MERCOSUR. (p. 14)

La política comercial del Ecuador busca generar una apertura hacia mercados internacionales a través del apoyo a los pequeños productores, tal como se señala en el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, facilitando el comercio y brindando incentivos a las exportaciones.

Tabla N° 27

Acuerdos Comerciales en los que participa Ecuador

Ecuador
✓ Comunidad Andina
✓ MERCOSUR
✓ México
✓ Cuba
✓ Guatemala
✓ Venezuela:

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

b. Barreras no arancelarias a la exportación

Para la exportación de mango se requiere cumplir con determinadas normas arancelarias, pautas fundamentales para poder ingresar el producto al mercado Colombiano.

Tabla n° 28

BARRERAS NO ARANCELARIAS	DESCRIPCIÓN
Certificado Fitosanitario	Documento expedido por AGROCALIDAD entidad encargada de verificar la calidad del producto a ser exportado, en nuestro caso previo el registro como exportador ante el SENA Y AGROCALIDAD se procede a la inspección de la mercadería en el momento del embarque o en el momento previo a la exportación, emitido un resultado favorable de mencionada inspección se procede a cancelar el valor de 4 USD para obtener el Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)

Certificado de Origen	Todo tipo de producto a ser exportado necesita de una certificación en la cual se constate la procedencia y las obligaciones a las cuales se sujeta la mercadería dependiendo del destino de la misma, en nuestro caso por ser miembros de la CAN este documento lo emite la Federación de Exportadores (FEDEXPORT) o las Cámaras de la pequeña industria, previo al registro en el MIPRO, la verificación a la planta productora y el pago de 10 usd.
-----------------------	--

Fuente: AGROCALIDAD, PROECUADOR

Elaborado por: Sandra Pozo (2013)

**Tabla n° 29
COSTO DE LA CALIFICACIÓN ANTE AGROCALIDAD**

CÓDIGO	ÍTEM A PAGAR	TIEMPO	VALOR USD
0804.000	Calificación anual de centros de producción para exportación de otros	8 DÍAS	80.00
VALOR			80.00

Fuente: AGROCALIDAD

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

6.1.1.2. Factores Socio, Económicos

Es importante conocer los aspectos socioeconómicos básicos de Ecuador para comprender las condiciones de inflación, PIB, Riesgo país, pobreza, que nos permita a través del proyecto aportar a mejorar aquellos indicadores como por ejemplo la balanza de pagos impulsando las exportaciones que generen en ingreso de divisas, fuentes de empleo y mejor nivel de vida de los involucrados en el proyecto.

Tabla No. 30
Indicadores Básicos Ecuador 2012

Indicador	Ecuador
Capital	Quito
Población	14.483.499 Habitantes
Tasa de Crecimiento Poblacional	1.95%
Producto Interno Bruto (PIB)	84,348 (Millones de Usd)
PIB Per Cápita	5.469 Usd
Crecimiento del PIB	4.20%
Nivel De Desempleo	4.12 %
Inflación	4.27%
Riesgo País	826 Puntos

Fuente: Banco Central Del Ecuador/ INEC

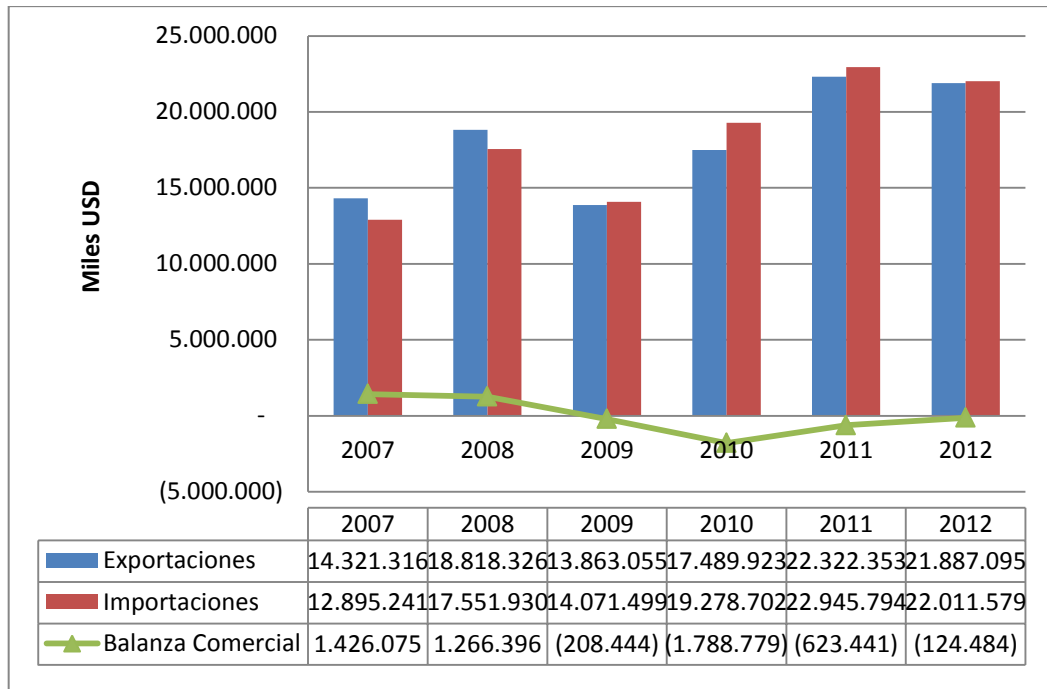
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Según el Banco Central del Ecuador “La economía del país creció un 3,6 por ciento en el 2010, impulsada por las inversiones del sector público, superando la tasa de crecimiento del 0,36 por ciento del 2009 (párr. 2).

Los indicadores económicos del Ecuador muestran un crecimiento del PIB notable, una estabilidad en el índice inflacionario y predecible en los últimos años, lo que denota seguridad en el país a la hora de realizar la puesta en marcha del proyecto, una inversión o determinadas actividades económicas que al término de un tiempo sabe que sus utilidades serán mejores y la estabilidad será constante.

a. Balanza Comercial Ecuador

**Grafico No. 12
Balanza Comercial Ecuador – Mundo**



Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

La balanza comercial ecuatoriana a partir del 2009 se presenta deficitaria, factor que repercute en la economía del país, por ende se espera que la ejecución del proyecto aporte para generar divisas y disminuir este déficit.

Tabla No. 31

Principales destinos - exportaciones ecuatorianas de Mango 2012

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES	ESTADOS UNIDOS	39,422.51	29,282.81	81.73
		CANADA	3,341.11	2,228.83	6.23
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	1,685.38	1,041.11	2.91
		COLOMBIA	12,648.54	885.00	2.47
		MEXICO	1,170.05	842.16	2.36
		BELGICA	504.84	453.55	1.27
		CHILE	404.89	320.45	0.90
		NUEVA ZELANDA	337.92	228.63	0.64
		ESPAÑA	361.88	182.62	0.51
		REINO UNIDO	110.15	104.18	0.30
		FRANCIA	7.54	69.57	0.20
		AUSTRALIA	5.29	49.58	0.14
		RUSIA	42.24	36.23	0.11
		SUDAFRICA, REP. DE	17.22	35.15	0.10
		COSTA RICA	40.13	20.07	0.06
		ALEMANIA	2.01	18.01	0.06
		ITALIA	16.80	16.80	0.05
		PANAMA	11.62	9.73	0.03
		GUADALUPE	8.64	6.05	0.02
		ANTILLAS HOLANDEAS	0.01	0.02	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 20	60,138.73	35,830.47	100.00
TOTAL GENERAL:			60,138.73	35,830.47	100.00

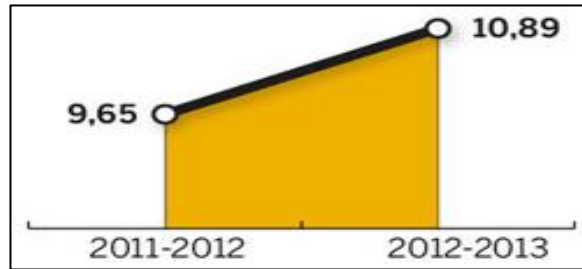
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Dentro de dicha balanza mundial se encuentran las exportaciones de mango según la partida arancelaria especificada y cuyos países de destino se identifican entre los más importantes Estados Unidos y Colombia, evidenciando relaciones comerciales importantes para el proyecto.

b. Situación del Ecuador y del sector oferente en relación al mango

Según el último reporte de la organización National Mango Board, “Ecuador mandó a Estados Unidos 9,16 millones de cajas hasta mediados de enero, es decir, un crecimiento del 13,45% frente a la campaña del 2011-2012, que representó unas 8,10 millones de cajas”. (parr. 1)

Gráfico No. 13
Envíos al exterior – en millones de cajas de 4 kg



Fuente: Mango Ecuador
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Bernardo Malo, presidente de la Fundación Mango Ecuador, señaló que el aumento de las exportaciones obedeció, en parte, a una mejora en la producción de la fruta, que no se vio afectada por el clima. El empresario agregó que los envíos hacia Estados Unidos también registraron un incremento debido a que Colombia no demandó fruta de Ecuador, como en periodos anteriores. (párr. 1)

Malo consideró que la campaña de exportación fue comercialmente “aceptable”, porque permitió mantener los precios de sustentación de la fruta, pese a que en diciembre anterior hubo una baja en la cotización ante una mayor oferta de mango de los países productores. En esta temporada de exportación, el valor FOB de la caja (fruta, cartón y empaque) bordeó los 2,80 dólares, sin contar con el costo del flete y seguro. El sector estimó que las exportaciones totales de mango, entre septiembre y enero, habrían generado unos 30 millones de dólares. En cuestión de costos de producción, la mano de obra es más cara en Ecuador que en otros países productores, como Perú. Este costo ocasiona que el mango llegue a los mercados internacionales a un mayor precio, lo cual ha ocasionado que se pierda en parte competitividad internacional, según Malo. Sin embargo, en calidad, la fruta del Ecuador goza actualmente de una buena reputación (párr. 5)

c. Oferta del Ecuador

De acuerdo a información obtenida de la fundación Mango Ecuador, existen las siguientes empacadoras, entre las más importantes que destinan la producción para el mercado internacional.

Tabla No. 32
Participación de las Exportaciones de Mango en cajas de 4,2 Kg

Empacadora	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Agriproduct	2.356.797	3.226.403	3.118.342
Bresson	1.839.094	2.504.729	2.187.717
Dining	401.464	321.600	479.984
Durexporta	2.599.004	3.877.660	3.297.128
Frozen fruits	37.053		
Kormal	0		
Natrade	0		
Terelsa	143.986		
TOTAL	7.377.498	9.930.392	9.083.171

Fuente: Mango Ecuador

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla No. 33
Áreas de producción en Guayas

ZONA		FINCAS			ÁREA
NORTE		35			1.826,10
SUR		44			556,62
OESTE		64			2.216,23
CENTRAL		49			1.821,66
TOTAL HAS.		192			6.420,61
ZONA	1 A 25	25 A 50	50 A 100	MAS DE 100	TOTAL
NORTE	8	12	12	3	35
SUR	43	0	0	1	44
OESTE	31	17	14	2	64
CENTRAL	16	18	15	0	49
				FINCAS	192

Fuente: Mango Ecuador

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

De acuerdo al volumen de exportación de 9,16 millones de cajas reportadas de acuerdo a información de Mango Ecuador y las hectáreas cultivadas, en total 38.524, se establece un rendimiento de 3 toneladas por hectárea y un crecimiento anual del 1,82% de crecimiento.

6.1.2. PRODUCTO

a. Características del Producto

Tabla No. 34
Clasificación por calibre en función de su peso unitario (g)


TAMAÑO	PESO UNITARIO (Gramos)		TOLERANCIA
	PROMEDIO	INTERVALO	
A	727	Mayor de 670	Se admite el 10% en número o peso de mangos que tengan la mitad de la diferencia del calibre inmediatamente superior e inferior al especificado en el empaque, con un mínimo de 100g para los mangos de menor calibre, y un máximo de 925g para los de mayor calibre.
B	611	579-669	
C	546	542-578	
D	536	462-541	
E	386	370-461	
F	352	318-369	
G	283	260-317	
H	236	219-259	
I	209	200-218	
J	160	160-199	
K	140	120-159	

Fuente: Norma Técnica Colombiana – NTC 1266 - 1994-07-27

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

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.

Tabla No. 35
Ficha Técnica del Mango

	
Partida arancelaria: 080450.20.00	Mangos y mangostanes
Familia:	Anarcadiaceae
Nombre Científico:	Mangifera indica L.
Nombre Comercial:	Mango, Mangoes (Ingles)
Origen:	Sureste de Asia, La India.
Zonas de cultivo:	Pedro Carbo, Daule, Balzar, Milagro, Urbina Jado, Empalme, Portoviejo, Carrizal, Babahoyo, Vinces, Catarama, Zaruma, Guayabo, Arenillas.
Variedades:	Las variedades que se siembran en el país son: Tommy Atkins, Haden, Kent, Van Dyke, Zill y Irwin.
COMPONENTES	VALOR MEDIO
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

Fuente: mangoecuador.org

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

A continuación se presentan algunos aspectos básicos que se deben tomar en cuenta para el cultivo del mango:

Tabla No. 36
Proceso de Cultivo de Mango

Especificaciones de cultivo	
Suelo y Preparación	Se produce bien en suelos pesados o arenoso, ácidos o alcalinos, siendo muy eficiente para extraer agua y nutrientes del suelo. Preferible suelos mínimo de 4 a 6 metros para estimular buen anclaje y duración del árbol.
Propagación	Plantas usadas para la plantación son injertadas, bajo patrones de mango criollo (de "chupar") y la variedad que se requiera.
Trasplante	La distancia de siembra utilizada es de 8 m entre hilera y 6 m entre plantas (208 plantas por hectárea). Los hoyos para el trasplante se harán de 60 x 60 x 60 cm., los cuales deben ser desinfectados.
Poda	Despunte de la parte apical de los árboles, a una altura de 60 a 80 cm. Con esta práctica rebrotan las ramas laterales, se eliminan algunas dejando de 3 a 4 bien distribuidas. Una vez formado el árbol, se elimina brotes y chupones indeseables, eliminar todas las estructuras por encima de 2.5 a 3 m., ramas verticales poco productivas, enfermas y muertas.
Riego	La aplicación de agua en exceso al suelo facilita la proliferación de enfermedades fungosas, además acelera la pérdida de los nutrientes del suelo. En el ciclo del mango se inicia el riego cuando se verifica el 25% de fructificación; suministrándole aproximadamente, luego del quinto año 540 litros por árbol por semana. Se suspende el riego cuando inicie el periodo de cosecha. Se le aplica alrededor de 1500 a 3000 mm anuales de acuerdo a la edad del cultivo.
Deshierba	Realizar deshierbas periódicas, manteniendo el cultivo libre de malezas. Se la realiza manualmente o mediante la utilización de herbicidas.
Fertilización	La fertilización se realiza de manera fraccionada, de manera directa al suelo, una primera porción, cuando ha terminada la cosecha, antes de la poda o de manera simultánea.
Cosecha	Se cosecha cuando ha alcanzado su madurez fisiológica, aunque externamente parezca verde; en este estado ocurren ligeros cambios como un incipiente cambio de color en la cáscara, de verde oscuro a ligeramente claro, y esta se torna brillante pues pierde el polvillo ceroso blanquecino que la cubre.

Fuente: Fundación del mango
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla No. 37
Temporada de Cultivo de Mango – Mundial

País	Estacionalidad de la Producción											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Sudáfrica												
Ecuador												
Perú												
Brasil												
Guatemala												
Honduras												
Costa Rica												
México												
Filipinas												
Pakistán												
India												
Israel												

Fuente: Fundación Mango Ecuador

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

En Ecuador el cultivo de mango comienza en octubre y termina en enero, por ende se considera una producción cíclica que deberá ser planificada adecuadamente para no generar gastos innecesarios durante el período de escasez del producto.

Tabla No. 38
Especificaciones de embarque

EMPAQUE:	Según especificaciones del cliente En cajas de cartón de hasta 20 Kg.
EMPAQUE PRIMARIO:	Caja de cartón
EMPAQUE SECUNDARIO:	N/a
MÉTODO DE TRANSPORTE:	Carabanado
FORMA DE TRANSPORTE :	Terrestre
VIDA ÚTIL:	6 meses
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO	Temperatura ambiente (23 a 27°C) con una Humedad Relativa <60%.

Fuente: Fundación Mango Ecuador

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

b. Proveedores del sector

El proveedor es una de las partes más importantes en del proyecto para esto necesitamos identificar toda la cadena de suministros del sector o industria productora de mango y es la siguiente:

LISTA DE FINCAS PROVEEDORES DE LA FRUTA

Tabla n° 39

NOMBRE FINCAS	DATOS
MANGO PIVANO S.A.	Dirección: Av. Domingo Comín y Pedro José Boloña (Guayas) Teléfonos: (593-4) 2447448 Fax: 2441000 E – mail: WWW.MANGOPIVANO.COM.EC
PODAS S.A.	Dirección: El empalme Balzar km 35 Teléfonos: (593 – 4) 2548662 E – mail: MSCMONTENEGRO@HOTMAIL.COM

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Gráfico No. 14
Cadena de Suministro del Mango



Fuente: Fundación Mango Ecuador
Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Esta cadena de suministro involucra a los proveedores de mango (fincas), empacadoras (envase, embalaje y etiquetado), Transporte (interno e internacional), los servicios aduaneros, Agentes de aduana e importadores, hasta llegar a los Supermercados y consecuentemente al cliente final, recibiendo en cada proceso servicios que garanticen un producto de calidad y oportuno, que cubra la satisfacción del consumidor.

c. Sistema de comercialización actual

De acuerdo a las entrevistas realizadas, tal como se indica a continuación, se establece que en Guayas la fruta una vez empacada es enviada en contenedores refrigerados a Estados Unidos principalmente bajo previo pedido y contrato con los clientes, es decir existe un canal, productor – intermediario nacional – importador.

d. Cantidad ofrecida y unidad de medida

De acuerdo a entrevista realizada al Ing. Msc Ricardo Montenegro, de la Hacienda PODAS y Martin Ortiz Chipre, de la Hacienda PIVANO S.A. se obtiene los siguientes datos como potencial de oferta para el proyecto ya que en base del nivel de producción están de acuerdo en proveer del 10% y 15% de su producción respectivamente:

Tabla No. 40
Oferta disponible para el proyecto (2012)

Hacienda	Ha	kg/Ha	Tm/Ha	% Abastecimiento	Oferta
Podas	236	3000	708	10%	71
Pivano	285	3000	855	15%	128
Total	521		1563		199

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Esa oferta disponible genera una capacidad exportable mensual de 66 toneladas en los meses de octubre, noviembre y diciembre que son los meses durante los que existe cultivo de Mango Tommy.

Tabla No. 41 Oferta exportable – en cajas

Año	Tn anual	Caja de 4,2 kg
2012	176	42.000
2013	180	42.764
2014	183	43.543
2015	186	44.335
2016	190	45.143
2017	193	45.964

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Sin embargo de acuerdo a las negociaciones previstas se requiere entregar 2.000 cajas de 4,2 kg cada una, a siete cadenas de servicios en Nariño, durante

los 3 meses que dura el ciclo de cosecha, con un crecimiento anual promedio de importación del mercado colombiano de Mango del 1,82% anual.

6.1.3. FODA

6.1.3.1. Análisis FODA

Tabla n° 42

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Alta calidad del producto Producto con alto contenido nutricional Producción en contra estación respecto a otros países productores. Cercanía a los puertos (Bajos costos de transporte, disponibilidad de servicios logísticos). Eficiencia de buenas prácticas agrícolas. Buena aplicación de modernas técnicas de cultivos</p>	<p>Demanda de frutas y de comercio justo. Prestigio de la calidad del mango Aprovechamiento de tierras disponibles. Creciente demanda por mango. Tecnología de punta.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Oferta fragmentada, muchos exportadores, la caída de precios juega un papel importante en el día a día Sobrecostos logísticos, grúas, instalaciones de refrigeración Caminos y carreteras en mal estado. Baja capitalización de productores.</p>	<p>Presencia del Fenómeno El Niño. Inestabilidad de los precios internacionales. Surgimiento de nuevos productores y productos sustitutos (banano). Incremento de la oferta de principales competidores (Brasil). Tiempo de cosecha (ciclos)</p>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

6.1.4. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Tabla No. 43
Demanda insatisfecha

Año	Producción nacional	Importaciones	Exportaciones	Cna	Población Colombia	Consumo Real (kg)	Consumo Recomendado	Déficit (kg)	Población de Nariño 16%	Déficit (kg)	Demanda Insatisf (Tm)	Proyecto		
												kg	Tm	% Cobert
2007	185.269	2.722	220	187.771	43.926.929	4,27	14,4	10,13	235.713	2.386.686				
2008	189.066	5.078	374	193.770	44.451.147	4,36	14,4	10,04	238.473	2.394.469				
2009	241.016	7.277	131	248.162	44.978.832	5,52	14,4	8,88	241.224	2.142.722				
2010	200.135	9.675	198	209.612	45.509.584	4,61	14,4	9,79	243.969	2.389.464				
2011	220.025	13.131	354	232.802	46.044.601	5,06	14,4	9,34	246.810	2.306.186				
2012	231.277	13.132	55	244.354	46.581.823	5,25	14,4	9,15	249.643	2.285.310	2.285	176.400	176	8%
2013	239.335	16.247	562	255.020	47.121.089	5,41	14,4	8,99	252.488	2.269.358	2.269	179.611	180	8%
2014	247.393	18.443	674	265.162	47.661.787	5,56	14,4	8,84	255.342	2.256.353	2.256	182.880	183	8%
2015	255.451	20.640	785	275.305	48.203.405	5,71	14,4	8,69	258.213	2.243.526	2.244	186.209	186	8%
2016	263.509	22.836	897	285.448	48.747.708	5,86	14,4	8,54	261.121	2.231.118	2.231	189.599	190	8%
2017	271.567	25.032	1.008	295.591	49.291.609	6,00	14,4	8,40	264.035	2.218.741	2.219	193.050	193	9%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Dentro de lo que concierne al cálculo de la demanda insatisfecha se tomaron en cuenta diversos datos que nos permitieron llegar a determinar el porcentaje en el que se cubrirá la demanda presentada:

Para el caso se tomaron en cuenta datos de la producción de mango que tiene Colombia en sus diversos departamentos, así mismo se obtuvieron datos de importaciones y exportaciones esto con la finalidad de obtener el consumo nacional aparente de la fruta, para continuar con el cálculo se obtuvo el dato de la población de Colombia para determinar el consumo real en kilogramos por habitante y el consumo recomendado, de lo cual se pudo obtener el déficit que existe en el consumo del mango, para nuestro proyecto se tomó como base un estudio realizado en Colombia en el año 2009 sobre la población consumidora de mango del cual refleja un 16%, dato tomado como población objetivo para obtener la demanda insatisfecha tanto en kilogramos como toneladas y el porcentaje de cobertura que tendrá el proyecto.

En lo que respecta al método utilizado para todos estos resultados obtenidos se utilizó el método de regresión lineal por medio de mínimos cuadrados para las proyecciones.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ESTUDIO DE MERCADO

4.1. CONCLUSIONES.

- Observamos que existe demanda de la fruta fresca en el departamento de Nariño y que con el pasar de los años los consumos han ido incrementando en especial del mango Tommy, tomando en cuenta que en Colombia también se produce mango pero no con los nutrientes y beneficios que la fruta ecuatoriana presenta, este consumo asciende al 16% de la población de Nariño dato muy importante para la ejecución del proyecto.

- Luego de realizados los cálculos pertinentes se obtiene una demanda insatisfecha de 2285 toneladas para el año 2012 dato aceptable para comercializar la fruta a este mercado meta, a esto le sumamos el tamaño del proyecto el cual se ve reflejado en las 2000 cajas por cliente dando como resultado 176 toneladas a ser vendidas a los siete clientes.

- Con este pronóstico planteado la cobertura estimada se encuentra alrededor de 8% que en proyección incrementa constantemente valores relativamente aceptables y factibles de ejecutar, los cuales nos han permitido tomar la decisión de comercializar la fruta hacia Nariño Colombia.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Diseñar programas de asistencia técnica e industrial para los pequeños productores, para que de esta manera mejoren sus tierras, por ende sus frutales y el incremento de la producción, para que puedan comercializar y depender de asociaciones o fundaciones para vender la fruta.
- Incrementar la cantidad de clientes por año para de esta manera cumplir con los objetivos planteados como empresa de comercialización y exportación.
- Tomando en cuenta que la fruta no es conocida en el mercado Colombiano, se recomienda realizar o asistir a diversas ferias que se llevan a cabo de productos similares, esto es importante puesto que permite un contacto más directo con los clientes potenciales.
- Negociar con los proveedores, esto con la finalidad de lograr destinar un porcentaje mayor hacia nosotros en cada cosecha que presentan las haciendas o en su defecto vincularse con otras haciendas más, de esta manera incrementar la oferta de la fruta para abastecer a más clientes.

V. PROPUESTA

5.1. TÍTULO.

Estudio de factibilidad para la comercialización de mango desde la Provincia de Guayas – Ecuador que permita cubrir parte de la demanda en Nariño – Colombia.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

Después de haber realizado una investigación profunda sobre las diversas ventajas y desventajas que se pueden presentar en la comercialización del mango Tommy, el resultado nos refleja datos tangibles puesto que existe como primer parámetro un consumo del 16% de la fruta en el departamento de Nariño, a todo esto le adicionamos que contaremos con la compra de fruta por parte de los 7 clientes aproximadamente de 2000 cajas por cliente, un 8% de cobertura en cuanto a la demanda insatisfecha presentada, haciendo 3 envíos mensuales, por otro lado existe un producto de calidad con precios competitivos y un mercado amplio de fácil accesibilidad por los diversos acuerdos existentes entre las dos naciones, cabe mencionar que también se dispone de la producción suficiente para satisfacer el mercado objetivo, puesto que como tal existe una demanda insatisfecha y el porcentaje de cobertura de acuerdo a los análisis anteriores son realmente aceptables.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

La incógnita de comercializar la fruta ecuatoriana continuamente se va resolviendo tomando en cuenta varios análisis, pronósticos que durante la investigación se han ido determinando como aceptables.

Dentro de lo que concierne a la producción las dos haciendas proveedoras están dispuestas a vender parte de sus cosechas para que sea comercializada al mercado Colombiano, producto seleccionado tipo gourmet, con precios accesibles y competitivos, así mismo la disponibilidad de clientes en Colombia dispuestos adquirir la fruta para ser comercializada en las cadenas de supermercados.

Por otra parte existe la facilidad para introducir la fruta al mercado puesto que los dos países mantiene acuerdos de integración que permiten exportar sin dificultad y con preferencias arancelarias lo cual resulta ventajoso en cuanto a costos, así mismo se dispone del transporte adecuado para el transporte.

Finalmente la cobertura del ocho por ciento refleja que es un proyecto aceptable y que puesto en marcha dará buenos resultados.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General:

Diseñar un estudio de factibilidad para la comercialización de mango desde la Provincia de Guayas – Ecuador que permita cubrir parte de la demanda en Nariño – Colombia.

5.4.2. Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio técnico que nos permita determinar la infraestructura necesaria para la comercialización del mango.
- Establecer un proceso logístico que permita la comercialización de la fruta utilizando canales de distribución adecuados.

- Determinar la inversión que se requiere para ejecutar todas las actividades planificadas en el proyecto mediante un estudio financiero.

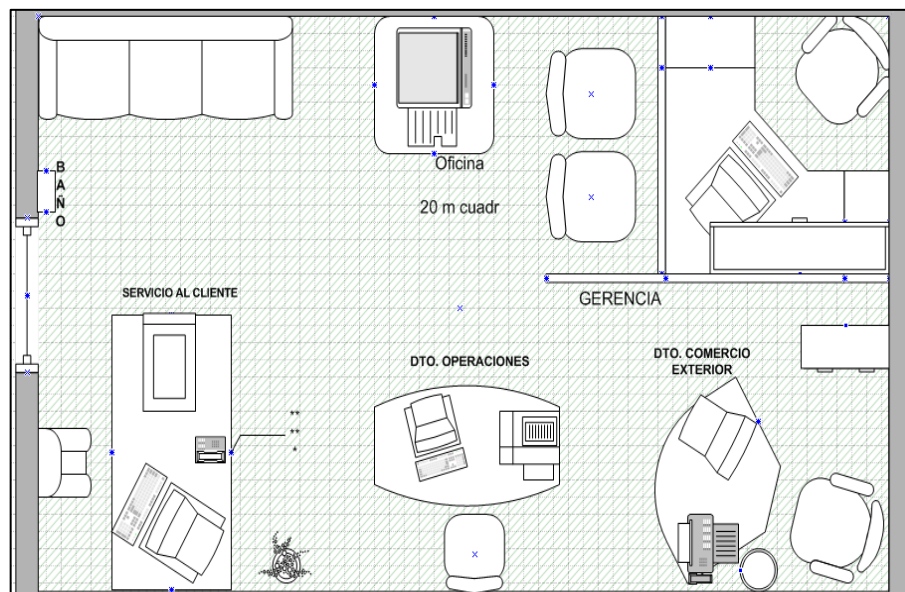
5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

5.5.1. ESTUDIO TÉCNICO

Determinación del tamaño óptimo de la planta

Se considera importante para realizar la comercialización de la fruta, establecer una oficina en la cual se desarrollará todo el proceso de despacho y exportación, en la cual constaran los departamentos de operaciones, comercio exterior, sala de reuniones y gerencia, tendrá un dimensión de alrededor 20 m².

Gráfico n° 15



Elaborado: Sandra Pozo (2013)

REQUERIMIENTO DE ESPACIO FÍSICO

Tabla n° 44
Oficina para Realizar Trámites de Exportación

N°	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO EN M ²
1	GERENCIA	6
1	DPTO. COMERCIO EXTERIOR	4
1	DPTO. OPERACIONES	4
1	SERVICIO AL CLIENTE	4
1	SALA DE ESPERA	2
Total		20 m²

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Para el establecimiento de la oficina se harán necesarios tanto equipos de cómputo, muebles y enseres, útiles de oficina que serán considerados activos fijos, implementos necesarios para el normal desempeño de la misma.

Tabla n° 45

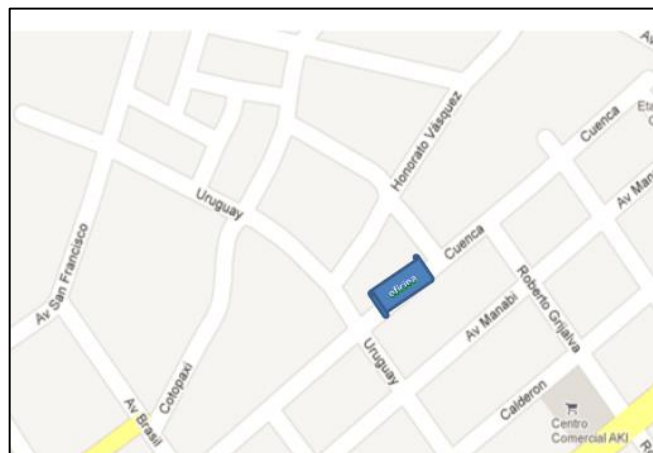
ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipos de Computo			
Computadores SONY VAIO	4	800	3200,00
Impresora	1	200	200,00
Muebles y Enseres			
Escritorios	4	110	440,00
Archivador	2	80	80,00
Sillas	4	40	160,00
Sillón Ejecutivo	1	180	180,00
Teléfono	3	25	75,00
Celular	2	100	200,00
Calculadora	2	20	40,00
Copiadora	1	200	200,00
TOTAL			4775,00

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La oficina estará ubicada en las calles Cuenca y Paraguay, centro de Tulcán, considerado como un lugar apto y estratégico para las actividades que se van a ejecutar diariamente, tomando en cuenta que al estar ubicado en el centro existe accesibilidad y rapidez para todo, tanto para el contacto con agentes de aduana, el SENA, transportadoras, clientes, rapidez en la movilización, otro punto importante de mencionar es que no se ubica la oficina de exportaciones de la fruta en Guayaquil que es el lugar donde se la adquiere puesto que la negociación con los proveedores ya se encuentra previamente pactada y todos los trámites importantes en el proceso de la comercialización radican en la frontera.

Gráfico n° 16
Ubicación Oficina



Fuente: Google maps
Elaboración: Sandra Pozo

Calificación de factores importantes relacionados a la ubicación

Tabla n° 46

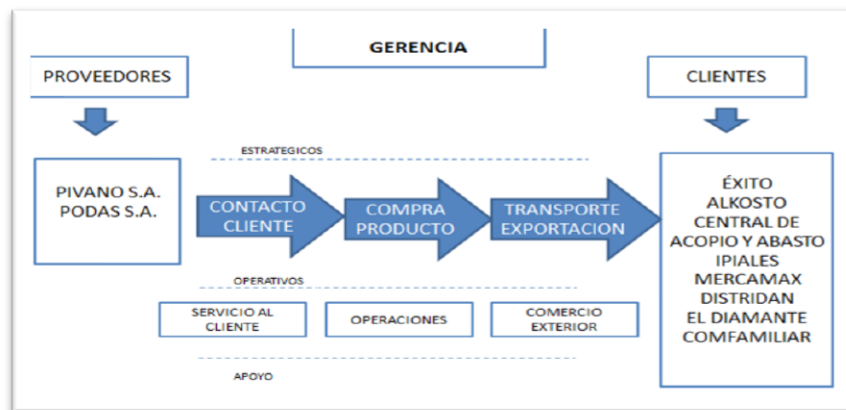
FACTOR ZONA	P.A. (%)	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		CALIF.	C.P.	CALIF.	C.P.	CALIF.	C.P.
Cercanía del cliente	25	7	1.75	8	2.00	7	1.75
Costo de edificación	15	6	0.90	9	1.35	8	1.20
Vías de comunicación	10	7	0.70	7	0.70	7	0.70
Personal disponible	20	8	2.00	8	2.00	8	2.00
Costo insumos	15	7	1.05	8	1.20	8	1.20
Aspectos fiscales	15	8	1.20	9	1.35	8	1.20
TOTAL	100		7.60		8.60		8.05

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para la exportación y comercialización de la fruta se tiene previsto trabajar con la adquisición de la fruta a través de los proveedores y la entrega a los respectivos clientes ya contactados, esta operación se verá dirigida por la gerencia conjuntamente con sus canales estratégicos y de apoyo, para lo cual se adjuntan fichas de control las cuales permiten verificar el proceso a seguir dentro de la ingeniería.


Gráfico n° 17



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 47 CONTACTO CON EL CLIENTE

		CONTACTO CON EL CLIENTE (NARIÑO)			PO-0011 000 1-1
Responsable: GERENTE		REALIZAR ACUERDOS DE NEGOCIOS CON EL CLIENTE EN EL EXTERIOR PARA CONCRETAR LA VENTA DE LA FRUTA			
Objetivo:		VENTA DE LA FRUTA			
Alcance: Guayas - Nariño					
1. DETALLE					
Responsable	Detalle	Documento			
GERENTE GERENTE/CLIENTE GERENTE/CLIENTE CLIENTE	1.- INGRESAR EN PAG WEB DEL CLIENTE PARA CONTACTARLO 2. ENVIAR ESPECIFICACIONES DE LA VARIEDAD DE MANGO DISPONIBLE 3.- REALIZAR ACUERDOS VIA INTERNET, VIA TELEFÓNICA, O CITA 4.- ESTABLECER CONTRATO DE ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN 5.- CONTACTO PARA ESTABLECER NUEVO PEDIDO 6.- ENVIO DE LA FRUTA 7.- CONFIRMA RECEPCION DE PEDIDO CUMPLIENDO TODAS LAS FORMALIDADES 8.- FIN	Correo electrónico Catalogo de especificaciones/muestras Contrato Catalogo de productos Correo electrónico			
2. FLUJOGRAMA					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
METAS DE CLEINTES	NUMERO DE CONTRATOS CUMPLIDOS/NUMERO DE CONTRATOS ENVIADOS *100	100%	SEMESTRAL	GERENTE	
NUMERO DE CLEINTES NUEVOS	NUMERO DE CLIENTES ACEPTADOS	3	SEMESTRAL	GERENTE	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
GERENTE	COMPUTADOR			NINGUNO	
REVISADO		APROBADO		FECHA	
GERENTE		PROPIETARIO			

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 48 COMPRA DE LA FRUTA


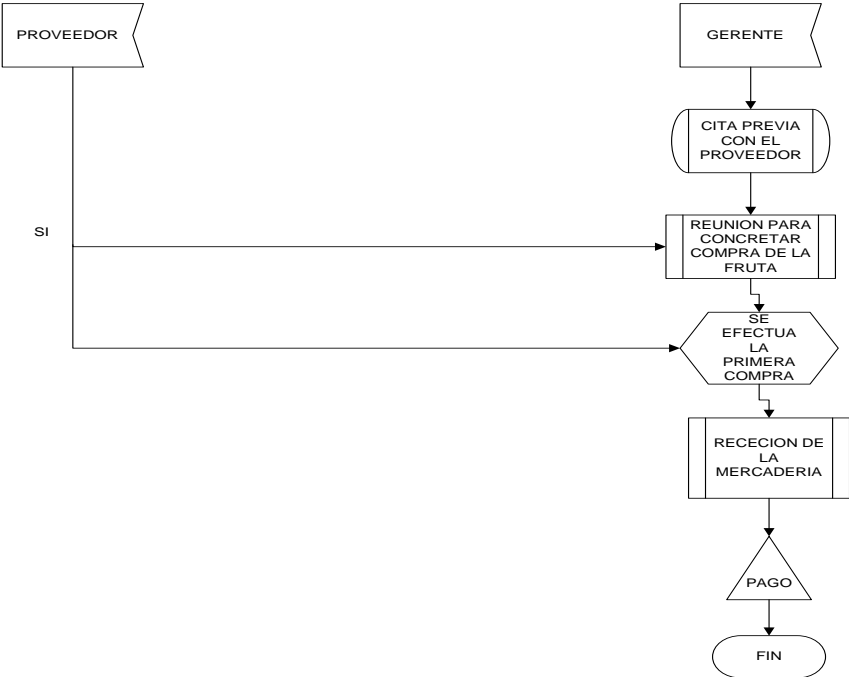

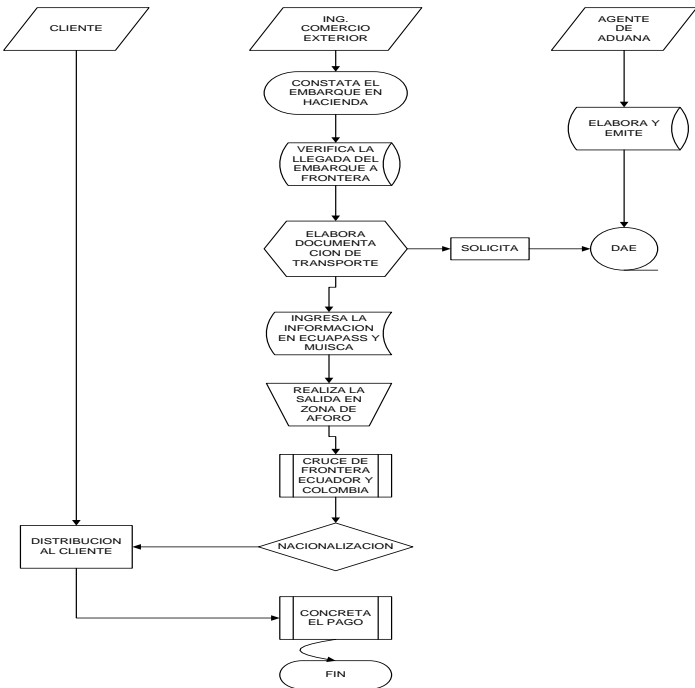
	COMPRA DE PRODUCTO (MANGO)	Código:	PO-0011	
		Versión:	000	
		Páginas:	1-1	
Responsable:	GERENTE			
Objetivo:	REALIZAR ACUERDOS DE NEGOCIOS CON EL PROVEEDOR PARA LA COMPRA DE LA FRUTA			
Alcance:	Guayas			
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
GERENTE	1.- CITA PREVIA CON EL PROVEEDOR	Correo electronico/llamada		
GERENTE/PROVEEDOR	2.- REUNION PARA ACORDAR CANTIDADES, PRECIOS Y RESPONSABILIDADES (CONCRETA COMPRA DE FRUTA)	Proforma/catalogo de variedades /muestras		
GERENTE/PROVEEDOR	3.- CONTACTO PARA REALIZAR EL PEDIDO DE LA FRUTA	correo electronico / llamada		
	3.- FECHAS DE ENTREGA DE LA FRUTA Y CANCELACION	factura comercial		
	4.- FIN			
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD P[PROVEEDOR] -- SI --> R[RECEPCION DE LA MERCADERIA] G[GERENTE] --> C[CITA PREVIA CON EL PROVEEDOR] C --> R1[REUNION PARA CONCRETAR COMPRA DE LA FRUTA] R1 --> D{SE EFECTUA LA PRIMERA COMPRA} D -- SI --> R D -- NO --> R1 R --> PAGO[PAGO] PAGO --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
METAS DE CLEINTES	NUMERO DE CONTRATOS CUMPLIDOS/NUMERO DE CONTRATOS ENVIADOS *100	100%	SEMESTRAL	GERENTE
NUMERO DE CLIENTES NUEVOS	NUMERO DE CLIENTES ACEPTADOS	3	SEMESTRAL	GERENTE
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO				
INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
GERENTE	COMPUTADOR	NINGUNO		
REVISADO				
APROBADO		FECHA		
GERENTE	PROPIETARIO			

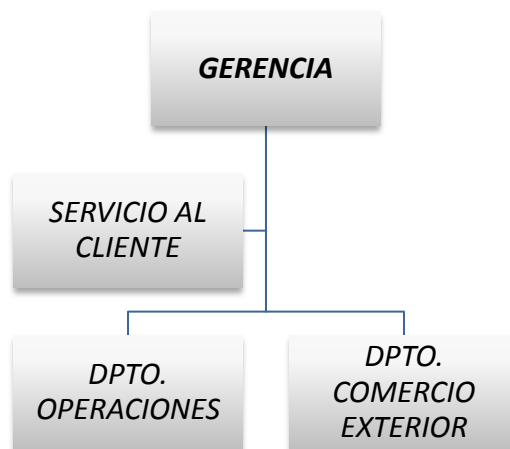
Tabla n° 49 TRANSPORTE Y EXPORTACIÓN

	TRANSPORTE Y EXPORTACIÓN	Código: Versión: Páginas:	PO-0011 000 1-1	
Responsable: DPTO OPERACIONES Y COMERCIO EXTERIOR / ING. COMERCIO EXTERIOR				
Objetivo: REALIZAR ACUERDOS DE NEGOCIOS CON EL CLIENTE PARA PROCEDER CON LA EXPORTACION DEL EMBARQUE				
Alcance: Guayas - Nariño (ipiales - Pasto)				
1.DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
ING COMERCIO EXTERIOR	1.- CONSTATAR EL EMBARQUE DE LA FRUTA EN LA HACIENDA CON EL FUNCIONARIO ENCARGADO DEL DESPACHO	Correo Electrónico		
ING COMERCIO EXTERIOR	2.- COMUNICACIÓN CON LOS TRANSPORTISTAS PARA VERIFICAR LA LLEGADA DE LA MERCADERIA A FRONTERA	Vía Telefónica		
ING COMERCIO EXTERIOR	3.- SE PROCEDE A REALIZAR LA DOCUMENTACION DE TRANSPORTE COTEJANDO CON LAS GUIAS DE REMISION	Guia de Remisión		
ING COMERCIO EXTERIOR	4.- SE PROCEDE A SOLICITAR DAE ENTE EL AGENTE DE ADUANA	Correo Electrónico		
ING COMERCIO EXTERIOR	5.- SE PROCEDE A INGRESAR LA INFORMACION EN EL SISTEMA ECUAPASS Y MUISCA	ECUAPASS		
ING COMERCIO EXTERIOR	6.- SE REALIZA LA SALIDA EN ZONA DE AFORO CONJUNTAMENTE CON LA INSPECCION DE AGROCALIDAD			
ING COMERCIO EXTERIOR	7.- SE PROCEDE AL CRUCE DE FRONTERA DE LOS VEHICULOS EN FRONTERA SENAE	Correo electronico		
ING COMERCIO EXTERIOR	8.- CON DOCUMENTACION ORIGINAL SE PROCEDE HACER SELLAR ANTE LA DIAN	CPIC Y MCI		
ING COMERCIO EXTERIOR	9.- INGRESA A BODEGA PARA SU NACIONALIZACION	CPIC Y MCI		
ING COMERCIO EXTERIOR	10.- SE PROCEDE A DISTRIBUIR EL PRODUCTO AL CLIENTE			
ING COMERCIO EXTERIOR/CLIENTE	11.- CORRESPONDIENTE PAGO	Cheque, Giro Directo, Crédito		
	12.- FIN			
2. FLUJOGRAMA				
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/MET	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
METAS DE CLEINTES	NUMERO DE CONTRATOS CUMPLIDOS/NUMERO DE CONTRATOS ENVIADOS *100	100%	SEMESTRAL	GERENTE
NUMERO DE CLIENTES NUEVOS	NUMERO DE CLIENTES ACEPTADOS	3	SEMESTRAL	GERENTE
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
ING. COMERCIO EXTERIOR	COMPUTADOR	NINGUNO		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
GERENTE	ING. COMERCIO EXTERIOR			

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Organización

Gráfico n° 18



Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Requerimiento de mano de obra

Dentro de lo que concierne al personal requerido para la ejecución del proyecto se detalla las personas idóneas para esta actividad, en donde se toma en cuenta cada una de las funciones que se tiene previsto realizar.

Tabla n° 50

NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
GERENTE	1
JEFE DPTO. COMERCIO EXTERIOR	1
AUXILIAR DE EXPORTACIONES	1
JEFE DPTO. OPERACIONES	1
SERVICIO AL CLIENTE	1
TOTAL	5

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

MANUAL DE FUNCIONES

Tabla n° 51

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		<u>MANGOEXPORT</u>		
PERFIL PROFESIONAL				
DENOMINACIÓN PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	CARACTERÍSTICA	PROPÓSITO	ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES	PERFIL REQUERIDO
GERENCIA	<p>SUPERVISA: Todas las funciones que desempeña cada una de las personas que se encuentran laborando en la oficina, así como los negocios con clientes nuevos.</p> <p>REPORTA: Cada de una de las nuevas disposiciones que existan dentro de la oficina y los cambios que a diario se originan, planifica y orienta las actividades.</p> <p>COORDINA CON: Los jefes de los diferentes departamentos los despachos, embarques, exportaciones de las mercancías, así como con clientes.</p>	<p>Coordinar de forma coherente todas las actividades de la oficina, ser la persona que lleve la responsabilidad de mantener la oficina así como clientes.</p>	<p>Velar por el buen prestigio de todas las actividades y funciones que desempeña cada funcionario. Cumplir con todos y cada uno de los requerimientos pactados con los clientes desde origen hasta destino. Verificar que cada funcionario cumpla con su trabajo y horario laboral conforme a su contrato de trabajo.</p>	<p>Título de tercer nivel en Comercio Exterior o carreras afines.</p> <p>Experiencia 2 a 3 años</p> <p>Habilidades o competencias en elaboración de documentos de transporte, conocimiento sobre las normativas aduaneras, sistema ECUAPASS.</p>

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 52

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		<u>MANGOEXPORT</u>		
PERFIL PROFESIONAL				
DENOMINACIÓN PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	CARACTERÍSTICA	PROPÓSITO	ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES	PERFIL REQUERIDO
SERVICIO AL CLIENTE	<p>SUPERVISA: Todas y cada una de las actividades que planifican los clientes, los despachos y las llegadas de las mercaderías, programar con los clientes fechas y lugares de entrega.</p> <p>REPORTA: Su función principal es reportar a la Gerencia todas las eventualidades que se den origen con cada embarque y con cada cliente.</p> <p>COORDINA CON: Una vez reportados todos los planes coordina con las personas involucradas para cada proceso con la finalidad de dar cumplimiento a cada programación propuesta con el cliente.</p>	Organizar cada uno de los embarques desde origen hasta destino con la finalidad de cumplir con todas las expectativas del cliente y de la oficina.	Planificar con anterioridad los movimientos a ejecutar con las mercaderías para evitar contratiempos. Coordinar con todas las personas involucradas a la veracidad las tareas encomendadas.	<p>Educación formal: Titulo de tercer grado en Comercio Exterior o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>Habilidades o competencias en:</p> <p>Manejo de clientes, programación de embarques, conocimientos de rutas, facilidad de expresión.</p>

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 53

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		<i>MANGOEXPORT</i>		
PERFIL PROFESIONAL				
DENOMINACIÓN PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	CARACTERÍSTICA	PROPÓSITO	ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES	PERFIL REQUERIDO
JEFE DE OPERACIONES	<p>SUPERVISA: Las actividades encaminadas al transporte de cada uno de los embarques, el control con cada transportista sobre la ruta que tienen, así como el cumplimiento de las normas y requisitos de los vehículos, documentos en regla, habilitaciones actualizadas, etc.</p> <p>REPORTA: Las eventualidades que surjan a diario, los movimientos de las mercaderías, solicitudes de bodega para ingreso y salida de los vehículos.</p> <p>COORDINA CON: El departamento de exportaciones los embarque a ser comercializados para proceder con los trámites de exportación correspondientes.</p>	Verificar todas y cada una de las operaciones de transporte.	<p>Verificar el buen estado de los vehículos a ser utilizados en el transporte así como la documentación pertinente.</p> <p>Verificar entrega de mercaderías en las haciendas, completas y sin ninguna novedad.</p>	<p>Educación formal: Título de tercer grado en Comercio Exterior o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 2 – 3 años</p> <p>Habilidades o competencias en: Manejo de clientes, programación de embarques, conocimientos de rutas, facilidad de expresión, conocimiento en documentos de vehículos necesarios de acuerdo a su clase.</p>

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 54

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		<i>MANGOEXPORT</i>		
PERFIL PROFESIONAL				
DENOMINACIÓN PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	CARACTERÍSTICA	PROPÓSITO	ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES	PERFIL REQUERIDO
JEFE DPTO. COMERCIO EXTERIOR	<p>SUPERVISA: La llegada de los vehículos a destino, la recepción de guías de remisión correctas para la elaborar la documentación pertinente, emisión de registros de carga como exportación.</p> <p>REPORTA: A las diferentes instituciones como el SENA, la DIAN vía electrónica el origen de una exportación y el destino que esta llevará.</p> <p>COORDINA CON: Las agencias de aduana, el SENA, la autorización para proceder con el despacho de la mercadería y su respectiva comercialización</p>	Cumplir con exactitud todas las operaciones de Comercio Exterior desde la elaboración de documentos en origen hasta la entrega al cliente en destino.		<p>Educación formal: Título de tercer grado en Comercio Exterior o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 2 – 3 años</p> <p>Habilidades competencias en:</p> <p>Manejo de clientes, programación de embarques, conocimiento de rutas, facilidad de expresión, conocimiento en documentos de vehículos necesarios de acuerdo a su clase.</p>

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

5.5.2.PROCESO LOGÍSTICO

Para el proceso logístico se hace necesaria una específica información sobre la fruta así tenemos:

Tabla n° 55

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Mango Fresco variedad Tommy
posición arancelaria en el país exportador	0804.50.20
posición arancelaria en el país importador	0804.50.20
unidad comercial de venta	CAJA DE CARTON
moneda de transacción.	USD
valor ex-work de la unidad comercial.	4,00
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil vía Daule
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Nariño (Pasto - Ipiales)
Nº de unidades comerciales por embarque	14000
Valor inicial del embarque (EXW)	56000
tipo de embalaje	CAJA DE CARTÓN
tipo de unidad de carga	VEHICULOS CARABANADOS
Nº total de embalajes	14000
Nº total de unidades de carga	5
INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	DDP
Forma de pago	Carta de Crédito
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,25%
TASA PROMEDIO DE INFLACIÓN ANUAL	4,44%
INFLACIÓN ANUAL PAIS DE DESTINO	3,00%

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

VALOR EXW				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
4,70	4,73	4,76	4,79	4,82

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
14255	14514	14778	15048	15321
67056	68651	70309	72056	73849

Como se encuentra ya previsto en la tabla anterior en número de vehículos a necesitar por embarque, para determinar este dato se procedió en la tabla del cálculo del cubicaje hacer las operaciones pertinentes utilizando tanto peso de la fruta como dimensiones de los vehículos a utilizar que son sencillos y turbo, para obtener datos exactos conjuntamente con sus proyecciones.

Tabla n° 56

CALCULO DE CUBICAJE										
	CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE sacos	UNIDAD DE CARGA	estimacion del espacio	Nº de vehículos a utilizar año 0	Nº de vehículos a utilizar año 1	Nº de vehículos a utilizar año 2	Nº de vehículos a utilizar año 3	Nº de vehículos a utilizar año 4	Nº de vehículos a utilizar año 5
					MATRIZ PARA SENCILLO 15 TN	Nº de unidades	4,2	3192		4,386
	Largo mts	0,336	7,1	21						
	Alto mts	0,117	2,3	19						
	Ancho mts	0,2752	2,3	8						
	volumen total del embarque m3	0,010818662	37,559	3471,686						
	Peso por unidad kg	4,2	13406,4	3192						
	Peso total del embarque ton	0,004	13,406	3192						
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS					-1232	1705	1446	1182	912	639
	CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	estimacion del espacio	Nº de contenedores a utilizar año 0	Nº de contenedores a utilizar año 1	Nº de contenedores a utilizar año 2	Nº de contenedores a utilizar año 3	Nº de contenedores a utilizar año 4	Nº de contenedores a utilizar año 5
					MATRIZ PARA TURBO 5 TN	Nº de unidades	4,2	1904	10808,00	0,647
	Largo mts	0,336	5,7	16						
	Alto mts	0,117	2	17						
	Ancho mts	0,2752	2,2	7						
	volumen total del embarque m3	0,010818662	25,08	2318,21634						
	Peso por unidad kg	4,2	7996,8	1904						
	Peso total del embarque ton	0,004	7,997	1904						
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS					672	3609	3350	3086	912	639

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Una vez obtenidos los datos de demanda y oferta exportable expuestos en el capítulo III, hemos llegado a la conclusión que el porcentaje de cobertura será del 8% en promedio, esto haciendo 3 embarques en cada año, haciendo uso de 5 vehículos sencillos y 1 turbo, estimando anual 14000 cajas a ser comercializadas.

Tabla n° 57

DATOS	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
OFERTA EXPORTABLE	176	180	183	186	190	193
DEMANDA						
INSATISFECHA	2.285	2.269	2.256	2.244	2.231	2.219
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	8%	8%	8%	8%	8%	9%
FRECUENCIA DE ENVIO	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	3	3	3	3	3	3
TAMAÑO DEL EMBARQUE	58,80	59,87	60,96	62,07	63,20	64,35
Nº de empaques / embalajes	14000,00	14254,83	14514,30	14778,50	15047,50	15321,40
Nº de semiremolques 15 TN	4	5	5	5	5	5
Nº de sencillos 5 TN	1	1	1	1	0	0
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	14000	14255	14514	14778	15048	15321
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	14000	14255	14514	14778	15048	15321
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO	42000	42765	43542	44334	45144	45963
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL	176400	179613	182876	186203	189605	193045

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Adicionando a toda la información presentada cabe resaltar que la fruta será transportada en cajas de cartón las cuales tienen una dimensión de 33.6 x 27.5 x 11.7 cm.

Tabla n° 58

Descripción	EMPAQUE/ EMBALAJE / MARCADO								PROYECCIÓN				
	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Dias	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA DE CARTON	0,1	14000	1400			10	0	1400	1489	1583	1683	1790	1904
		14000	0			10	0	0	0	0	0	0	0
		14000	0			10	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES								1400	1489	1583	1683	1790	1904

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En el transporte ruta Guayaquil – Tulcán dependiendo del cliente el flete asciende a los 300 usd para vehículo tipo sencillo y 240 usd para vehículo tipo turbo puesto que este tipo de vehículos son los que se utilizarán para la exportación.

Tabla n° 59

TRANSPORTE INTERNO				
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario por vehículo</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Flete interno vehículos de 15 TN	300	4	4	1200
Flete interno vehículos de 5 TN	240	1		240
TOTALES			4	1440

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

La documentación la necesaria con la finalidad de cumplir con las normativas correspondientes para la exportación, tenemos factura, lista de empaque, certificado de origen, certificado fitosanitario, documentos de transporte.

Tabla n° 60

DOCUMENTACIÓN						
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario USD</i>	<i>Cantidad</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Factura Comercial	0	1	2 personas	1	0,125	0
Lista de empaque	0	1		0,5	0,0625	0
Certificado de Origen	11,2	1		3	0,375	11,2
Certificados Fitosanitario	15	1		2	0,25	15
INEN	0	1		6	0,75	0
MSP	0	1		6	0,75	0
Registro de importador/exportador	40	0		6	0,75	0
otros	30	1		0	0	30
TOTALES				24,5	3,0625	56,2

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

La negociación con cada cliente se manejará mediante carta de crédito, esto con el propósito mantener una seguridad tanto en nosotros como exportadores y con el cliente, tanto en la recepción de cada embarque como en el pago.

Tabla n° 61

COSTOS BANCARIOS					
<i>Descripción</i>	<i>VALOR FCA</i>	<i>Tasa del banco</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo de contratación en Días</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
COSTO CARTA DE CRÉDITO	56765,00	2,00%	2,00	0,25	1135,30

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Lo que comprende al flete internacional ruta Tulcán – Ipiales o Pasto dependiendo del cliente el valor asciende a los 170 y 120 usd, respectivamente para cada tipo de vehículo a utilizar.

Tabla n° 62

FLETE INTERNACIONAL				
<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por embarque</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Flete interno vehículos de 15 TN	170	4	1	680
Flete interno vehículos de 5 TN	120	1		120
TOTALES			1	800

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En lo que respecta a los impuestos y aranceles a cancelar en la exportación, como Ecuador pertenece a la Comunidad Andina CAN y mantiene un acuerdo con Colombia – Acuerdo de Cartagena, estamos exentos del pago.

Tabla n° 63

ADUANEROS					
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>% DE IMPUESTO</i>	<i>BASE IMPONIBLE</i>	<i>Costo total USD</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>tiempo en días</i>
ADVALOREM	0%	62113,83	0,00	2	incluido en agentes
ICE	0%	62113,83	0,00		
IVA	15%	62113,83	0,00		

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En lo que respecta luego del proceso de exportación para su nacionalización la Agencia de Aduanas en Colombia el agente de aduana procede a realizar la respectiva nacionalización de la mercancía luego de que esta se encuentre ingresada en un almacén temporal.

Tabla n° 64

AGENTES					
<i>Descripción</i>	<i>HONORARIOS PROFESIONALES</i>	<i>RR.HH.DE LA EMPRESA</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
agente de carga	120	1	2	0,25	120
Agente de aduana	150		6	0,75	150
OTROS	50		1	0,125	50
TOTALS			9	1,125	320

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En la siguiente tabla se muestra en resumen cada uno de los cálculos que se han realizado con la finalidad de conocer los costos y gastos en los que se incurre, una de los objetivos de la presente tabla es tomar decisiones en que término se trabajará con cada cliente en cada negociación, a lo cual se concluye que como la ruta no es tan larga ni su transporte resulta complicado, se trabajará en término DDP.

Tabla n° 65

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	56.000	67.056	68.651	70.309	72.056	73.849
EXW	56.000	67.056	68.651	70.309	72.056	73.849
Manipulación local X	315	376	393	410	357	373
Unitarización	450	470	491	513	535	559
FCA/FAS	56.765	67.902	69.535	71.232	72.948	74.781
Transporte interno	1.440	1.817	1.898	1.982	1.784	1.864
Manipuleo Embarque	350	366	382	399	357	373
Agentes	220	230	251	285	340	422
Documentación	56	59	64	73	87	108
Capital e inventario país de origen	129	155	159	163	166	171
Bancarios	1.135	1.358	1.391	1.425	1.459	1.496
FOB	60.096	71.886	73.678	75.559	77.141	79.214
Flete Internacional	800	1.013	1.058	1.105	1.011	1.056
CFR	60.896	72.900	74.736	76.663	78.152	80.270
Seguro Internacional	1.218	1.458	1.495	1.533	1.563	1.605
CIF	62.114	74.358	76.231	78.197	79.716	81.875
Capital e inventario transito internacional	21	26	26	27	27	28
Manipuleo desembarque	300	376	393	410	357	373
DAT	62.435	74.759	76.650	78.634	80.100	82.276
Almacenamiento temporal	0	0	0	0	0	0
Documentacion	170	175	180	186	191	197
Agentes	320	334	365	415	494	614
Transporte interno	0	0	0	0	0	0
DAP	62.925	75.268	77.195	79.235	80.785	83.087
Aduaneros	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario país de destino	38	45	46	48	49	50
DDP	62.963	75.314	77.241	79.282	80.834	83.137

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En la siguiente tabla se presenta un desglose de cada uno de los costos de cada procedimiento dentro de la exportación y entrega de la mercadería, esto es independientemente de la persona que intervenga sea en destino o en origen.

Tabla n° 66

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION			ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS	COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
Empaque	0,0	0,0	FLETE INTERNACIONAL	800,0	1,0
Embalaje	1400,0	0,0	VALOR CFR	60895,9	10,4
Unitarización	450,0	3,0	SEGURO INTERNACIONAL	1217,9	0,3
Manipuleo en el local	315,0	0,9	VALOR CIF	62113,8	10,7
Documentación	56,2	0,0	MANIPULEO DESEMBARQUE	300,0	0,3
Transporte interno	1440,0	4,0	COSTOS INDIRECTOS		
Manipuleo Embarque	350,0	0,1	CAPITAL E INVENTARIO	21,4	1,5
Agentes	1,1	1,1	COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	2339,3	1,5
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN			VALOR DAT	62435,2	10,9
Bancarios	1135,3	0,3			
capital e inventario país de origen	129,4	9,4			
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	5277,0	9,4			
VALOR ExWORK	56000,0	0,0			
VALOR FCA	56765,0	4,3			
VALOR FOB	60095,9	9,4			

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 67

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	DÍAS
Almacenamiento	0,0	0,0
Manipuleo desembarque	300,0	0,3
Documentacion	170,0	0,3
Agentes	320,0	1,1
Transporte interno	0,0	1,0
VALOR DAP	62925,2	13,5
Aduaneros	0,0	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
CAPITAL E INVENTARIO	37,9	2,6
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	827,9	2,6
VALOR DDP	62963,0	13,5
Precio (c/u) en pais de destino	4,5	
MARGEN DE VENTAS	0,7	
PRECIO DE VENTA	5,17	

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Dentro de todo el análisis que se ha venido realizando finalmente con un 15% de utilidad marcado como tentativo en la comercialización del mango, los resultados reflejan 0,70 ctvs como margen de utilidad por caja y por ende nuestro precio de venta al cliente el término DDP sería de 5,17 usd, precio aceptado desde ya por el cliente.

5.5.3. ESTUDIO FINANCIERO

Inversión y Costos

En el estudio financiero se han determinado costos e inversiones necesarias que el proyecto requiere para ser ejecutado, como por ejemplo costos de adquisición, activos fijos, gastos administrativos, entre otros que a continuación se verán explicados de acuerdo su utilización:

Dentro de lo que concierne a la inversión fija se ha determinado un pronóstico de lo que será utilizado en la oficina de exportaciones que como tal se constituirá como inversión fija, tanto muebles y enseres como equipos de cómputo.

Tabla n° 68

Activos Fijos - Inversión Fija			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Muebles y Enseres			1.455
Escritorios	4	110,00	440
Archivador	2	80,00	160
Sillas	4	40,00	160
Sillón Ejecutivo	1	180,00	180
Teléfono	3	25,00	75
Celular	2	100,00	200
Calculadora	2	20,00	40
Copiadora	1	200,00	200
		0,00	0
		0,00	0
		0,00	0
Equipo de Computo			3.400
Computadores SONY VAIO	4	800,00	3.200
Impresora	1	200,00	200
Total Activos Fijos - Inversión Fija			4.855

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Así también se considera pertinente utilizar el dato de porcentaje de inflación tanto de país de destino como de origen con la finalidad de realizar próximos cálculos de proyecciones, así mismo se presenta la cuenta de activos diferidos en la cual hacemos constar los costos de investigación para verificar la viabilidad de la actividad a realizar, diseños de cómo constituir la idea de negocio, abogados, permisos, licencias, así también gastos administrativos con la finalidad de cumplir con los requisitos establecidos y poder laborar con normalidad, recalcando el tiempo de trabajo de un trimestre.

Tabla n° 69

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total	Año	Inflación Anual	
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2005	3,14%	
Investigación	1	500,00	500	2006	2,87%	
Diseños	1	400,00	400	2007	3,32%	
Abogado	1	400,00	400	2008	8,83%	
Permisos	1	200,00	200	2010	3,33%	
Licencias	1	230,00	230	2011	5,41%	
				2012	4,16%	
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1.730	Promedio	4,44%	
Elaboración: Sandra Pozo (2013)					Inflación País destino	3,00%
					% Utilidad Ventas	15,00%

Tabla n° 70

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	0,3	25.250	7.575	8.888	9.808	10.824	11.945	13.182
Servicios Básicos	12	25,00	300	313	327	342	357	373
Suministros de Oficina	4	15,00	60	63	65	68	71	75
Suministros de Limpieza	4	20,00	80	84	87	91	95	99
Arriendo	12	400,00	4.800	5013	5235	5468	5710	5964
		400,00	0	0	0	0	0	0
		400,00	0	0	0	0	0	0
		400,00	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones			0	1279	1279	1279	1329	1329
Amortizaciones			0	346	346	346	346	346
Total Gastos Administrativos			12.815	15.985	17148	18418	19854	21368

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En lo que se refiere a costos de adquisición de la materia prima en nuestro caso la fruta, de acuerdo a la investigación de campo y al porcentaje que los proveedores nos generarán por cosecha hemos realizado la proyección pertinente con la finalidad de conocer la cantidad de ventas en toneladas por año. Las cuales nos permitirán conocer el rendimiento que tendrá el proyecto con el pasar del tiempo tomando como base para su cálculo las ventas estimadas por el número de envíos a realizar por año dando un crecimiento constante

Tabla n° 71

Producto	Ventas Anuales en Tn - Proyección					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mango	42.000	42.765	43.542	44.334	45.144	45.963
TOTAL	42.000	42.765	43.542	44.334	45.144	45.963

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En lo referente al precio de la adquisición de la fruta, el estado de costos de producción nos refleja que la cantidad a ser comercializada que se encuentra alrededor de las 42000 cajas de 4,2 kg a un valor de 4 dólares, utilizando las terceras cuartas partes de la mano de obra tomando en cuenta que es un proceso que dura tres meses de comercialización.

Tabla n° 72

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima			168.000	178.650	181.896	185.205	188.589	192.010
Mango	42.000	4,00	168.000	178650	181896	185205	188589	192010
			0					
			0					
			0					
Mano de Obra			7.575	0	0	0	0	0
Obreros	0,3	25.250	7.575	0	0	0	0	0
			0					
Costos Indirectos de Fabricación:			6.180	6.534	6.909	7.306	7.726	8.171
Envases	42.000	0,00	0	0	0	0	0	0
Embalajes	42.000	0,10	4.200	4.466	4.749	5.050	5.371	5.711
Agua	12	50,00	600	627	654	683	714	745
Energía	12	15,00	180	188	196	205	214	224
Suministros	12	100,00	1.200	1253	1309	1367	1428	1491
Asistencia Técnica		600,00	0	0	0	0	0	0
Otros		400,00	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones			0	0	0	0	0	0
Total Costo de Producción			181.755	185.185	188.805	192.510	196.315	200.181

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

En lo referente a los gastos de exportación incluyen todo lo que el proceso requiere para el año 2012 asciende a los 21.856 dólares, tomando como punto importante que se ha hecho el cálculo para los tres envíos por año.

Tabla n° 73

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
UNITARIZACIÓN	3	450,00	1.350	1.410	1.472	1.538	1.606	1.677
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EX	3	315,00	945	1.128	1.178	1.230	1.071	1.118
DOCUMENTACIÓN	3	56,20	169	176	192	219	260	323
TRANSPORTE INTERNO	3	1.440,00	4.320	5.452	5.694	5.946	5.353	5.591
MANIPULEO DE EMBARQUE	3	350,00	1.050	1.097	1.145	1.196	1.071	1.118
AGENTES	3	220,00	660	689	752	856	1.019	1.266
COSTOS BANCARIOS	3	1.135,30	3.406	4.074	4.172	4.274	4.377	4.487
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS D	3	129,41	388	464	476	488	498	512
FLETE INTERNACIONAL	3	800,00	2.400	3.039	3.174	3.315	3.034	3.168
SEGURO INTERNACIONAL	3	1.217,92	3.654	4.374	4.484	4.600	4.689	4.816
CAPITAL E INVENTARIO - TRANS	3	21,35	64	77	79	81	82	84
ALMACENAMIENTO	3	0,00	0	0	0	0	0	0
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	3	300,00	900	1.128	1.178	1.230	1.071	1.118
DOCUMENTACIÓN	3	170,00	510	525	541	557	574	591
AGENTES	3	320,00	960	1.003	1.094	1.246	1.482	1.841
TRANSPORTE INTERNO	3	0,00	0	0	0	0	0	0
ADUANEROS	3	0,00	0	0	0	0	0	0
CAPITAL E INVENTARIO EN EL P	3	360,00	1.080	136	139	143	146	150
Total Gastos de Exportación (Ventas)			21.856	24.771	25.770	26.919	26.333	27.862

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Inversión Inicial

Lo que comprende la inversión tanto fija como fija, capital de operación, gastos de constitución asciende a un valor de 78.727 usd.

Tabla n° 74

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	4.855
Capital de Operación	72.142
Gastos de Constitución	1.730
Total Inversión Inicial	78.727

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 75

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	181.755
Gastos Administrativos	12.815
Gastos de Exportación	21.856
Total Costo Anual	216.426
Total Costo Diario	601
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	72.142

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

A toda la evaluación financiera también adjuntamos la respectiva depreciación de los activos que se requieren para la oficina y los correspondientes roles de pago del personal necesario.

Tabla n° 76

Detalle	Valor	Vida Útil	% Deprec
Muebles y Enseres	1.455	10	10%
Equipo de Computo	3.400	3	33%
Activos Diferidos	1.730	5	20%

Elaboración: Sandra Pozo (2013)

Rol de Pagos

Así mismo se ha realizado el respectivo cálculo haciendo referencia al rol de pagos de cada administrativo de la oficina, pagando cada uno de los beneficios de ley.

Tabla n° 77

Base 10º cuarto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Base Cálculo IESS				
	292	318	351	387	427	472	9,35%	12,15%			
Año 2012	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	600	600	7.200	292	600	300	0	673	875	9.267
Ing. Comercio Exterior	2	350	700	8.400	584	700	350	0	785	1.021	11.055
Secretaria	1	310	310	3.720	292	310	155	0	348	452	4.929
		310	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		310	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		310	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRODUCCIÓN	4	2.190	1.610	19.320	1.168	1.610	805	0	1.806	2.347	25.250

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Dentro de lo que comprende al capital con el que se trabajará existirá una división la cual consta del 60% capital propio y 40% capital ajeno.

Tabla n° 78

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	47.236
Capital Ajeno	40%	31.491
Total	100%	78.727

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

En lo que respecta al punto de equilibrio nos manifiesta que se deberían vender como mínimo alrededor de 13000 cajas por cosecha para el año 2012, incrementando conforme lo indican las proyecciones para los siguientes años en la tabla n° 80, esto con la finalidad de no obtener perdidas, pero así mismo no se obtendría utilidad pero se lograría cumplir con las obligaciones contraídas.

Tabla n° 79

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
Costo de Producción	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES
MPD		168.000		178.650		181.896		185.205		188.589		192.010
MOD		7.575		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación												
Envases		0		0		0		0		0		0
Embalajes		4.200		4.466		4.749		5.050		5.371		5.711
Agua		600		627		654		683		714		745
Energía		180		188		196		205		214		224
Suministros		1.200		1.253		1.309		1.367		1.428		1.491
Asistencia Técnica		0		0		0		0		0		0
nn		0		0		0		0		0		0
nn	600		627		654		683		714		745	
Energía	180		188		196		205		214		224	
Suministros	1.200		1.253		1.309		1.367		1.428		1.491	
Asistencia Técnica	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
nn	0		0		0		0		0		0	
Otros	0		0		0		0		0		0	
Depreciaciones	0		0		0		0		0		0	
Total Costo de Producción	1.980	181.755	2.068	185.185	2.160	188.805	2.255	192.510	2.356	196.315	2.460	200.181
Gastos Operacionales	12.815	21.856	15.985	24.771	17.148	25.770	18.418	26.919	19.854	26.333	21.368	27.862
Gastos Administrativos	12.815		15.985		17.148		18.418		19.854		21.368	
Gastos de Exportación		21.856		24.771		25.770		26.919		26.333		27.862
Gastos Financieros	0		3.057		1.954		721		0		0	
Interés Bancario			3.057		1.954		721		0		0	
Costos y Gastos Totales	14.795	203.611	21.109	209.956	21.262	214.575	21.394	219.429	22.209	222.647	23.828	228.043
Unidades	42.000		42.765		43.542		44.334		45.144		45.963	
Costos y Gastos Unitarios	0,35	4,85	0,49	4,91	0,49	4,93	0,48	4,95	0,49	4,93	0,52	4,96
Total Costos y Gastos Unitarios	5,20		5,40		5,42		5,43		5,42		5,48	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	5,98		6,21		6,23		6,25		6,24		6,30	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	13.067		16.187		16.346		16.490		17.011		17.777	

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Amortización de la deuda

Tomando en cuenta el financiamiento la deuda asciende a los 31.491 USD, a una plazo de 3 años, pagando una tasa de interés del 11.20%. pagando una cuota de 1033,95 USD.

Tabla n° 80

Amortización de la Deuda	
Monto	31.491
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	1033,95

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Balance General y Estado de Resultados

Dada la situación del financiamiento al realizar nuestros balances se hace constar los valores a ser adeudados y también haciendo constar los valores que ya fueron analizados, obteniendo una utilidad neta de 22.738 usd, que en proyección va incrementando.

Tabla n° 81

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	72.142	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	72.142	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	31.491
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	31.491
Muebles y Enseres	1.455		
Equipo de Computo	3.400	Total Pasivos	31.491
Total Activos Fijos	4.855		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.730	Capital Social	47.236
Total Activos Diferidos	1.730	Total Patrimonio	47.236
Total Activos	78.727	Total Pasivo + Patrimonio	78.727

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 82

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	251.167	265.725	271.212	276.947	281.585	289.651
Cantidad	42.000	42.765	43.542	44.334	45.144	45.963
Precio	5,98	6,21	6,23	6,25	6,24	6,30
- Costo de Ventas	181.755	185.185	188.805	192.510	196.315	200.181
Utilidad Bruta en Ventas	69.412	80.541	82.407	84.437	85.271	89.470
- Gastos Operacionales	34.671	40.756	42.918	45.337	46.186	49.230
Gastos Administrativos	12.815	15.985	17.148	18.418	19.854	21.368
Gastos de Exportación	21.856	24.771	25.770	26.919	26.333	27.862
Utilidad Operacional	34.741	39.784	39.489	39.100	39.084	40.241
- Gastos Financieros	0	3.057	1.954	721	0	0
Interés Bancario	0	3.057	1.954	721		
U.A.T.I	34.741	36.728	37.535	38.379	39.084	40.241
- 15% Particip. Trabajadores	5.211	5.509	5.630	5.757	5.863	6.036
Utilidad Antes de Impuestos	29.530	31.219	31.905	32.622	33.221	34.205
- 23% Impuesto a la Renta	6.792	7.180	7.338	7.503	7.641	7.867
Utilidad Neta	22.738	24.038	24.567	25.119	25.581	26.337

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tomando en cuenta lo que corresponde al flujo de efectivo con su respectivas proyecciones tenemos como resultado un VAN DE 42.057 usd, TIR de 22,69%, CCP de 9,43% y CB de 1.54 usd.

Tabla n° 83

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		24.038	24.567	25.119	25.581	26.337
+ Depreciaciones		1.279	1.279	1.279	1.329	1.329
+ Amortizaciones		346	346	346	346	346
Liquidación del Proyecto						1.911
Recuperación Capital de Operación						72.142
Total Entradas	0	25.663	26.192	26.744	27.256	102.066
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	78.727					
Amortización de la Deuda		9.351	10.454	11.686		
Reposición de Activos				3.551		
Total Salidas	78.727	9.351	10.454	15.237	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-78.727	16.312	15.738	11.507	27.256	102.066

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Tabla n° 84

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 78.256,74		
1	16.269,45	0,9138	14.867,45
2	15.698,15	0,8351	13.109,18
3	11.470,43	0,7631	8.753,28
4	27.163,36	0,6974	18.942,53
5	101.499,15	0,6373	64.681,55
		ΣFE	120.353,98
		- I.I.	78.256,74
		VAN	42.097,24
		TIR	22,75%
		PR	3,91
		C/B	1,54

Año anterior recuperación	+	Costo no recuperado al inicio del año
		FE durante el año de recuperación

Elaborado: Sandra Pozo (2013)

Basándonos en estos indicadores podemos mencionar que es un proyecto rentable puesto que el VAN es mayor a cero que de acuerdo a su definición es lo más conveniente, la TIR supera los valores que paga de interés el banco que para nuestro caso son del 8%, el periodo de recuperación es aceptable puesto que para la inversión que se estima el tiempo de tres años es considerable para la recuperación, el costo beneficio nos refleja que por cada dólar que yo invierto tengo una utilidad de 0,54 ctvs.

CONCLUSIONES

- La región costa presenta un sinnúmero de beneficios debido a la situación geográfica y altitudinalmente en la que se encuentra, en donde presenta oportunidades y posibilidades de obtener productos de alta calidad como el mango Tommy en especial por las condiciones climáticas que esta región mantiene, los frutales son uno de sus principales fuertes los cuales los hacen ser muy apetecidos por los mercados extranjeros.
- En lo que respecta al estudio de mercado consideramos que se podrá tener abastecimiento de la fruta en un 15% por parte de las haciendas proveedoras cantidades necesarias de mango en cada cosecha, puesto que existe producción suficiente cantidad que permitirá ingresar al mercado destino sin inconvenientes, una adquisición por parte de los clientes de 2000 cajas mensuales, esto contando con que se mantiene un 16% de consumo de la fruta en Nariño, con estos datos se refleja un porcentaje de cobertura del 8% en el mercado de destino.
- En lo que respecta al estudio técnico se requiere una oficina de alrededor de 20m² ubicada en el sector centro de la ciudad, la cual se encontrará dividida en cuatro departamentos como son Gerencia, Comercio Exterior, Operaciones, Servicio al Cliente, requiriendo para esto una inversión en activos fijos de 4855 usd, en lo que respecta a las actividades que se ejecutarán serán el contacto con el cliente, compra de la fruta, transporte y exportación, tanto con apoyo estratégico y operativo.
- Dentro del proceso logístico es necesario la utilización de vehículos tipo sencillo y turbo para transportar la fruta que vendrá en cajas de cartón, el término de negociación será en DDP, mediante carta de crédito para

el pago, así también la documentación pertinente para la exportación como documentos de transporte, factura, certificado de origen (0% aranceles), certificado fitosanitario, dándonos como precio de venta en termino DDP de 5,17 ctvs con un margen de utilidad de 0,70 ctvs.

- En lo que respecta a la evaluación financiera se hace necesario la inversión de alrededor de 78.727 usd, con un capital de operación de 72.142 usd, de lo cual se requiere del 40% de financiamiento de la inversión requerida, así mismo se presenta el punto de equilibrio de 13.000 cajas como ventas mínimas, obteniendo de todo esto una utilidad neta de 22.738 usd en cada año aproximadamente.
- Se obtuvo un VAN de 42.097 usd, TIR 22,75%, C/B de 1,54 usd, basándonos en estos indicadores podemos mencionar que es un proyecto rentable puesto que el VAN es mayor a cero que de acuerdo a su definición es lo más conveniente, la TIR supera los valores que paga de interés el banco que para nuestro caso son del 8%, el periodo de recuperación es aceptable puesto que para la inversión que se estima el tiempo de tres años es considerable para ello, el costo beneficio nos refleja que por cada dólar que yo invierto tengo una utilidad de 0,54 ctvs.
- Desde el punto de vista social es un proyecto que generaría fuentes de empleo y beneficios aceptables para las personas que se verán involucradas en todo el proceso tanto en destino como en origen.

VII. BIBLIOGRAFÍA.

Alvarez, K., (2009), *Estudio de Factibilidad para la Exportación de Mango al Mercado Francés en el periodo 2009 – 2018*, trabajo de grado para obtener el título de: Ingeniero en Comercio Exterior Integración y Aduanas de la Universidad Tecnológica Equinoccial, inédito en <http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/>.

Arias, M., (2009). *Proyecto de Inversión para la exportación de mango en almíbar enlatado como nuevo producto para la empresa EXOFRUT S.A.* trabajo de grado para obtener el título de: Ingeniero Comercial de la Escuela Politécnica del Litoral, inédito en <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/>.

Ávila, J., (2004), *Introducción a la economía*, México. Plaza y Valedéz editores.

Baca, G., (2010), *Evaluación de Proyectos*, 6ª edición. México. McGraw-Hill.

Carbaugh, R., (2009), *Economía Internacional*, 12ª edición. México. Cengage Learning.

Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan, D., (2004), *Negocios Internacionales*, 10ª edición. México. Pearson Educación.

García, C., (2009), *Elementos de comercio exterior. Guía para estudiantes y profesionales*, 1ª edición. México. Trillas.

Gonzales, I., Martínez, A., Otero, M., Gonzales, E., (2011), *Gestión del Comercio exterior de la Empresa*, 2ª edición. Madrid. ESIC editorial.

Ibarra, E., Ordoñez, E., (2010), *Estudio de factibilidad para la exportación de mango Tommy Atkins desde Palestina (sector Guayas) hasta Pasto (Colombia)*, trabajo de grado para obtener el título de Ingeniero en Comercio Exterior de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, inédito en <http://www.dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/>.

Jacoby, D., (2010), *Cadena de suministros. Guía para una gestión exitosa*. 1ª edición. Ecuador. The Economist.

Krugman, P., Obstfeld, M., (2006), *Economía Internacional*. Madrid. Pearson.

Lerma, A., Márquez, E., (2010), *Comercio y Marketing Internacional*, 4ª edición. México. Cengage Learning.

Rojas, M., Guisao, E., Cano, J., (2011), *Logística Integral*, 21ª edición. Bogotá. Ediciones de la U.

Steimberg, F., (2004), *La Nueva Teoría del Comercio Internacional*. Madrid. Eumed.net

García, C., (2009), *Elementos de comercio exterior. Guía para estudiantes y profesionales*, 1ª edición. México. Trillas.

Linkografía

Consejo Privado de Competitividad (2012), recuperado el 18/04/2012, en <http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/2012/10/CAPITULO3B.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], (2013), recuperado el 16 de abril de 2013, en http://www.dane.gov.co/files/icer/2011/narino_icer__11.pdf

Ministerio de Relaciones Exteriores (2013), *Perfil Económico y Comercial de Colombia*, recuperado el 10 de abril de 2013, en <http://www.embajadacolombia.ca/documents/PerfilColombia.pdf>

Norma Técnica Colombiana NTC1266 (1994), *Mango*, recuperado el 30/04/2013, en <http://es.scribd.com/doc/58309752/NTC-1266-Mangos>

Perfil Logístico de Colombia, (2012), recuperado el 22/04/2013, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_PL2012_COLOMBIA.pdf

Pineda, J. (O.I.T. 2009), Programa Fortalecimiento del Diálogo Social, recuperado el 02/05/2013, En http://jpineda.uniandes.edu.co/Documentos/Ingresos_GeneroMercadoLaboral.pdf

Pineda, L. (agosto, 2008), *Ciencia, tecnología e Innovación en Colombia, ¿pensando con el deseo?*, recuperado el 27/04/2013, en <http://www.connectbogota.org/node/52>

PRO ECUADOR, (2013), *Ficha Comercial de Colombia*, recuperado el 22/04/2013, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_FC2013_COLOMBIA.pdf

Servicio de Estudios Económicos – BBVA RESEARCH (2013), recuperado el 24 de abril 2013, en http://serviciodeestudios.bbva.com/KETD/fbin/mult/1302_SituacionColombia_1T13_tcm346-373665.pdf?ts=2542013

Ministerio de Salud y Protección Social, (2013), *Perfil Nacional de Consumo de frutas de verduras*. Bogotá. Proyecto UTF/COL/039, recuperado el 8/mayo/2013, en http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social, (2013), *Perfil Nacional de Consumo de frutas de verduras*. Bogotá. Proyecto UTF/COL/039, recuperado el 8/mayo/2013, en http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf

VIII. ANEXOS.

Anexo 1

MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR					
<i>Descripción</i>	<i>Costo por vehículo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo total días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de los sacos al vehículo 15 TN	35	4	2	8	140
Cargue de las cajas al vehículo 5 TN	25	1	2	2	25
				0,42	165

Anexo 2

AGENTES					
<i>Descripción</i>	<i>HONORARIOS PROFESIONALES</i>	<i>RR.HH.DE LA EMPRESA</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
agente de carga	80	1	2	0,25	80
Agente de aduana	120		6	0,75	120
OTROS	20		1	0,125	20
TOTALES			9	1,125	220

Anexo 3

SEGURO INTERNACIONAL					
<i>Descripción</i>	<i>Valor asegurado</i>	<i>Prima</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>costo de operación</i>
cobertura de todo riesgo	60435,11	2%	2	0,25	1208,70

Anexo 4

MANIPULEO DE DESEMBARQUE					
<i>Descripción</i>	<i>Costo por EMBARQUE</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de los sacos al TRANSPORTE INTERNACIONAL	60	4	2	0,25	240
OTROS	60	1		0	60
TOTALES				0,25	300

Anexo 5

AGENTES					
Descripción	HONORARIOS PROFESIONALES	RR.HH.DE LA EMPRESA	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
agente de carga	120	1	2	0,25	120
Agente de aduana	150		6	0,75	150
OTROS	50		1	0,125	50
TOTALES			9	1,125	320

Anexo 6.- Cálculo de proyecciones

Producción Nacional

Años	Producción Nacional	Año (X)	Tn (Y)	X ²	XY
2007	185.269	1	185.269	1	185.269
2008	189.066	2	189.066	4	378.132
2009	241.016	3	241.016	9	723.048
2010	200.135	4	200.135	16	800.540
2011	220.025	5	220.025	25	1.100.125
Proyección		15	1035511	55	3187114
2012	231.277				
2013	239.335				
2014	247.393				
2015	255.451				
2016	263.509				
2017	271.567				

Y = a + bx			
$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{9.146.395}{50}$	=	182.928
$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{402.905}{50}$	=	8.058

En lo que respecta a las proyecciones tomamos el valor obtenido de a y b sumamos y este resultado lo multiplicamos por el siguiente año de la proyección a obtener, ejemplo para la proyección año 2012:

$$= 182.928 + 8.058 * 6$$

$$= 231.277$$

Importaciones

Años	Importaciones
2008	5.078
2009	7.277
2010	9.675
2011	13.131
2012	13.132
Proyección	
2013	16.247
2014	18.443
2015	20.640
2016	22.836
2017	25.032

Año (X)	Tn (Y)	X ²	XY
1	5.078	1	5.078
2	7.277	4	14.554
3	9.675	9	29.025
4	13.131	16	52.524
5	13.132	25	65.660
15	48293	55	166841

Y = a + bx			
$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{153.500}{50}$	=	3.070
$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{109.810}{50}$	=	2.196

Exportaciones

Años	Exportaciones
2009	131
2010	198
2011	354
Proyección	
2012	451
2013	562
2014	674
2015	785
2016	897
2017	1.008

Año (X)	Tn (Y)	X ²	XY
1	131	1	131
2	198	4	396
3	354	9	1.062
6	683	14	1.589

Y = a + bx			
$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{28}{6}$	=	5
$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$\frac{669}{6}$	=	112

Anexo 7.- Artículo Científico



SANDRA ELIZABETH POZO CHAMPUTIZ

Egresada de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Seminario Taller Manejo de Partidas Arancelarias. Estructura de Planes de Negocios. Análisis de Indicadores Socioeconómicos de la Provincia del Carchi con SPSS. I Jornada de Comercio Internacional. V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana.

Demanda de mango en Nariño Colombia y la Comercialización desde la provincia del Guayas – Ecuador

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
Universidad Politécnica Estatal del Carchi
sandy_alex3@hotmail.com

Resumen

En lo que respecta a la comercialización de mango desde Guayas Ecuador hasta Nariño Colombia surgen varios resultados positivos de los cuales podemos resaltar que mantenemos disponible un 10% de la producción de la fruta en cada cosecha tanto de la Hacienda Pivano como Hacienda Podas, los cuales podemos comercializar y dar a conocer el producto en el mercado colombiano, así mismo los estudios realizados al mercado objetivos son aceptables Nariño es un mercado de fácil acceso, el consumo de la fruta asciende al 16%, mantenemos 7 clientes los cuales están dispuestos a trabajar con nosotros y comprar la fruta, por otro lado mantenemos acuerdos comerciales y preferenciales que nos permiten llegar al cliente con un precio competitivo con canales de distribución adecuados para la fruta.

En lo que respecta a los estudios realizados se prevé una inversión de alrededor de los 73.000 usd , la cual será financiada en un 40%, así también se transportará la fruta en camiones tipo sencillo y turbo utilizando un término de negociación DDP, utilizando carta de crédito para el correspondiente pago, en la que respecta al evaluación financiera obtuvieron indicadores como VAN 42.07 usd, TIR 22,75%, C/B 1,54 usd, guías o datos estadísticos relativamente aceptables para ejecutar el proyecto al igual que el precio de venta de 5,17 ctvs la caja de 4,2 kg en país destino, precio aceptable y competitivo respecto a otros proveedores.

Abstract

With respect to the marketing of handle from Guayas Ecuador to Narino Colombia raises several positive results of which remain available we note that 10% of the production of the fruit at each harvest both the Treasury and Finance Pivano pruning, which we can market and publicize the product in the Colombian market, also market studies are acceptable targets Nariño is an easily accessible market, fruit consumption amounts to 16%, we maintain seven customers which are willing to work with us and buy the fruit, on the other hand maintain preferential trade agreements and allow us to reach customers with a competitive price appropriate distribution channels for fruit.

With respect to the studies carried out foresees an investment of about USD 73,000, which will be funded by 40%, so the fruit is transported in trucks turbo type using a simple and negotiating term DDP, using letter credit for the corresponding payment in relation to financial evaluation indicators obtained as 42.07 usd NPV, IRR 22.75%, C / B 1.54 usd, guides or relatively good statistical data to implement the project as well as the price of sale of 5.17 cents in destination country, acceptable and competitive price compared to other suppliers.

Introducción

Ecuador es un país con gran biodiversidad de frutas nutritivas y de calidad que por la situación geográfica en la que nos encontramos, diversidad de suelos y climas han permitido obtener productos de características comercializables y apetecidas por los mercados extranjeros.

En lo referente a nuestro proyecto se pretende comercializar mango de la variedad Tommy Atkins, partiendo de la gran producción que mantiene la provincia de Guayas y que luego de entrevistas realizadas se destinará un porcentaje en cada cosecha para nuestra comercialización hacia Colombia, así también se dispone de clientes previamente definidos y cadenas de supermercados dispuestos adquirir la fruta es así que surge la posibilidad de crear empresa y dar a conocer la fruta en el departamento de Nariño.

Una de las teorías del comercio internacional la ventaja absoluta manifiesta que un país es eficiente en la producción de un bien cuando utiliza menos trabajo para fabricar una unidad, por lo tanto, los países deben especializarse en la producción de bienes para los que tienen una ventaja absoluta y luego cambiarlos por los bienes que producen otros países (Hill, 2007, p. 169)

Con el pasar del tiempo cada una de las haciendas proveedoras se han venido especializando en sus cultivos, esto con la finalidad de obtener mayor producción, obtener mejores frutos y el rendimiento por hectárea sea mayor, logrando de esta forma satisfacer más mercados, ser más competitivos y exportar más.

La nueva teoría de comercio analiza al comercio internacional considerando el poder de las organizaciones, precios, publicidad, que influyen en el comportamiento del consumidor, al planificar una exportación se pondrá en marcha estrategias comerciales y de precios, así mismo de infraestructura que

permitirá la reducción de costos de acuerdo al incremento de la producción destinada para nosotros. (Steimberg, 2004, p. 14)

La ventaja comparativa nos indica que al llevarse a cabo la comercialización del mango entre las dos naciones tanto Ecuador como Colombia se pueden extender las oportunidades de negocio, así como de consumo lo que traería como resultado el incremento de los beneficios que generaría el comercio entre las dos naciones.

Materiales y Métodos

Para el desarrollo de esta investigación se hizo necesario el uso de método científico puesto que se trata de una investigación de campo, en donde se desarrolló las respectivas entrevistas a proveedores y análisis documental de investigaciones anteriores legales para poder determinar problemáticas o necesidades existentes.

Así también se efectuó una investigación descriptiva puesto que se enfocó en la recolección, procesamiento y análisis de información sobre las características de productores, proveedores, consumidores e intermediarios.

Así también se basó en la modalidad de investigación cuantitativa tomando en cuenta que se estructuró instrumentos metodológicos para obtener información como población, precios, cantidades, por otro lado se considera de modalidad cualitativa tomando en cuenta que se determinaron características de población como gustos, preferencias, prioridades, prácticas habituales tanto de exportadores e importadores, permitiéndonos comparar y asociar para brindar un bien y servicio mejor.

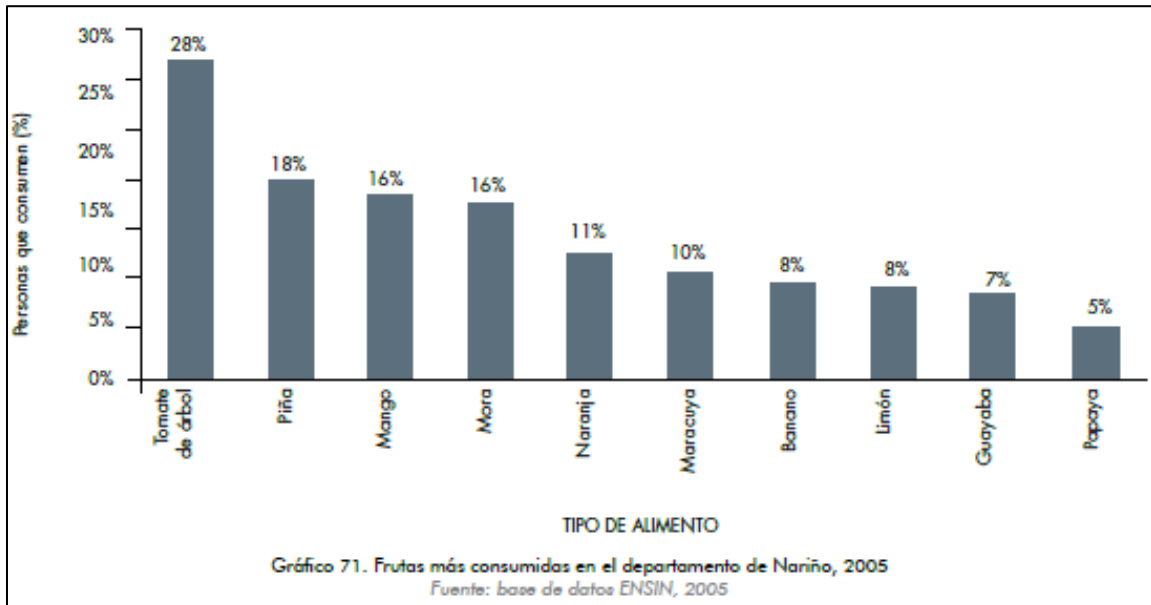
Para esto se tomó en cuenta a dos haciendas proveedoras de la fruta de nombre PIVANO y PODAS, así mismo siete clientes en el mercado destino de nombres Autoservicio Punto Comercial, Almacenes Éxito, Central de Acopio y Abasto de Productos Agrícolas, Mercamax, Distridan y Extraeconómico, Autoservicio El Diamante, Comfamiliar.

Resultados y Discusión

La fruta en especial la variedad Tommy Atkins es cosechada en los meses comprendidos entre Noviembre y Febrero, se comercializa en cajas de cartón de 4,2 kg aproximadamente, se la adquiere a un valor de 4 usd, y según nuestra evaluación financiera se pretende vender a 5,17 usd en bodegas de cliente según término de negociación DDP.

A toda la información y datos obtenidos, un estudio realizado por la Subdirección de Salud Nutricional Alimentos y Bebidas Ministerio de Salud y Protección Social (2103) de Colombia, denominado *Perfil Nacional de Consumo de Frutas y Verduras*, se establece que el 16% de la población del departamento de Nariño es consumidora de mango fresco, dato importante para iniciar con la comercialización.

Tabla n° 1



Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social

Elaborado: Sandra Pozo

En lo que respecta a las entrevistas realizadas tanto la hacienda PODAS como PIVANO, están dispuestas a ceder el 15% de la producción dada en cada cosecha para nuestra comercialización, en lo que respecta a las cadenas de supermercados están dispuestas adquirir cerca de 2000 cajas mensuales, como negociación inicial.

Realizando los cálculos pertinentes el proyecto asciende a un tamaño de 176 toneladas, las cuales son suficientes para abastecer los siete clientes contratados, logrando con esto una cobertura del 8% en lo referente a lo que requiere el departamento de Nariño.

De ahí con estos resultados se plantea la propuesta de crear una oficina de exportaciones que permita la comercialización de la fruta hacia Nariño y posiblemente a los demás departamentos.

Tabla n° 2

Año	Producción nacional	Importaciones	Exportaciones	Cna	Población Colombia	Consumo Real (kg)	Consumo Recomendado	Déficit (kg)	Población de Nariño 16%	Déficit (kg)	Demanda Insatisf (Tm)	Proyecto		
												kg	Tm	% Cobert
2007	185.269	2.722	220	187.771	43.926.929	4,27	14,4	10,13	235.713	2.386.686				
2008	189.066	5.078	374	193.770	44.451.147	4,36	14,4	10,04	238.473	2.394.469				
2009	241.016	7.277	131	248.162	44.978.832	5,52	14,4	8,88	241.224	2.142.722				
2010	200.135	9.675	198	209.612	45.509.584	4,61	14,4	9,79	243.969	2.389.464				
2011	220.025	13.131	354	232.802	46.044.601	5,06	14,4	9,34	246.810	2.306.186				
2012	231.277	13.132	55	244.354	46.581.823	5,25	14,4	9,15	249.643	2.285.310	2.285	176.400	176	8%
2013	239.335	16.247	562	255.020	47.121.089	5,41	14,4	8,99	252.488	2.269.358	2.269	179.611	180	8%
2014	247.393	18.443	674	265.162	47.661.787	5,56	14,4	8,84	255.342	2.256.353	2.256	182.880	183	8%
2015	255.451	20.640	785	275.305	48.203.405	5,71	14,4	8,69	258.213	2.243.526	2.244	186.209	186	8%
2016	263.509	22.836	897	285.448	48.747.708	5,86	14,4	8,54	261.121	2.231.118	2.231	189.599	190	8%
2017	271.567	25.032	1.008	295.591	49.291.609	6,00	14,4	8,40	264.035	2.218.741	2.219	193.050	193	9%

Partiendo de los datos obtenidos de producción, importaciones y exportaciones, nos arroja resultados positivos, basándonos en el consumo real, consumo recomendado, adicional a esto un dato importante del consumo de mango en Nariño con un 16%, dato que refleja una demanda insatisfecha de 2285 toneladas, las cuales serán satisfechas en un 8%, información importante para la ejecución del proyecto.

Para la comercialización de la fruta se hace necesario la presentación de documentación como:

- ✓ Carta de Porte Internacional por carretera (CPIC)
- ✓ Manifiesto de Carga Internacional (MCI)
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ Factura Comercial
- ✓ Certificado Fitosanitario

En lo que respecta a la exportación se hace conveniente el uso de vehículos tipo sencillos y tipo turbo esto por logística para el mejor trato de la fruta y las cajas de cartón que son el embalaje.

Conclusiones

- Observamos que existe demanda de la fruta fresca en el departamento de Nariño y que con el pasar de los años los consumos han ido incrementando en especial del mango Tommy, tomando en cuenta que en Colombia también se produce mango pero no con los nutrientes y beneficios que la fruta ecuatoriana presenta, este consumo asciende al 16% de la población de Nariño dato muy importante para la ejecución del proyecto.
- De acuerdo a los resultados obtenidos tanto de análisis político, económico, logístico, técnico, financiero, se plantea un proyecto en un 90% viable y factible de ejecutar, esto partiendo de que se cuenta con lo fundamental el consumo dato importante mencionado anteriormente, fruta disponible para comercializar y clientes dispuestos a comprar la fruta y hacer acuerdos más serios para incrementar la adquisición de la misma.
- Así también se cuenta con un TIR positivo, un periodo de recuperación considerable respecto de la inversión que supera los 70.000 USD, un costo beneficio de 0,54 ctvs por cada dólar invertido, indicadores que reflejan la factibilidad del proyecto.

Bibliografía

Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Steimberg, F. (2004). *Teorías Económicas*. Madrid: Eumed.net.

Ministerio de Salud y Protección Social, (2013), *Perfil Nacional de Consumo de frutas de verduras*. Bogotá. Proyecto UTF/COL/039, recuperado el 8/mayo/2013, en http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf

Anexo 8.- Documentación