

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “Estudio de Factibilidad para la Exportación de Mango Variedad Tommy Atkins de la Asociación Asoprovalle del Cantón Ambuquí Provincia de Imbabura hacia Mercados Internacionales”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Luis Fernando Muñoz Chiles

TUTORA: Msc. Milena del Rocío Gutiérrez Villarreal

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante Luis Fernando Muñoz Chiles con el número de cédula 040192843-7 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de Factibilidad Para la Exportación de Mango Variedad Tommy Atkins de la Asociación Asoprovalle del Cantón Ambuquí Provincia de Imbabura hacia Mercados Internacionales”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f. 
Mcs. Milena Gutiérrez

f. 
Msc. Beatriz Realpe

Tulcán, 22 de febrero de 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Luis Fernando Muñoz Chiles con cédula de identidad número 040192843-7 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



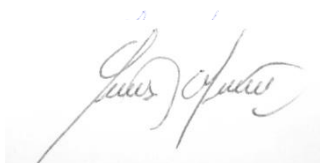
f.....

Luis Fernando Muñoz Chiles

Tulcán, 22 de febrero de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Luis Fernando Muñoz Chiles declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de Factibilidad para la Exportación de Mango Variedad Tommy Atkins de la Asociación Asoprovalle del Cantón Ambuquí Provincia de Imbabura hacia Mercados Internacionales” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Luis Fernando Muñoz Chiles

Tulcán, 22 de febrero de 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre, hermanos y familiares por su apoyo en todo momento, por los consejos y enseñanzas que guían mi vida para alcanzar las metas trazadas, permitiéndome culminar mis estudios de manera satisfactoria

De igual forma, a la Universidad Politécnica estatal del Carchi, por haberme brindado la oportunidad de una formación profesional de calidad, a sus docentes, quienes contribuyeron en la formación profesional.

Finalmente, quiero agradecer mi tutora Doctora Milena Gutiérrez y lectora Magister Beatriz Realpe, quienes, con su guía y apoyo continuo, hicieron posible la culminación de este proyecto de investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi madre Anita Chiles, por el amor, sacrificio y por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mis hermanos por estar siempre dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	16
INTRODUCCIÓN.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	20
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	20
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.2 MARCO TEÓRICO	27
2.2.1. Variables de la investigación	29
2.2.1.1. Negocios Internacionales.	30
2.2.1.2. Factibilidad.....	30
2.2.1.3. Estudio de Mercado	30
2.2.1.4. Oportunidad comercial.....	30
2.2.1.5. Producto	31
2.2.1.6. Demanda	31
2.2.1.7. Demanda potencial insatisfecha	31

2.2.1.8. Oferta	31
2.2.1.9. La competencia.....	32
2.2.1.10. Precio	32
2.2.2.1 Exportación	32
2.2.2.2. Globalización.....	32
2.2.2.3 Mercados internacionales.....	33
2.2.2.4. Acuerdos y tratados internacionales	33
2.2.2.5. Instrumentos de protección exterior	33
2.2.2.6. Barreras arancelarias.....	33
2.2.2.7. Barreras no arancelarias	34
III METODOLOGÍA	35
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	35
3.1.1. Enfoque	35
3.1.2. Tipo de Investigación	36
3.1.3. Modalidad	36
3.1.4. Población.....	37
3.2. IDEA A DEFENDER	37
3.2.1. Variables	37
3.2.2 Definición Y Operacionalización De Variables.....	38
3.2.2.1 Definición de las variables	38
3.3. DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	39
3.3.1 Recolección De Información.....	41
3.3.2 Plan de procesamiento y análisis de la información.....	41
3.4. METODOS UTILIZADOS.....	42
3.4.1. Diagnostico Situacional	42
3.4.1.1. Países importadores de mango	43

3.4.2. Análisis de los factores externos de los países seleccionados	45
3.4.2.1 Análisis Situacional Del Mercado De Holanda.....	46
3.4.2.1.1. Factores Socioeconómicos	46
3.4.2.1.2. Factores Políticos.....	49
3.4.2.1.3. Factores Geográficos	53
3.4.2.1.4. Factores Tecnológicos.....	55
3.4.2.2 Análisis Situacional Del Mercado De Alemania.....	56
3.4.2.2.1. Factores Socioeconómicos	56
3.4.2.2.2. Factores Políticos.....	60
3.4.2.2.3. Factores Geográficos	63
3.4.2.2.3. Factores Tecnológicos.....	65
3.4.2.3. Análisis Situacional del Mercado de China	67
3.4.2.3.1. Factores Socioeconómicos	67
3.4.2.3.2. Factores Políticos.....	71
3.4.2.3.3. Factores Geográficos	73
3.4.2.3.4. Factores Tecnológicos.....	75
3.4.3. Perfil De Amenazas Y Oportunidades Del Medio (POAM).....	76
3.4.3.1. Análisis POAM del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.....	78
3.4.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	79
3.4.4.1. Análisis Del Mercado De China.....	79
3.4.4.2. Importaciones De Mangos Por País Proveedor	80
3.4.4.3. Relaciones Bilaterales de China en 2017	81
3.4.4.4. Balanza comercial Ecuador – China.....	82
3.4.4.5. Barreras Arancelarias.....	84
3.4.4.6. Barreras No Arancelarias	84
3.4.4.6.2. Permisos de importación de sanidad vegetal.....	84

3.4.4.6.3. Requisitos fitosanitarios para exportar mango de Ecuador a China	85
3.4.4.6.4. Regulaciones Fitosanitarias	86
3.4.4.7. Shanghái como mercado meta.....	87
3.4.4.7.1. Análisis situacional de Shanghái	87
3.4.4.7.2. Geografía.....	87
3.4.4.7.3. Shanghái ciudad dinámica para la economía china	87
3.4.4.7.4. Perfil Del Consumidor	88
3.4.4.7.5. Tipos de consumidores.....	88
3.4.4.7.5.3. Consumidor en Shanghái	89
3.4.4.7.6. Demanda Actual	91
3.4.4.7.7. El Producto	93
3.4.4.7.7.1. Información Nutricional del Mango Tommy Atkins	93
3.4.4.7.8. Análisis del Mercado Ecuatoriano	93
3.4.4.7.9. Composición de las actividades económicas de Ecuador	94
3.4.4.7.10. Producción de mango en Ecuador	94
3.4.4.7.11. Precio de exportación basado en la competencia	95
3.4.5. ESTUDIO TÉCNICO	96
3.4.5.1. Macro localización.....	96
3.4.5.2. Micro Localización.....	96
3.4.5.3. Micro localización.	97
3.4.5.4. Plan Estratégico de la asociación Asoprovalle.....	97
3.4.5.4.6. Cargos y Funciones.....	98
3.4.5.4.8. Cadena productiva de mango	110
3.4.5.4.9. Descripción del proceso de producción del mango.	110
3.4.5.4.9.16.1. Requisitos para ser exportador.....	117
3.4.6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	127

3.4.6.1. Inversión y Costos	127
3.4.6.2. Costos de producción y gastos operacionales	128
3.4.6.3. Capital de trabajo	130
3.4.6.4. Estados financieros	130
3.4.6.5. Balance General.....	131
3.4.6.6. Estado de Resultados	132
3.4.6.7. Flujo de efectivo, VAN, TIR.....	134
3.4.6.8. Punto de Equilibrio	136
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	137
4.1. RESULTADOS.....	137
4.2. DISCUSIÓN.....	140
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	145
5.1. CONCLUSIONES	145
5.2. RECOMENDACIONES	146
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	147
Bibliografía	147
VII. ANEXOS.....	151

Índice de Tablas

Tabla 1 Datos Básicos de Países Bajos	46
Tabla 2 Principales indicadores económicos de Países Bajos	47
Tabla 3 Rendimiento Logístico Índice de Países Bajos	54
Tabla 4 Datos Básicos de Alemania.....	56
Tabla 5 Indicadores económicos de Alemania	58
Tabla 6 Desempeño Logístico	64

Tabla 7 Datos Básicos de China	67
Tabla 8 Indicadores económicos de China	69
Tabla 9 Matriz POAM.....	77
Tabla 10 Lista de los mercados proveedores de mango hacia China en 2017.....	80
Tabla 11 Productos Exportados Ecuador - China (Miles Usd).....	81
Tabla 12 Barreras arancelarias para el mango en China	84
Tabla 13 Lista de las principales empresas importadoras de frutas y verduras en Shanghái	91
Tabla 14 Consumo Nacional Aparente de China- Shanghái	92
Tabla 15 Información Nutricional del Mango	93
Tabla 16 Descripción de cargos	99
Tabla 17 Datos de apilado en la tarima	114
Tabla 18 Descripción de contenedor para exportar mango	117
Tabla 19 Cálculo de Cubicaje	117
Tabla 20 Datos básicos del embarque	122
Tabla 21 Información adicional	122
Tabla 22 Documentación de Exportación	123
Tabla 23 Flete Interno	123
Tabla 24 Flete internacional	123
Tabla 25 Derechos Aduaneros	123
Tabla 26 Término de negociación.....	125
Tabla 27 Matriz general.....	126

Tabla 28 Activos fijos tangibles.....	127
Tabla 29 Activos diferidos.....	128
Tabla 30 Costos de producción.....	129
Tabla 31 Gastos administrativos	129
Tabla 32 Capital de operación	130
Tabla 33 Total inversión inicial	130
Tabla 34 Balance general (con financiamiento)	131
Tabla 35 Estado de resultados (con financiamiento)	132
Tabla 36 Estado de resultados (sin financiamiento).....	133
Tabla 37 Flujo de efectivo (con financiamiento)	134
Tabla 38 Indicadores financieros (con financiamiento)	134
Tabla 39 Flujo de efectivo (sin financiamiento)	135
Tabla 40 Indicadores financieros (sin financiamiento)	135
Tabla 41 Punto de equilibrio (con financiamiento).....	136
Tabla 42 Comparación de método Financiero	139

Índice de Figuras

Figura 1 Variable Independiente: Estudio de Factibilidad	29
Figura 2 Variable Dependiente: Mercados Internacionales.....	29
Figura 3 Mango	42
Figura 4 Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017	44
Figura 5 Distribución geográfica del comercio exterior chino	81
Figura 6 Balanza Comercial Ecuador-China periodo 2015-2017.....	82
Figura 7 Balanza Comercial Ecuador-China 2018.....	82

Figura 8 Macro localización	96
Figura 9 Micro Localización.....	97
Figura 10 Organigrama Asoprovalle.....	98
Figura 11 Mapa de Procesos.....	106
Figura 12 Cadena productiva de mango.....	110
Figura 13 Cajas de Mango.....	112
Figura 14 Etiqueta de la fruta.....	114
Figura 15 Configuración de apilado.....	115
Figura 16 Características de la malla	116
Figura 17 Toneladas Importadas.....	154
Figura 18 Frecuencia de Importaciones	155
Figura 19 Precios de Mango	156
Figura 20 Términos de negociación.....	157
Figura 21 Porcentaje de empresas dispuestas a Comprar mango	158
Figura 22 Tipo de transporte.....	159

RESUMEN

El documento que se plasma a continuación, se realiza con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto, a través de la elaboración de un estudio de mercado, en donde se analiza ciertos mercados con características homogéneas, factores como las importaciones del mercado óptimo, exportaciones nacionales, situación socio económica y política, entre otras, todos estos componentes que se enfocan en este proyecto de investigación está encaminado a generar resultados acerca de la oferta existente de mango variedad Tommy Atkins de la asociación Asoprovalle del Cantón Ibarra Provincia de Imbabura hacia mercados internacionales, donde se presenta un análisis de los principales mercados importadores de mango a nivel mundial, siendo estos China, Alemania y Holanda, donde se examinan las principales características del mercado como las cantidades importadas, para posteriormente mediante la matriz POAM determinar la mejor oportunidad comercial. Los resultados de la matriz determinan que China específicamente Shanghái es el principal mercado para exportar. Por otra parte, mediante un estudio se procedió a recolectar información, mediante el uso de técnicas como la observación, entrevista y encuestas para conocer la capacidad de exportación de los productores como la capacidad de adquisición los importadores. Posteriormente se realizó un estudio de mercado en el que se logra establecer la demanda insatisfecha, el comportamiento del consumidor, tipos de consumidor, hábitos de cocina, entre otros, en el mercado de Shanghái. Como parte final del proyecto se realizó un estudio técnico y financiero quien permitió analizar la rentabilidad del estudio

Palabras claves: Estudio de Factibilidad, Oferta Exportable, Mango, Mercados internacionales, Demanda.

ABSTRACT

The following document is made in order to know the feasibility of the project, through the elaboration of a market study, in which certain markets are analyzed with homogeneous characteristics, factors such as imports from the optimal market, national exports, socioeconomic and political situation, among others, all these components that focus on this research project is aimed at generating results about the existing supply of mango variety Tommy Atkins of the association Asoprovalle Ibarra Canton Province of Imbabura to international markets, which presents an analysis of the main import markets of mango worldwide, being these China, Germany and Holland, where the main characteristics of the market are examined as the quantities imported, and then through the matrix POAM determine the best business opportunity. The results of the matrix determine that China specifically Shanghai is the main export market. On the other hand, a study proceeded to collect information through the use of techniques such as observation, interview and surveys to know the export capacity of producers as the ability to acquire importers. Subsequently, a market study was carried out to establish unsatisfied demand, consumer behaviour, types of consumer, cooking habits, among others, in the Shanghai market. As a final part of the project, a technical and financial study was carried out which allowed to analyze the profitability of the study.

Keywords: Feasibility Study, Exportable Offer, Mango, International Markets, Demand.

INTRODUCCIÓN

En el comercio internacional existen diversas oportunidades para el Ecuador, debido a que éste cuenta con diferentes productos que son apetecidos a nivel mundial, como es el mango que gracias a su valor nutritivo y sus diferentes usos puede ingresar a mercados internacionales con una significativa acogida.

La finalidad de este proyecto es encontrar una oportunidad de mercado para internacionalizar el mango de la asociación Asoprovalle para obtener mayores utilidades. Esta investigación está dividida en cuatro capítulos como se muestra a continuación.

Capítulo I: En esta sección señala la problemática relacionada al sector agro productor del país, en especial al cultivo de mango, en lo que concierne a la comercialización de aguacate tipo Fuerte y con esto se identifica objetivos para alcanzar una investigación óptima.

Capítulo II: En esta sección se encuentra el marco teórico donde se toma en cuenta artículos científicos que tienen relación con la búsqueda de mercados internacionales de mango, la fundamentación legal donde se encuentran las leyes que amparan a este proyecto y las bases teóricas de comercio internacional.

Capítulo III: Contiene la metodología que se utilizó para el tema en cuestión, para ello se utilizó información primaria que fue proporcionada por la asociación Asoprovalle e información secundaria de fuentes confiables como Banco Central del Ecuador, Banco Mundial, Proecuador, Ministerio de Relaciones Exteriores, entre otros, que permitieron examinar la situación de Países Bajos, Alemania y China quienes son los posibles mercados de la misma forma se discute los resultados obtenidos con los resultados de otras investigaciones.

Capítulo IV: Contiene los resultados más relevantes obtenidos de la investigación en base a los instrumentos utilizados como la encuesta y entrevista, el análisis del estudio financiero y de mercado. También se muestra la discusión en el que se compara la investigación con estudios similares para poder determinar las diferentes conclusiones.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es un país con una amplia diversidad de cultivos, desde alimentos tradicionales como el banano, cacao, café, el azúcar, hasta frutas orgánicas de diversas variedades. (Productor, 2018) sin embargo el desconocimiento de las oportunidades de mercados internacionales y mecanismos de apoyo dificultan el acceso de los productores a las cadenas agroalimentarias de alto valor.

En la investigación llevada a cabo por el Centro de Globalización, Gobernanza y Competitividad de la universidad de Duke para el fondo Multilateral de Inversiones, revela que existen excelentes oportunidades para que los pequeños y medianos productores de Latinoamérica puedan acceder a mercados internacionales. Pero el mayor obstáculo que se le presenta a los productores es la falta de información para acceder a los mercados nacionales e internacionales.

Por otra parte, a nivel de Latinoamérica existe una gran cantidad de producción de mangos en diferentes países, como Brasil, México, Perú y Ecuador, que abastecen a diferentes mercados del globo, pero hay que tener en cuenta que no siempre esta producción cumple con los estándares de calidad, debido a que en cada temporada existen problemas relacionados a los cambios climáticos y enfermedades que afectan a los cultivos y la ineficiente capacidad para controlar estos factores que hace que una parte de la producción pierda las condiciones que exigen los mercados internacionales.

Según el informe mencionado, los pequeños productores desconocen que hay incluso un mercado potencial para sus productos, o que requisitos pueden tener los potenciales cliente. Mucho menos a la forma de elaboración de contratos de abastecimiento o las normas de calidad del producto.

Según Johnny Jara, director ejecutivo de Fundación Mango en Guayaquil, la mayor producción de mango se da en la región costa, en la actualidad cuenta con aproximadamente 5.500 hectáreas, distribuidas en 105 haciendas. El área de cultivo está en Guayas, Los Ríos, El Oro y Santa Elena. Sin embargo, no se toma en cuenta a los pequeños productores de

otras zonas del Territorio como la región sierra, ´por lo tanto el interés para el sector por parte de autoridades e inversionistas independientes es limitado.

La provincia de Imbabura cuenta con un relieve y clima idóneo para el cultivo de distintos árboles frutales entre ellos el árbol de mango. En esta provincia, en la parroquia rural del cantón Ibarra se encuentra la asociación Asoprovalle que se dedica al cultivo y comercialización de mango variedad Tommy Atkins quien distribuye su producto principalmente a Supermaxi y Green Garden, pero no acaparan toda la producción de la asociación, esto crea que exista una sobre oferta del producto, y se opte por la búsqueda de mercados alternos para la venta de la de mango.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye un estudio de factibilidad para la exportación de mango variedad Tommy Atkins a la asociación Asoprovalle en la búsqueda de mercados Internacionales?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante porque permite identificar las características de los principales mercados del mango en el mundo, a su vez ayuda a tener una visión clara de los diferentes comportamientos de mercado en el sector agrícola especialmente de esta fruta tropical.

La comercialización es fundamental cuando existen productos originarios de un país, por lo cual es de vital importancia buscar diferentes formas de ingresar a mercados internacionales, estas estrategias deben estar encaminadas al comercio nacional e internacional, de tal manera que se reactive la economía un país. Por esta razón es relevante la información que se recopile en este documento debido a que la importancia de comercializar el mango, que también se produce en Ecuador, ha venido creciendo sostenidamente en el mercado nacional como internacional, dejando de ser una fruta desconocida para incorporarse en la dieta las personas.

También se realizó ésta investigación para identificar las oportunidades de negocio que pudieran existir en el mercado global, y conocer los aspectos más importantes en las estrategias comerciales de ingreso a nuevos mercados, buscando un aumento en los réditos económicos para que las fincas tecnifiquen y desarrollen su producción, obteniendo mayores beneficios que inciden directamente sobre su propia economía, como también en la de sus

alrededores. De igual manera el presente proyecto toma en consideración el impacto socio económico en el sector, debido a que pretende incentivar la transformación de la materia prima, lo que puede ayudar a generar empleos, y acceder a una mejor calidad de vida.

También es importante porque permite dar a conocer los diferentes procesos a seguir para la comercialización de mango a nivel nacional e internacional, cuyos procesos son desconocidos para la asociación, este conocimiento aportara al desarrollo interno de la asociación, permitiéndole ser más competitivo frente a empresas y productores a nivel local e internacional.

La investigación se la realizará para el beneficio de los socios que conforman la Asociación Asoprovalle también para la población del cantón puesto que mediante las actividades de esta se generan plazas de trajo, la universidad se beneficia porque aporta con conocimientos de las diferentes ideas que contribuyen a dar soluciones que se presentan en la zona, generando impacto económico, social y cultural.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- ✓ Desarrollar un Estudio de Factibilidad para la exportación de mango variedad Tommy Atkins de la asociación Asoprovalle hacia la mejor oportunidad comercial internacional.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar bibliográficamente acerca de la exportación de mango Tommy Atkins.
- ✓ Diagnosticar la disponibilidad de la oferta y la demanda del producto, en los mercados internacionales.
- ✓ Realizar un estudio técnico, financiero y de mercado para la exportación de mango variedad Tommy Atkins hacia la mejor oportunidad de mercado.

1.4.3. Preguntas de Investigación

¿Qué variedad de mango produce la asociación?

¿Qué cantidad de mango produce la asociación ASOPROVALLE?

¿Cuáles son las condiciones adecuadas del producto en mercados internacionales?

¿Cuáles son los principales países importadores del producto?

¿Ecuador cuenta con acuerdos comerciales que favorezca la comercialización internacional de mango?

¿Cuáles son los principales competidores en el mercado internacional?

¿Cuáles son los canales de distribución más adecuados en el país de destino?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de haber indagado en diversas fuentes se ha logrado definir los siguientes antecedentes investigativos que sirven como base para sustentar la presente investigación:

Estudio de Factibilidad.

1. Como primer antecedente se toma en cuenta el “Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Pulpa de Mango Al Mercado Japonés en el periodo 2013 – 2023” con la autoría de Ángel Rafael Medina Cruz en la Universidad Tecnológica Equinoccial, cuyo objetivo general es desarrollar un plan de negocios para la exportación de pulpa de mango al mercado japonés en el periodo 2013 – 2023, buscando altos niveles de rentabilidad.

Esta investigación hace referencia a que a nivel mundial existe una alta demanda de frutas no tradicionales como es el mango, puesto que se ha desarrollado un estudio de mercado donde se evidencian las características cuantitativas y cualitativas de los demandantes de países altamente exigentes, en este caso, en el mercado japonés.

De la misma forma, pone énfasis en la importancia de los acuerdos comerciales que favorecen y fomentan las exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales como el mango debido a que brindan preferencias arancelarias para que el producto sea más competitivo frente a productos de otros países con similares características.

También se relaciona porque habla de los nichos de mercados a los que va dirigido, en este caso menciona las necesidades de los consumidores de productos sanos y fáciles de consumir debido a que la población no cuenta con tiempo suficiente para la preparación de los alimentos, en general habla de las tendencias actuales del consumidor.

2. Como segundo antecedente se ha tomado como referencia al estudio titulado “Plan de exportación del mango Tommy Atkins para la empresa Frutalandia S.A al estado de los Ángeles California, Estados Unidos de América” cuyos autores son Solange Stephania Merino Laines y María Fernanda Najas Tandazo de la Universidad Politécnica Salesina cuyo objetivo general es Diseñar un plan de exportación y comercialización del mango Tommy Atkins, para el mercado de Los Ángeles, California de los Estados Unidos de América.

El estudio trata de demostrar la rentabilidad de un plan de exportación de mango Tommy Atkins en los Estados Unidos, por lo cual analiza los gustos y preferencias de los consumidores, también analiza las funciones de la empresa estudiada, su capacidad de producción, y la forma de introducirse en mercados internacionales.

En esta investigación se ha logrado identificar que Ecuador se caracteriza por ser un país exportador de petróleo, cacao, pesca, banano, productos no tradicionales, entre otros. En los últimos años los empresarios han decidido invertir en la producción nacional y poco a poco han ido estudiando las necesidades del mercado donde se va a vender el producto, conocer sus preferencias y requisitos legales minimizando errores, que siempre van de la mano con un costo económico.

Además, la principal fortaleza del mercado ecuatoriano es el sector agrícola, la cual para el mercado estadounidense da preferencia al consumo de productos orgánicos, por ello cuenta con una alta oferta exportable, como lo es en este caso el mango. Los productores ecuatorianos deben cumplir con todos los requisitos legales para una exportación que sea tanto en origen como en destino; el mercado de los Ángeles California es un mercado muy exigente al tratarse de importar alimentos orgánicos.

De la misma forma el estudio demuestra que es rentable la exportación de mango hacia los Estados Unidos, porque ese mercado aprecia los productos de calidad debido a que sus habitantes tienen el concepto de un mejor estilo de salud y vida, por lo tanto, no les molesta pagar más por un producto sano, esto genera que los beneficios económicos sean aceptables para la recuperación de la inversión dentro de la empresa.

3. Tercer antecedente se toma en cuenta la publicación de La revista el Productor en su estudio denominado “Inicia la Campaña de Mango Ecuatoriano” publicado en enero del 2019 menciona que, a pesar del mercado, la demanda no ha dejado de aumentar, ampliando mucho la variedad de países, aunque Estados Unidos sigue siendo el principal destino para los mejores mangos.

Se menciona que Los envíos desde Ecuador comienzan oficialmente durante la segunda mitad de septiembre hasta la primera quincena de diciembre, dependiendo de las condiciones climáticas. Se busca enviar la fruta con las mejores condiciones, la mejor calidad, con la dureza y madurez correcta.

Se relaciona debido a que muestra cómo ha ido incrementando la producción de fruta en el Ecuador, menciona las características principales que debe tener la fruta para su exportación, de la misma forma analiza cuáles son las principales deficiencias en el sector en toda la cadena logística, se menciona que hace falta tener mejores sistemas para poder enviar productos refrigerados, hace énfasis en que hay que encontrar las mejores rutas de transporte para llegar con el producto fresco a los mercados.

Se hace mención de que hay que tener claro por parte de los productores y proveedores del servicio logístico que el futuro del sector está en presentar al cliente final un producto atractivo, impecable y fresco que le permita mantenerse por delante de la competencia. No solo para obtener mayores utilidades sino también para ofrecer un producto más atractivo.

4. Como cuarto antecedente se tiene “Estudio Introductorio de mango al mercado de Suecia” elaborado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones en la ciudad de Guayaquil en el año 2015.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones se ha destacado por realizar ejemplares de estudios, los cuales muestran la factibilidad de exportación hacia mercados nivel internacional, ayudando a los exportadores en la toma de decisiones oportunas; en este caso se detalla un estudio de mercado para la exportación de mango a Suecia, el mismo que describe el producto, enlista los principales competidores, así como también el comportamiento de la oferta y demanda y finalmente muestra la logística usada en este producto y las restricciones arancelarias, y para arancelarias.

En el estudio realizado por la Oficina de Tratados Comerciales Agrícolas en marzo del 2016 denominado “Resumen del mercado global del mango” en esta investigación se habla de los principales productores de mango a nivel mundial, determina los diferentes cambios de la producción y de los principales mercados que demandan el producto.

Este estudio evalúa la situación en Latinoamérica donde se señala la cantidad de cajas vendidas en un periodo determinado, se hace una comparación con años anteriores donde se señala que ha existido una reducción en los volúmenes de exportación debido a los cambios en las condiciones climáticas de muchos países de Centroamérica.

Se relaciona con la investigación porque muestra una clara perspectiva de la producción de los principales países productores de esta fruta en relación a Latinoamérica, siendo los

principales competidores de mango México, Nicaragua, Guatemala, Perú, Costa Rica y Panamá. Estos países venden a diferentes países alrededor del mundo.

En este estudio también se revela la importancia del mercado chino y de los principales países proveedores de fruta fresca, a su vez menciona a tres compañías en Shanghái que están importado este producto de Latinoamérica, indica los precios por caja, y los tratamientos de la fruta que tienen que someterse para el ingreso a este mercado.

Mercados internacionales

5. Quinto antecedente en el estudio realizado por Guillermo Guerrero Hernández de la revista perspectiva en el año 2018 denominado “La producción de mango ecuatoriano” señala que en Ecuador se inicia la temporada de cosecha y exportación de mango 2018-2019. Por ello conviene hacer un rápido repaso de lo que ha sido la producción de esta fruta y, en un artículo posterior, su situación en el comercio exterior del país.

El rendimiento promedio en Ecuador en el año 2014 está ligeramente por encima del promedio mundial, aunque es casi la mitad del rendimiento brasileño y una cuarta parte menor al promedio colombiano y peruano. Esto es relevante porque los mangos procedentes de estos tres países eventualmente competirán con el ecuatoriano en los mercados.

Este artículo científico ayuda a esta investigación porque tiene características muy importantes de la producción de mango en las diferentes provincias del país hasta el año 2014, de la misma forma hace un análisis en el entorno internacional proporcionando datos del comportamiento de cultivo en las diversas regiones del mundo.

Muestra como los requisitos arancelarios y no arancelarios de gran importancia a la hora de enviar mango a diferentes países del mundo, debido a que dependiendo del país de destino se aplican diferentes tasas porcentuales que ayudan a las empresas exportadoras para de esa manera ser más competitivas en relación a la competencia.

6. Como sexto antecedente se toma en cuenta es estudio titulado “Competitividad en la comercialización de mango (mangifera indica l.) de México” con la autoría de Ramón-Canul, L. Figueroa-Rodríguez, k Arévalo-Galarza, M.L Ávila-Reséndiz, C. Soto-Estrada, A. de la revista de Agroproductividad en el año 2016.

La revista *Agroproductividad* contiene un artículo científico el cual hace referencia a el análisis de la información en las dimensiones socioeconómicas y de competitividad en base a la aplicación del método Service for National Agricultural Research (ISNAR). Método que sirve de modelo matemático para identificar indicadores de competitividad tomando en cuenta los criterios de productividad, sustentabilidad y dinamismo. Aun cuando la competitividad y las exportaciones de mango procedentes de México a Estados Unidos disminuyeron en los últimos años del periodo evaluado, éste se mantuvo como exportador principal, aunque ello ha permitido que Brasil aumentara su participación en dicho mercado. Para recuperar ese nicho, es importante que el sector productivo invierta en estrategias de mercado y tecnología para mejorar la productividad y ofrecer al mercado frutos de mango de excelente calidad.

Este artículo científico ayuda a esta investigación porque, permite conocer la participación de la competencia en el mercado mundial, el coeficiente de ventaja comparativa revelada y la producción expuesta a la competencia; en base a fórmulas establecidas por el autor.

De la misma formada un claro panorama del crecimiento de diferentes mercados a nivel mundial y decrecimiento de exportaciones de diferentes países debido a que las condiciones climáticas no fueron favorables en un periodo de tiempo determinado, de la misma forma se muestra una gran preocupación en la búsqueda de nuevos mercados para evitar la dependencia de un solo mercado.

7. Como séptimo antecedente se toma en cuenta el estudio de la revista *lideres* (2014) donde manifiesta que el intenso color rojo, característico de la variedad de mango 'Tommy Atkins', es muy apreciada por el consumidor de América del Norte. Ecuador, que produce mangos de esta variedad, está entre los principales proveedores para ese mercado. El sector exportador ecuatoriano de la fruta lo sabe y por ello está empeñado en seguir consolidándose entre los consumidores de EE.UU., Canadá, y en menor medida, México.

Según la Fundación Mango, gremio que aglutina a los productores y exportadores de la fruta destinada a la exportación, en el país hay 50 300 hectáreas dedicadas a su cultivo, la mayoría de ellas sembradas en la provincia del Guayas. Ecuador exportó 11,8 millones de cajas de la fruta durante la cosecha pasada, entre octubre del 2013 y enero del 2014. Fueron 950 000 cajas más exportadas que durante la cosecha previa.

Este estudio ayuda a la investigación porque señala que Ecuador está hoy entre los cuatro principales productores de mangos en Latinoamérica. Añade que este año la cosecha bajará hasta un 25% debido a los efectos negativos del clima sobre el crecimiento de la fruta. Este año el clima fue irregular y significará una merma en las exportaciones. Sin embargo, que las hectáreas sembradas están en niveles estables. Estados Unidos y Canadá adquieren alrededor del 92% de los envíos de mangos ecuatorianos. México, que es uno de los principales productores en Latinoamérica, compra otro 2,3%, sobre todo para suplir su demanda interna durante los meses que no tiene cosechas. Cabe señalar que este estudio brinda un panorama de las actividades de comercio hacia diferentes mercados y muestra el comportamiento de las importaciones y exportaciones ecuatorianas.

8. Como octavo antecedente se toma al estudio producir con inocuidad para exportar con calidad, de la revista embarcado (2017) por Rafael Perelló donde señala que Producir con inocuidad para exportar con calidad es el lema utilizado este año en la feria Expo Mango 2017 señala que se han desarrollado actividades y mostrado las diferentes variedades de mangos, entre ellas las que más divisas les dejan al país, entre ellas la Keitt, Tommy Atkins, Mingolo y otras variedades que buscan darla a conocer en los mercados internacionales.

Expertos internacionales hablaron del cómo se debe manejar la fruta para que estén en sus mejores condiciones para la exportación, hablaron de las buenas prácticas agrícolas, o sea, todos los temas transversales y neurálgico de todo el sector agropecuario que vive de la exportación.

Explicó que el crecimiento que ha tenido ese sector es exponencial, debido a que las exportaciones de mangos alcanzaron el año pasado los US\$20 millones cuando hace 13 años exportaron un millón y pico de dólares y de kilos.

2.2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del estudio de factibilidad para la exportación de mango es importante tener bases en diferentes teorías al comercio exterior que ayuden a sustentar la realización de la investigación, por tal razón se toma en cuenta las diferentes teorías que se muestran a continuación:

Nueva Teoría del Comercio Internacional (Paul Krugman) Los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción básicos, sino

por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y a la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, calificación y especialización, así como a la asimilación de tecnologías pertinentes al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financiero. (Correa, Generalidades del Comercio Internacional, 2014)

Esta teoría se relaciona con la investigación debido a que la economía mundial se adapta al cambio, incorporando nuevas tecnologías, capacitando a su capital humano, siendo más eficientes en su administración, entre otras cosas. En el caso de Ecuador sigue este mismo sistema, que le ha permitido ser más eficiente en diferentes sectores; uno de ellos es el sector agrícola.

Es así que en los últimos años se ha incrementado la oferta exportable del país a diversos mercados del mundo.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado se puede decir que esta teoría se enfoca a mejorar el sistema productivo de la asociación mediante la tecnificación para ser más competitivo en el mercado.

Ventaja Comparativa. David Ricardo, Demuestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto de la competencia.

Esta teoría se relaciona con el estudio debido a que el mango ecuatoriano posee características únicas que lo diferencian de los demás de la región y el mundo por su alto contenido nutritivo, y sabor. Esto significa que este producto puede ser altamente competitivo en mercados internacionales generando mayores ingresos para la nación y sus habitantes.

Desde otro punto de vista también se relaciona porque el valle del chota cuenta con características únicas que le permiten el cultivo de esta variedad de mango siendo más competitiva que otras regiones del país e incluso de los países vecinos

Ventaja Competitiva Michael Porter, se entienden las características o atributos que posee un producto o marca que le dan superioridad sobre sus competidores inmediatos. Esta superioridad, allí donde exista, es de carácter relativo, pues se refiere al competidor mejor

situado en el mercado. Se habla, entonces, del competidor más peligroso o también del competidor prioritario.

El producto que ofrece la asociación Asoprovalle, posee ventaja competitiva debido a que goza de recursos naturales idóneos para el buen cultivo de mango, haciendo que se pueda producir a menor costo que la competencia, obteniendo un producto de calidad.

2.2.1. Variables de la investigación

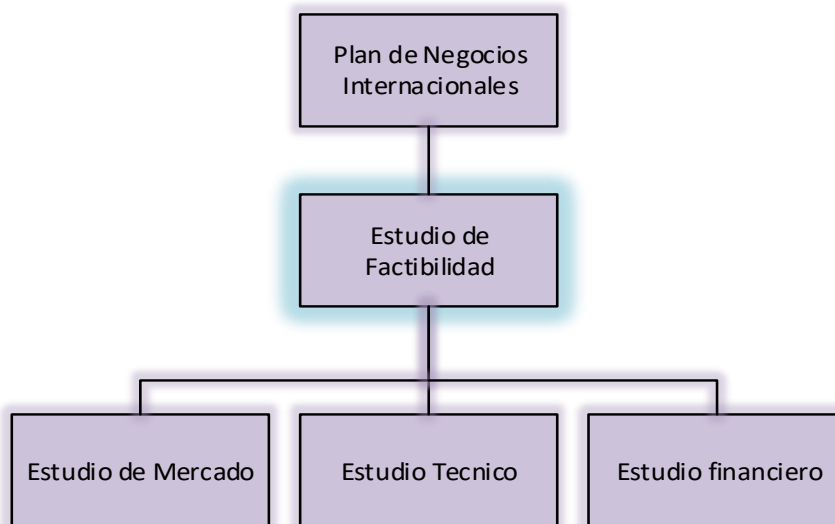


Figura 1 Variable Independiente: Estudio de Factibilidad
Elaborado por: Fernando Muñoz



Figura 2 Variable Dependiente: Mercados Internacionales
Elaborado por: Fernando Muñoz

2.2.1.1. Negocios Internacionales.

Los negocios por medio de la globalización, aportan al conocimiento de culturas destacadas dentro de los países, para ganar las dos partes que intervienen en la actividad y tener mutuos beneficios. (Cue Mancera, 2015, p. 2). Es una oportunidad de relacionarse un país con otro mediante la identificación de una necesidad, esta negociación implica la construcción de un acuerdo que satisfaga a las dos partes, permitiendo la relación exitosa dentro de dicha transacción

2.2.1.2. Factibilidad.

Es una acción que permite determinar resultados por medio de etapas para saber si es factible o no un proyecto y tomar decisiones acordes a sus necesidades. (Varela, 2015, p. 24)

Determinar el estudio de factibilidad hace que una investigación al final sea comprobada de forma positiva o negativa, este se encuentra determinado por lo técnico, lo económico y lo social.

2.2.1.3. Estudio de Mercado

Se la denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Urbina, 2015)

El estudio de mercado es un proceso ordenado de recolección de datos relacionados a la oferta, demanda, clientes, competidores, mercados entre otros, que ayudan a las empresas a mejorar su competitividad y satisfacer los diferentes mercados con productos y servicios.

2.2.1.4. Oportunidad comercial

En el consultorio de comercio exterior de la universidad ICESI manifiesta que se le llama oportunidad comercial o idea de negocio a la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia.

La oportunidad comercial se entiende que es la identificación de la demanda insatisfecha en mercados internacionales, se la identifica principalmente haciendo estudio de mercados con la finalidad de que un vendedor satisfaga con las necesidades de ese mercado.

2.2.1.5. Producto

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra. (Gardey, 2012). El producto que ofrece la asociación Asoprovalle tiene características apetecidas por el mercado internacional, siendo estas el color, tamaño, aroma, sabor, textura entre otros.

2.2.1.6. Demanda

La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Por tanto, comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Ucha, 2015). Es la cantidad total de compras de un bien, en este caso mangos. Se toma en cuenta las necesidades de un lugar determinado donde la asociación puede satisfacer total o parcialmente un mercado.

2.2.1.7. Demanda potencial insatisfecha

Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Urbina, 2015)

La demanda potencial insatisfecha se la obtiene después de un estudio de mercado, donde se establece la cantidad de bienes o servicios que en la actualidad son insatisfechos, es decir son ventas futuras que se podría realizar siempre y cuando se mantengan las mismas condiciones.

2.2.1.8. Oferta

Es aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.

Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a

un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (Pedrosa, 2015)

2.2.1.9. La competencia

Se comprende como todas las organizaciones que ofertan de manera directa o indirecta en un mismo nicho/espacio/comunidad determinada. Ha evolucionado el concepto de competencia, a un concepto hoy en día de “cooperación de las competencias”. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta, eleva la calidad de la oferta de experiencia en el mercado nacional e internacional y permite, que se reparta el mercado de servicios, ganando siempre con ello, el cliente convencional y/o digital. (Oviedo, 2017)

2.2.1.10. Precio

El precio es el indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios, y se forma a través de la Ley de la Oferta y la Demanda. Sirve para determinar la cantidad monetaria necesaria para adquirir un bien o un servicio. (Burguillo, 2016)

2.2.2.1 Exportación

En el ámbito de la economía, exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países. (Bister, 2017)

2.2.2.2. Globalización

La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura. (ONU, 2015)

La globalización ha permitido a los diferentes productores del mundo adquirir técnicas y herramientas que ayudan y facilitan la producción y comercialización de mango a diferentes destinos del mundo.

2.2.2.3 Mercados internacionales

Del latín commercium, el comercio es una actividad que consiste en la compra o venta de bienes para su transformación, su reventa o su utilización. Es una transacción que implica el cambio de una cosa por otra, generalmente dinero. Internacional, por su parte, es aquello perteneciente o relativo a dos o más países o que ha trascendido las fronteras de una nación. (Merino, 2017)

Es la interacción comercial que se realiza entre diferentes compañías de varios países del mundo que atraviesan fronteras con la finalidad realizar la actividad de compra y venta de bienes y servicios.

2.2.2.4. Acuerdos y tratados internacionales

Los tratados y los acuerdos, tanto bilaterales como multilaterales, entre países son unas de las herramientas más importantes en la diplomacia internacional y la resolución de conflictos. Ambos permiten que los estados se unan y superen desafíos a través de principios jurídicos. Con su larga trayectoria de cooperación, la OEA ayuda a sus Estados miembros a enfrentar los retos de manera colectiva, y por medio de asistencia técnica y jurídica. (OEA, 2017)

2.2.2.5. Instrumentos de protección exterior

Son las medidas que adoptan los Gobiernos con la finalidad de modificar los movimientos internacionales de mercancías ya sea para aumentar o disminuir el volumen de importaciones y/o exportaciones. (Isabel Gonzales Lopes, 2014)

En los diferentes países del mundo se aplican medidas de protección con la finalidad de salvaguardar la economía y la productividad de las naciones frente a países más desarrollados y competitivos que pueden debilitar sus sistemas económicos.

2.2.2.6. Barreras arancelarias

Según (Gormaz, 2013) nos dice que son barreras que incrementan el precio del bien importado para proteger la entrada de mercancías que pudieran perjudicar el sector económico del país importador ...la determinación de esta barrera viene dada por el arancel que es un impuesto indirecto.

Las barreras arancelarias permiten son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías. Conocer este tipo de regulaciones que inciden en el producto que se desea comercializar en algún mercado resulta relativamente fácil, toda vez que generalmente se encuentran en una Tarifa Aduanera.

2.2.2.7. Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias son las disposiciones del gobierno que obstaculizan el libre ingreso de mercancías a un país. Consisten en requisitos o reglas para que un producto o servicio pueda entrar.

Existen dos tipos que son las Barreras Sanitarias y las Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: Su finalidad es evitar que una mercadería (debido a su posible contenido de sustancias nocivas sean estas: químicas, físicas o biológicas); que ingrese al país pueda dañar la salud de la población.

Barreras Técnicas: Son los requisitos que debe cumplir una determinada mercancía, en cuanto a su estructura general y componentes para su posterior ingreso a un país.

III METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Hernández, Fernández y Baptista (2010, pág. 4) en su obra Metodología de la Investigación, “Sostienen que todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo

3.1.1. Enfoque

Cualitativo

Los autores Blasco y Pérez (2007, pag. 25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Es más flexible y abierto, y el curso de las acciones se rige por el campo (Lévano, 2007)

Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo porque se pretende conocer la problemática de la investigación, a su vez aporta con conocimientos que sirven de guía en la recolección y análisis de datos como las características, cualidades, la observación, las descripciones de los distintos escenarios en los que se desarrolla el estudio. Es así que se identificó los principales mercados para exportar mango, los principales competidores en el mercado, se analizó las mejores rutas y procesos para exportar el producto, así mismo se pudo conocer los diferentes comportamientos del consumidor, para que la asociación Asoprovalle tenga una perspectiva clara de cómo producir y enviar el producto a destino.

Cuantitativo

Sampieri (20014) menciona: “El enfoque cuantitativo usa recolección y análisis de datos y confía en la medición numérica y en el uso de la estadística con el fin de establecer pautas de comportamiento” (pág. 4). (Creswell, 2017)

Para este proyecto es fundamental la utilización del enfoque cuantitativo porque se recopiló información estadística de diversos sitios virtuales como son Banco Mundial, Banco Central del Ecuador, Trademap, Cobus Group, entre otras, para realizar un análisis de los constantes cambios de oferta y demanda en el país de origen y país de destino, así mismo permite

apreciar la cantidad de demanda insatisfecha para que la asociación pueda cubrir un porcentaje de esta.

En esta investigación se utilizó el método de mínimos cuadrados para el cálculo de la demanda en el país de destino, mediante este dato se puede determinar la cantidad adecuada para enviar hacia dicho mercado.

3.1.2. Tipo de Investigación

Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: “La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas.”

Esta investigación es de campo debido a que para el desarrollo se necesitaron datos concernientes a las actividades de la asociación Asoprovalle como producción, tipo de comercialización, y desarrollo del comercio nacional e internacional de los productores de mango, para posteriormente hacer un análisis de los principales factores que afectan la internacionalización. Esta información es primaria y se la obtuvo a través de una entrevista dirigida a los integrantes de Asoprovalle.

También se tomará la investigación descriptiva y exploratoria, que es una parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica. (Freire, 2007)

3.1.3. Modalidad

En este proyecto utilizamos una investigación cualitativa dado que se analiza una gran cantidad de información de los principales mercados mundiales; con el fin de establecer cuáles son los países con mayor demanda del producto. De la misma manera se utiliza una investigación cuantitativa porque analizamos datos estadísticos que muestran la cantidad exacta de demanda insatisfecha de estos mercados.

3.1.4. Población

La población es el indicador demográfico, constituido básicamente por la cantidad de personas que viven en un determinado territorio, este indicador es fundamental para un estudio de mercado, porque ayuda a estimar la posible demanda de un producto. La población se clasifica de diferentes formas, por rangos de edad, por sexo, por actividad laboral, economía, entre otras.

Es así que para este estudio se toma como referencia a los principales países importadores de mango, con sus ciudades de mayor concentración poblacional, comercial e industrial. A continuación, se muestra la población de las principales ciudades.

Tabla 1 Población

País	Ciudad	Población
Holanda	Ámsterdam	853.312 Ha
Alemania	Berlín	4.076.739 Ha
China	Shanghái	21.16 millones Ha

Fuente: Datos Macro 2018

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.2. IDEA A DEFENDER

El estudio de factibilidad para la exportación de mango de la asociación Asoprovalle demostrará la viabilidad de internacionalizar el producto hacia el mejor mercado internacional.

3.2.1. Variables

Variable independiente: Estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto. (Mexicana, 2017) esta herramienta se utiliza en la última fase pre-operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación.

Variable dependiente: Mercados Internacionales

Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los

mismos. Se trata de una rama del comercio el cual ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización.

3.2.2 Definición Y Operacionalización De Variables

3.2.2.1 Definición de las variables

Un aspecto fundamental en el proceso investigativo, es la operacionalización de las variables, misma que permite identificar la validez que éstas presentan, además se conoce sistemáticamente el marco teórico que fundamenta el problema del cual se ha desprendido y de su relación directa con la idea a defender que la respalda. Es decir, consiste en precisar que aspectos de los que se busca y que están expresados en los objetivos específicos de la investigación, vamos a precisar a través de los diferentes instrumentos utilizados para la recolección de la información. (Acosta, 2016)

3.3. DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla 2 Variables Investigativas

Variable	Definición conceptual de la variable	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
Estudio de Factibilidad	Es la realización de las actividades de negocio diseñadas para planear, cotizar, promover y dirigir el flujo de bienes y servicios de una compañía hacia los consumidores o usuarios de más de una nación para obtener un beneficio. (Baca, 2015)	Sostenibilidad	¿Qué cantidad debe exportar la asociación para que el proyecto sea rentable?	Observación directa	Análisis de información
		Tiempo	¿La asociación tiene estipulado tiempos para el cumplimiento de objetivos?	Entrevista directivos	Bibliográfica y Linkográfica
			¿Cuánto tiempo recupera la inversión inicial de la asociación?	Asoprovalle	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Variable	Definición conceptual de la variable	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
Mercados Internacionales	Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los mismos	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del país de destino? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población?	Observación directa Entrevista directivos Asoprovalle	Análisis de información Bibliográfica y Linkográfica
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica? ¿Cuál es la balanza comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la importación de mango?		
		Legales	¿Existen barreras no arancelarias para la importación de mango? ¿Cuál es el empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?		
		Características del producto	¿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?		

3.3.1 Recolección De Información.

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

3.3.2 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.

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.

En esta investigación se toma en cuenta información primaria y secundaria que se las obtuvo de diferentes fuentes, una de ellas es la información primaria que se la obtuvo directamente de una entrevista realizada a los integrantes de la asociación Asoprovalle de la provincia de Imbabura cantón Ibarra, en esta información se tiene datos importantes de producción transporte y comercialización del producto.

Mientras que la información secundaria se la obtuvo de la revisión de documentos en diferentes sitios web, con la finalidad de empaparse de conocimiento sobresaliente como los comportamientos de los diferentes mercados en el mundo, los diferentes medios y modos de transporte adecuados para transportar el producto, los principales países competidores en el mercado entre otros.

3.4. METODOS UTILIZADOS

3.4.1. Diagnostico Situacional

Como característica principal es importante conocer la partida arancelaria del mango para determinar los porcentajes de producción, comercialización, y si este tiene preferencias arancelarias en el país de destino.



Figura 3 Mango

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 3 Clasificación arancelaria del producto

SECCIÓN II		PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO 8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	
08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	
08.04.50.20.00	- Mangos	

Fuente: Arancel Ecuatoriano

Elaborado por: Fernando Muñoz

A continuación, se presentan los principales países importadores de mango, con la finalidad de identificar los posibles mercados más adecuados para exportar el producto.

3.4.1.1. Países importadores de mango

Tabla 4 Principales países importadores de mango

Producto: 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos						
Importadores	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Saldo comercial 2016 (miles de USD)	Cantidad importada en 2016	Valor unitario (USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2016 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Mundo	2560118	-233529	1746589	1466	2	100
Estados Unidos de América	583318	-545768	464797	1255	7	22,8
Países Bajos	249658	29046	166017	1504	5	9,8
Alemania	174116	-142692	73649	2364	0	6,8
China	168848	-112199	72773	2320	-35	6,6
Francia	127435	-88665	58109	2193	26	5
Emiratos Árabes Unidos	106209	-101756	103417	1027	12	4,1
Viet Nam	105342	-98741	130259	809	33	4,1

Fuentes: Trade-Map, (2018)

Elaborado por: Fernando Muñoz

Según Trade-Map (2018) los principales países importadores del producto: 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos se determinan en la tabla anterior, siendo Estados Unidos principal mercado a nivel mundial, para el cumplimiento del objetivo general no se toma en cuenta a este país como mercado meta debido a que Ecuador exporta el 96% de la fruta a este territorio según datos del Banco Central del Ecuador, por lo tanto, se identifica a diferentes destinos donde el producto podría ingresar a cubrir parte de la demanda insatisfecha. Es así que se tomó como posibles mercados de exportación a Países Bajos, Alemania y China, siendo estos los países con mayor demanda de mango

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017

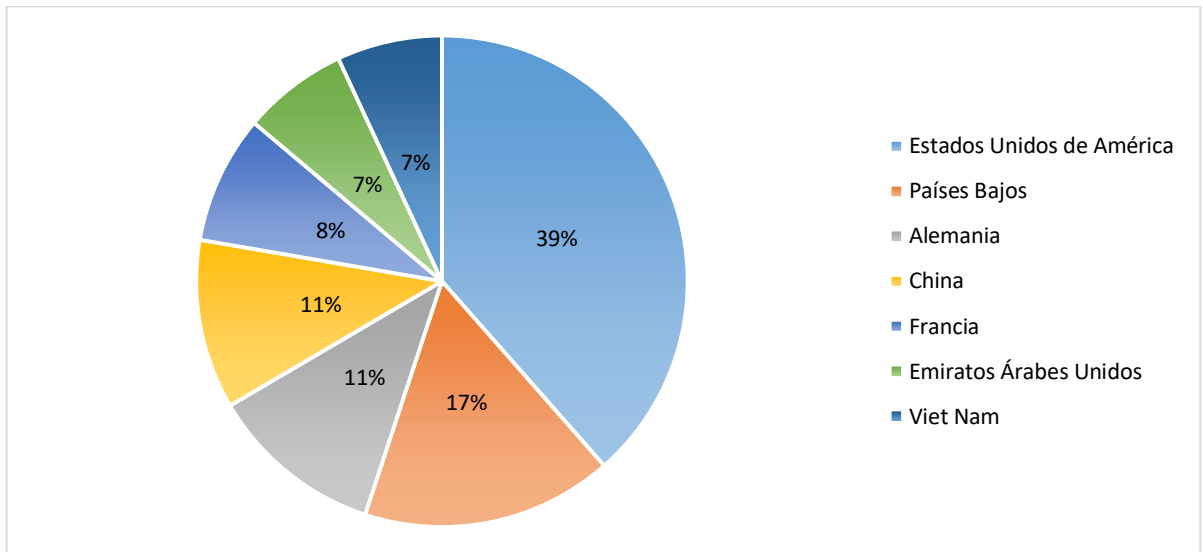


Figura 4 Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017

Fuente: Trademap (2018)

Elaborado por: Fernando Muñoz

Los resultados obtenidos en la base de datos se puede identificar los posibles mercados en los que se puede incursionar para la venta de mangos de la asociación ASOPROVALLE de la parroquia rural de Ambuquí Provincia de Imbabura; es así que para la investigación se analizan tres de los principales países importadores del producto seleccionado.

Tabla 5 Exportaciones totales de la subpartida 08.04.50.20

Estadísticas De Comercio Exterior De Bienes				
País Destino	2018		2018	
	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
	63.177,1	45.246,3	8.678,6	7.515,0
Australia	-	-	2,2	25,3
Bélgica	193,8	72,7	-	-
Canadá	1.788,2	1.350,2	247,6	192,2
Chile	678,4	685,3	44,8	39,2
China	24,1	30,6	2,9	3,8
Colombia	3.021,5	304,0	417,6	41,8
Costa Rica	38,0	26,6	-	-
Alemania	-	-	0,0	0,1
España	210,1	158,9	1,2	0,4
Francia	12,4	32,2	2,6	15,2
Reino Unido	207,1	155,8	2,3	19,1
Guadalupe	51,1	54,8	-	-
Japón	-	-	5,8	69,2
México	232,3	173,2	-	-
Países Bajos (Holanda)	1.200,6	642,1	90,2	33,8
Nueva Zelandia	739,2	551,2	86,2	67,4
Panamá	21,1	24,3	-	-
Polonia	2,8	36,7	-	-
Rusia	63,4	50,7	-	-
Estados Unidos	51.009,3	37.790,6	7.764,2	6.959,8

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Fernando Muñoz

Las exportaciones ecuatorianas del producto 0804502010 han tenido un crecimiento importante en los últimos años, y esto se debe a que el Ecuador está fomentando exportación de productos no tradicionales, esto implica que los productores tienen que ser competitivos y sobre todo aplicar normas de calidad internacionales para poder ingresar a los mercados más exigentes del mundo.

Es así que para este estudio se toma a Países Bajos, Alemania y China como posibles mercados potenciales para la exportación del producto; a continuación, se detalla las principales características de cada país para posteriormente mediante la matriz POAM seleccionar cual es el mercado más adecuado.

3.4.2. Análisis de los factores externos de los países seleccionados

Al realizar un análisis de los factores, se pretende detectar las oportunidades y amenazas de los diferentes sectores económicos de los diferentes países estudiados, para establecer qué país tiene las mejores características para importar mango ecuatoriano.

3.4.2.1 Análisis Situacional Del Mercado De Holanda

3.4.2.1.1. Factores Socioeconómicos

Tabla 1 Datos Básicos de Países Bajos

Características Generales	
Nombre Oficial	Reino de los Países Bajos
Superficie	41.500 Km ² , a los que hay que añadir 500 Km ² de las islas caribeñas de Bonaire, Saba y San Eustaquio.
Límites	Los Países Bajos están situados en el Oeste del continente Euroasiático, a 52° de latitud Norte y 5° de longitud Este.
Población	17.193.128 habitantes
Capital	Ámsterdam
Ciudades importantes	Róterdam (639.587 hab.), Utrecht (344.384 hab.), Eindhoven (227.100 hab.)
Idioma	Se habla una lengua germánica propia: el neerlandés (prácticamente idéntico al flamenco)
Moneda	Euro
Indicadores sociales	
Población Urbana	90,7%
Esperanza de vida	(años) 81,4
Crecimiento anual	0,39%

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA). "Netherlands".

Elaborado por: Fernando Muñoz



Países Bajos es la denominación oficial y correcta del estado soberano situado al norte de Bélgica y al oeste de Alemania, y de algunas islas del mar Caribe. Es frecuente que se utilice el nombre de "Holanda" cuando se hace referencia a Países Bajos.

3.4.2.1.1.1. Situación económica

Según el centro de estudios internacionales los Países Bajos son una economía muy abierta, por lo que se posiciona como la sexta potencia en Europa y quinto lugar como exportador de productos. El crecimiento del producto interno bruto fue de 3,1% en el 2017 mientras que en el 2018 fue de 2.6% según el Fondo Monetario Internacional lo que revela que en los últimos años el crecimiento ha sido superior al 2%.

El crecimiento económico de Países Bajos fue impulsado por la demanda interna, externa y por la inversión de negocios. El consumo privado se benefició por la caída de las tasas de desempleo y una mayor confianza de los consumidores.

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y Desarrollo y el Desarrollo Económico (OCDE) el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita es superior a la media de los países de la Unión Europea. Elevándose a 52.824 dólares en 2017.

3.4.2.1.1.2. Estructura del Producto Interno Bruto (PIB):

- ✓ Agricultura: 1,6%
- ✓ Industria: 17,9%
- ✓ Servicios: 70,2%

Comercio Exterior

- ✓ Exportaciones: 526.4 billones de dólares.
- ✓ Importaciones: 435.4 billones de dólares.

3.4.2.1.1.3. Indicadores Económicos de Países Bajos

Tabla 2 Principales indicadores económicos de Países Bajos

Mercados	2018	2017
Moneda	1.14	1.14
Mercado De Acciones	515	511
Bono soberano a 10 años (vol, %)	0.3	0.31
Visión general		
PIB - Tasa de crecimiento trimestral (vol, %)	0.2	0.7
PIB - Tasa de crecimiento anual (vol, %)	2.4	3.1
Tasa De Desempleo (vol, %)	3.6	3.5
Tasa De Inflación (vol, %)	2	2
Balanza Comercial	6983	4916
Deuda pública en términos del PIB (vol, %)	56.7	61.8
Resultado fiscal en términos del PIB (vol, %)	1.1	0.4
Confianza Empresarial (vol, %)	7.5	7.2
Impuesto a la Renta (vol, %)	52	52

Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.2.1.1.4. PIB

El PIB nominal en 2017 fue de 737.048 millones de euros, la economía holandesa fue la decimoctava más grande del mundo y la sexta de la Unión Europea, según datos del Banco Mundial mientras que en el año 2018 tuvo una variación anual de del 2,3% en relación al año anterior. Con un PIB per cápita en torno a los 43.000 euros en 2017, cuya variación

anual en 2018 fue del 3,4% superior al año anterior. Los Países Bajos son la tercera economía más próspera de la Unión Europea (por detrás tan sólo de Luxemburgo e Irlanda), y la decimocuarta a nivel mundial,

3.4.2.1.1.5. Balanza comercial

Las principales exportaciones de Países Bajos son Refinado de Petróleo (\$32,4 Miles de millones), Computadoras (\$14,5 Miles de millones), Medicamentos envasados (\$13,2 Miles de millones), Petróleo Crudo (\$11,5 Miles de millones) y Humano o Animal Blood (\$10,6 Miles de millones), de acuerdo a la clasificación del Sistema Harmonizado (HS). Sus principales importaciones son Refinado de Petróleo (\$28,5 Miles de millones), Petróleo Crudo (\$27,6 Miles de millones), Computadoras (\$17,4 Miles de millones), Teléfonos (\$13,3 Miles de millones) y Coches (\$10,2 Miles de millones).

Los principales destinos de las exportaciones de Países Bajos son Alemania (\$79,8 Miles de millones), Bélgica-Luxemburgo (\$58,6 Miles de millones), el Reino Unido (\$44,3 Miles de millones), Francia (\$26,4 Miles de millones) y Italia (\$21,8 Miles de millones). Los principales orígenes de sus importaciones son Alemania (\$72,3 Miles de millones), Bélgica-Luxemburgo (\$43,5 Miles de millones), China (\$38,8 Miles de millones), los Estados Unidos (\$33,2 Miles de millones) y Rusia (\$22,9 Miles de millones).

3.4.2.1.1.6. Tasa de desempleo

Este indicador se lo define como “una medida de la extensión del desempleo y se calcula como un porcentaje dividiendo el número de personas desempleadas por todas las personas que se encuentran en la fuerza laboral” (Enci-Financiera, 2017, p. 2). Según datos macro la tasa de desempleo en el 2017 fue del 4,4% mientras que para el año 2018 la tasa de desempleo se redujo a 3,6% esto quiere decir que Holanda tiene estabilidad en cuanto al empleo de los habitantes del país.

3.4.2.1.1.7. Tipo de Cambio

El tipo de cambio o tasa de cambio es la relación entre el valor de una divisa y otra, es decir, nos indica cuantas monedas de una divisa se necesitan para obtener una unidad de otra. (Economipedia, 2015, p. 2), El euro es la segunda moneda más utilizada en las transacciones financieras internacionales (aproximadamente un 39% de su volumen), sin incluir los pagos dentro de la zona del euro, expresados en euros. El euro es también una moneda de reserva

atractiva para otros países. En 2017, cerca del 20% de las reservas mundiales se denominaban en euros.

3.4.2.1.1.8. Gasto publico

El gasto público en Holanda en 2017, creció 4.570 millones, un 1,48%, hasta un total de 313.265 millones de euros. Esta cifra supone que el gasto público en 2017 alcanzó el 42,5% del PIB, una caída de 1,1 puntos respecto a 2016, cuando el gasto fue el 43,6% del PIB.

La posición de Holanda frente al resto del mundo en 2017, en cuanto a gasto se refiere, se ha mantenido sin cambios, con lo que está en el puesto 14. El porcentaje del PIB que el gasto supone ha descendido, al puesto 36 de 189 países, del ranking de Gasto público respecto al PIB.

3.4.2.1.1.9. Tasas de inflación en Países Bajos

La tasa de inflación en Países Bajos ha oscilado entre el -0.7% y el 6.7% en los últimos años. Se ha calculado una tasa de inflación del 1.4% para 2017. Durante el período de observación de 1979 a 2017, la tasa media de inflación fue del 2.4% anual. En conjunto, el aumento de los precios fue del 143.35 %. Un artículo con un coste de 100 Euro en 1979 se calculó en 243.35 Euro en comienzos de 2018.

Sólo en unos pocos países se logran tasas de inflación negativas. Esto significa que el nivel general de precios está disminuyendo y los precios al consumo se abaratan. Este caso se llama deflación. En comparación con otros países, los drásticos aumentos de precios ya no son en promedio. Por lo general, esto es un signo de agitación política y económica.

3.4.2.1.1.10. Impuesto a la Renta

El sistema tributario Neerlandés (2018) manifiesta que el impuesto sobre la renta empresarial holandés se refiere al impuesto que debe pagarse en los Países Bajos, sobre los beneficios que obtienen las empresas. Varias reglas se aplican a esto, pero en general, una empresa holandesa tiene que pagar el impuesto 25% corporativo. Este impuesto se aplica a las ganancias mundiales de una empresa.

3.4.2.1.2. Factores Políticos

3.4.2.1.2.1. Estructura del Sistema Político

De acuerdo a la ficha técnica de Países Bajos del 2018, la forma de estado es una Monarquía Constitucional Parlamentaria. Está regida por su constitución de 1815, el cual ha tenido varias modificaciones.

El poder Ejecutivo esta precedido por el Rey. El monarca nombra al Primer Ministro (jefe de gobierno) al máximo responsable del partido mayoritario o de la coalición mayoritaria del Parlamento, para que gobierne por un periodo de cuatro años. Asimismo, el monarca nombra al Consejo de Ministros recomendado por el Primer Ministro. El primer ministro encabeza el gabinete y también es Ministro de Asuntos Generales.

El poder Legislativo, Es bicameral, integrado por la Cámara Baja (Tweede Kamer) y la Cámara Alta (Eerste Kamer). Ambas Cámaras tendrán un mandato por cuatro años. Sus representantes serán elegidos por representación proporcional dentro de los límites establecidos en la Ley del Parlamento. Además, las elecciones se realizarán por votación secreta. La Cámara Baja (Tweede Kamer) está compuesta por 150 miembros.

3.4.2.1.2.2. Política Exterior

De acuerdo al centro de estudios internacionales de Países Bajos la política internacional de los Países Bajos está enfocada en las cuestiones de paz y seguridad, la buena gobernanza y los derechos humanos, el comercio, la pobreza, el medio ambiente y la migración.

Los Países Bajos son uno de los fundadores del Fondo Monetario Internacional (FMI), del Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo (BIRD), Banco Mundial (BM), de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Unión Europea Occidental (UEO), de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) y de las Comunidades Europeas.

Con relación a los lazos que mantienen con las antiguas colonias en el Caribe y sus posesiones antillanas hacen que sea miembro de algunas organizaciones regionales de esa área, como el Consejo del Caribe para la Aplicación y Ejecución de las Leyes de Aduanas (CCALA) o la Organización Panamericana de la Salud (PAHO)

3.4.2.1.2.3. Política exterior Ecuador y Países Bajos

Holanda se convirtió en los últimos años en uno de los principales inversores en Ecuador, alcanzando en el primer semestre de 2018 más de \$ 220 millones invertidos en sectores como el inmobiliario, minas, alimentación y servicios. Esto se debe, según señaló Bucheli, a que Ecuador ofrece varios atractivos, como la "seguridad jurídica, incentivos tributarios, grandes infraestructuras como puertos carreteras y conectividad", así como una mano de obra "capacitada y un entorno económico favorable".

3.4.2.1.2.4. Corrupción en Países Bajos

Según datos mundial el "Índice de Percepción de la Corrupción", un índice de corrupción percibida en el sector público, se situó en 18 puntos en 2017 en Países Bajos. La escala oscila entre 0 y 100, con más corrupción cuanto mayor sea el valor. Países Bajos ocupa el puesto 9. Por lo tanto, el resultado es superior a la media en comparación con otros países.

En comparación con el año anterior, hubo un ligero aumento de la corrupción en 2017. A largo plazo, así ha aumentado significativamente en los últimos años.

3.4.2.1.2.5. Cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria

Pro Colombia 2016 señala que Holanda pertenece a la Unión Europea y estos países a partir del 1 de marzo de 2005, comenzaron a aplicar la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15), esta norma reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, ésta recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera.

3.4.2.1.2.6. Normas y regulaciones para ingreso de mango al mercado Países Bajos

3.4.2.1.2.6.1. Medidas arancelarias

Ecuador mantiene vigente un acuerdo multipartes con la Unión Europea, el cual permite que el comercio de dentro de su territorio esté exento de tarifas arancelarias para algunos productos. El arancel aplicado por Países Bajos para el mango es de cero (0%). Los productos importados deben contar con, además de una declaración aduanera por escrito, una factura y, en ocasiones, con un certificado de origen.

3.4.2.1.2.6.2. Regulaciones de importación y Normas de ingreso.

Con la finalidad de proteger la salud pública y humana, las mercancías importadas por la U.E deben de cumplir con los requisitos estipulados en la legislación general para el sector alimentos, en la ley de alimentos y alimentos para animales, vigente desde 1 de septiembre 2005.

Las principales regulaciones que se aplican en Alemania son:

Trazabilidad: El Reglamento (CE) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-31 01/02/2002) (CELEX 32002R0178) establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria y contempla todas las fases de la cadena de producción y la distribución de alimentos y piensos.

Los importadores de estos productos tienen la obligación de identificar y registrar la procedencia del producto en el país de origen para cumplir los requisitos de trazabilidad.

Higiene: Normas generales sobre higiene de productos alimenticios (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (CELEX 32004R0852) y (CE) n° 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-226 de 25/06/2004) (CELEX 32004R0853).

Regulación de límites máximos de residuos LMR: Medidas en relación con la presencia de residuos, plaguicidas y contaminantes en los alimentos.

Para evitar riesgos para la salud y el medio ambiente, la Unión Europea (UE) ha establecido niveles máximos de residuos (LMR) para pesticidas y sobre productos alimenticios. Los productos que contengan más pesticidas que los permitidos serán retirados del mercado europeo.

Tenga en cuenta que los compradores en varios Estados miembros, como el Reino Unido, Alemania, los Países Bajos y Austria, utilizan LMR que son más estrictos que los LMR establecidos en la legislación europea. Las cadenas de supermercados son las más estrictas y demandan del 33% al 70% del LMR legal.

Cada vez más compradores solicitan información por adelantado acerca de sus programas y registros de fumigación con pesticidas. Los envíos se verifican antes de que se envíen al minorista. La gestión de plaguicidas asume mucha responsabilidad de su parte como productor o exportador.

Los contaminantes son sustancias que no se han agregado intencionalmente a los alimentos, pero pueden estar presentes como resultado de las diversas etapas de su producción, embalaje, transporte o tenencia. Similar a los LMR para pesticidas, la Unión Europea ha establecido límites para varios contaminantes. Especialmente los límites de metales pesados como cadmio, plomo, mercurio y estaño inorgánico, para las frutas frescas. Para la mayoría de las frutas, el límite para la contaminación con plomo es de 0,10 mg / kg y para cadmio 0,050 mg / kg.

Certificaciones de Calidad: El producto debe contar con certificación Global GAP

3.4.2.1.2.6.3. Requisitos de envases y etiquetado alimentos

Las etiquetas de productos alimenticios según las reglas generales establecidas por la Directiva 2000/13/EC de Consejo (OJ L-109 el 06/05/2000) deben contener los siguientes detalles:

- ✓ El nombre bajo el cual el producto será vendido, los detalles en cuanto al estado físico o del tratamiento específico al que se ha sometido.
- ✓ Cantidad neta del contenido del producto.
- ✓ La fecha de durabilidad del producto
- ✓ El nombre o nombre comercial del exportador, su dirección, embalador o importador.
- ✓ Lugar u origen de procedencia.

3.4.2.1.3. Factores Geográficos

3.4.2.1.3.1. Situación Geográfica

Países Bajos goza de una privilegiada situación geográfica para atender las necesidades de abastecimiento de la Unión Europea. Esta situación geográfica estratégica, con tres ríos que desembocan en el mar de mayor tráfico del mundo, junto a unas buenas infraestructuras para el transporte marítimo, terrestre y aéreo, ha contribuido a que los Países Bajos sea uno de los centros de transporte y distribución de mercancías más importantes del mundo. Todos los puertos, desde Delfzijl en el nordeste, a Ámsterdam, Rotterdam, y Vlissingen en el suroeste, están interconectados por un complejo sistema de vías fluviales con Alemania, Bélgica, Francia y, a su vez, con el hinterland europeo.

3.4.2.1.3.2. Perfil logístico de Países Bajos (Holanda)

Según datos de Pro Colombia 2016 la Infraestructura de transporte de Países Bajos está compuesta por una red de carreteras que se extiende sobre 136.827 Km., de los cuales 2.631 Km. corresponden a autopistas. Cuenta con un sistema ferroviario que se extiende a lo largo de 2.896 km.

El Índice de Desempeño Logístico o LPI por sus siglas en inglés, tiene como propósito identificar los desafíos y oportunidades que mejoren el desempeño logístico de un país. Dentro de los seis aspectos que se evalúan estos se miden en un rango del 1 al 5, siendo 5 la mayor puntuación. El resultado final del LPI es un promedio ponderado de los puntajes obtenidos por todos los aspectos evaluados.

El Desempeño Logístico de Países Bajos según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Países Bajos ocupa el puesto 4 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. Sumado a lo anterior es importante señalar que el desempeño presentado por Países Bajos en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

Tabla 3 Rendimiento Logístico Índice de Países Bajos

LPI	Puntaje	Puesto
	4,19	4
Aspectos evaluados		
Eficiencia aduanera	4,12	3
Calidad de la infraestructura	4,29	2
Competitividad de transporte internacional de carga	3,94	6
Competencia y calidad en los servicios logísticos	4,22	3
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,17	6
Puntualidad en el transporte de carga	4,41	5

Fuente: The World Bank. 2016

Elaborado por: Fernando Muñoz

En cuanto a transporte marítimo, los Países Bajos cuentan con una excelente infraestructura portuaria, tiene más de 40 puertos entre principales y auxiliares. Una de las mayores fortalezas de Holanda es contar con el puerto de Róterdam, puesto que es este el principal hub de Europa y del mundo donde la mayoría de líneas marítimas conectan y distribuyen carga a diferentes lugares en el mundo.

3.4.2.1.3.3. El Puerto de Róterdam.

Está situado al Suroeste de los Países Bajos, es un puerto frutícola, con gran experiencia en el manejo de carga e instalaciones multipropósito, con capacidad para recibir todo tipo de

embarcaciones de última generación, y en los últimos años se ha posicionado como el principal puerto europeo. Este puerto sirve de conexión a varios destinos en Europa y el mundo. Dentro de las instalaciones cuenta con una completa gama de empresas especializadas en almacenamiento, trasbordo, transporte, transformación industrial y servicios auxiliares. (Pro Colombia 2017)

3.4.2.1.3.4. Acceso Aéreo

En cuanto a las posibilidades para acceder a los Países Bajos vía aérea, cuenta con 27 aeropuertos, de los cuales los más importantes son: el Aeropuerto Internacional de Ámsterdam, el Aeropuerto Internacional de Róterdam y el Aeropuerto Internacional de Maastricht Aachen. También están los aeropuertos de Eindhoven, Groningen. (PROCOLOMBIA, 2016)

3.4.2.1.3.5. Aeropuerto Internacional de Ámsterdam

Es el tercer aeropuerto más grande de Europa en volúmenes de carga, sirve de conexión a diferentes destinos de Europa y el mundo. Sus instalaciones están adaptadas para manejar todo tipo de carga y equipos, también presta el servicio de almacenaje de carga general y refrigerada.

3.4.2.1.4. Factores Tecnológicos

3.4.2.1.4.1. Telecomunicaciones en Países Bajos

En la expansión de las conexiones de Internet de banda ancha, Países Bajos está muy bien en la vanguardia. Alrededor del 93% de todos los residentes tienen acceso a Internet. Aproximadamente el 42% tiene su propia conexión rápida a Internet, que es al menos más rápida que la RDSI anterior (más de 2048 kbit/s). (Mundial, 2017)

3.4.2.1.4.2. Ciencia y tecnología

Auri Díaz (2018) sostiene que, Uno de los rasgos más importantes de Holanda en este sector económico es la innovación, contando con multitud de empresas intensivas en conocimientos, con un gran reconocimiento a nivel mundial. La zona con mayor presencia industrial de los Países Bajos es la región oeste del país, que presenta grandes diferencias con respecto a la región norte, la menos industrializada. Los subsectores del sector

secundario que son prioritarios para el gobierno de los Países Bajos son la industria química, la industria energética, la alta tecnología, la salud, el agua y la construcción.

La industria química es una de las líderes a nivel europeo gracias a la disponibilidad de materias primas y a la buena conexión de la red de transportes con Europa. De hecho, dieciséis empresas químicas de entre las veinticinco más importantes a nivel mundial están localizadas en los Países Bajos. La elevada competitividad de la industria química tiene su origen en la integración del sector y la cooperación entre empresas.

3.4.2.2 Análisis Situacional Del Mercado De Alemania

3.4.2.2.1. Factores Socioeconómicos

Tabla 4 Datos Básicos de Alemania

Características Generales	
Nombre Oficial	República Federal de Alemania
Superficie	Tiene una superficie de 357.020,70 km2..
Límites	El país tiene fronteras con Francia, Suiza y Austria por el sur; Bélgica, Holanda y Luxemburgo por el oeste; Dinamarca por el Norte y Polonia y la República Checa por el este.
Población	82,713,000 habitantes
Capital	Berlín
Ciudades importantes	Las principales ciudades son: Berlín, Hamburgo, Múnich, Stuttgart, Fráncfort, Colonia, Düsseldorf, Hannover, Assen, Leipzig y Dresden.
Idioma	Idioma oficial es el alemán
Moneda	Euro
Indicadores sociales	
Población Urbana	77%
Esperanza de vida	81.1 años (78.7 años los hombres, 83.6 años las mujeres)
Crecimiento anual	0,06%



Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.2.2.1.1 Situación económica

Alemania se posiciona como la primera economía en Europa, cerrando con un superávit de 38.400 millones de euros, equivalente al 1.2% del Producto Interno Bruto (PIB). En 2017, el Producto Interno Bruto alemán tuvo un crecimiento del 2.2%, es decir, tres décimas más que en 2016.

La Oficina Federal de Estadística (Destatis) señaló que, en dicho año, el país europeo se caracterizó por el fuerte crecimiento. Desde una perspectiva de largo plazo, el crecimiento de la economía alemana excedió la media del 1.3% de los últimos diez años.

De acuerdo a los analistas de la oficina federal de estadísticas de Alemania pronostican un crecimiento para Alemania del 2.2% para el 2018 y del 2% para 2019. Asimismo, estiman que la intensidad de la economía alemana continúe, pero que, probablemente, pierda un poco de impulso debido al paulatino agotamiento de las capacidades de las empresas.

Por otra parte, los expertos sitúan la inflación alemana en 1.7% para 2018 y en 1.9% para 2019. “El esperado repunte de la inflación puede llevar a que se empiece a poner fin a la política monetaria expansiva de los últimos años”. Asimismo, señalan que el pronóstico tiene una serie de riesgos tanto procedentes de medidas de la política local como de la situación internacional”.

3.4.2.2.1.2. Estructura del Producto Interno Bruto (PIB):

- ✓ Agricultura: 0,6%
- ✓ Industria: 30,1%
- ✓ Servicios: 69,3%

Comercio Exterior

- ✓ Exportaciones: 1.1.401 billones de dólares.
- ✓ Importaciones: 1.104billones de dólares.

Tabla 5 Indicadores económicos de Alemania

Mercados	2018	2017
Moneda	1.14	1.14
Mercado De Acciones	11219	11210
Bono soberano a 10 años (vol, %)	0.2	0.15
Visión general		
PIB - Tasa de crecimiento trimestral (vol, %)	-0.2	0.5
PIB - Tasa de crecimiento anual (vol, %)	1.1	2
Tasa De Desempleo (vol, %)	3.3	3.3
Tasa De Inflación (vol, %)	1.7	2.3
Balanza Comercial	20500	18915
Cuenta Corriente	21400	18900
Deuda pública en términos del PIB (vol, %)	63.9	67.9
Resultado fiscal en términos del PIB (vol, %)	1.7	1
Confianza Empresarial	99.1	101
Impuesto a la Renta (vol, %)	47.5	47.5

Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.2.2.1.2. PIB

Según datos macro el producto interior bruto de Alemania en 2018 ha crecido un 1,5% respecto a 2017. Se trata de una tasa 7 décimas menor que la de dicho año, cuando fue del 2,2%. En 2018 la cifra del PIB fue de 3.388.220 M.€, con lo que Alemania es la 4ª economía en el ranking de los 196 países de los que publicamos el PIB. El valor absoluto del PIB en Alemania creció 110.880 M.€ respecto a 2017.

El PIB Per cápita de Alemania en 2018 fue de 40.900 €, 1.300€ mayor que el de 2017, que fue de 39.600 €. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2008 cuando el PIB per cápita en Alemania era de 31.700. Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita, Alemania se encuentra en buen lugar en cuanto al nivel de vida de sus habitantes, ya que ocupa el puesto número 17 del ranking de 196 países de los que publicamos este dato.

3.4.2.2.1.3. Balanza Comercial

En 2017 Alemania registró un superávit en su Balanza comercial de 248.864,9 millones de euros, un 7,63% de su PIB, inferior al superávit alcanzado en 2016, de 251.727,8 millones de euros 278.637,9 millones de dólares, el 8,01% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las exportaciones de Alemania, pero acompañado

de un incremento aún mayor de las importaciones. Si se toma como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2017 Alemania ha empeorado su situación. Se ha movido del puesto 20 que ocupaba en 2016, hasta situarse en la posición 21 de dicho ranking, luego su superávit es alto comparado con el del resto de los 189 países del ranking.

Si miramos la evolución del saldo de la balanza comercial en Alemania en los últimos años, el superávit ha caído respecto a 2016 como ya hemos visto, aunque ha subido respecto a 2007, cuando el superávit fue de 194.258,5 millones de euros, que suponía un 7,73% de su PIB.

3.4.2.2.1.4. Tasa de Desempleo

Según datos macro la tasa de desempleo en el 2017 fue del 3.6% mientras que para el año 2018 la tasa de desempleo se redujo a 3,3% esto quiere decir que Holanda tiene estabilidad en cuanto al empleo de los habitantes del país.

3.4.2.2.1.5. Tipo de cambio

El euro es la segunda moneda más utilizada en las transacciones financieras internacionales (aproximadamente un 39% de su volumen), sin incluir los pagos dentro de la zona del euro, expresados en euros. El euro es también una moneda de reserva atractiva para otros países. En 2017, cerca del 20% de las reservas mundiales se denominaban en euros.

3.4.2.2.1.6. Gasto Público

El gasto público en Alemania en 2017, creció 53.079 millones, un 3,83%, hasta un total de 1.439.839 millones de euros. Esta cifra supone que el gasto público en 2017 alcanzó el 43,9% del PIB, igual que en 2016. La posición de Alemania frente al resto del mundo en 2017, en cuanto a gasto se refiere, se ha mantenido sin cambios, con lo que está en el puesto 4. El porcentaje del PIB que el gasto supone ha mejorado. Alemania por lo que se encuentra en el puesto 29 de 189 países del ranking de Gasto público respecto al PIB, ordenado de menos a más gasto.

En 2017 el gasto público per cápita en Alemania, fue de 17.379 euros por habitante. En 2016 fue de 16.805 euros, luego se ha producido un incremento del gasto público por habitante de 574 euros. Si miramos diez años atrás vemos que entonces el gasto público por persona era

de 12.846 euros. En la actualidad según su gasto público per cápita, Alemania se encuentra en el puesto 15 de los 189 publicados.

3.4.2.2.1.7. Tasa de inflación

Tasa mensual de inflación en Alemania fue del 0,09% en diciembre 2018. No ha cambiado en comparación a noviembre 2018 y menos de 0,55 en diciembre 2017. Al mismo tiempo de 2018 años a la tasa de inflación fecha es del 1,72% y año tras año la tasa de inflación es del 1,72%. (Statbureau, 2019)

En 2018 Alemania ocupa el lugar número 10 en el mundo por la tasa de inflación anual. Al igual que en muchos otros países, la inflación en Alemania se calcula sobre la base de los índices de precios al consumidor (IPC). Los precios al consumidor en este caso representan a los precios que el consumidor final tiene que pagar por el producto o servicio, junto con todas las tasas e impuestos.

3.4.2.2.1.8. Impuesto a la renta

El tipo estándar es un 15% (15,825% si se incluye una contribución de solidaridad de 5,5%).

La tasa real del impuesto sobre sociedades es de 30-33%, incluyendo el impuesto comercial (que se evalúa de forma independiente según cada municipio y varía de 7% a 19%).

3.4.2.2.2. Factores Políticos

3.4.2.2.2.1. Estructura del sistema Político

La Embajada de Alemania manifiesta que es una república federal, democrática, representativa y parlamentaria. El sistema político alemán opera bajo un marco establecido en el documento constitucional de 1949 conocido como la Grundgesetz (Ley Fundamental). Al llamar el documento Grundgesetz, en lugar de Verfassung (constitución), los autores expresaron la intención de que sería sustituido por una constitución adecuada una vez que Alemania fue reunificada como un estado.

La República federal, se encuentra dividida en tres poderes: Sistema Ejecutivo, Sistema Legislativo y Sistema Judicial. El gobierno actual de Alemania es un gobierno de coalición que está formado por la CDU/CSU (de centro-derecha) y el SPD (de centro-izquierda). Por

tratarse de los dos partidos mayores, esta coalición se denomina en Alemania "Gran Coalición".

3.4.2.2.2. Política Exterior

La embajada alemana en la Habana (2016) sostiene que el principal objetivo de la política exterior es el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales. Asimismo, la prevención de conflictos, la defensa, el desarme y el control de armamentos, el concepto ampliado de seguridad que engloba los derechos humanos y aspectos económicos, ecológicos y sociales son parte de ella. La parte cultural y educativa también juega un papel importante, la cual está a cargo de organismos como el Goethe-Institut, el Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD por sus siglas en alemán), la Fundación Alexander von Humboldt, el Instituto para las Relaciones Exteriores (IFA) y la Comisión Nacional Alemana para la UNESCO.

Alemania es miembro de varias Organizaciones Internacionales como la Unión Europea (UE) desde 1958; la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN); y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), entre otras. Asimismo, pertenece al espacio Schengen⁵⁴ desde el 26 de marzo de 1995.

3.4.2.2.3. Relación bilateral Ecuador y Alemania

Según cancillería ecuatoriana la negociación intergubernamental de cooperación para el desarrollo entre Ecuador y Alemania tienen como propósito evaluar el estado de la cooperación entre ambos países y adoptar el acuerdo marco que regirá hasta el año 2020. Ecología, medio ambiente y cambio climático son el eje principal de la cooperación alemana en Ecuador y los sectores que mayores fondos de cooperación reciben.

3.4.2.2.4. Corrupción en Alemania

Alemania ha obtenido 81 puntos en el Índice de percepción de la Corrupción que publica la Organización para la transparencia Internacional. Su puntuación no ha sufrido ningún cambio respecto a la obtenida en 2016, así pues, sus ciudadanos mantienen estable su percepción de la corrupción en Alemania.

Éste índice clasifica a los países puntuándolos de 0 (percepción de altos niveles de corrupción) a 100 (percepción de muy bajos niveles de corrupción) en función de la

percepción de corrupción del sector público que tienen sus habitantes. (Datosmacro, Índice de percepción de la corrupción , 2017)

3.4.2.2.2.5. Normas y regulaciones para ingreso de mango al mercado alemán

3.4.2.2.2.5.1. Medidas arancelarias

Ecuador mantiene vigente un acuerdo multipartes con la Unión Europea, el cual permite que el comercio de dentro de su territorio esté exento de tarifas arancelarias para algunos productos. El arancel aplicado por Alemania para el mango es de cero (0%). Los productos importados deben contar con, además de una declaración aduanera por escrito, una factura y, en ocasiones, con un certificado de origen.

3.4.2.2.2.5.2. Impuestos aplicados al comercio.

El alícuota general del VAT (IVA) en Alemania es del 19%, el IVA incide en las importaciones, por lo general es cobrado cuando se haya cumplido con todos los procedimientos aduaneros. Este impuesto será cobrado en el Estado Miembro de destino del bien, no en el de ingreso a la Unión Europea.

3.4.2.2.2.5.3. Regulaciones de importación y Normas de ingreso.

Con la finalidad de proteger la salud pública y humana, las mercancías importadas por la U.E deben de cumplir con los requisitos estipulados en la legislación general para el sector alimentos, en la ley de alimentos y alimentos para animales, vigente desde 1 de septiembre 2005.

Las principales regulaciones que se aplican en Alemania son:

Trazabilidad: El Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-31 01/02/2002) (CELEX 32002R0178) establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria y contempla todas las fases de la cadena de producción y la distribución de alimentos y piensos. Los importadores de estos productos tienen la obligación de identificar y registrar la procedencia del producto en el país de origen para cumplir los requisitos de trazabilidad.

Higiene: Normas generales sobre higiene de productos alimenticios y normas específicas de higiene para los alimentos de origen animal según los Reglamentos (CE) nº 852/2004 del

Parlamento Europeo y del Consejo (CELEX 32004R0852) y (CE) n° 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-226 de 25/06/2004) (CELEX 32004R0853).

Regulación de límites máximos de residuos LMR: Medidas en relación con la presencia de residuos, plaguicidas y contaminantes en los alimentos.

Certificaciones de Calidad: El producto debe contar con certificación Global GAP

3.4.2.2.2.5.4. Requisitos de envases y etiquetado alimentos

Las etiquetas de productos alimenticios según las reglas generales establecidas por la Directiva 2000/13/EC de Consejo (OJ L-109 el 06/05/2000) deben contener los siguientes detalles:

- ✓ El nombre bajo el cual el producto será vendido, los detalles en cuanto al estado físico o del tratamiento específico al que se ha sometido.
- ✓ Cantidad neta del contenido del producto.
- ✓ La fecha de durabilidad del producto
- ✓ El nombre o nombre comercial del exportador, su dirección, embalador o importador.
- ✓ Lugar u origen de procedencia.

3.4.2.2.3. Factores Geográficos

3.4.2.2.3.1. Situación Geográfica

Al norte tiene acceso al Mar Báltico y al Mar del Norte. En el sur limita con los Alpes. El punto más alto es la montaña Zugspitze con 2,962 metros sobre el nivel del mar, dicha montaña se ubica en Baviera. El punto más bajo de Alemania es el pueblo Neuendorf-Sachsenbande en Schleswig-Holstein, con 3.54 metros por debajo del nivel del mar. Casi un tercio de su superficie total está cubierta por bosques. Los lagos, ríos y otros cuerpos de agua constituyen más del dos por ciento de su superficie. El río más largo es el Rin (Deutschland., 2016)

3.4.2.2.3.2. Perfil logístico

Según el Logistics Performance Index (LPI) Publicado por el Banco Mundial, Alemania posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía. Posee uno de los índices más altos en producción de energía renovable, es

decir, a través de su infraestructura instalada en parques y estaciones eólicas, genera el 14% de la electricidad consumida en todo el país.

Alemania por su ubicación estratégica cuenta con una amplia y moderna infraestructura portuaria, con más de 60 puertos y subpuertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga. Desde Ecuador la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los siguientes puertos: Bremen-Bremerhaven y Hamburgo.

El principal puerto de Alemania es Hamburgo es el más antiguo, con más de 800 años de antigüedad. En torno a él, se fue construyendo una ciudad que hoy puede presumir de ser una de las más dinámicas de Alemania y que, junto a Berlín, presenta una gran oportunidad para inversores.

3.4.2.2.3.3. Desempeño Logístico de Alemania

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Alemania ocupa el puesto 1 en cuanto a desempeño logístico, en el mundo con un puntaje de 4.23 mientras que Ecuador ocupa el puesto 74 con un puntaje de 2.78. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño.

Tabla 6 Desempeño Logístico

LPI	Puntaje	Puesto
	4.23	1
Aspectos Evaluados		
Eficiencia Aduanera	4.12	2
Calidad de la Infraestructura	4.44	1
Competitividad de Transporte Internacional de Carga	3.86	8
Competencia y Calidad en los Servicios Logísticos	4.28	1
Capacidad de Seguimiento y Rastreo a los Envíos	4.27	3
Puntualidad en el Transporte de Carga	4.45	2

Fuente: Pro-Ecuador

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.2.2.3.4. Acceso Aéreo

El papel de los aeropuertos como dinamizador del crecimiento económico se fundamenta principalmente en que la calidad de la oferta de servicios aéreos se considera un factor determinante en las decisiones sobre la localización de empresas en sectores de alto valor agregado.

Entre los principales aeropuertos alemanes se tiene, Aeropuerto Internacional de Frankfurt (FRA)

Que es el más importante del país considerado el segundo del mundo en cuanto a pasajeros internacionales y el octavo por número total de pasajeros; y, en lo que respecta a carga es considerado el octavo del mundo en cuanto a carga internacional y el décimo por total de carga. (Pro-Ecuador, 2018)

- Es uno de los más importantes hubs (contenedor) de transporte en Europa
- Cuenta con una extensión total de 2,300 ha y 2 terminales
- 60.8 millones de pasajeros transitaron la terminal en el 2016, 462,885 movimientos de aeronaves y movilizaron 2.067,257 toneladas de carga.

3.4.2.2.3. Factores Tecnológicos

3.4.2.2.3.1. Telecomunicaciones en Alemania

Gracias a la investigación, el desarrollo y la innovación, Alemania se ha convertido en un país próspero y competitivo que ha desarrollado notables avances en ciencia y tecnología en los últimos años, siendo uno de los países más innovadores del mundo en las clasificaciones internacionales. Según el Índice de Innovación de la Comisión Europea, Alemania ocupa la quinta posición de los países más innovadores de Europa y la novena posición mundial de acuerdo al Índice Global de Innovación (2017).

El poder innovador de Alemania reside en la excelencia y creatividad de sus investigadores, así como en la estrecha colaboración entre ciencia y empresa. El país cuenta con una economía capaz de competir con éxito en el mercado gracias a invertir más que en años anteriores al desarrollo de productos y servicios innovadores; permitiendo así encontrar soluciones a retos globales tales como las consecuencias del cambio demográfico, la protección de la salud o el futuro del suministro energético. (Abad, 2017)

Ciencia y tecnología

Los logros de Alemania en la ciencia y la tecnología han sido muy importantes y sus esfuerzos de investigación y desarrollo forman parte integral de la economía del país.

Alemania ha sido el hogar de algunos de los investigadores más destacados en diversas disciplinas científicas, especialmente en física, matemáticas, química e ingeniería. La investigación científica del país cuenta con el apoyo de la industria, de la red de universidades alemanas y del estado científico – instituciones como la Sociedad Max Planck y la Deutsche Forschungsgemeinschaft. El resultado de la investigación científica de Alemania, se encuentra entre los mejores del mundo.

Johannes Göbel (2018) manifiesta que, en 2016, el gobierno alemán, la industria y la ciencia alemanas gastaron una suma récord de 92.200 millones de euros en investigación y desarrollo, lo que equivale al 2,94 por ciento del producto interior bruto (PIB) de Alemania. En comparación, los 28 países de la Unión Europea gastaron según los últimos datos una media del 2,03 por ciento de su PIB en investigación y desarrollo. Alemania tiene previsto invertir anualmente el 3,5 por ciento del PIB en investigación y desarrollo hasta 2025.

En la actualidad, el Gobierno alemán está invirtiendo las sumas más elevadas en las áreas de investigación sanitaria y sector de la salud, industria aeroespacial, investigación energética y tecnologías energéticas, así como en grandes equipamientos para la investigación básica.

3.4.2.3. Análisis Situacional del Mercado de China

3.4.2.3.1. Factores Socioeconómicos

Tabla 7 Datos Básicos de China

Características Generales	
Nombre Oficial	República Popular (de) China.
Superficie	Tiene una superficie de 9.596.900 km ² ,
Límites	China tiene frontera con los siguientes países: Vietnam, Laos, Myanmar, Bután, Nepal, India, Pakistán (Cachemira), Afganistán, Tayikistán, Kirguistán, Kazajstán, Rusia, Mongolia, Corea del Norte.
Población	1.379.000 millones habitantes.
Capital	Pekín,
Ciudades importantes	Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hong Kong, Dongguan, Foshan, Tianjin, Chongqing, Wuhan, Harbin, Shenyang, Chengdu, Zhengzhou.
Idioma	Putonghua (conocido como chino mandarín).
Moneda	Renminbi (RMB), que se traduce como “moneda del pueblo, o Yuan (CNY).
Indicadores sociales	
Población Urbana	65,5 %
Esperanza de vida	76,5 años
Crecimiento anual	0,52%

Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Fernando Muñoz

Localizada en el este del continente asiático, con sus más de 1.379.000 millones de habitantes (una quinta parte de la población mundial), China es el país más poblado del mundo y la segunda potencia económica

3.4.2.3.1.1. Situación económica

En el informe publicado por La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación señala que el PIB creció un 6,9% en 2018, un dato superior al del 6,5% esperado en el marco de un proceso gradual de enfriamiento de la economía y como consecuencia de la transición hacia un nuevo modelo de crecimiento, centrado en el desarrollo equilibrado y sostenible del país. La inflación se ha mantenido en tasas moderadas de en torno al 2% y un desempleo,

Se han producido reformas para dinamizar la economía a través de las políticas de protección del medio ambiente y del desarrollo de energías limpias, el proceso de urbanización que debe acomodar a más de 100 millones de personas en las ciudades antes de 2020, el reequilibrio en la distribución de la renta que elevará el consumo y la modernización de la agricultura y de la industria. Son necesarias también importantes reformas en el sector financiero, en la financiación de los gobiernos locales y en el trabajo de la Administración (en particular en las empresas de titularidad pública). La lucha contra la corrupción, en la que tanto empeño están poniendo el Partido y el Gobierno es también fundamental para el éxito en el cambio de modelo.

Producto Interno Bruto (PIB): 13.32 billones de dólares (2018)

3.4.2.3.1.2. Estructura del Producto Interno Bruto (PIB):

- ✓ Agricultura: 8,6%
- ✓ Industria: 39,8%
- ✓ Servicios: 51,6%
- ✓ Producto Interno (PIB) per Cápita: 16.600 dólares (2018, est.).

Comercio Exterior

- ✓ Exportaciones: 2.263,5 billones de dólares.
- ✓ Importaciones: 1.840,1 billones de dólares.

Tabla 8 Indicadores económicos de China

Mercados	2018	2017
Moneda	6.76	6.75
Mercado De Acciones	2594	2597
Bono soberano a 10 años (vol, %)	3.16	3.17
Visión general		
PIB - Tasa de crecimiento trimestral (vol, %)	1.5	1.6
PIB - Tasa de crecimiento anual (vol, %)	6.4	6.5
Tasa De Desempleo (vol, %)	3.8	3.82
Tasa De Inflación (vol, %)	1.9	2.2
Balanza Comercial	571	419
Cuenta Corriente	233	53.29
Deuda pública en términos del PIB (vol, %)	47.6	44.3
Resultado fiscal en términos del PIB (vol, %)	-3.5	-3.8
Confianza Empresarial (vol, %)	49.4	50
Impuesto a la Renta (vol, %)	45	45

Fuente: Trading Economics

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.2.3.1.3. PIB

El PIB chino en 2018 se situó en 90,03 billones de yuanes (13,04 billones de dólares), lo que es el 6,6% más que en el año anterior. Según el informe del Buró Nacional de Estadísticas chino, precisa que el crecimiento anual del PIB se situó en el primer trimestre en el 6,8, en el segundo trimestre, en el 6,7, en el tercer trimestre, en el 6,5, y en el último, en el 6,4%.

Las autoridades chinas tenían previsto una tasa de crecimiento de 6,5% en 2018. El documento señala que en 2018 el país alcanzó las metas planteadas en el desarrollo económico y social, la calidad de vida mejoró y la economía nacional creció dentro de límites razonables.

3.4.2.3.1.4. Balanza Comercial

China cerró el 2018 con un superávit en su balanza comercial de 326.180 millones de yuanes (51.850 millones de dólares, 42.050 millones de euros), un 21,8 % inferior al registrado en el mismo periodo del año anterior, anunció la Administración General de Aduanas. El descenso se debió al mayor incremento en el volumen de importaciones que de exportaciones, que subieron un 11,7 y un 7,4 % respectivamente.

China vendió bienes y servicios al exterior por valor de 3,53 billones de yuanes (561.100 millones de dólares, 455.130 millones de euros) en los primeros tres meses del año, mientras que compró por valor de 3,21 billones de yuanes (510.225 millones de dólares, 413.840 millones de euros).

3.4.2.3.1.5. Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo urbano mensual calculada mediante encuesta en áreas urbanas fue de 4,9 por ciento en abril, con una reducción de 0,2 puntos porcentuales respecto a marzo y 0,1 puntos porcentuales menor que en abril del año pasado, indicó el Buró Nacional de Estadísticas (BNE). De acuerdo con la encuesta, la tasa de desempleo en 31 importantes ciudades de China fue de 4,7 por ciento, 0,2 puntos porcentuales menor.

3.4.2.3.1.6. Tipo de cambio

La tasa de cambio de la moneda china ya ha superado los 6,9 yuanes por dólar, algo que no se vio ni siquiera durante la crisis financiera de 2008. La principal causa por la que todas estas monedas se devalúan es común: que el dólar está fuerte, revela a Sputnik Jia Jinqing, directora del Centro de Investigación Macroeconómica del Instituto de Finanzas de la Universidad de Pekín.

Jia Jinqing, sostiene que las demás divisas se vean forzadas a bailar al son del dólar. Y es que el 40% del comercio mundial de divisas se lo reparten muchas más. La mitad de ese 40% lo acapara el euro y, un 15%, otras monedas nacionales. Entre ellas, la libra esterlina y el yen japonés. Por eso insiste: hay que "tener en cuenta cómo interactúan las monedas nacionales con el dólar

3.4.2.3.1.7. Gasto Publico

Según La Asamblea Nacional Popular de China, el presupuesto estatal en 2018, tuvo un gasto de 2,68 billones de euros, lo que supone un aumento interanual del 7,6%. Con unos ingresos proyectados de 2,34 billones de euros, que suponen un crecimiento del 6,1% respecto a 2017, el presupuesto estatal tendrá un déficit de 303.000 millones de euros, la misma cifra que el pasado ejercicio.

Las principales partidas -y el porcentaje sobre el gasto total- de las cuentas públicas del Gobierno chino son: 5,24% del gasto del presupuesto chino, a defensa, 2,04%, al pago de la

deuda, 1,5%, a ciencia y tecnología, 1% del presupuesto a seguridad pública, el 0,8% va a educación, Un 0,7%, a seguridad social y empleo, entre otros.

3.4.2.3.1.8. Tasa de Inflación

Según la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) 2018 el índice de precios al consumo (IPC) de China se ha incrementado hasta una tasa del 2,1% interanual, lo que supone un incremento de dos décimas con respecto al periodo anterior. La subida del IPC se debió en gran parte a un aumento de los precios no alimentarios, que crecieron el 2,4%, frente al 2,2% de hace un mes. Por su parte, el precio de los alimentos subió el 0,5 % con respecto al año anterior, después de la subida del 0,3%.

3.4.2.3.2. Factores Políticos

3.4.2.3.2.1. Estructura del sistema político

La ficha técnica de China señala que, en 1978, en el Tercer Pleno del XI Congreso del Partido Comunista Chino (PCCh), Deng Xiaoping lanzó la “política de reforma económica y apertura al exterior”, que supuso el inicio de un proceso gradual de introducción de elementos de la economía de mercado en China. El proceso de reformas iniciado por Deng Xiaoping en 1979 ha dado lugar a un sistema político que caracterizado como “socialismo con características chinas”, que se basa, desde el punto de vista económico, en la economía mixta– combina economía de mercado y economía planificada y desde el punto de vista político, en el liderazgo del Partido Comunista, que ostenta el control de las diversas estructuras políticas.

3.4.2.3.2.2. Política Exterior

La Constitución de la R. P. China (RPCh) establece en su Preámbulo 5 los principios básicos que rigen su política exterior: respeto mutuo a la soberanía e integridad territorial; no agresión; no injerencia en asuntos internos de otros Estados, igualdad y beneficio mutuo y coexistencia pacífica en el desarrollo de las relaciones diplomáticas e intercambios económicos y culturales con otros países.

Desde la constitución de la RPCh, tradicionalmente en la política exterior china han predominado tres prioridades: la defensa del principio de una sola China y su contrapartida, que es evitar el reconocimiento de Taiwán como Estado independiente y orientar sus pasos hacia la reunificación; el aislamiento internacional del Tíbet y el no reconocimiento del Dalai

Lama como su representante político; y la compatibilidad de modelos económicos diferentes, aunque cada vez más próximos (China continental y Hong Kong) bajo el principio de un país

dos sistemas.

China es miembro de todos los organismos institucionales de NN. UU. y miembro permanente del Consejo de Seguridad. Siempre ha hecho una apuesta fuerte por la diplomacia multilateral. A partir del año 2000, y en particular, tras el éxito de los Juegos Olímpicos (2008), ha ido reclamando un creciente peso, presencia y protagonismo en el engranaje multilateral, correlativo a su mayor peso económico, demográfico, tecnológico y político en un entorno global. La crisis económica internacional ha incrementado la influencia de China, dado su enorme peso económico y el apoyo concedido a países en dificultades.

3.4.2.3.2.3. Política internacional Ecuador y China

Ecuador elige al gigante asiático para pedir préstamos porque la tasa de interés (7,2%) es menor al 10% del mercado internacional, según Yulin. El objetivo de China es firmar con nuestro país un tratado de libre comercio. Así lo afirmó el embajador del gigante asiático al recordar que Ecuador planteó un tratado comercial de alcance parcial.

Moreno y Xi Jinping firmaron ocho convenios bilaterales que comprenden asistencia judicial, aviación civil, gestión de riesgos, cooperación económica, iniciativa franja y ruta, cooperación agrícola, seguridad e inversiones.

3.4.2.3.2.4. Corrupción en China

Patricia Castro Obando (2018) en su columna denominada la fauna de la corrupción en China, menciona que cuando Deng Xiaoping lanzó en los ochenta su famosa frase: “No importa el color del gato mientras que cace ratones” abrió las puertas al más grande proceso de reforma y apertura de China. Años después, Xi Jinping está decidido a “aplastar moscas, atrapar tigres y cazar zorros”, una consigna que define la política interna de su gobierno. Se trata de la mayor campaña anticorrupción que ha emprendido el Partido Comunista de China.

China ha obtenido 41 puntos en el Índice de percepción de la Corrupción que publica la Organización para la transparencia Internacional. Su puntuación ha crecido en el último año, luego en este tiempo ha mejorado la percepción de que los chinos tienen respecto a la corrupción en el sector público del país. Con esa puntuación China mejora su situación hasta

el puesto 77 del ranking de percepción de corrupción formado por 180 países. (Datosmacro, ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN, 2017)

3.4.2.3.2.5. Normas y regulaciones para ingreso de mango al mercado

3.4.2.3.2.5.1. Medidas arancelarias

Ecuador mantiene vigente un convenio bilateral en cooperación, comercio y seguridad, el cual permite que exista una reducción de tarifas arancelarias para algunos productos. El arancel aplicado por China para el mango es de cero (15%).

3.4.2.3.2.5.2. Permisos de importación de sanidad vegetal

Se requieren permisos para la importación, el tránsito, el movimiento doméstico y la liberación ambiental de organismos que afecten a las plantas, y la importación y tránsito de plantas y productos vegetales bajo la autoridad de las leyes de protección fitosanitaria.

(Agriculture, 2018)

Para poder ingresar los productos frescos al mercado chino es importante el registro de la empresa a exportar en la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ, por sus siglas en inglés) es un “órgano ministerial administrativo directamente por debajo del Consejo Estatal de la República Popular de China.

3.4.2.3.3. Factores Geográficos

3.4.2.3.3.1. Situación Geográfica

China es el mayor país de Asia Oriental, tiene frontera al Sur con Vietnam, Laos, Birmania, India, Nepal y Pakistán; al Oeste con Afganistán, Tadjikistán, Kirgistán y Kazakistán; al Norte con Rusia y Mongolia; y al Este con Corea del Norte y el Océano Pacífico. (Exteriores M. d., 2018)

La superficie de China está formada por una serie de niveles descendientes desde el Oeste, donde se encuentra la meseta de Qinghai-Tibet, con una altura promedio de 4.000 m sobre el nivel del mar, pasando por las mesetas de Mongolia Interior, las de Loess y las de Yunnan y Guizhou, entre los 1.000 y 2.000 m, para acabar en las llanuras del Nordeste y el curso Medio e Inferior del río Yangtze, con una elevación de entre 500 y 1.000 m sobre el nivel del mar.

En China se pueden encontrar todo tipo de climas, como corresponde a un país que es casi un continente. En general el Oeste es seco, con abundantes desiertos, y entre ellos, tierras poco fértiles. El Este, llanuras y suaves colinas, las deltas de sus grandes ríos, son tierras ricas que sustentan a la mayor parte del país. Al Norte, llanuras, cultivo de cereales o ganadería, muy frías.

3.4.2.3.3.2. Perfil Logístico

Hay una oferta importante para movilizar mercancía hacia China, lo que permite una alternativa importante para negociar fletes competitivos, el reto se presenta en el tiempo de tránsito.

Katherine Chumpitaz Martínez de Pro Perú (2017) sostiene que, en los últimos cinco años, los puertos del norte de China han dinamizado sus importaciones de frescos debido al aumento de los costos de envío en Hong Kong y los altos costos de transporte en el interior. Dado que el despacho de aduanas es más oportuno y eficiente en rutas marítimas como Gangzhou y Shanghái, estos siguen siendo los destinos predominantes.

3.4.2.3.3.3. Transporte marítimo

De acuerdo con ProEcuador las costas chinas se caracterizan por sus importantes puertos con una amplia infraestructura; estos terminales tienen como objetivo principal el transporte de minerales importados, carbón y cereales y por ello se han especializado en el movimiento de contenedores. Debido a esta situación el Gobierno ha adelantado la construcción de muelles de aguas profundas que facilitan esta operación.

3.4.2.3.3.4. Desempeño Logístico

El desempeño de la industria logística de China descendió en diciembre por factores estacionales, según el Centro de Información de Logística de China (2018). El índice de desempeño logístico (IDL) fue de 56,6% en diciembre, bajando respecto al 58,6% de noviembre. Cabe señalar que una lectura encima de 50% indica expansión mientras que una por debajo muestra contracción. “El IDL de diciembre todavía se mantenía relativamente en un alto nivel a pesar del descenso normal a finales de este año”, explicó a Xinhua, el subdirector del centro, He Hui.

3.4.2.3.3.5. Puerto de Shanghái

Este puerto se puede encontrar en la ciudad de Shanghái, en China, en las desembocaduras de los ríos Yangtze, Huangpu y Qiantang, siendo durante años el puerto mercante de contenedores más activo de todo el planeta, seguido de cerca del puerto de Singapur.

Éste cuenta con un puerto de aguas profundas y otro fluvial, ya que el río Yangtze es navegable. El puerto dispone de la terminal de aguas profundas más grande del mundo, de 20 kilómetros de longitud y 20 metros de calado. Además de las terminales destinadas a la manipulación de contenedores también trabaja con otras destinadas a otros tipos de carga como: a granel y roll-on roll-off, y terminales para cruceros.

3.4.2.3.3.6. Transporte aéreo

El transporte aéreo es el medio más común de transporte para pequeñas y grandes empresas por igual. Es rápido, fácil y seguro – pero no siempre es la opción de costo más eficiente comparado con el transporte marítimo.

Entre los principales aeropuertos de china se tiene: aeropuerto de Shanghái, aeropuerto de Pekin, Aeropuerto de Guangzhou, Aeropuerto de Kunming, entre otros.

3.4.2.3.3.6. Aeropuerto de Beijing (PEK)

El aeropuerto de Beijing es el más transitado del país y del mundo. En la terminal se maneja también carga. En este aeropuerto existen 94 aerolíneas, con 1,700 días a 244 ciudades en 54 países.

Durante el 2015 manejaron 1,889,829 ton de carga, 89.9 millones de pasajeros transitaron la terminal.

3.4.2.3.4. Factores Tecnológicos

3.4.2.3.4.1. Telecomunicaciones en China

La industria china de las telecomunicaciones se desarrolló de forma sostenida en los primeros ocho meses del año, con un rápido aumento en el número de usuarios de teléfonos móviles, según cifras oficiales. (Español, 2018) Los ingresos operativos acumulados del sector alcanzaron 888.100 millones de yuanes (129.300 millones de dólares), con una subida interanual del 3,3 por ciento, de acuerdo con el Ministerio de Industria y Tecnología Informática.

3.4.2.3.4.2. Ciencia y tecnología

Qiu Xiaoqi, Embajador de la República Popular China en México (2017) manifiesta que las nuevas políticas en China están enfocadas al desarrollo de la ciencia y la tecnología, lo que ha fomentado el progreso de éstas y permite que el país sea uno de los que más invierte en dichos sectores, gracias a una mayor inversión, se han logrado avances muy importantes en investigación, innovación y desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Agregó que el objetivo del gobierno de su país es convertir al país en una potencia de ciencia y tecnología, aumentar la inversión a 2.5% y destacarse en el campo de la investigación. Otra de las estrategias implementadas consiste en aumentar de manera notable la inversión en ciencia y tecnología al 2.5% para el año 2020. El monto total en inversión en ciencia y tecnología en ese país sobrepasó a la de Alemania en 2010 y a Japón en 2013, actualmente está detrás de Estados Unidos. Además, China ha promovido la cooperación internacional en ciencia y tecnología con países desarrollados y en vía de desarrollo.

3.4.3. Perfil De Amenazas Y Oportunidades Del Medio (POAM)

Es el que califica en qué grado se encuentran las oportunidades y amenazas de cada uno de los recursos externos del país estudiado, dándole un nivel alto, medio o bajo, para lograrlo se elabora un diagnostico por cada uno de los parámetros del país.

A continuación, se presenta la matriz POAM para dar las respectivas ponderaciones para cuantificar los factores de los países en estudio.

Tabla 9 Matriz POAM

INDICADORES	CHINA				HOLANDA				ALEMANIA			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Factores Socioeconómicos												
Producto interno bruto (PIB)	Alta	3			media	2			medio	2		
PIB per cápita	media	2			alta	3			alta	3		
Tasa de interés	media	2					media	2			media	2
Gasto público	media	2			media	2			medio	2		
Tasa de inflación			media	2			media	2	media	2		
Moneda	media	2			alta	3					baja	1
Tasa de desempleo			media	1	media	1			alta	3	alto	2
TOTAL		11		3		11		4		12		5
Promedio		1,57		0,43		1,57		0,57		1,71		0,71
Factores Políticos												
Acuerdos comerciales	media	2			media	2			medio	2		
Términos De Intercambio	media	2					baja	1			baja	1
Gasto Fiscal			baja	1	baja	1			media	2		
Gasto Público en % del PIB	media	2					baja	1			baja	1
Balanza comercial			media	2	media	2					media	2
TOTAL		6		3		5		2		4		4
Promedio		1,2		0,6		1		0,4		0,8		0,8
Factores Legales												
Barreras arancelarias	Alta	2			alta	3			alta	3		
Barreras no arancelarias	media	3			media	1			media	1		
TOTAL		5				4				4		
Promedio		2,5				2				2		
Factores Geográficos												
Población	Alta	3			media	2			media	2		
Temperatura	media	2			media	2			media	2		
Índice de desempeño logístico	Alta	3			media	3			media	3		
TOTAL		8				7				7		
Promedio		2,67				2,3				2,33		

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla. Resumen de la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

	CHINA		PAISES BAJOS (HOLANDA)		ALEMANIA	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Socioeconómicos	1,57	0,43	1,57	0,57	1,71	0,71
Factores Políticos	1,2	0,6	1	0,4	0,8	0,8
Factores Legales	2,5	0	2	0	2	0
Factores Geográficos	2,67	0	2,333	0	2,33	0
TOTAL	7,94	1,03	6,90	0,97	6,85	1,51
PROMEDIO	1,98	0,26	1,73	0,24	1,71	0,38

Fuente: Estudio investigativo

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.3.1. Análisis POAM del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.

Con la finalidad de determinar cuál es el país con mayores oportunidades, para internacionalizar mango se ha tomado en cuenta en esta matriz los indicadores económicos como la población, el desempleo, PIB, inflación, entre otros, mediante la comparación de estos factores se determina que:

Países Bajos, Alemania y China, tienen características similares ya que al tratarse de países desarrollados sus economías se basan en la industria y los servicios, según los resultados de la matriz POAM, Alemania tiene una puntuación más elevada,

Se ha analizado varios factores que ayudan a conocer las oportunidades y amenazas que se tiene en los tres países Países Bajos, Alemania y China como por ejemplo los Legales, aquí se encuentran la política comercial, medidas arancelarias y la normativa aduanera en donde cada nación maneja un Estatuto, el cual incluye normas internacionales y reglamentos para el comercio internacional,

En relación a estos indicadores cabe recalcar que existe una preferencia arancelaria del 0% para el mango en Países Bajos y Alemania, mientras que, para el mercado de china, tiene un arancel del 15% , simple vista este el mercado europeo sería el más indicado para exportar en cuanto a este factor, pero hay que tener en cuenta que las barreras no arancelarias aplicadas en estos países son rigurosas en cuanto al límite permitido de residuos químicos y pesticidas presentes en la fruta, mientras que China admite cantidades más altas en cuanto a contaminantes, si comparamos dos parámetros de medición se puede observar que en el

mercado europeo para plomo es de 0,10 mg / kg y para cadmio 0,050 mg / kg, mientras que para China ≤ 10 mg/ kg en cuanto a plomo mientras que para cadmio es de ≤ 2.0 mg/ kg según la normativa de AQSIQ-CHINA como breves ejemplos

China es la segunda potencia económica del mundo con un PIB de 11.318 miles de millones y una tasa de crecimiento de 6.8% en el año 2017. El mercado chino se diferencia del mercado de Países Bajos y Alemania por tener la mayor concentración de habitantes con sus más de 1.373 millones (una quinta parte de la población mundial), La población rural todavía acapara cerca de la mitad de la población, si bien el éxodo que se está produciendo hacia las ciudades sigue siendo muy intenso, lo que hace prever que en 2035 un 70% de sus habitantes resida en áreas urbanas.

A diferencia de los demás mercados que se analizaron en el perfil de oportunidades y amenazas se puede acatar que China es un país rico que dispone de variada producción de frutas tropicales, por lo tanto, ha implementado medidas arancelarias y no arancelarias para el ingreso de productos a su territorio, consecuentemente, Ecuador tiene que cumplir con estos requisitos para poder incursionar en este mercado. Hay que tomar en cuenta que este mercado importa aproximadamente el 60% en relación a frutas frescas y hortalizas a nivel mundial es así que este factor no representa una gran amenaza al ver a éste como mercado potencial.

China es un mercado que ha tenido una gran apertura en estos últimos años con Ecuador, esto ha creado una gran oportunidad para los productores y exportadores de mango, porque permite mejorar los procesos de producción, crea nuevas fuentes de trabajo, permite mejorar las condiciones de vida de los habitantes, ayuda con el desarrollo económico del país y aumenta la oferta exportable del Ecuador.

3.4.4. ESTUDIO DE MERCADO

3.4.4.1. Análisis Del Mercado De China

China es el país más poblado del mundo con más de 1,300 millones de habitantes. China también es la segunda economía más grande del mundo y el segundo mayor importador después de Estados Unidos. (Infoagro, 2017), a continuación, se muestran las principales características del mercado.

3.4.4.2. Importaciones De Mangos Por País Proveedor

Tabla 10 Lista de los mercados proveedores de mango hacia China en 2017

Exportadores	Valor importado en 2017 (miles de USD)	Participación de las importaciones para China (%)	Cantidad importada en 2017	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	166745	100	76937	Toneladas	2167
Tailandia	150000	90	71708	Toneladas	2092
Taipei Chino	6473	3,9	2500	Toneladas	2589
Australia	4878	2,9	970	Toneladas	5029
Perú	3610	2,2	1138	Toneladas	3172
Filipinas	873	0,5	106	Toneladas	8236
Malasia	762	0,5	271	Toneladas	2812
Viet Nam	85	0,1	226	Toneladas	376
Pakistán	26	0	8	Toneladas	3250
Ecuador	19	0	5	Toneladas	3800

Fuente: TRADEMAP 2017

Elaborado por: Fernando Muñoz

Como se observa en la tabla anterior los principales proveedores de mango en el mercado chino son Tailandia con un 90% del total de las exportaciones siendo su primer socio comercial en relación al mango, esto se debe a la cercanía del país proveedor, mientras que el resto de países tiene una participación menor sumando entre todos un 10% de las exportaciones. Ecuador presenta una baja participación en relación a este producto, esto se debe a que el ingreso a este mercado se dio en el año 2017, por lo tanto este mercado irá creciendo paulatinamente en los años posteriores, es así que Tailandia es su principal proveedor seguido de países asiáticos; estos países exportan más debido a sus condiciones logísticas, también se puede apreciar que un importante proveedor y competencia directa es Perú que tiene una baja participación mundial pero una producción superior a Ecuador.

3.4.4.3. Relaciones Bilaterales de China en 2017

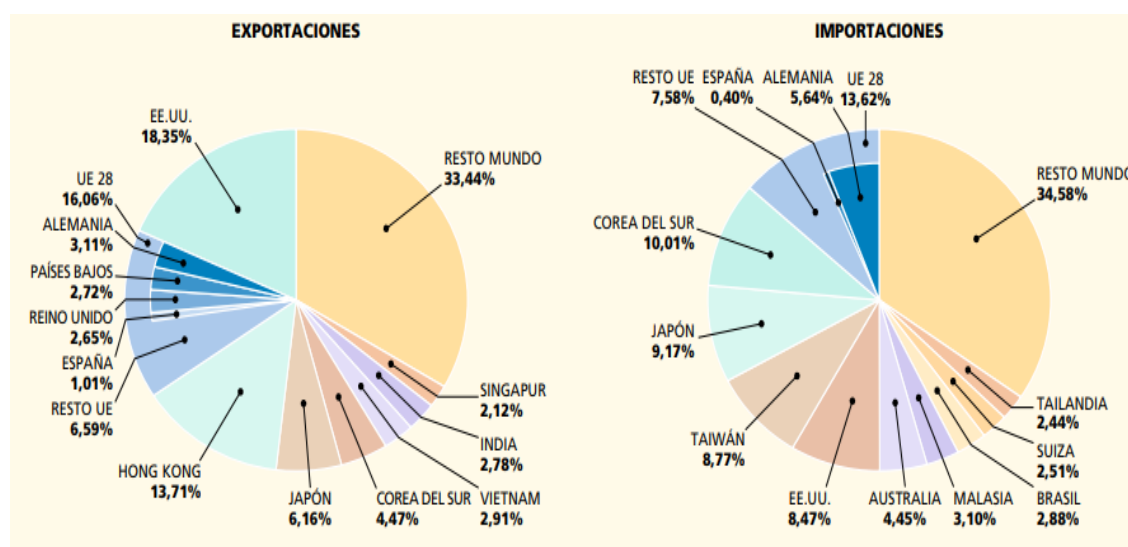


Figura 5 Distribución geográfica del comercio exterior chino

Fuente: National Bureau of Statistics People's Republic of China (<http://www.stats.gov.cn>); Global Trade Atlas (www.gtis.com)

China es la mayor economía de exportación en el mundo ya que tiene relaciones comerciales con todos los países del mundo es así que en estos últimos años ha sido el exportador más grande del globo y el más grande importador de materias primas.

Tabla 11 Productos Exportados Ecuador - China (Miles Usd)

DESCRIPCIÓN	2016	2017	arancel 2017
Demás Camarones Y Langostinos Congelados	52,715	72.582	2% a 5%
Demás Bananas Frescas Tipo Cavendish Valery	71,807	58,915	10%
Harina De Pescado Con Contenido De Grasa Superior A 2% En Peso	74,106	57,834	2%
Minerales De Oro Y Sus Concentrados	18,754	57,298	0%
Madera Aserrada O Desbastada De Balsa, Virola O Imbuia	37,096	24,982	0%

Fuente: PROECUADOR.

Elaborado por: Fernando Muñoz

Dentro del contexto nacional se puede apreciar que los principales productos de exportación son materias primas, como se observa en la tabla anterior. En relación al producto en estudio se puede apreciar que no aparece, esto se debe a que las exportaciones de mango son muy bajas y no representan un porcentaje elevado dentro de la balanza comercial con este país.

3.4.4.4. Balanza comercial Ecuador – China

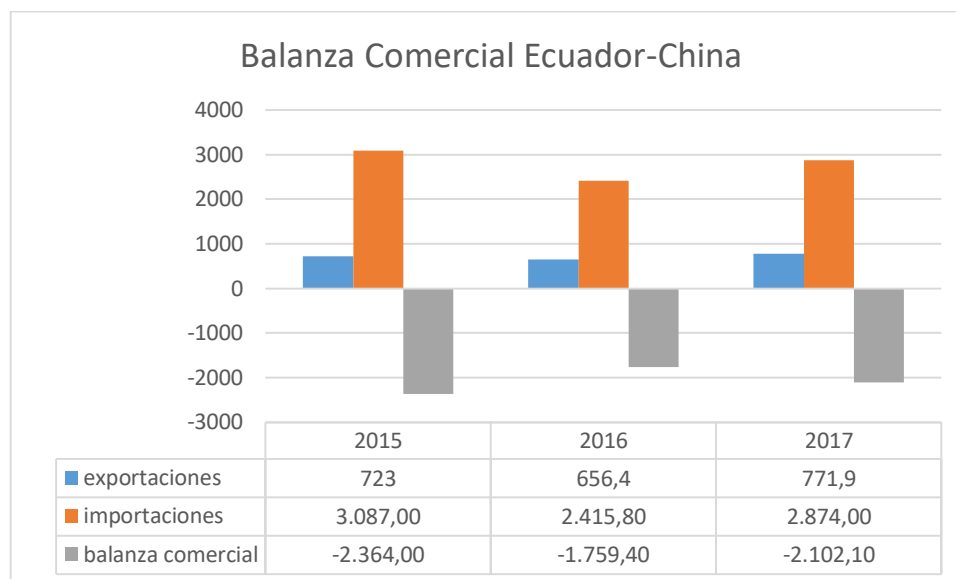


Figura 6 Balanza Comercial Ecuador-China periodo 2015-2017

BCE – Comercio Exterior

Elaborado por: Fernando Muñoz

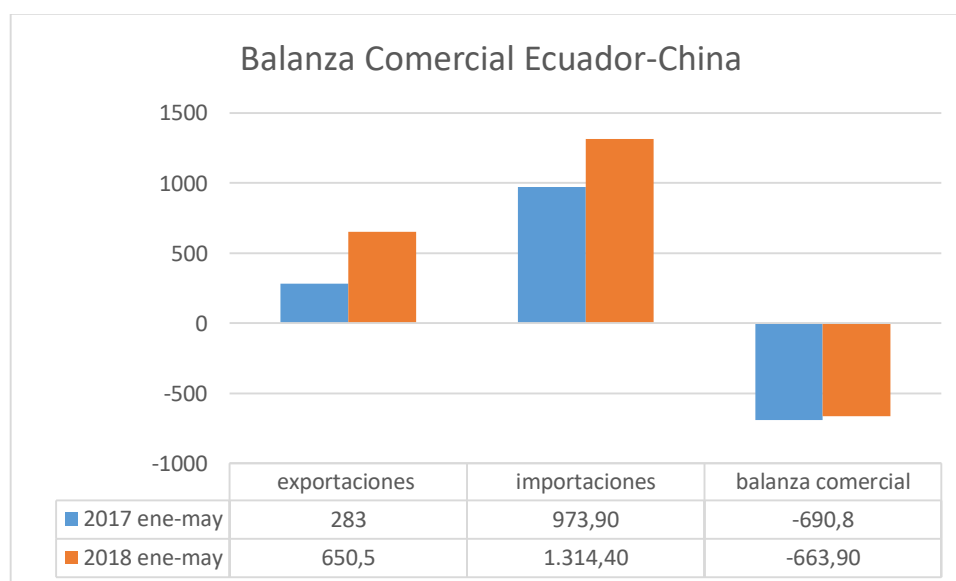


Figura 7 Balanza Comercial Ecuador-China 2018

BCE – Comercio Exterior

Elaborado por: Fernando Muñoz

Ecuador tiene la necesidad de impulsar su sistema exportador, pues a medida que incrementa la producción nacional también lo hacen las importaciones, ya que la industria requiere de bienes de capital y maquinaria para desarrollarse. El país ha sido importador de productos elaborados y exportador de materias primas, en las figuras anteriores se ve reflejado este panorama, es así que en últimos años se ha venido dando un déficit en la balanza comercial

con china, el panorama no pretende cambiar debido a que en el país no se impulsa el desarrollo industrial para poder ser más competitivos y mejorar la balanza comercial.

Exportaciones Ecuatorianas No Petroleras A China

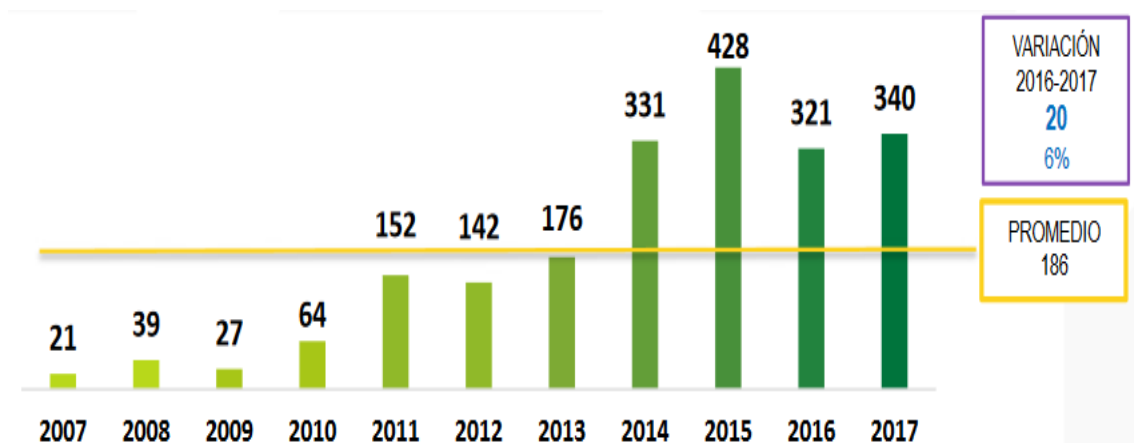


Figura 8 Exportaciones Ecuatorianas No Petroleras A China
Fuente: Banco central de ecuador años 2013, 2016, 2017(ene-ago) SENAE año 2017 (sep)
Elaboración: Dirección de Estudios Económicos y Comerciales – MCE

Como se puede apreciar en el gráfico las exportaciones no petroleras hacia China hasta el 2010 son bajas, esto se debe a que hasta ese periodo Ecuador no tenía ningún tratado comercial, pero a partir de ese año gracias al acercamiento de sus mandatarios se observa un lento pero creciente intercambio comercial hacia ese territorio, en 2014 es donde se puede observar que existe un crecimiento sustancial en las exportaciones, teniendo en cuenta que estos productos son materias primas o productos sin procesos de transformación.

Balanza Comercial no Petrolera con China

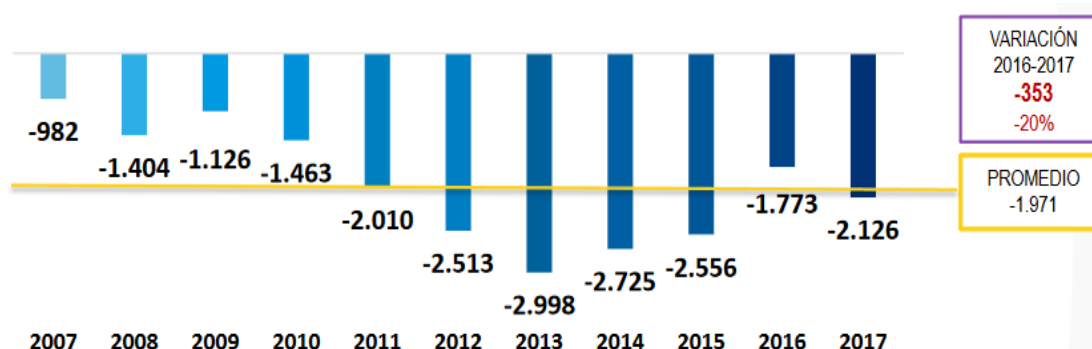


Figura 9 Balanza Comercial no Petrolera con China
Fuente: Banco central de ecuador años 2013, 2016, 2017(ene-ago) SENAE año 2017 (sep)
Elaboración: Dirección de Estudios Económicos y Comerciales – MCE

El gráfico anterior muestra que en los últimos años Ecuador ha tenido un déficit en la balanza comercial no petrolera, principalmente en el año 2010 hasta el año 2015 esto se debe a que Ecuador importa más de lo que vende, este fenómeno se produce debido a que en el país se

importan artículos procesados y terminados cuyo valor es elevado, mientras que los productos exportados del territorio son materias primas cuyo valor es relativamente bajo, a partir de 2016 la balanza comercial mejora para Ecuador en cierta medida gracias a las medidas arancelarias implantadas por el gobierno para defender la producción nacional.

3.4.4.5. Barreras Arancelarias

“Son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías” (PROEcuador, 2016)

El producto objeto de estudio como se muestra en la tabla tiene un arancel del 15%, por el acuerdo preferencial que involucra al mango, mientras que el arancel chino sin preferencia arancelaria establecido por la OMA tiene un valor del 30% esto se debe a que China es el principal productor de frutas y verduras en el mundo, la relación entre Ecuador y China ha mejorado en los últimos 10 años es así que para el año 2019 se pretende reducir los aranceles en relación a frutas al 9% según datos del Ministerio de Comercio Exterior.

Tabla 12 Barreras arancelarias para el mango en China

Nomenclatura: HS Rev. 2017

Metodología EAV: EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
MFN duties (Applied)	15.00%	15.00%	15.00%

Fuente: ITC (MAcMap) 2017

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.4.6. Barreras No Arancelarias

3.4.4.6.1. Permisos de Importación para China

A continuación, se muestran los principales requisitos con los que debe contar el producto para ingresar a este país.

3.4.4.6.2. Permisos de importación de sanidad vegetal

Se requieren permisos para la importación, el tránsito, el movimiento doméstico y la liberación ambiental de organismos que afecten a las plantas, y la importación y tránsito de

plantas y productos vegetales bajo la autoridad de las leyes de protección fitosanitaria. (Agriculture, 2018)

Para poder ingresar los productos frescos al mercado Chino es importante el registro de la empresa a exportar en la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ, por sus siglas en inglés) es un “órgano ministerial administrativo directamente por debajo del Consejo Estatal de la República Popular de China a cargo de la calidad nacional, la inspección de materias primas de entrada-salida, la cuarentena de salud de entrada-salida, la cuarentena de animales y plantas de entrada-salida, la inocuidad alimentaria de exportación-importación, la certificación y la acreditación, la estandarización, así como también a cargo de velar por el cumplimiento de las leyes administrativas”. (Association, 2017)

3.4.4.6.3. Requisitos fitosanitarios para exportar mango de Ecuador a China.

Con el fin de asegurar la exportación de mango fresco de Ecuador a China en el cumplimiento de las reglamentaciones y leyes fitosanitarias de la República Popular China y la Administración General de Supervisión de la calidad, Inspección, y cuarentena (de ahora en adelante referida como AQSIQ y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (e ahora en adelante referida como MAGAP) han llegado a un consenso a través de las consultas amistosas bilaterales, de acuerdo a lo siguiente:

- ✓ La fruta de mango fresco (*Manguifera indica*) exportada de Ecuador a China, debe estar en cumplimiento con los requerimientos, las leyes cuarentenarias y reglamentos de la República Popular China y los requisitos de este protocolo.
- ✓ La fruta de mango exportada a china debe provenir de huertos y empacadoras registradas en AGROCALIDAD y aprobadas por AQSIQ.
- ✓ El control fitosanitario del cultivo, manejo de plagas, procesamiento, tratamiento cuarentenario y pre cuarentena de exportación del mango de exportación bajo este protocolo debe ser estrictamente cumplido.
- ✓ Además del control de la calidad y medidas de manejo de plagas, tanto en el cultivo como las empacadoras también deben establecer un sistema de trazabilidad para que la fruta pueda ser rastreada desde el lote de referencia, la empacadora y el sitio del tratamiento cuarentenario.

- ✓ Durante la temporada de cultivo y cosecha, AGROCALIDAD debe mantener un programa activo de vigilancia de moscas de la fruta.
- ✓ El tratamiento hidrotérmico (HWT) para la exportación de mango es obligatorio.
- ✓ La temperatura de tratamiento hidrotérmico (HWT) no será menor de 46.1°.
- ✓ Todos los procesos de manejo y postcosecha de la fruta incluyendo recepción, procesamiento, tratamiento, empaque, almacenamiento y carga debe estar bajo la guía y supervisión de AGROCALIDAD.
- ✓ Durante la temporada de exportación, procesamiento de tratamiento, empaque de la fruta y áreas de almacenamiento deben ser inspeccionadas diariamente por presencia de plagas.
- ✓ Todos los materiales de empaque de mango deben ser limpios, de primer uso y cumplan con los requisitos de cuarentena vegetal de China.
- ✓ Los contenedores que carguen el mango de exportación deben estar en buenas condiciones, limpios y sellados oficialmente por AGROCALIDAD.
- ✓ Él envío será sujeto a inspección cuarentenaria en el puerto de entrada cuando arribe a China.
- ✓ La parte ecuatoriana solicita con un mes de anticipación la visita de dos inspectores de ASQIQ para que autorice a las plantas de tratamiento previo a iniciar las exportaciones de mango a China.
- ✓ El protocolo entrará en vigencia en su fecha de firma y se mantendrá vigente por dos años.

3.4.4.6.4. Regulaciones Fitosanitarias

Para cumplir con las regulaciones fitosanitarias según SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) primero se debe obtener una certificación fitosanitaria del lugar donde se origina la producción para conocer si este lugar geográfico cuenta con las condiciones establecidas, luego se debe tramitar una certificación de plantas de tratamiento y/o empaque para conocer si fueron procesadas en forma óptima, después se debe sacar una certificación de tratamiento cuarentenario donde se descubre si fueron expuestos a algún químico o germicida. Por último, debe tramitarse un certificado fitosanitario de exportación el cual nos indica que los mangos están en un correcto estado para ser comercializadas a otros países, sin representar un riesgo para la salud.

Las cajas en las que se transportaran el mango deben encontrarse nuevas y limpias, y su etiquetado debe estar en ingles indicando el lugar de producción, el número de registro del lugar de producción, alguna información nutricional, indicar si son productos orgánicos, un logotipo de la empresa o asociación, y la frase: “exported to the people’s republic of china”. (CINTERNACIONAL, 2016)

3.4.4.7. Shanghái como mercado meta

La ciudad de Shanghái es uno de los muchos lugares pujantes que tiene la República Popular China, gracias a que tiene el centro económico más grande de China, con un producto interno bruto (PIB) per cápita que en 2017 registró los 18,450 dólares estadounidenses, Shanghái se coloca al nivel de los países y regiones de desarrollo mediano del mundo.

3.4.4.7.1. Análisis situacional de Shanghái

La ciudad de Shanghái ocupa una superficie de 6,340.5 kilómetros cuadrados y tiene 24.18 millones habitantes, de acuerdo con datos de la Oficina de Asuntos Exteriores de la Municipalidad (2018). La cantidad de personas que puede resistir la ciudad es de 25 millones, lo que indica que ya está prácticamente al límite.

3.4.4.7.2. Geografía

Está situado a 31’14’ de latitud norte y a 121’29’ de longitud este. Ubicado en la parte delantera de la Delta del Río Yangtze, Shanghai limita con el Mar de la China Oriental por el este, con la Bahía de Hangzhou por el sur, con las provincias de Jiangsu y Zhejiang por el oeste, y con la desembocadura del Río Yangtze por el norte.

Shanghai constituye una parte de la llanura aluvial de la Delta del Río Yangtze, esta tiene una superficie de 6,340.5 kilómetros cuadrados, cerca de 0.06 % del territorio nacional, incluyendo 6,219 kilómetros cuadrados de área terrestre y 122 kilómetros cuadrados de área acuática.

3.4.4.7.3. Shanghái ciudad dinámica para la economía china

De acuerdo con los datos ofrecidos aquí por Fu Jihong, director de la Oficina de Asuntos Exteriores de la Municipalidad, la ciudad de Shanghái está a la vanguardia de la Reforma y Apertura de China y es el pionero en innovación. Unas 625 empresas multinacionales tienen su sede regional establecida en Shanghái, con 426 centros de estudios e investigación de inversión extranjera.

En Shanghái hay muchos emprendedores; por eso el Centro de Servicio Administrativo de la Zona de Comercio siempre está lleno. Llegan unas 2,500 personas cada día y se evacúan 300 licencias diarias. En Shanghái está presente la empresa multinacional de alta tecnología Huawei, especializada en investigación y desarrollo, producción electrónica y marketing de equipamiento de comunicaciones. La firma tiene ocho centros de investigación en China y unos 180 mil empleados.

Shanghái también es un importante centro internacional de transporte marítimo y fluvial. En 2017 el Puerto de Shanghái manejó en mercancías 750 millones 5,079 toneladas. El volumen de contenedores internacionales manejados por el puerto alcanzó los 40 millones 2,331 unidades.

El puerto de aguas profundas es la mayor terminal automatizada de contenedores del mundo. La instalación, localizada en el sur del puente Donghai, abarca una superficie de 2.23 millones de metros cuadrados y tiene un frente de 2,350 metros. Hay un personal dispuesto que utiliza equipos de manipulación automatizados de fabricación china. Hay una maquinaria utilizada en la carga y descarga, incluida una grúa puente.

3.4.4.7.4. Perfil Del Consumidor

La fuerza principal de consumo de China está conformada por individuos en torno a los treinta años: mejor educados en general, tienden a ahorrar menos, a gastar más en ocio que sus padres y a comprar en línea; le dan prioridad al valor y la calidad sobre el precio bajo. El consumo viene de las ciudades de primer y segundo nivel, como Beijing, Shanghai, Shenzhen y otras áreas urbanas en China con ingresos per cápita elevados y un fuerte poder adquisitivo. (Trade, 2018)

3.4.4.7.5. Tipos de consumidores

3.4.4.7.5.1. Profesionales urbanos jóvenes

- ✓ Alto poder de gasto
- ✓ Los productos adquiridos deben reflejar estatus.
- ✓ Preferencia por marcas internacionales.

3.4.4.7.5.2. Consumidores seguidores de la moda

- ✓ Alto poder de gasto
- ✓ El precio no es importante
- ✓ Preferencias de productos de calidad

3.4.4.7.5.3. Consumidor en Shanghái

Shanghái es una de las ciudades más desarrolladas de China que se ha vuelto rápidamente cosmopolita y rica. (Marisol, 2018) Es conocida como “el Paris del Oriente” con más de 24 millones de habitantes en una extensión de 3809 km².

Se distingue claramente un perfil claro de consumidor de mangos, a personas de mediana edad 25-60 años con un nivel adquisitivo medio-alto y separado en dos nichos de mercado, el extranjero residente en china y el chino. (Català, 2016). Los extranjeros residentes en Shanghái quien es el mayor consumidor de frutas importadas, el mercado chino cada vez consume frutas importadas debido a los grandes problemas que ha tenido en los últimos años por el tema de la falsificación de alimentos que han costado muchas vidas de personas.

Por otro lado, hay que mencionar la rápida expansión de supermercados de productos de alimentación de importación, como los “EASY”, una línea de supermercados Carrefour que ya ha abierto tres tiendas en Shanghái. (Català, 2016). La moda es otro factor importante dentro del perfil del consumidor chino, debido al aumento de la clase media. Los consumidores buscan productos que le brinden seguridad y bienestar al consumir un producto, esto es porque a mayor valor de un producto refleja mayor calidad.

3.4.4.7.5.4. Aumento de la clase media-alta.

En el 2000 se estimó que había cinco millones de hogares que pertenecían a la clase media en China, en la actualidad hay unos 225 millones. Las estadísticas apuntan a que, en el 2020, la clase media china superará el 54% y la clase alta el 9%, superando a Europa. (Català, 2016)

Teresa Joo Lamg, Gerente General de la Cámara de Comercio Peruano China (2018). Señala que el consumidor, por su ritmo de vida y el aumento del poder adquisitivo de sus habitantes, buscan alimentos saludables. “Al consumidor chino siempre hay que recalarle qué beneficios a la salud les trae lo que van a comer y lo van a comprar. Eso es lo que están buscando” por

tal motivo es importante que los exportadores en este caso ASOPROVALLE coloque etiquetas en chino y de manera breve los beneficios a la salud que posee la fruta que se envía a ese país.

Por otra parte, Paula Carrión Carrión (2018) gerente de Agroexportaciones de ADEX sostiene que “Los consumidores chinos valoran mucho el color y calidad de la fruta, pero, sobre todo, están muy interesados en consumir productos saludables que le generen beneficios. Esa una tendencia mundial, pero mucho más en Asia y Europa”. Tomando esta referencia también podemos decir que a nivel general los mercados internacionales se están preocupando en mayor medida en esta tendencia de consumo de alimentos saludables.

Matías Araya, abogado experto en comercio internacional, indica que una clave para ingresar y promocionarse en el mercado chino, es tener una marca o etiqueta legal y comercialmente registrada. “China es uno de los países donde realmente se reconoce la marca y la etiqueta de un determinado exportador de fruta. Es muy valorado especialmente cuando se trata de un producto de calidad.

En ese sentido, señala que el desafío de los exportadores es construir una marca para desarrollar un reconocimiento de los consumidores finales. “Para lograr eso es necesario tener un buen producto: el color, el sabor; y con ello hacer las gestiones pertinentes para el registro de la marca en China. De esa manera, va a tener su inversión protegida. Estamos en una situación donde si no se tiene la marca registrada se corre un riesgo de perderla.

Es importante saber que para que una marca tenga éxito es necesario que tenga un valor agregado, en el caso de la fruta ecuatoriana entraría con una característica de diferenciación debido a que este producto por tener condiciones ambientales favorables hace que tenga su sabor, textura, color entre otros aspectos en mayor proporción que los productos de otras partes del mundo.

Para la elaboración de este estudio se toman en cuenta 60 empresas importadoras de productos alimenticios, cabe destacar que en la siguiente tabla se muestran las 10 empresas más sobresalientes en esta área. Así se tiene:

Tabla 13 Lista de las principales empresas importadoras de frutas y verduras en Shanghái (China)

Nombre de la empresa	Ciudad	Teléfono	Sitio web
Dole (Shanghai) Fruits & Vegetables Trading Co., Ltd.	Shanghái	86-2158485411	www.klnfnv.org.hk/en/importers.php
Liwayway (China) Co., Ltd.	Shanghái	86-2159898888	www.oishi-tm.com
Nutricia Early Life Nutrition (Shanghai) Co., Ltd. – Neln	Shanghái	86-2161798603	www.nutriciachina.com
CP Food Enterprise (Shanghai) Co. Ltd.	Shanghái	86-2161369755	www.cpgroup.cn
DKSH (China) Co., Ltd.	Shanghái	86 21 5830 0518	http://www.dksh.com
Shanghai Nestle Products Services Ltd.	Shanghái	86-2157741718	
ABF Twinings Beverages (Shanghai) Ltd.	Shanghái	86-2158582266	www.abf.co.uk
Shanghai Sunny Life Enterprise Co., Ltd.	Shanghái	86 21 5252 7733	www.shsunlife.cn
Shoei International Trading Shanghai Co., Ltd.	Shanghái	81-3-3253-1211	www.shoeifoods.co.jp
Shanghai Sims Trading Company Limited	Shanghái	86-2160863707	http://www.sims.com.hk

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.4.7.6. Demanda Actual

Para determinar la demanda de mango se toma en cuenta el consumo nacional aparente del país de destino, para ello es importante calcular CNA, este valor se lo obtiene considerando la producción nacional, importaciones y exportaciones de China en los últimos 5 años.

Fórmula: $CNA = PN + M - X$

CNA= Consumo Nacional Aparente

PN= producción nacional

M= Importaciones

X= Exportaciones

Mediante esta fórmula se pudo determinar cuál es la cantidad de mango que la asociación puede exportar a Shanghái (China) y cuál es la participación de la asociación en el mercado.

Tabla 14 Consumo Nacional Aparente de China- Shanghái

Año	Producción Nacional	M	X	CNA	Cobertura del Proyecto	
					Demanda Insatisfecha	% Cobertura
2014	240	2,962,478	1,444,997	1,757,481		
2015	264	2,508,952	1,394,287	1,378,665		
2016	270	2,482,559	1,352,755	1,399,804		
2017	293	2,343,847	1,331,992	1,304,855		
2018	300	2,605,590	1,556,662	1,348,928		
2019	318			1,170,672	2,244,015,908	0.00001
2020	333			1,081,580	1,984,802,072	0.00002
2021	347			992,489	1,725,425,964	0.00002
2022	362			903,397	1,465,887,584	0.00002
2023	377			814,305	1,206,186,931	0.00003
2024	392			725,214	946,324,006	0.00004

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Fernando Muñoz

El CNA de China (Shanghái) durante un periodo comprendido entre el año 2014 - 2018, indican que se han realizado importaciones que sobrepasan el millón de toneladas anuales; montos que sirven como base para pronosticar las proyecciones de los 5 años estudio del proyecto. Una vez determinado las proyecciones de importación para los años 2019 – 2024 se tomó la oferta anual de mango de la asociación Asoprovalle, y se pudo conocer el porcentaje de cobertura de las importaciones a realizarse de mango por parte Shanghái.

El método matemático utilizado para pronosticar la demanda de mangos, es el método de mínimos cuadrados, el cual se formula de la siguiente manera:

$$y = a + b * X$$

$a = \Sigma yN$ representa el valor de coordenadas al origen

$b = \Sigma xy / \Sigma x^2$ representa la pendiente

3.4.4.7.7. El Producto

3.4.4.7.7.1. Información Nutricional del Mango Tommy Atkins

El mango Tommy Atkins tiene un peso promedio de aproximadamente 450 a 600 gramos. La pulpa es naranja de textura fina, dulce y jugosa.

Originario del subcontinente indio, el mango es una de las frutas más cultivadas del mundo por su sabor, fragancia y color extremadamente atractivo.

El mango Tommy Atkins es el mejor considerado en términos de tolerancia al transporte y manipulación, resistencia a golpes y degradación, y por su vida más larga que los demás mangos en el estante de la tienda. Su elevada tolerancia a enfermedades permite que en el cultivo de Tommy Atkins se utilicen menos productos químicos. (Trops, 2016)

La fruta es ovalada, con una piel suave, un poco cerrada, y un peso de entre 450-700 gr. Tiene el color anaranjado con grandes partes de un rojo oscuro o carmesí. La pulpa es un poco fibrosa, lo que confiere una textura firme. La pulpa es de color limón o amarillo oscuro y tiene un sabor dulce, suave.

Tabla 15 Información Nutricional del Mango

Composición por 100 gr de porción comestible		
calorías	kcal	61.13
Grasas	G	0.45
Colesterol	Mg	0%
Sodio	Mg	5
Carbohidratos	Mg	12.8
Fibra	G	1.70
Azucares	G	12.5
Proteínas	G	0.63
Calcio	Mg	12
Hierro	Mg	0.40
vitamina A	Ug	207.17
vitamina B	Ug	0%
vitamina B3	Mg	0.63
vitamina C	mg	6



Fuente: Trops 2016

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.4.7.8. Análisis del Mercado Ecuatoriano

La República del Ecuador, es un país ubicado en América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico, tiene una extensión

aproximada de 283.560 km²; está conformada por cuatro regiones; Costa, Sierra Oriente y la Región Insular, y está dividida en 24 provincias, su población es de 16,39 millones de habitantes (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ,2016)

Para la elaboración de este proyecto, es importante conocer el mercado ecuatoriano, es importante analizar su ubicación geográfica, clima y producción nacional para determinar la oferta productiva del país tanto a nivel de consumo nacional, así como el consumo internacional de las variedades de mango; se analizará la participación del Ecuador en el comercio internacional.

3.4.4.7.9. Composición de las actividades económicas de Ecuador

El gobierno ecuatoriano ha expandido su influencia en el sector petrolero y minero, además Ecuador es considerado por tener una de las economías menos abiertas. En lo que se refiere a la economía de Ecuador, esta se basa en actividades primarias, secundarias y terciarias.

El sector primario según el Banco Central del Ecuador, para el año 2016 el PIB nominal fue de USD 98.614 millones y el PIB a valores constantes alcanzó USD 70.353,9 millones. La aportación en valores constantes de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura al PIB fue del 7,65% del total (USD 5.302,9 millones) con una variación interanual de -0,78%. Si a esto sumamos la aportación al PIB de la pesca y acuicultura (USD 984 millones; 1,42% del PIB total) obtenemos que la participación total del sector primario en el PIB del año 2016 fue del 9,7%. Además, las exportaciones de este sector supusieron aproximadamente el 47% de las exportaciones totales, aumentando en 4 puntos porcentuales la diferencia respecto al año anterior. Según el tipo de productos, las exportaciones ecuatorianas que alcanzaron USD 16.797 millones en 2016 (-8,4% respecto del año anterior) se dividen en: petróleo y derivados 32,5% del total; banano 16,3%; camarón 15,4%, conservas de pescado 5,7%; flores 4,8%; cacao 3,7%.

3.4.4.7.10. Producción de mango en Ecuador

De acuerdo con Fundación Mango, en la campaña 2017 el sector exportó 13'685.119 cajas de cuatro kilos con la fruta, 57.982 cajas más con relación a similar período de 2016-2017, en que se llegó a 13'627.137. Lo exportado el año pasado representó divisas por \$ 41'055.357.

Johnny Jara, director ejecutivo de Fundación Mango, indicó que en la actualidad se cuenta con aproximadamente 5.500 hectáreas, distribuidas en 105 haciendas. El 95% de dichas áreas de cultivo están en Guayas, el 3,5% en Los Ríos, y el porcentaje restante se encuentra en El Oro y Santa Elena. (Mar, 2018)

La oferta actual del mango variedad Tommy Atkins es de 1.918 toneladas equivalentes a 1'918.000 kg que se constituyó en el año 2017, producción que en su mayoría proviene de la parroquia rural de Ambuquí en un 85,33% equivalente a 1.637 Tm y en menor porcentaje de la parroquia urbana Pimampiro sector de Chalguayacu en 14,67 % equivalente a 281 Tm. (Farinango, 2018) mientras que la asociación Asoprovalle cuenta con una extensión de cultivo de 100 hectáreas en las que produce aproximadamente 300 toneladas.

3.4.4.7.11. Precio de exportación basado en la competencia

El precio con el que se comercializar unitariamente por cada kilo de mango para el 2017 fue de \$31,75 dólares americanos, mientras que para 2018 tuvo un ligero incremento a \$31,86 dólares americanos; dado que según el registro del Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones PROECUADOR, la variación en el precio estimado para el año en curso será entre el 2 y 3%. Se tiene presente que en el año 2019 el precio del mango es de 32,66 se prevé que para el año 2020 el precio por kilogramo de fruta bordeara 33,47 en 2021 será de 34,31 en el año 2022 se estima un precio de 35,17.

3.4.5. ESTUDIO TÉCNICO

3.4.5.1. Macro localización

Ambuquí, es una parroquia rural del Ecuador, perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura. La asociación Asoprovalle está ubicada en el valle del Chota, que limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la Parroquia Mariano Acosta al este con la quebrada Chalguayacu y al oeste, con la hacienda Pimán. La asociación cuenta con aproximadamente 100 hectáreas destinadas al cultivo de mango variedad Tommy Atkins.

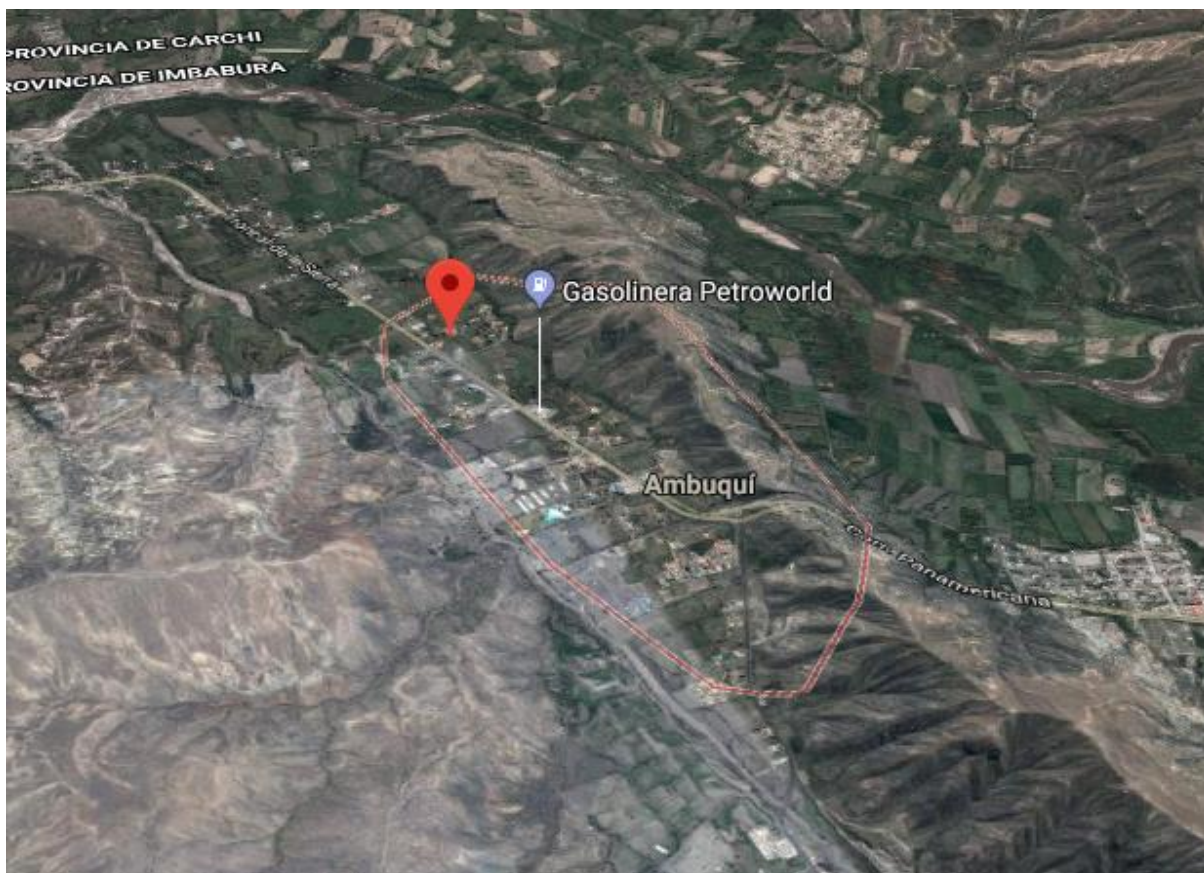


Figura 8 Macro localización
Fuente: Google Maps 2018
Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.2. Micro Localización

Las instalaciones de la Asociación se encuentran ubicadas en la troncal de la sierra E10 carril panamericano, cerca de la estación de gasolina Petroworld, cuenta con un centro de acopio de 400 m² y un área total de terrenos de 2000 m², en esta área se realizan las principales actividades de lavado, empacado y distribución de mango al mercado nacional e internacional.

3.4.5.3. Micro localización.



Figura 9 Micro Localización
Fuente: Google Maps 2018
Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4. Plan Estratégico de la asociación Asoprovalle

3.4.5.4.1. Política General

Brindar un producto con alto estándar de calidad, a través de personal altamente capacitado y comprometidos con la organización, utilizando la tecnología apropiada, aliados con proveedores calificados; para satisfacer las necesidades de nuestros clientes dentro de las normas legales.

3.4.5.4.2. Misión

Ofrecer un producto que cumpla con las normas internacionales de calidad de acuerdo a las exigencias del consumidor.

3.4.5.4.3. Visión

Ser un referente nacional en la producción y comercialización de mango de la más alta calidad, generando confianza, y comprometidos en brindar seguridad al consumidor nacional e internacional.

3.4.5.4.4. Objetivos

Ofertar mango de alta calidad de acuerdo a las necesidades del mercado.

Cumplir con las normas técnicas y sanitarias establecidas por los organismos de control.

Contar con tecnología adecuada para el proceso de lavado, empaque y embalaje para obtener un producto de calidad.

3.4.5.4.5. Organigrama Estructural

A continuación, se muestra el organigrama estructural de la asociación, cabe recalcar que este organigrama es una propuesta para que organización tenga una mejor comunicación interna, en la que se establece la estructura jerárquica, los cargos y funciones que ayudan a agilizar los procesos y reducir barreras entre la asociación y agentes externos, como proveedores y socios.

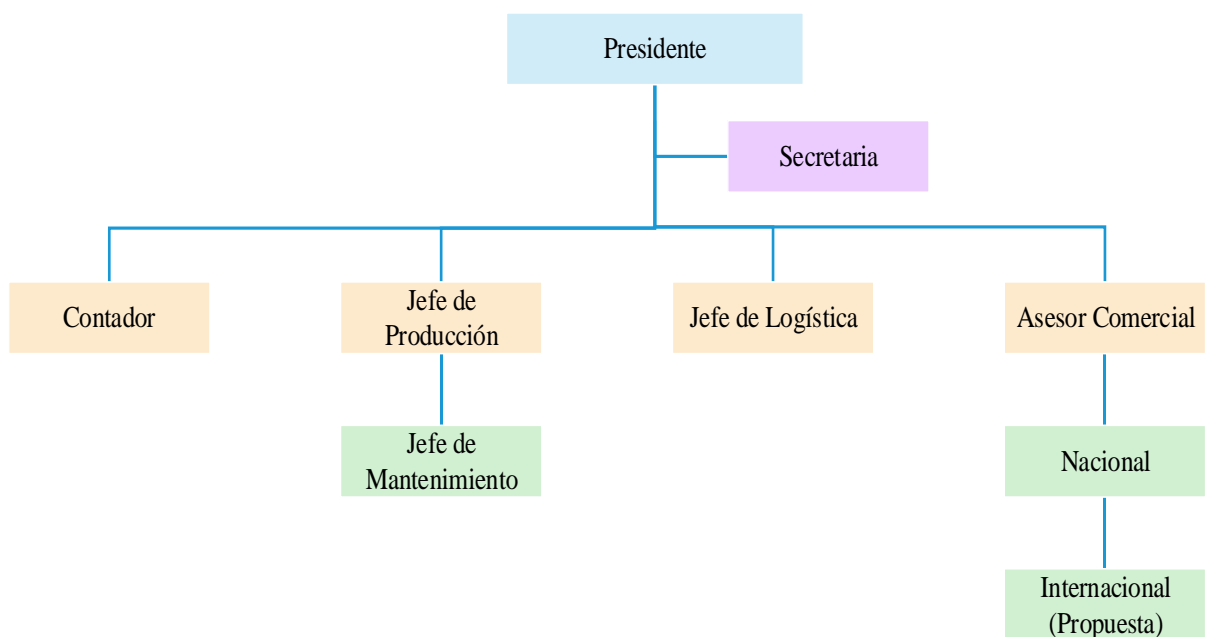


Figura 10 Organigrama Asoprovalle

Fuente: Asoprovalle

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4.6. Cargos y Funciones

A continuación, se muestran los diferentes cargos de los integrantes de la asociación con sus funciones y obligaciones. Con la finalidad de llevar un ambiente de armonía, trabajo, disciplina y responsabilidad para poder alcanzar los objetivos de la asociación.

Tabla 16 Descripción de cargos

Presidente
Resumen Del Puesto
El Presidente será el representante legal de la empresa, gozará de las facultades constantes en la ley de los asuntos relacionados con su giro de operaciones o civiles, con las imitaciones establecidas, además es quien incide en la toma de decisiones de la empresa a cargo.
Requisitos Mínimos
Título de tercer nivel Ingeniero en Administración de Empresas o afines - Conocimiento en Servicio al Cliente
Experiencia de 1 año
Funciones
<ul style="list-style-type: none">✓ Presidir las sesiones de junta directiva para dar a conocer las actividades desarrolladas.✓ Firmará conjuntamente con Secretaría, toda la documentación correspondiente a las actas de las sesiones y de todo trámite que internamente y externamente él gestione.✓ Presidirá todos los actos oficiales de la asociación manteniendo vínculos interinstitucionales.✓ Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamentos y las disposiciones emitidas por la Directiva.
Competencias
<ul style="list-style-type: none">✓ Pensamiento Critico✓ Concentración✓ Creatividad✓ Autocontrol✓ Iniciativa✓ Intuición✓ Trabajo En Equipo✓ Liderazgo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Contador

Resumen Del Puesto

El contador es la persona encargada de la gestión contable, financiera y tributaria de la empresa, realizando efectivamente la parte operativa de los balances financieros cumpliendo con los objetivos del departamento, basado en leyes y normativas.

Requisitos Mínimos

Título de Contador Público Auditor o afines - Conocimiento en Servicio al Cliente

Experiencia mínima de 2 años

Funciones

- ✓ Registrar las operaciones organizacionales a tiempo
- ✓ Monitorear el pago y retención de impuestos y tasas
- ✓ Gestionar y controlar pagos a proveedores y cobro a clientes
- ✓ Revisar roles de pago y beneficios sociales
- ✓ Revisar los balances contables

Competencias

- ✓ Integridad
- ✓ Objetividad
- ✓ Competencia Profesional Y Diligencia
- ✓ Confidencialidad
- ✓ Comportamiento Profesional

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Secretaria

Resumen Del Puesto

Es una persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, llevar adelante la agenda de éste y custodiar y ordenar los documentos de una oficina.

Requisitos Mínimos

Título Profesional en áreas administrativas - Conocimiento en Servicio al Cliente

Experiencia mínima de 1 año

Funciones

- ✓ Colaborar en forma oportuna y eficiente en los procesos administrativos y en la atención de clientes internos y externos de la Unidad
- ✓ Mantener de forma completa y actualizada los registros de la Unidad o Área que le corresponda, en particular los registros de correspondencia ingresada y despachada, así como de la documentación en general.
- ✓ Apoyar el desarrollo de las funciones de la jefatura y funcionarios de la Unidad o Área que, a su cargo, en las labores secretariales que le correspondan.
- ✓ concentrar entrevistas y reuniones
- ✓ mantener agenda de actividades de jefatura de la unidad o área

Competencias

- ✓ Orientación A La Eficiencia
- ✓ Confianza En Sí Mismo(O)
- ✓ Capacidad Para Realizar Trabajo En Equipo
- ✓ Orientación Al Cliente
- ✓ Comunicación Efectiva
- ✓ Adaptación Al Cambio
- ✓ Manejo De Conflictos
- ✓ Manejo De Tecnología Informática

Fuente: Investigación de campo

Elaborado pro: Fernando Muñoz

Jefe de Producción

Resumen Del Puesto

Realizar la recepción del producto, almacenamiento, así como de su respectivo acondicionamiento para su posterior despacho.

Requisitos Mínimos

Bachiller con experiencia en procesos alimenticios y/o estudios en primeros semestres de manipulación de alimentos. - Forma de empackado del producto

Experiencia mínima de 1 año

Funciones

- ✓ Llevar un registro diario del movimiento de los insumos y la producción que se cosecha..
- ✓ Empaque del producto
- ✓ Velar porque la producción se mantenga en perfectas condiciones para la venta.
- ✓ Cumplir con los reportes establecidos de la producción que está madurando.
- ✓ Archivar y controlar los documentos de los indicadores de la División de Producción
- ✓ Llevar un control de las cajas que están listas para ser vendidas.
- ✓ Supervisar el proceso de cosecha para que sea vendida a tiempo evitando que esta se dañe.

Competencias

- ✓ Comunicación efectiva Trabajo en equipo
- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Conocimiento en identificación de peligros y riesgos
- ✓ Análisis y aprendizaje

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Personal de Mantenimiento

Resumen Del Puesto

Realizar actividades de mantenimiento preventivo, correctivo y servicios para reducir paradas imprevistas de máquinas y equipos

Requisitos Mínimos

Bachiller con experiencia en procesos alimenticios y/o estudios en primeros semestres de manipulación de alimentos. - Conocimiento en Servicio al Cliente

Experiencia mínima de 1 año

Funciones

- ✓ Cumplir con las normas de Seguridad industrial y salud ocupacional de acuerdo al área de trabajo para evitar accidentes y riesgos ocupacionales.
- ✓ Realizar labores de limpieza del sitio en donde desempeñe su trabajo
- ✓ Mantener comunicación constante con jefe de área para conocimiento de anomalías
- ✓ Apoyo a electricistas o mecánicos en labores de mantenimiento.
- ✓ Ejecutar las operaciones de apoyo asignadas de acuerdo con la instrucción de recibida por el jefe inmediato para Ejecutar mantenimiento preventivo y/o correctivo

Competencias

- ✓ Conocimientos básicos de Gestión Integral
- ✓ Conocimientos básicos de metrología
- ✓ Conocimientos básicos manejo de herramientas
- ✓ Conocimiento en preparación y respuesta ante emergencias.
- ✓ Conocimiento en uso y mantenimiento de elementos de protección
- ✓ Conocimiento en técnicas bloqueo y etiquetado control de energías peligrosas.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Jefe de Logística

Resumen Del Puesto

Controlar y Gestionar la Logística y Distribución de los materiales de la asociación

Requisitos Mínimos

Título Técnico de Instituto en Logística y Distribución.

Experiencia mínima de 3 años en cargos similares

Funciones

- ✓ Asegurar la mantención de la distribución, bajo los estándares requeridos por la asociación.
- ✓ Controlar stock y calidad del producto.
- ✓ Analizar y definir rutas de reparto para optimizar eficiencia
- ✓ Coordinar el despacho de pedidos diarios, semanales y mensuales.
- ✓ Realizar seguimiento de los productos despachados.
- ✓ Velar por la entrega oportuna del producto solicitado por los clientes.
- ✓ Coordinar y supervisar que las actividades en terreno se ejecuten bajo los estándares de calidad y plazos establecidos

Competencias

- ✓ Liderazgo
- ✓ Visión de Negocios
- ✓ Iniciativa
- ✓ Trabajo en Equipo.
- ✓ Orientación al Cliente

- ✓ Trabajo metódico
- ✓ Liderazgo y Dirección
- ✓ Capacidad de trabajar bajo presión

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Muñoz

Asesor Comercial

Resumen Del Puesto

Trabajar en la fidelización de los clientes, creando nuevas alternativas de negocio.

Requisitos Mínimos

Tener conocimientos técnicos relacionados al mercadeo, Diseño de empaque del producto

Experiencia mínima de 3 años

Funciones

- ✓ Determinar nuevos canales para la comercialización de los productos.
- ✓ Promocionar los productos de la asociación a través de publicidad como folletos y tarjetas de presentación.
- ✓ Cotizar el mercado
- ✓ Monitorear las ventas de la organización
- ✓ Debe llevar un control junto con la comisión de acopio para verificar el número de cajas que serán vendidas.

Competencias

- ✓ Apertura al cambio
- ✓ Eficacia y Eficiencia
- ✓ Iniciativa
- ✓ Orientación al cliente interno y externo
- ✓ Orientación al logro de objetivos
- ✓ Orientación al mejoramiento continuo
- ✓ Trabajo metódico
- ✓ Liderazgo y Dirección
- ✓ Pensamiento estratégico

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4.7. Identificación de procesos de Asoprovalle.

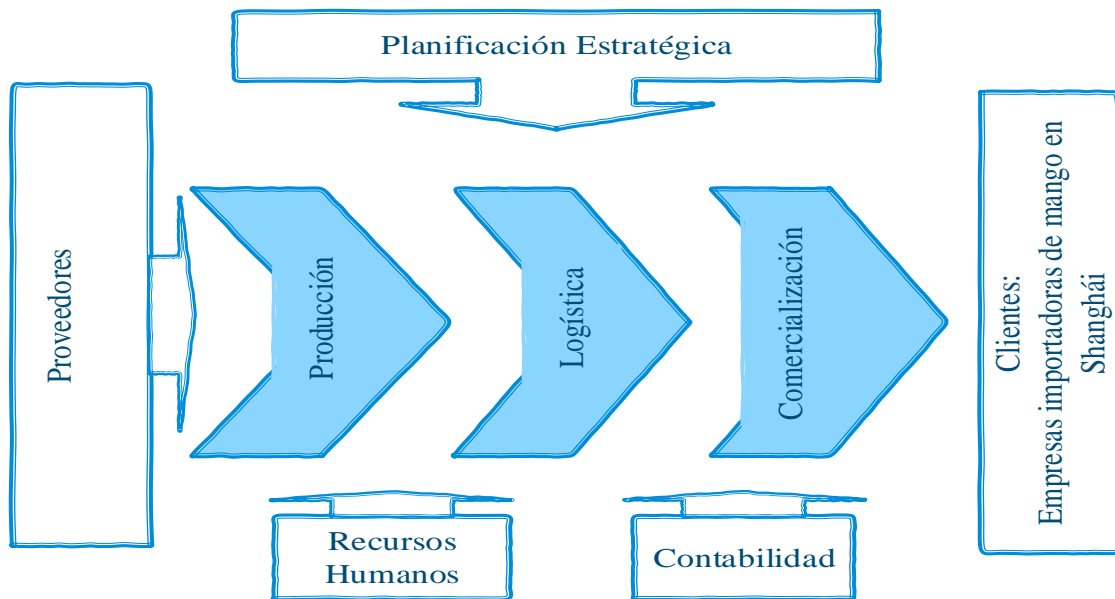


Figura 11 Mapa de Procesos

Fuente: Asoprovalle

Elaborado por: Fernando Muñoz

La figura presenta la composición de los procesos a llevar a cabo para la exportación de mango de la asociación Asoprovalle. El proceso estratégico está bajo la tutela de la gerencia, los procesos operativos se dividen en tres, los cuales son de gran importancia para lograr la exportación y por último los dos procesos de apoyo indispensables para la ejecución de la comercialización.

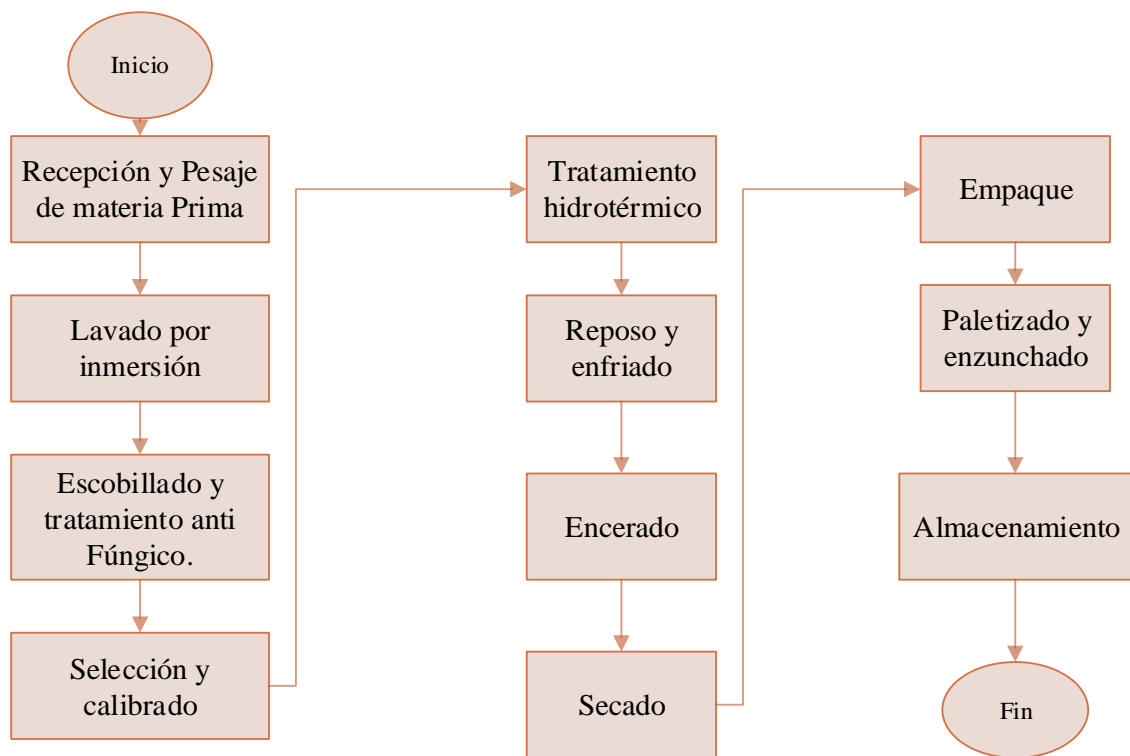
Producción	Código: PR01
-------------------	---------------------

Responsable Jefe de Producción
Objetivo Recepción de materia prima
Alcance Desde la recepción de la materia prima hasta el almacenaje del producto.

Detalle

Responsable Jefe de Producción	Pasos Balanza (pesaje de la materia prima) Lavado por inmersión Escobillado y tratamiento anti Fúngico. Selección y calibrado Tratamiento hidrotérmico Reposo y enfriado Secado Secado Empaque Paletizado y enzunchado Almacenamiento	Documentos Cheking List
--	---	-----------------------------------

Flujograma



Medición y seguimiento

Indicador	Formas de Calculo	Meta	Periodo	Responsable
Metas de Producción	Numero de kilos receptados/ número de cajas producidas	95%	Trimestral	Jefe de producción

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Muñoz

Responsable

Jefe de Logística

Objetivo

Realizar un proceso logístico óptimo para el producto.

Alcance

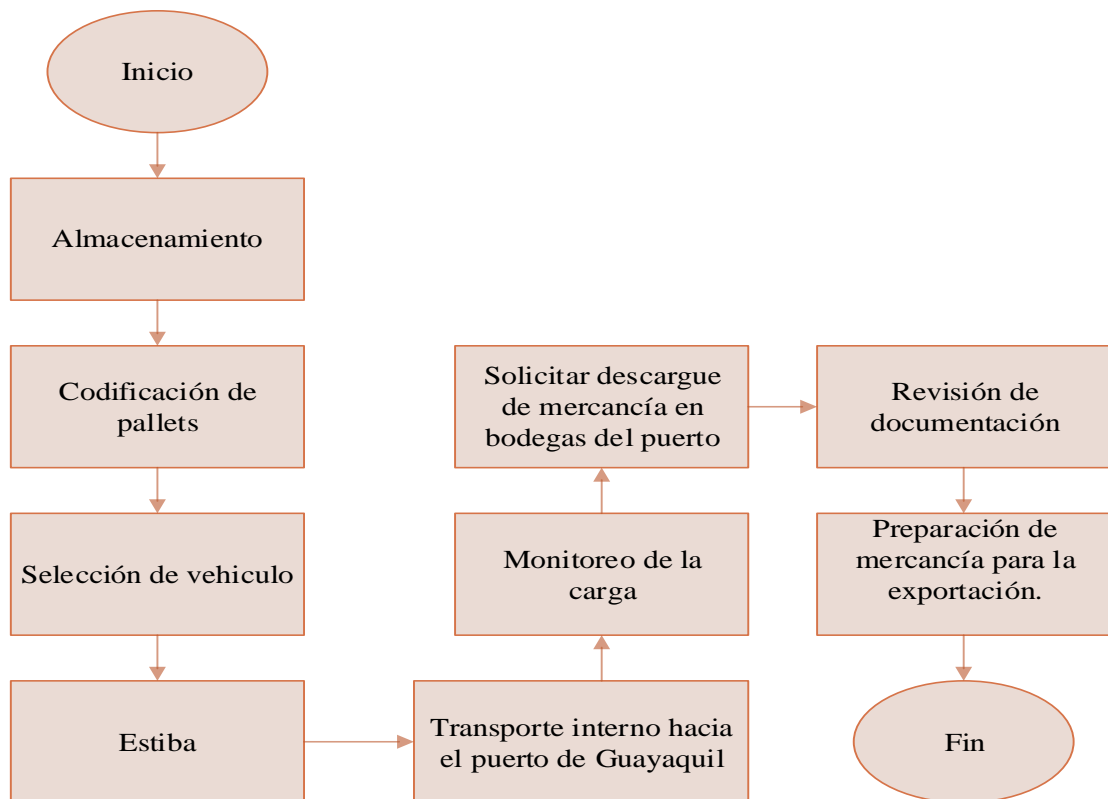
Parte desde el almacenamiento hasta el embarque de las mercancías en el puerto de origen.

Detalle**Responsable****Auxiliar de comercio exterior****Pasos**

Almacenamiento
 Codificación de pallets
 Selección del vehículo
 Estiba
 Transporte interno hacia el puerto de Guayaquil
 Monitoreo de la carga
 Solicitar descargue de mercancía en bodegas del puerto
 Preparación de mercancía para la exportación.

Documentos

Documentos de acompañamiento

Flujograma**Medición y seguimiento**

Indicador	Formas de Calculo	Me ta	Perio do	Responsable
Exportaciones realizadas	Exportaciones realizadas/ exportaciones Programadas	95 %	Mens ual	Auxiliar de comercio exterior

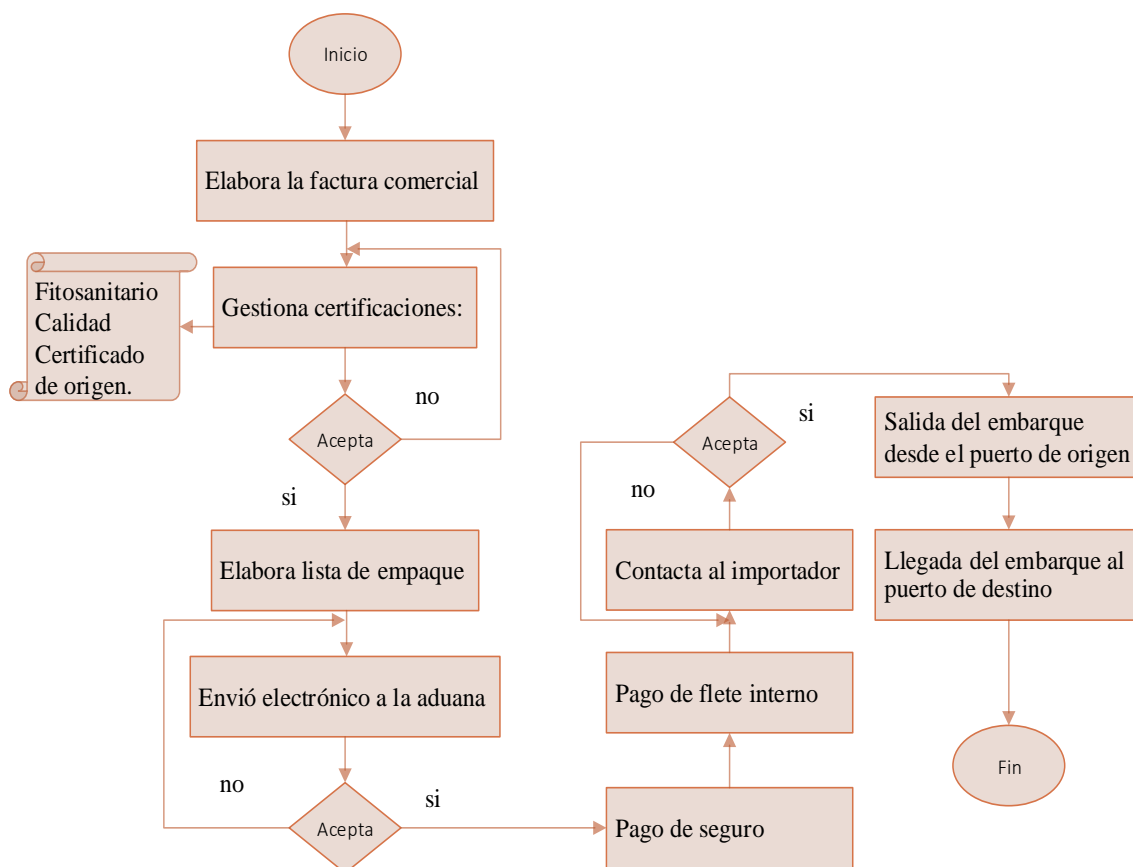
Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Fernando Muñoz

Responsable Asesor Comercial
Objetivo Realizar la exportación de mango
Alcance Entrega de producto al cliente

Detalle

Responsable Auxiliar de comercio exterior	Pasos Elabora la factura comercial Gestiona certificaciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fitosanitarias ✓ Calidad ✓ Certificado de origen Elabora lista de empaque Envió electrónico a la aduana Pago de seguro Pago de flete interno Contacta al importador Salida del embarque desde el puerto de origen Llegada del embarque al puerto de destino	Documentos Documentos de acompañamiento Correo Electrónico
---	--	---

Flujograma



Medición y seguimiento

Indicador	Formas de Calculo	Me ta	Perio do	Responsable
Exportaciones realizadas	Exportaciones realizadas/ exportaciones Programadas	95 %	Mens ual	Auxiliar de comercio exterior

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4.8. Cadena productiva de mango

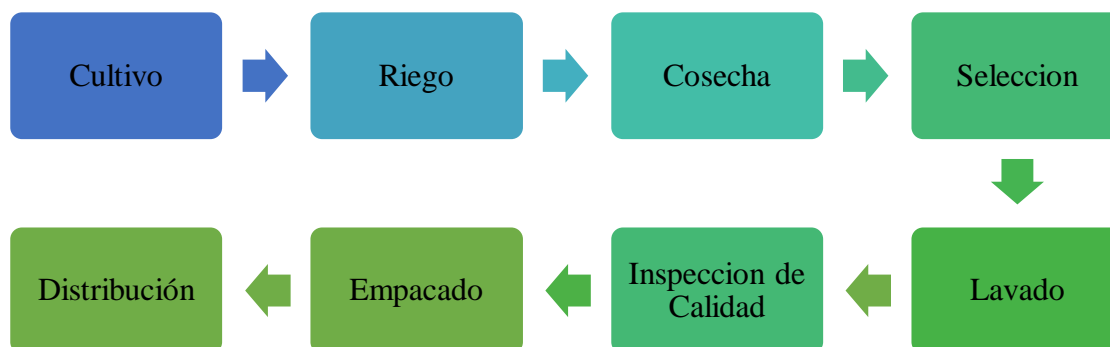


Figura 12 Cadena productiva de mango

Fuente: Asoprovalle

Elaborado por: Fernando Muñoz

Las actividades detalladas en la cadena productiva del mango se agrupan en 6 etapas: cultivo, riego, cosecha, selección y clasificación de la fruta, lavado y empaque.

Todos y cada una de las antes mencionadas etapas son muy importantes en la cadena productiva del mango, pero la selección- clasificación y lavado del mango son fundamentales, ya que de estas radican la calidad y el valor agregado que se le otorga al mango.

La calidad del mango es considerada como una ventaja competitiva más significativa para el mercado meta al que quiere introducirse, ya que a pesar de que los mangos provenientes de otros países cubren la mayor parte de la demanda del mercado internacional, no igualan la calidad del mango ecuatoriano.

3.4.5.4.9. Descripción del proceso de producción del mango.

3.4.5.4.9.1. Cultivo

Para entender esta fase es necesario conocer los factores que condicionan la misma.

Suelo: profundos y con buen drenaje, sin embargo, no deben plantarse en suelos con menos de 80 a 100 cm de profundidad.

Necesidades de agua: El árbol necesita más agua en sus primeros días de vida, llevando aproximadamente de 16 a 20 litros semanales por árbol.

Clima apropiado: El árbol necesita una temperatura anual de 20 a 25° C.

3.4.5.4.9.2. Riego

Los riegos deben ser periódicos, lo más abundante es cuando los capullos van a abrir hasta varias semanas después de la madurez. Mientras la fruta aumenta de tamaño debe regarse una vez cada 15 días y se puede dejar de regarse al alcanzar la madurez. (Toni, 2017)

3.4.5.4.9.3. Cosecha

Una vez que la fruta ha adquirido el tamaño adecuado debe procederse a la recolección. Lo más adecuado es la recolección a mano, procurando siempre cortar el fruto con un poco de pedúnculo ya que haciéndolo al ras se derramaría savia, lo que contribuye a que la fruta se arrugue y perdería valor.

La fruta antes de ser almacenada debe recibir un pre-tratamiento que consiste en seleccionar y lavar con agua caliente para eliminar las posibles infecciones. Los mangos se sumergen durante 5 minutos en agua caliente a una temperatura de 52°C. Luego deben ser enfriados y puestos en agua, tratados con fungicidas y bactericidas para reducir el ataque de enfermedades.

La temperatura óptima del almacenamiento es de 12 a 14°C y humedad relativa al 90% para que dure dos semanas sin descomponerse.

3.4.5.4.9.4. Selección y Clasificación de la fruta

Las frutas pasan a una zona de cuarentena donde son clasificadas y envasadas en cajas de cartón de fibra cuyo fondo tiene un material esponjoso, con el fin de que no sufra algún golpe ya que al suceder esto se estropearía rápidamente. La fruta se debe recoger cuando este fisiológicamente madura, aunque externamente parezca verde. La selección del fruto es realizada por personal capacitado, en esta etapa se inspecciona visualmente el estado en que llega la fruta a la planta empacadora y se separa la fruta que presenta defectos. (Toni, 2017)

3.4.5.4.9.5. Lavado

Los mangos entrantes primero se lavan y luego son clasificados y ordenados por tamaño/peso, utilizando básculas y cámaras manuales o automáticas. Luego se envían por lotes a los tanques de inmersión de agua caliente que contienen agua con cloro.

3.4.5.4.9.6. Método de Inspección de Calidad

El mango debe ser flexible al tacto bajo la presión del dedo. Es importante adquirir mangos que desprendan buen aroma. Si se compran excesivamente verdes, la fruta no madurará correctamente. Si por el contrario presentan grandes zonas negras, esto se puede ser indicativo de que ya está iniciando un estado de putrefacción. En ocasiones el mango presenta un aspecto externo con manchas, arrugado y su pulpa se encuentra en perfectas condiciones. También ocurre lo contrario, existen mangos cuyo aspecto externo es inmejorable, pero pueden tener la pulpa defectuosa.

3.4.5.4.9.7. Proceso de empaque

Después de este proceso de postcosecha, de acuerdo con las prácticas de Análisis de Riesgos y Puntos de Control (HACCP), los mangos secos son empacados a mano en bandejas en base a su tamaño, peso y calidad. Los productores y empacadores, tratan de cumplir con los criterios básicos del llenado de una bandeja designada a 8 kg.

Las bandejas se apilan en un 3 x 3 x 14 bandejas por nivel o piso sobre pallets de madera. Luego son aseguradas usando 10-11 correas de plástico horizontales con tableros de ángulo verticales de plástico en las esquinas.



Figura 13 Cajas de Mango
Fuente: Investigación de Campo

El empaque de mango se lo realiza con cartón corrugado diseñado especialmente para que el aire frío llegue a todas las cajas del contenedor, Por otro lado, según Bocanegra I, Montoyael P, Salvatierra M, el embalaje externo se hace en las cajas encima de los pallets forradas de malla raschel y amarradas con 6 sunchos transversales y horizontales que le dan estabilidad y 4 esquineros para fijar el cuadrante.

Todas las cajas de producto deberán llevar una etiqueta. Si el apilado lo permite, las cajas se colocan de manera que las etiquetas sean visibles desde afuera de la tarima, es requisito que todas las cajas las lleven las etiquetas.

3.4.5.4.9.8. Embalaje De Mangos

Las bandejas utilizadas para enviar los mangos se colocan en pallets de madera, destinadas a maximizar y optimizar el envío en un contenedor estándar ISO intermodal o camión de remolque. Existen variaciones en la resistencia a la compresión de estas bandejas dependiendo del tamaño de la bandeja, el diseño y el material del cartón corrugado. (Singh, 2017)

El diseño de la bandeja debe utilizar la refrigeración por aire forzado para ahorrar energía y reducir el tiempo requerido para enfriar la fruta y de ese modo extender el tiempo de conservación.

3.4.5.4.9.9. Embalaje interno



El embalaje interno es el envase donde reposa el producto, para este caso se va a utilizar alveolos de papel 100% reciclable. Estos darán una mejor presentación al producto y ayudaran a llevarlo de una manera más segura. (RIOS, 2012)

3.4.5.4.9.10. Etiquetas de las frutas



Figura 14 Etiqueta de la fruta

Los exportadores y los empacadores de mango deberán asegurarse que se adhieran etiquetas en los frutos antes del empaque. La información de las etiquetas puede incluir el número de lote, el código y el nombre de la empacadora o de la planta de tratamiento, el nombre del país de origen u otra información que correlacione la fruta tratada con los documentos de importación y que sirva como herramienta de rastreo del producto.

3.4.5.4.9.11. Apilado en Pallets de madera

Tabla 17 Datos de apilado en la tarima

Dimensiones			
Largo	Ancho	Alto	
121 cm	100	191 cm	
Las tarimas industriales de madera para exportación hacia China deben ser tratadas e identificadas, basada en la norma ISPM-15 (International Standards for Phytosanitary Measurements). Las tarimas deben tener visible los sellos de tratamiento térmico.			
Características			
	Máximo	Promedio	Mínimo
Peso (kg)	818.0	797.3	776.7
Densidad aparente(g/CM3)	0.345		0.34
Apilado	3x3x14		
Total cajas	126		

Fuente: PHYTOSAN.S.A. de C.V.

Elaborado por: Fernando Muñoz

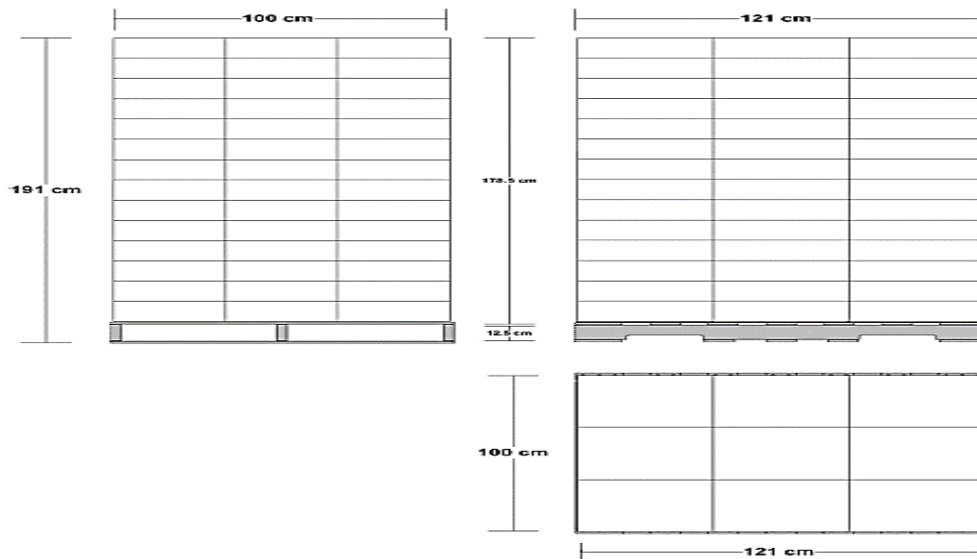


Figura 15 Configuración de apilado
Fuente: PHYTOSAN.S.A. de C.V.

3.4.5.4.9.12. Materiales de empaque

3.4.5.4.9.12.1. Uso de grapas

El pellet debe asegurarse mediante flejes de plástico y usando grapas de preferencia no metálicos para asegurar y garantizar la integridad antes, durante y después del tratamiento.

Las grapas deben colocarse en cualquiera de los lados ancho del pellet (100 cm) y la integridad del apilado es responsabilidad del cliente.

3.4.5.4.9.12.2. Características de la malla

Con la finalidad de mantener la carga segura durante él envío hacia el puerto de origen y destino se procede a realizar las siguientes funciones:

La tarima debe estar envuelta con malla que garantice las salvaguardias biológicas con las siguientes características:

- ✓ Debe de tener mínimo 30 líneas por pulgada en ambas direcciones, formando un saco ajustable que cubra completamente la tarima sin aperturas o juntas.
- ✓ Debe de estar hecha de material que evite la ovoposición de las moscas.



Figura 16 Características de la malla
Fuente: PHYTOSAN.S.A. de C.V.

3.4.5.4.9.13. Distribución

Luego de someterse a un sistema de refrigeración de aire forzado, o colocados en almacenes de aire frío por tiempos más largos. Las cargas paletizadas se colocan dentro de contenedores intermodales ISO pre-enfriados que son transportados en camión hasta el puerto de Guayaquil, y luego por barco a China, donde son enviados a los distribuidores regionales. (Singh, 2017)

Se realiza el transporte marítimo debido a que los costos son más bajos en relación al transporte aéreo, a la vez porque permite enviar un mayor número de toneladas, teniendo en cuenta que el mango por sus características se puede mantener fresco por un mayor tiempo.

3.4.5.4.9.14. Transportación de mango fresco

Para el transporte de la fruta fresca se utiliza un contenedor de 40' HC. Con la finalidad de preservar el producto el mayor tiempo posible, debido que el producto para llegar al mercado chino tarda alrededor de 30 días posteriores a su embarque; a continuación, se presentan las capacidades del contenedor.

Tabla 18 Descripción de contenedor para exportar mango

Conteiner refrigerados 40 Pies			
PESOS	Vacío	4.500 - 5.400 Kg	
	Máximo	25.080 - 25.980 Kg	
MEDIDAS	Externo	Interno	
	Largo	12.192 mm	11.235 - 11.575 mm
	Ancho	2.438 mm	2.240 - 2.285 mm
	Alto	2.591 mm	2.175 - 2.250 mm



Fuente: Areadepimes

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4.9.15. Cubicaje

Tabla 19 Cálculo de Cubicaje

	Cálculo de cubicaje	Empaque/embalaje	Unidad de carga
Matriz para contenedor de 40 pies refrigerado	Nº de unidades	2520	2
	Largo mts	0.4	11.57
	Alto mts	0.33	2.25
	Ancho mts	0.13	2.28
	Volumen total del embarque m ³	0.02	59.35
	Peso total en kg	20160	40320
	Peso total del embarque ton	20.16	40.32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

El envío de mango se lo realiza en un contenedor refrigerado de 40 pies en cuyo interior entran 20 pallets de 120 m x 100 m, dichos pallets contienen 126 cajas de 8 kg cada una haciendo un total de 2520 cajas por contenedor.

3.4.5.4.9.16. Aspectos sobre el proceso de exportación desde Ecuador hacia China, ciudad de Shanghái

3.4.5.4.9.16.1. Requisitos para ser exportador

Debido a que Asoprovalle aún no ha realizado ninguna exportación deberá cumplir con estos requisitos que se mencionan a continuación.

Exportar significa cruzar fronteras, y es un hito importante para cualquier negocio que busca crecer. (Tapia, 2017). Toda persona natural o jurídica para poder importar y exportar, deberán regirse a ciertos requisitos establecidos por la SENA (Servicio Nacional De Aduana Del Ecuador) que a continuación se detalla: (Exportador)

1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

- ✓ Registro Civil
- ✓ Security Data

3.- Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

- ✓ Actualizar su información en la base de datos
- ✓ Crear usuario y contraseña
- ✓ Aceptar las políticas de uso
- ✓ Registrar firma electrónica

3.4.5.4.9.16.2. Registro de exportador en Ecuapass

1.- tramitar el RUC en el SRI.

2.- Adquirir el certificado digital para firma electrónica.

- ✓ Registro Civil
- ✓ Security Data (FEDEXPOR)

3.- Registrarse en el portal de Ecuapass.

- ✓ Actualizar base de datos
- ✓ Crear usuario y contraseña
- ✓ Aceptar políticas de uso
- ✓ Registrar firma electrónica

4.- Registro de usuario / autenticación electrónica.

Solicitud de uso (representante legal de la empresa)

Solicitud de uso (empleado con la autorización del representante legal)

Solicitud de uso (general- autorización a terceros)

Solicitud de uso (entidad pública)

3.4.5.4.9.16.3. Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)

1.- Ingreso al portal ECUAPASS

Ingreso de usuario y contraseña

2.- Ventanilla única ecuatoriana (VUE)

Certificado de origen (CO)

Declaración juramentada de origen (DJO)

3.- Elaboración de la (DJO)

Identificación de la empresa

Producto (diligenciar un formulario `por cada producto)

Utilización de instrumentos de competitividad aduanera.

Materiales extranjeros importados directamente o adquiridos en el mercado nacional.

Materiales nacionales

Costo y valor en fábrica- producto terminado

Proceso de producción (contempla descripción por etapas)

Características técnicas del producto.

Aplicación del producto

Valor agregado nacional

Selección de esquema o acuerdo para país de origen

Representante legal.

3.4.5.4.9.17. Etapa de pre embarque

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

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

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

Factura comercial original.

Lista de empaque

Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)

3.4.5.4.9.18. Etapa De Post-Embarque

3.4.5.4.9.18.1. Regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación (DAE):

Finalmente, se podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENAE y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial.

- Copia de lista de empaque.

- Copia de certificado de origen.

- Copias no negociables de documento de transporte multimodal.

3.4.5.4.9.18.2. Registro como operador de exportación en Agrocalidad y obtención de certificado fitosanitario

Registro en Agrocalidad: La asociación Asoprovalle debe solicitar el registro de operador en la página web de Agrocalidad (www.agrocalidad.gob.ec)

Inspección: Un auditor de Agrocalidad realiza la inspección las instalaciones de la Asociación Asoprovalle. Una vez aprobado el reporte se emite al usuario un certificado y un código de registro, los cuales avalan el registro como operador en Agrocalidad (Este registro es reconocido internacionalmente).

Solicitud de certificado fitosanitario: El Certificado Fitosanitario se lo requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de la misma. Se solicita una inspección o pre inspección (si el lugar de acopio o cultivo es fuera del lugar de salida de la carga), y esto se realiza en el punto de control (aeropuertos, Puertos Marítimos, Pasos Fronterizos) o en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad en el caso de una pre inspección.

3.4.5.4.9.19. Documentos de transporte

Conocimiento marítimo o Conocimiento de embarque B/L. Es un documento de transporte internacional, comúnmente conocido por su denominación y siglas en inglés (Bill of Lading B/L), que sirve como contrato de transporte marítimo y, además, constituye un comprobante fehaciente de que las mercancías se han embarcado.

3.4.5.4.9.20. Negociación internacional

El uso de los INCOTERMS (Internacional Commercial Terms) que se refiere a los términos internacionales de comercio bajo los cuales se negocian las mercancías con el exterior. (Blanco, 2014) El Incoterm que se va utilizar es el grupo C.

3.4.5.4.9.21. Promoción de exportación

Recurrir al apoyo de PROECUADOR con respecto a la exportación de mango a través de participaciones en ferias nacionales e internacionales.

Organizar reuniones entre productores y exportadores de mango a fin de crear una alianza estratégica y contactar compradores internaciones en ruedas de negocios.

Asistir a cursos de capacitación y otros eventos para actualizar conocimientos en el campo de exportación.

3.4.5.4.9.22. Proceso logístico

El proceso logístico es uno de los pilares más importantes dentro de una exportación, por tal motivo es importante conocer todos los detalles.

3.4.5.4.9.23. Datos básicos del embarque

Tabla 20 Datos básicos del embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Ambuquí
País de destino	China
Ciudad de punto de destino	Shanghái
Nº de unidades comerciales por embarque	5040
Valor inicial del embarque (EXW)	146344
tipo de embalaje	Cajas
tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	5040
Nº total de unidades de carga	2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Entre los principales datos de esta tabla se aprecia el país y ciudad de origen y el país y ciudad de destino, de la misma forma se especifica el tipo de empaque, el número de cajas y cuantos contenedores por cada envío.

Tabla 21 Información adicional

Termino de negociación	CIF
Plazo	30 días
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	1%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	6.50%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	2.89%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	1.85%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Como información adicional se toma en cuenta el término de negociación con el cual se envía el producto, la forma de pago, el plazo del transporte internacional al puerto de Shanghái que es de 30 días y la tasa de interés para poder realizar el cálculo de la exportación. Se utiliza el termino CIF porque en las encuestas realizadas a las empresas importadoras y a datos de pro ecuador señalan que este es el termino más utilizado por las empresas chinas.

Tabla 22 Documentación de Exportación

Descripción	Costo unitario USD	Cant	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	1.00	1		0.1	0.01	1.00
Lista de empaque	1.00	1		0.1	0.01	1.00
Certificado de Origen	100	1	2	0.5	0.07	100.00
Certificado Fitosanitario	50	1		0.25	0.04	50.00
Certificado de pallets	50	1		0.1	0.01	50.00
Total				1.05	0.15	202.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

En la tabla anterior se muestra los costos de documentos necesarios para poder realizar la exportación hacia China, y el tiempo de espera para poder obtener estos documentos.

3.4.5.4.9.24. Flete Interno

El transporte interno se lo realiza de las instalaciones de la asociación ubicada en Ambuquí provincia de Imbabura hacia el puerto de Guayaquil en la provincia del Guayas.

Tabla 23 Flete Interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Flete interno	600	2	0.5	1200
Total			0.5	1200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.5.4.9.25. Flete internacional

El flete internacional se lo efectúa desde el puerto de Guayaquil hacia el puerto de Shanghai, con un valor de 6500 dólares por contenedor según Pro Ecuador como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 24 Flete internacional

Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad de vehículos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete internacional	6500	2	22	13000
Total			22	13000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 25 Derechos Aduaneros

DESCRIPCIÓN	% de impuesto	Base Imponible	Costo total USD	Tiempo en horas	tiempo en días	Costo final USD
ADVALOREM	15%	82250	12337,48	0,5	incluido en agentes	12337,48
ICE	0%	94587	0,00			
IVA	0%	94587	0,00			
Total						12337,48

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

En los últimos 10 años Ecuador y China mantienen relaciones comerciales destacadas, es así que se han firmado 6 convenios que facilitan el ingreso de productos hacia ese mercado, uno de ellos es la disminución de aranceles y requisitos exigibles por ese mercado, es así que el mango tiene un advaloren de 15%, el Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador y China mantienen diálogos para poder disminuir esta tasa con la finalidad de promover más el intercambio comercial entre naciones. Estos datos fueron obtenidos de Trade Map herramientas de ITC.

3.4.5.4.9.26. Incoterms

Los términos de negociación son muy importantes en el comercio internacional ya que determinan los alcances y condiciones entre el comprador y vendedor. A su vez permiten establecer cuáles son los gastos que incurre cada parte en la compra venta internacional. A continuación, en la tabla siguiente se muestra los costos por cada término de negociación.

Tabla 26 Término de negociación

INCOTERMS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Valor del embarque	64.946,38	67.779,77	70.145,72	72.606,11	75.169,56	77.832,08
EXW	64.946,38	67.779,77	70.145,72	72.606,11	75.169,56	77.832,08
Manipulación local X	200,00	205,78	211,73	217,86	224,15	230,64
Unitarización	600,00	617,35	635,20	653,57	672,46	691,91
FCA/FAS	65.746,38	68.602,90	70.992,65	73.477,53	76.066,17	78.754,62
Transporte interno	1.200,00	1.234,70	1.270,40	1.307,13	1.344,92	1.383,81
Manipuleo de embarque	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Agentes	300,00	308,67	326,78	355,96	398,95	460,05
Documentación	202,00	207,84	220,03	239,68	268,62	309,77
Capital e inventario país de origen	0,92	0,92	0,96	0,99	1,03	1,08
Bancarios	986,20	1.029,04	1.064,89	1.102,16	1.140,99	1.181,32
FOB	68.435,50	71.384,08	73.875,71	76.483,45	79.220,69	82.090,66
Flete Internacional	13.000,00	13.375,89	13.762,64	14.160,58	14.570,02	14.991,30
CFR	81.435,50	84.759,97	87.638,35	90.644,03	93.790,71	97.081,96
Seguro Internacional	814,36	13.375,89	13.762,64	14.160,58	14.570,02	14.991,30
CIF	82.249,86	98.135,85	101.400,99	104.804,60	108.360,73	112.073,26
Capital e inventario transito internacional	328,84	392,35	405,40	419,01	433,23	448,07
Manipuleo desembarque	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DAT	82.578,70	98.528,20	101.806,39	105.223,61	108.793,96	112.521,33
Almacenamiento temporal	400,00	407,41	414,95	422,64	430,47	438,44
Documentacion	200,00	203,70	207,48	211,32	215,23	219,22
Agentes	350,00	360,12	381,25	415,28	465,44	536,73
Transporte interno	1.200,00	1.234,70	1.270,40	1.307,13	1.344,92	1.383,81
DAP	84.728,70	100.734,13	104.080,46	107.579,98	111.250,02	115.099,53
Aduaneros	12.337,48	14.720,38	15.210,15	15.720,69	16.254,11	16.810,99
Capital e inventario país de destino	75,94	90,29	93,29	96,43	99,72	103,17
DDP	97.142,12	115.544,80	119.383,90	123.397,10	127.603,85	132.013,69

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Fernando Muñoz

En la tabla anterior se puede observar los términos de negociación y sus respectivos costos. Cabe recalcar que para este estudio la negociación se la realiza en término de negociación CIF (Costo Seguro y flete) por sus siglas en inglés, debido a que las empresas chinas prefieren este término para sus negociaciones. Se utiliza este término debido a que tan pronto como los bienes son cargados en el buque, todos los riesgos deberán ser asumidos por el comprador.

Tabla 27 Matriz general

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
Descripción	Costo	Tiempo en días
Empaque	0,00	0,00
Embalaje	5040,00	0,10
Unitarización	600,00	0,10
Manipuleo en el local del exportador	200,00	1,00
Documentación	202,00	0,15
Transporte interno	1200,00	0,50
Manipuleo Embarque	0,00	0,00
Agentes	300,00	0,03
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	986,20	0,03
capital e inventario país de origen	0,92	1,90
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	8529,12	3,81
Valor EXWORK	64946,38	0,10
Valor FCA	65746,38	1,38
Valor FOB	68435,50	1,90
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
Costos Directos	Costo	Tiempo en días
Flete internacional	13000,00	22,00
Valor CFR	81435,50	23,90
Seguro internacional	814,36	0,14
Valor CIF	82249,86	24,05
Manipuleo desembarque	0,0	0,0
COSTOS INDIRECTOS		
Capital e inventario	328,8	22,1
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	14143,2	22,1
Valor DAT	82578,7	24,0
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
Costos indirectos importación	Costo	Días
Almacenamiento temporal	400,0	3,0
Manipuleo desembarque	0,0	0,0
Documentación	200,0	0,3
Agentes	350,0	0,7
Transporte interno	1200,0	1,0
Valor DAP	84728,7	29,0
Aduaneros	12337,5	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
Capital e inventario	75,9	5,0
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	14563,4	5,0
Valor DDP	97142,1	30,9
Precio (c/u) en país de destino	19,3	
MARGEN DE VENTAS	0,0	
PRECIO DE VENTA	19,28	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

En la tabla anterior se puede apreciar los costos por cada término de negociación y los tiempos que incurre en cada etapa del proceso de internacionalización de la mercancía.

3.4.6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

3.4.6.1. Inversión y Costos

Los costos de inversión, llamados también costos pre operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento (Landaure, 2016)

Tabla 28 Activos fijos tangibles

Activos Fijos - Inversión Fija			2018
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios – Infraestructura			40.000
Planta	1	40.000,00	40.000
Maquinaria y Equipo			20.000
Clasificadora	1	5.000,00	5.000
Lavadora	1	7.000,00	7.000
Pegadora y dobladora recta para cajas de cartón	1	8.000,00	8.000
Muebles y Enseres			2.755
Escritorio	5	159,00	795
Sillón ejecutivo	5	40,00	200
Mesas	5	75,00	375
Archivadores	5	125,00	625
Estantería metálica	5	90,00	450
Teléfono	4	40,00	160
Calculadoras	5	30,00	150
Equipo de Computo			3.100
Computadora	5	500,00	2.500
Impresora	3	200,00	600
Total Activos Fijos - Inversión Fija			65.855

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

En la tabla anterior se puede apreciar la maquinaria y los insumos necesarios para que la asociación pueda desempeñar las actividades productivas relacionadas al cultivo, traslado, preparación del mango.

Tabla 29 Activos diferidos

Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Investigación	1	400,00	400
Diseños	1	200,00	200
Abogado	1	350,00	350
Permisos	1	550,00	550
Licencias	1	100,00	100
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			1.600

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

La tabla muestra cuales son los costos incurridos para la formación de la asociación Asoprovalle.

3.4.6.2. Costos de producción y gastos operacionales

En la siguiente tabla se puede apreciar los diferentes costos de producción, recolección, transporte, empaquetado, embalaje, entre otros, de mango en Asoprovalle en un periodo determinado, de esta manera se conoce con ciencia cierta cuánto gasta la institución y poder determinar si las actividades generan rentabilidad.

También se toma en cuenta los costos administrativos y los costos de exportación en termino CIF ya que son parte de las actividades de la asociación. Para determinar el cálculo de los pronósticos se toma a 2018 como año cero, hay que tomar en cuenta indicadores externos que afectan al incremento de costos en años futuros como son, la inflación, incrementos salariales, impuestos, competencia en el mercado entre otros. El pronóstico se lo realiza en un periodo de cinco años, tiempo en el que se puede prever los posibles cambios que afectan a la producción del producto.

Tabla 30 Costos de producción

Costos de Producción			Total		Proyección Costos de Producción			
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima			317.520,00	326.700,86	336.147,19	345.866,64	355.867,13	366.156,77
Mangos (cajas)	35.280	9	317.520,00	326.700,86	336.147,19	345.866,64	355.867,13	366.156,77
Mano de Obra			35.559,15	37.751,74	40.079,52	42.550,84	45.174,54	47.960,01
Obreros	5	7.112	35.559,15	37.751,74	40.079,52	42.550,84	45.174,54	47.960,01
Costos Indirectos de Fabricación:			47.880,00	51.539,92	52.964,36	54.429,99	55.938,00	57.489,62
Embalajes	35.280	1	35.280,00	36.300,10	37.349,69	38.429,63	39.540,79	40.684,09
Agua	12	300	3.600,00	3.704,09	3.811,19	3.921,39	4.034,77	4.151,44
Energía eléctrica	12	300	3.600,00	3.704,09	3.811,19	3.921,39	4.034,77	4.151,44
Suministros	12	300	3.600,00	3.704,09	3.811,19	3.921,39	4.034,77	4.151,44
Limpieza	12	150	1.800,00	1.852,05	1.905,60	1.960,70	2.017,39	2.075,72
Depreciaciones				2.275,50	2.275,50	2.275,50	2.275,50	2.275,50
Total Costo de Producción			400.959,15	415.992,52	429.191,07	442.847,47	456.979,67	471.606,40

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 31 Gastos administrativos

Gastos Administrativos			Total		Proyección Costos de Producción			
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldos	4	12.366	49.465,54	52.515,60	55.753,73	59.191,52	62.841,29	66.716,10
Servicios Básicos	12	150	1.800,00	1.852,05	1.905,60	1.960,70	2.017,39	2.075,72
Suministros de Oficina	12	100	1.200,00	1.234,70	1.270,40	1.307,13	1.344,92	1.383,81
Suministros de Limpieza	12	100	1.200,00	1.234,70	1.270,40	1.307,13	1.344,92	1.383,81
Depreciaciones			0	1.308,83	1.308,83	1.308,83	1.338,71	1.338,71
Amortizaciones			0	320	320	320	320	320
Total Gastos Administrativos			53.665,54	58.465,87	61.828,95	65.395,31	69.207,23	73.218,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.6.3. Capital de trabajo

El fondo económico que utiliza la asociación para desarrollar sus actividades es de 253,105 dólares, mismo que es utilizado en las actividades diarias como insumos, mano de obra, transporte, gastos de operación entre otros, hay que tener en cuenta que este capital está disponible a corto plazo.

Tabla 32 Capital de operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	400.959
Gastos Administrativos	53.666
Gastos de Exportación	156.404
Total Costo Anual	611.029
Total Costo Diario	1.697
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	203.676

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 33 Total inversión inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	65.855
Capital de Operación	203.676
Gastos de Constitución	1.600
Total Inversión Inicial	271.131

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Para poner en funcionamiento las actividades de producción y exportación de mango es necesario disponer de una cantidad de 271.131 dólares americanos, este capital cubrirá con los costos fijos y variables de la asociación.

3.4.6.4. Estados financieros

Son de vital importancia porque permiten recopilar información y determinar la salud de la institución. Mediante estos se puede conocer de manera certera como se utilizan los recursos dentro de la asociación.

3.4.6.5. Balance General

En este informe contable muestra cómo se encuentra la asociación en un periodo de tiempo determinado, además muestra cuales son los activos, pasivos y patrimonio.

En las tablas siguientes se analiza los rubros de la asociación el caso de tener o no financiamiento para determinar cuál es la rentabilidad de la misma y determinar que opción que más le conviene. Para este ejercicio se determina que, en la opción de financiamiento, el capital propio es de 80% mientras que el valor financiado es del 20%.

Tabla 34 Balance general (con financiamiento)

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	203.676	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	203.676	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	40.000	Préstamos Bancarios	54.226
Maquinaria y Equipo	20.000	Total Pasivos Largo Plazo	54.226
Muebles y Enseres	2.755		
Equipo de Computo	3.100	Total Pasivos	54.226
Total Activos Fijos	65.855		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.600	Capital Social	216.905
Total Activos Diferidos	1.600	Total Patrimonio	216.905
Total Activos	271.131	Total Pasivo + Patrimonio	271.131

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 57 Balance general (sin financiamiento)

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	203.676	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	203.676	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	40.000	Préstamos Bancarios	0
Maquinaria y Equipo	20.000	Total Pasivos Largo Plazo	0
Muebles y Enseres	2.755		
Equipo de Computo	3.100	Total Pasivos	0
Total Activos Fijos	65.855		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.600	Capital Social	271.131
Total Activos Diferidos	1.600	Total Patrimonio	271.131
Total Activos	271.131	Total Pasivo + Patrimonio	271.131

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

3.4.6.6. Estado de Resultados

En este estado financiero se muestra la información obtenida por las actividades de la asociación durante el transcurso de un año de actividades, muestra los esfuerzos que realiza la entidad para alcanzar los objetivos.

Tabla 35 Estado de resultados (con financiamiento)

Detalle	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ventas	702.683,3	730.826,1	755.495,7	781.175,3	808.037,3	836.111,5
	7	7	3	2	0	9
Cantidad	35.280	35.280	35.280	35.280	35.280	35.280
Precio	19,92	20,72	21,41	22,14	22,90	23,70
- Costo de Ventas	400959,15	415992,52	429191,07	442847,47	456979,67	471606,40
Utilidad Bruta en Ventas	301724,22	314833,65	326304,66	338327,85	351057,63	364505,19
- Gastos Operacionales	210069,86	219560,54	227761,74	236435,41	245661,46	255447,16
Gastos Administrativos	53665,54	58465,87	61828,95	65395,31	69207,23	73218,15
Gastos de Exportación	156404,32	161094,67	165932,79	171040,11	176454,23	182229,01
Utilidad Operacional	91654,35	95273,11	98542,92	101892,43	105396,17	109058,03
- Gastos Financieros	0	4.789	3.048	1.120	0	0
Interés Bancario	0	4.789	3.048	1.120		
U.A.T.I	91.654,35	90.484,09	95.495,26	100.772,4	105.396,1	109.058,0
				9	7	3
- 15% Particip. Trabajadores	22.913,59	22.621,02	23.873,82	25.193,12	26.349,04	27.264,51
Utilidad Antes de Impuestos	68.740,76	67.863,07	71.621,45	75.579,36	79.047,13	81.793,53
- 25% Impuesto a la Renta	15.122,97	14.929,87	15.756,72	16.627,46	17.390,37	17.994,58
Utilidad Neta	53.617,80	52.933,19	55.864,73	58.951,90	61.656,76	63.798,95

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Así se tiene que para el año 2019 se pretende vender 702.683,37 dólares, obteniendo una utilidad neta de 53.617,80 dólares. Cabe notar que las utilidades para los cinco periodos posteriores son positivas haciendo notar que este proyecto es rentable.

Tabla 36 Estado de resultados (sin financiamiento)

Detalle	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ventas	702.683,3 ₇	730.826,1 ₇	755.495,7 ₃	781.175,3 ₂	808.037,3 ₀	836.111,5 ₉
Cantidad	35.280	35.280	35.280	35.280	35.280	35.280
Precio	19,92	20,72	21,41	22,14	22,90	23,70
- Costo de Ventas	400959,15	415992,52	429191,07	442847,47	456979,67	471606,40
Utilidad Bruta en Ventas	301724,22	314833,65	326304,66	338327,85	351057,63	364505,19
- Gastos Operacionales	210069,86	219560,54	227761,74	236435,41	245661,46	255447,16
Gastos Administrativos	53665,54	58465,87	61828,95	65395,31	69207,23	73218,15
Gastos de Exportación	156404,32	161094,67	165932,79	171040,11	176454,23	182229,01
Utilidad Operacional	91654,35	95273,11	98542,92	101892,43	105396,17	109058,03
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0
U.A.T.I	91.654,35	95.273,11	98.542,92	101.892,4 ₃	105.396,1 ₇	109.058,0 ₃
- 15% Particip. Trabajadores	22.913,59	23.818,28	24.635,73	25.473,11	26.349,04	27.264,51
Utilidad Antes de Impuestos	68.740,76	71.454,83	73.907,19	76.419,32	79.047,13	81.793,53
- 25% Impuesto a la Renta	15.122,97	15.720,06	16.259,58	16.812,25	17.390,37	17.994,58
Utilidad Neta	53.617,80	55.734,77	57.647,61	59.607,07	61.656,76	63.798,95

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Si se compara con la tabla anterior se tiene en cuenta que el proyecto sin financiamiento tiene ventas de 730.826,17 con una utilidad de 55.734,77 en el periodo del año 2019, esto quiere decir que tiene una utilidad superior en 3,943 dólares.

3.4.6.7. Flujo de efectivo, VAN, TIR

Tabla 37 Flujo de efectivo (con financiamiento)

Entradas de efectivo	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Saldo Inicial			39.576,75	80.343,67	119.080,42	183.652,68
Utilidad Neta		52.933,19	55.864,73	58.951,90	61.656,76	63.798,95
+ Depreciaciones		2.595,50	2.595,50	2.595,50	2.595,50	2.595,50
+ Amortizaciones		320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Liquidación del Proyecto						0,00
Recuperación Capital de Operación						0,00
Préstamos Bancarios	0,00					
Total Entradas	0,00	55.848,69	98.356,97	142.211,07	183.652,68	250.367,13
Salidas de Efectivo	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	271.131,34					
Amortización de la Deuda		16.271,95	18.013,30	19.941,02		
Reposición de Activos				3.189,63		
Total Salidas	271.131,34	16.271,95	18.013,30	23.130,65	0,00	0,00
= Flujo de efectivo Neto	-271.131,34	39.576,75	80.343,67	119.080,42	183.652,68	250.367,13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 38 Indicadores financieros (con financiamiento)

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-	271.131,34	
1	39.576,75	0,8529	33.756,46
2	80.343,67	0,7275	58.450,10
3	119.080,42	0,6205	73.890,86
4	183.652,68	0,5293	97.199,58
5	250.367,13	0,4514	113.021,54
		SFE	376.318,53
		- I.I.	271.131,34
		VAN	105.187
		TIR	28,96%
		PR	3,39
		C/B	1,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Es importante analizar la posible rentabilidad del proyecto para conocer si existen ganancias o pérdidas, por lo tanto, en las tablas anteriores se muestra el valor actual neto, la tasa de retorno, el periodo de recuperación y el costo beneficio.

En el proyecto al obtener una TIR de 28,96% se puede decir que es rentable debido a que es tasa es superior a la tasa de interés bancario teniendo un costo beneficio de 0,39 centavos de dolara por cada dólar invertido.

Tabla 39 Flujo de efectivo (sin financiamiento)

Entradas de efectivo	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Saldo Inicial			58.650,27	119.213,38	178.546,32	243.118,57
Utilidad Neta		55.734,77	57.647,61	59.607,07	61.656,76	63.798,95
+ Depreciaciones		2.595,50	2.595,50	2.595,50	2.595,50	2.595,50
+ Amortizaciones		320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Liquidación del Proyecto						0
Recuperación Capital de Operación						0
Total Entradas	0,00	58.650,27	119.213,38	181.735,95	243.118,57	309.833,02
Salidas de Efectivo	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inversión Inicial	271.131,34					
Reposición de Activos				3.189,63		
Total Salidas	271.131,34	0,00	0,00	3.189,63	0,00	0,00
= Flujo de efectivo Neto	-271.131,34	58.650,27	119.213,38	178.546,32	243.118,57	309.833,02

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Tabla 40 Indicadores financieros (sin financiamiento)

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-	271.131,34	
1		58.650,27	0,8529
2		119.213,38	0,7275
3		178.546,32	0,6205
4		243.118,57	0,5293
5		309.833,02	0,4514
		SFE	516.081,17
		- I.I.	271.131,34
		VAN	244.949,83
		TIR	42,86%
		PR	3,73
		C/B	1,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

En cuanto a la rentabilidad del proyecto si no recibe financiamiento se puede decir que es rentable porque presenta una TIR de 42,86% con un costo beneficio de 1.90 dólares, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,90 centavos de dólares americanos.

3.4.6.8. Punto de Equilibrio

Esta herramienta permite conocer el volumen de ventas necesarias para poder cubrir los costos de la asociación, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla 41 Punto de equilibrio (con financiamiento)

Año 2019		
Costo de Producción	Fijos	Variables
MPD		317.520,00
MOD		35.559,15
Costos Indirectos Fabricación		
Embalajes		35.280,00
Agua	3.600,00	
Energía eléctrica	3.600,00	
Suministros	3.600,00	
Limpieza	1.800,00	
Depreciaciones	0,00	
Total Costo de Producción	12.600,00	388.359,15
Gastos Operacionales	53.665,54	156.404,32
Gastos Administrativos	53.665,54	
Gastos de Exportación		156.404,32
Costos y Gastos Totales	66.265,54	544.763,47
Unidades		35.280
Costos y Gastos Unitarios	1,88	15,44
Total Costos y Gastos Unitarios		17,32
% Utilidad		15%
Precio de venta Unitario		19,92
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		14.804

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Una vez que se realiza los cálculos se obtiene como resultado que para el año 2019 la asociación tiene que vender 35,280 unidades para no tener pérdidas, cabe recalcar que la entidad tiene la capacidad de ventas superiores a las estipuladas en este punto, pudiendo satisfacer con una parte de la demanda insatisfecha del país de destino.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Los resultados que se expondrán a continuación están basados en la entrevista no estructurada que se le realizó a la asociación Asoprovalle; además que para poder conocer otros aspectos relevantes de la investigación, se necesita conocer otro punto de vista, se tomó en consideración a las empresas importadoras de mango en Shanghái (China), se estableció realizar una encuesta, misma que por motivos de distancia no se la pudo realizar personalmente, así que se tomó la decisión de enviar dichas entrevistas al correo electrónico de cada una de las empresas importadoras.

Según la información proporcionada por los señores, Marco León presidente y Luis Vallejo secretario de la asociación Asoprovalle se conoce que disponen de alrededor de 100 hectáreas de terreno para la producción de mango Tommy Atkins, cuenta con una infraestructura para el acopio y tratamiento de la fruta de 400 m².

Las hectáreas cultivadas de mango dan una producción anual de 300 toneladas en el 2018, la cantidad de fruta puede ser cambiante debido a cambios en las condiciones climáticas que favorecen o perjudican a la producción, se espera que para los próximos años la producción aumente debido a que los miembros de la asociación están dedicando más hectáreas de terrenos para el cultivo de esta fruta.

En cuanto al tiempo de cosecha de la fruta de mango, se lo realiza en dos periodos al año, el primero comienza en junio y termina en septiembre, mientras que el segundo periodo comienza en noviembre y termina en abril, el precio de la fruta depende de la producción, es así que bordea entre 0,80 centavos de dólar a un dólar dependiendo de la temporada.

Uno de los aspectos más importantes de la asociación es que se encuentra ubicada en la panamericana norte troncal sierra, punto estratégico para la movilización desde las fincas productoras al centro de acopio y la distribución de la fruta a los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Estos son los resultados que se obtuvo con la información proporcionada por los señores Marco León presidente y Luis Vallejo secretario de la asociación Asoprovalle; con respecto a los datos de las empresas importadoras de mango procedente de Ecuador se obtuvo que:

Las principales empresas importadoras de mango en Shanghai son: Dole (Shanghai) Fruits & Vegetables Trading Co., Ltd. Liwayway (China) Co., Ltd. Nutricia Early Life Nutrition (Shanghai) Co., Ltd. – Neln CP Food Enterprise (Shanghai) Co. Ltd. DKSH (China) Co., Ltd. Shanghai Nestle Products Services Ltd. ABF Twinings Beverages (Shanghai) Ltd. Shanghai Sunny Life Enterprise Co., Ltd. Shoei International Trading Shanghai Co., Ltd. Shanghai Sims Trading Company Limited. A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas por correo electrónico a las diferentes empresas.

Primera pregunta: ¿Cuántas toneladas de mango le importan a Ecuador? Como se puede apreciar en el grafico del anexo 4 el 60% de las empresas importadoras de Shanghai importan más de 200 toneladas de fruta, mientras que el 26% importan cantidad entre 100 a 200 toneladas esto se debe al tamaño de la empresa ya que las grandes empresas manejan toda la cadena logística y tienen redes de ventas en los principales supermercados, mientras que el 8% de estas empresas importan menos de 10 toneladas de fruta.

Segunda pregunta: ¿Cuál es la frecuencia de importaciones de mango? El anexo 5 muestra que el 57% de las importaciones se las realiza mensualmente, mientras que un 22% lo realizan cada dos meses, este es un indicador importante para determinar la frecuencia de envío hacia el mercado de Shanghai, estas frecuencias de envío dependen de la temporada de cosecha en el país de origen.

Tercera pregunta: ¿A qué precio compra el kilogramo de mango? Este precio depende del termino de negociación utilizado para importar los mangos, es así que en el anexo 6 sostiene que el 50% adquiere la caja de la fruta a un precio de \$ 40 dólares estadounidenses, mientras que el 38% asegura adquirir el producto a un precio superior a los \$ 50 dólares, mientras que el 12% compra a un precio inferior a los 30 dólares americanos, como se mencionó anteriormente los productos más costosos son los que se negocian en termino DDP por la razón de que se incurren en todos los gastos del país de origen hasta el país de destino con un margen de utilidad.

Pregunta cuatro: ¿Cuál es el término de negociación más utilizado para importar mango?

Como se observa en la gráfica del anexo 7 las empresas de Shanghai utilizan en mayor medida el termino de negociación CIF seguido por un FOB, también un término representativo que prefieren las empresas es CPT. Esto demuestra que para realizar la

exportación de mango desde Ecuador es aconsejable utilizar estos términos para no tener complicaciones al momento de exportar.

Quinta pregunta: ¿La compañía estaría dispuesta a comprar 300 toneladas anuales de mango de Ecuador? Si se observa el anexo 8 manifiesta que, el 67% de las empresas importadoras comprarían el producto ecuatoriano

Sexta pregunta: ¿Qué medio de transporte usa para la importación de mango de Ecuador? En el anexo 9 muestra que el transporte marítimo es más utilizado por los exportadores e importadores debido a que el costo es menor y se puede enviarse mayor volumen de carga, pero esto depende de la durabilidad del producto, es así, que el gráfico muestra que se utiliza en gran medida el modo de transporte aéreo debido a que la distancia a China es amplia.

Por otro lado, al realizar el estudio financiero se pudo observar que para poner en marcha el proyecto es necesario contar con capital de \$ 336,710 dólares americanos de acuerdo con el balance general.

De acuerdo con el estado de resultados al haber culminado un año de actividades de la asociación, muestra que tendrá una utilidad de 46,793.47, teniendo una utilidad baja en los primeros años debido a que se tiene que pagar un interés bancario. Pero como el ejercicio de actividades de la asociación se la realiza a 5 años se tiene que para el último año se tiene una utilidad de 58,398.65.

En el proyecto se toman dos posibilidades para poner en funcionamiento las actividades de la asociación, una es con financiamiento por parte de un préstamo bancario, ya la otra forma es por financiamiento propio, a continuación, se muestra un cuadro comparativo en las que se podría desarrollar el proyecto.

Tabla 42 Comparación de método Financiero

	Con Financiamiento	Sin Financiamiento
VAN	105.187	244.949,83
TIR	28,96%	42,86%
PR	3.39	3.73
C/B	1.39	1.90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

La tabla muestra las dos formas de financiamiento, la mejor opción es con financiamiento propio debido a que por cada dólar invertido en las actividades de la asociación se obtiene una utilidad de 0,46 centavos de dólares americanos, y el periodo de recuperación es de 3 años, mientras que si se lo realiza con financiamiento la inversión se la recupera en 4 años.

Para el ejercicio de las actividades, el punto de equilibrio es de 35,280 cajas de mango, durante el año se pretende enviar 15 contenedores, cada contenedor contiene 2.510 cajas, hay que tomar en cuenta que la capacidad de la asociación es de 300 toneladas anuales por lo tanto en el último contenedor se enviarán 2200 cajas, haciendo un total de 37,440 unidades, con un peso de 299,520 toneladas.

4.2. DISCUSIÓN

Para la aplicación de los instrumentos fue necesario la opinión y criterio de profesionales en el área, con el propósito de analizar y contrastar los resultados obtenidos.

En la investigación se recurrió a realizar un estudio de mercado con el propósito de identificar cual es la mejor alternativa de mercado que permita la internacionalización de mango, para lo cual se usó la Matriz de Evaluación del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM), en la que se tomó en cuenta a los 3 principales destinos de exportación de mango que según datos del Trade Map (2017) son Países Bajos, Alemania y China, en estos países se investigó sobre los factores socioeconómicos, políticos, legales, tecnológicos y factores geográficos.

Aspectos con los que se pudo determinar que el mejor país para la comercialización internacional es China debido a que, en este país actualmente existe un mercado creciente ya que su producción es insuficiente y no les alcanza a cubrir la demanda existente. Mientras que en el antecedente de Solange Merino y María Najas se mencionan que es importante conocer los factores socioeconómicos, políticos, legales entre otros, para poder determinar cuál es la mejor opción para poder internacionalizar un producto, pero cabe notar que en este proyecto no existe una matriz en la que se compara las diferentes ciudades de Estados Unidos para poder determinar cuál es la ciudad con mayor consumo del producto y las mejores oportunidades de mercado.

Uno de los aspectos más importantes dentro del análisis POAM son los aspectos legales, se toma en cuenta las barreras arancelarias y no arancelarias de cada país, para poder determinar cuál es la opción más indicada para exportar el producto, como resultado se tiene que para el mercado europeo, Países Bajos y Alemania aplican un arancel del 0% debido a que Ecuador mantiene un acuerdo multipartes con la unión europea el cual exenta del pago de aranceles para los mangos, mientras que China aplica una tasa arancelaria del 15% con respecto a la fruta.

A simple vista este el mercado europeo sería el más indicado para exportar en cuanto a este factor, pero hay que tener en cuenta que las barreras no arancelarias aplicadas en estos países son rigurosas en cuanto al límite permitido de residuos químicos y pesticidas presentes en la fruta, mientras que China admite cantidades más altas en cuanto a contaminantes, si comparamos dos parámetros de medición se puede observar que en el mercado europeo para plomo es de 0,10 mg / kg y para cadmio 0,050 mg / kg, mientras que para China ≤ 10 mg/ kg en cuanto a plomo mientras que para cadmio es de ≤ 2.0 mg/ kg según la normativa de AQSIQ-CHINA como breves ejemplos.

Tomando en cuenta el antecedente de Ángel Medina, señala que las barreras arancelarias y no arancelarias son importantes al momento de exportar un producto en un mercado sin embargo en su estudio se hace mención únicamente donde encontrar estos requisitos, no se registra un valor porcentual en la reducción de aranceles ni mucho menos cuales son los requisitos no arancelarios caso opuesto a esta investigación que muestra porcentajes arancelarios y medidas no arancelarias.

Según datos de la FAO, se estima que la producción mundial de fruta tropical fue 107 millones de toneladas para 2015 (FAOSTAT, 2016), levemente superior al año anterior, cuando alcanzó los 104 millones, muestra un crecimiento del 3.6% anual durante el período 1995-2016. El mango es la especie dominante 44,9 millones de toneladas, alcanzando el 41,8% de la producción mundial de frutas tropicales.

Con la realización de la investigación se fueron desarrollando los objetivos específicos, los que dieron como resultado lo siguiente:

El primer objetivo específico el cual tiene por meta, fundamentar bibliográficamente la comercialización y demanda de mango, se encontró información histórica y de alta relevancia, es así que el mango es una fruta no tradicional de la zona intertropical originaria

de la India probablemente cultivada por el hombre hace más de 4000 años y es considerada como el “melocotón de los trópicos” por ser un fruto carnoso, y de aroma dulce. En Ecuador, el inicio de cultivo de mango se realizó en 1980 y hoy en día es uno de los productos de exportación más importantes que aportan significativamente en el sostenimiento económico del país.

En cuanto a los antecedentes investigativos utilizados concuerdan con el hecho de que la revisión bibliográfica es el procedimiento mediante el cual se recopila la información que se requiere para sustentar, teórica y conceptualmente, una investigación. Una fundamentación bibliográfica no es un mero reporte de la bibliografía revisada. Es un texto procesado, redactado de tal manera que, en él, el investigador sustenta su trabajo, define sus eventos y expone la teoría de la cual va a partir, se apoya en autores para soportar o darles fuerza a sus planteamientos.

Por otro lado, de acuerdo con Fundación Mango, en la campaña 2017 el sector exportó 13'685.119 cajas con fruta, 57.982 cajas más con relación a similar período de 2016-2017, en que se llegó a 13'627.137. Lo exportado el año pasado representó divisas por \$ 41'055.357. en comparación de la producción de mango a nivel nacional de acuerdo al antecedente de Solange Merino se puede ver un claro incremento en las cantidades producidas de Ecuador en los últimos años es así que en los años 2012 -2013 las exportaciones de cajas de mango fueron 10'898.892 cajas y en el año 2013 – 2014 las exportaciones de cajas de mango fueron de 11'850.488 teniendo un incremento en la cantidad exportada de cajas en relación al 2012- 2018 de 2786227.

Sergio Cedeño, presidente de Fundación Mango menciona que actualmente, en Ecuador hay aproximadamente 5.300 hectáreas de esta fruta de exportación, de las cuales la variedad Tommy Atkins representa el 65%, le sigue el Kent con el 17% y el Ataulfo con el 11%. El mango de exportación es cultivado principalmente en Guayas, El Oro, Manabí y Los Ríos. Cedeño enfatizó que Ecuador incrementó las exportaciones de la fruta el 17% en los últimos 5 años.

En los antecedentes investigativos se habla a nivel general de producción de mango en la región costa, pero poco se habla de la producción en el sector sierra, es así que Barahona y Sancho (2015) afirman que el cultivo de mango puede adaptarse a sectores que mantengan un clima seco o seco tropical, temperaturas que oscilen entre 20°C -30°C y se encuentren a

una altitud de 1000 m.s.n.m. a 1500 m.s.n.m. entre otros factores; información que valida la razón de la existencia de producción del mango en el cantón Ibarra y Pimampiro, debido a que cuentan con las características expuestas para el desarrollo de este cultivo.

Un punto importante es el precio del producto en el mercado nacional, es así que, los pequeños productores venden gavetas de mango de 25 kilos a un precio de 5\$ los medianos productores venden su producto a 10\$ y los grandes productores a un precio de 12\$ esto depende a que en la región costa los periodos de cosecha son similares por tal razón estos grandes productores acaparan la venta en mercados nacionales haciendo que se reduzcan los precios para los pequeños y medianos productores.

Mientras que en China el precio con el que se comercializar unitariamente por cada kilo de mango para el 2017 fue de \$31,75 dólares americanos, mientras que para 2018 tuvo un ligero incremento a \$31,86 dólares americanos; dado que según el registro del Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones PROECUADOR, la variación en el precio estimado para el año en curso será entre el 2 y 3%. Se tiene presente que en el año 2019 el precio del mango es de 32,66 se prevé que para el año 2020 el precio por kilogramo de fruta bordeara 33,47 en 2021 será de 34,31 en el año 2022 se estima un precio de 35,17.

El segundo objetivo específico fue diagnosticar la disponibilidad de la oferta y la demanda del producto, en los mercados internacionales, para el ejercicio de este caso se analizaron las fuentes de datos obtenidas de la plataforma Cobus Group, en donde se encuentran detalladas las empresas que realizan la importación de aceite de mango ecuatoriano, se considera a las empresas: Dole (Shanghai) Fruits & Vegetables Trading Co., Ltd. Liwayway (China) Co., Ltd. Nutricia Early Life Nutrition (Shanghai) Co., Ltd. – Neln CP Food Enterprise (Shanghai) Co. Ltd. DKSH (China) Co., Ltd. Shanghai Nestle Products Services Ltd. ABF Twinings Beverages (Shanghai) Ltd. Shanghai Sunny Life Enterprise Co., Ltd. Shoei International Trading Shanghai Co., Ltd. Shanghai Sims Trading Company Limited. como mercado objetivo, ya que el mango se lo puede consumir como fruta fresca o incluso sirve como materia prima para la elaboración de otros productos y las empresas citadas anteriormente se dedican a la comercialización y transformación de la fruta.

En el tercer objetivo específico se desarrolla un un estudio técnico, financiero y de mercado para la exportación de mango variedad Tommy Atkins hacia la mejor oportunidad de mercado, dando como resultado la exportación de dos envíos mensuales de 20 toneladas de

mango; en un periodo de 7 meses que se puede producir mango en Ecuador, el estudio técnico está enfocado en establecer los componentes de la cadena de valor, la descripción de la cadena productiva de mango, la estructura organizacional y los insumos necesarios para comercialización de la fruta.

Para el presente estudio se realizó dos estudios financieros con la finalidad de determinar cuál es la opción más indicada para iniciar el proyecto, uno con financiamiento cuyo capital propio es del 80% y el capital financiado de 20% teniendo como resultados para el año 2019 se pretende vender 702.683,37 dólares, obteniendo una utilidad neta de 53.617,80 dólares. Cabe notar que las utilidades para los cinco periodos posteriores son positivas haciendo notar que este proyecto es rentable. Mientras que en el estudio de Ángel Medina sostiene que la duración del proyecto será a 10 años, para hacer proyecciones en un proyecto dependerá del mercado en el que se desarrolla, el rubro o naturaleza del proyecto.

Para este tipo de proyectos donde la gran velocidad del cambio a todo nivel impide realizar proyecciones, es imposible hacerlo a largo plazo, por lo tanto, este estudio rechaza la idea de realizar proyecciones en más de 5 años.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Este estudio se puede identificar que efectivamente el mango es considerado como una fruta exótica que en el mercado chino tiene un alto precio y los sectores económicos capaces de adquirirlo son el medio y alto debido a que las personas prefieren productos importados de alta calidad y sobre todo orgánicos que ayuden con mantener una buena salud.

En definitiva, para poder internacionalizar un producto agrícola es necesario seguir un protocolo fitosanitario que tiene que ser aprobado por el país importador y acatado a cabalidad por el país exportador. Ecuador tiene que cumplir las reglamentaciones y leyes fitosanitarias de la República Popular China y la Administración General de Supervisión de la calidad, Inspección, y cuarentena (de ahora en adelante referida como AQSIQ quien menciona los requisitos que debe cumplir la fruta para precautelar la seguridad alimentaria.

La exportación de mango Tommy Atkins al mercado chino constituye un proyecto factible porque luego de realizar el estudio técnico y financiero, los indicadores como la TIR con un porcentaje de 28,96% y el VAN con un de 105.187 mostrando valores positivos, esto quiere decir que la inversión inicial se puede recuperar en un tiempo determinado y obtener utilidades.

En el mercado chino hay que señalar toda la información del producto, el etiquetado tiene que estar en chino, para indicaciones secundarias se permite el inglés, en este rotulado se especifica las medidas de la fruta, el peso, país de origen entre otros que ayudan a conocer la calidad del producto importado.

5.2. RECOMENDACIONES

El Gobierno debe apoyar a los sectores agrícolas medianos y pequeños, mediante la organización de ferias internacionales dentro y fuera del país donde se invite al sector exportador para dar a conocer nuestros productos e iniciar nuevos acuerdos comerciales.

Los exportadores deben mantenerse actualizados con la información que publica la página de la SENA E o instituciones públicas como es el MIPRO, PROECUADOR, AGROCALIDAD, etc. de esta manera se lograra evitar que haya cambios en los procedimientos que afecten al proceso de exportación, evitando atrasos con respecto a los envíos de las cargas y por último el no cumplimiento con el contrato establecido.

A los productores de mango Tommy Atkins de la asociación Asoprovalle se les recomienda que incorporen posesos en cada una de las actividades que realizan con la finalidad de mantener control en cada una de las áreas de producción, de esta manera se podría reducir costos y maximizar los resultados.

Los gobiernos autónomos juntamente con el gobierno y las entidades de control y promoción deben apoyar a los medianos y pequeños productores, organizando charlas, conferencias, capacitaciones, organizar ferias nacionales e internacionales con la finalidad de que los productores oferten sus productos y sobre todo conozcan los principales requisitos para internacionalizar un producto.

Es importante cumplir con los requerimientos de las normas de calidad en todas sus formas para tener un producto de caída y no tengan inconvenientes para entrar a un mercado altamente exigente como son los países desarrollados.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Abad, I. G. (sn de 10 de 2017). *El Sector de Industrias*. Obtenido de El Sector de Industrias:
https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde3/nzqw/~edisp/doc2017740476.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=06-10-2017&utm_campaign=El%20sector%20de%20industrias%20de%20la%20ciencia%20y%20tecnolog%C3%ADa%20en%20Alema
- Arévalo, J. L., Lima, J. R., & Araújo, A. F. (SN de SN de 2013). *Revista de Economía e Sociología Rural*. Obtenido de Revista de Economía e Sociología Rural:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000600006
- Bister, G. (SN de SN de 2017). *DEFINICIÓN ABC* . Obtenido de DEFINICIÓN ABC :
<https://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php>
- Burguillo, R. V. (SN de SN de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Carbaugh, R. J. (2013). *Economía Internacional* . Mexico : Cengage Learning .
- China, A. F. (sn de 07 de 2017). *Afi Ficha Pais China*. Obtenido de Afi Ficha Pais China:
https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/china/contenido_sidN_1052291_sid2N_1052384_cidIL_975462_ctyIL_139_scidN_975462_utN_3.aspx
- Correa, A. P. (2014). *Generalidades De Comercio Internacional*. Medellín : Centro Editorial Esumer.
- Correa, A. P. (2014). *Generalidades del Comercio Internacional*. Medellín : Centro Editorial Esumer .
- Cortavitarate, M. (04 de 03 de 2015). *Pensando Americas* . Obtenido de Aspectos del crecimiento económico en América : <http://www.pensandoamericas.com/aspectos-del-crecimiento-economico-en-america-latinanacionalismo-desarrollo-desigual-e>
- Creswell. (14 de 04 de 2017). *Enclikipedia virtual* . Obtenido de Enclikipedia virtual :
http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Datosmacro. (sn de sn de 2017). *ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN*. Obtenido de ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN:
<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/china>
- Datosmacro. (sn de sn de 2017). *Índice de percepción de la corrupción* . Obtenido de Índice de percepción de la corrupción :
<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/alemania>

- Deutschland., T. ü. (27 de 07 de 2016). *Geografie & Klima*. Obtenido de Geografie & Klima.: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/de/rubriken/auf-einen-blick/geografie-klima>
- Español, X. (08 de 10 de 2018). *Xinhuanet*. Obtenido de Xinhuanet: http://spanish.xinhuanet.com/2018-10/08/c_137517761.htm
- Exteriores, M. d. (16 de 08 de 2018). *Ficha de Pais Alemania* . Obtenido de Ficha de Pais Alemania : https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=1366&bih=654&tbs=qdr%3Ay&ei=vuH0W_OIjtKxzwLV8qzwBA&q=ficha+pais+alemania&oq=ficha+pais+alemania&gs_l=psy-ab.3..0j0i22i30i4.442282.443585..444478...0.0..0.317.2007.0j2j4j2.....0....1..gws-wiz.RXM0WPcMAz0#
- Exteriores, M. d. (17 de 05 de 2018). *Ficha Pais China* . Obtenido de Ficha Pais China : https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiEnOrF2eTeAhXNqIMKHYjmBEEQFjAAegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.exteriores.gob.es%2FDocuments%2FFichasPais%2FHINA_FICHA%2520PAIS.pdf&usg=AOvVaw2JNFYLucWaGyDvSVCsWED_
- Exteriores, M. d. (sn de 09 de 2018). *Ficha Pais Paises Bajos*. Obtenido de Ficha Pais Paises Bajos: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjz_NvM1eTeAhXS2FMKHVU5C04QFjAAegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.exteriores.gob.es%2FDocuments%2FFichasPais%2FPAISESBAJOS_FICHA%2520PAIS.pdf&usg=AOvVaw2vGcoqrXpRe9UANQ0Pw
- Exteriores, M. d. (sn de 05 de 2018). *Oficina de Informacion Diplomatica* . Obtenido de Oficina de Informacion Diplomatica : Oficina Nacional Estadísticas, Banco Mundial, USForex, The Economist, Statista.
- Farinango, V. J. (2018). *PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL MANGO (Mangifera indica L.)*. Ibarra.
- Freire, P. (28 de 09 de 2007). *Importancia y definicion de la investigacion documental*. Recuperado el 15 de 03 de 2017, de Importancia y definicion de la investigacion documental: <http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>
- Gardey, J. P. (SN de SN de 2012). *Wordpress*. Obtenido de Wordpress: <https://definicion.de/producto/>
- Infoagro. (13 de 12 de 2017). *Infoagro*. Obtenido de Infoagro: <https://infoagro.com/mexico/china-representa-para-los-exportadores-de-frutas-y-vegetales-de-mexico-un-mercado-grande-rentable-y-nuevo/>
- Isabel Gonzales Lopes, A. I. (2014). *Gestion del comercio exterior de las empresas* . Madrid : ESIC .
- Landaure, J. C. (28 de 06 de 2016). *Conexionesan* . Obtenido de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>

- Lévano, A. C. (21 de 09 de 2007). *Cielo Perú*. Obtenido de Cielo Perú:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272007000100009&script=sci_arttext&tlng=en
- López, T. (15 de 10 de 2013). *No Solo Economía*. Obtenido de No Solo Economía:
<https://nosoloeconomia.com/ferias-internacionales/>
- Mangos.Org. (sn de 03 de 2018). *Mangos Org*. Obtenido de Mangos Org:
https://www.mango.org/wp-content/uploads/2018/03/Packaging_Exec_Summary_Spn.pdf
- Mar, T. y. (26 de 07 de 2018). *El Telegrafo* . Obtenido de El Telegrafo :
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/cosecha-mango-ecuador-clima>
- Marisol. (10 de 08 de 2018). *Superprof Blog*. Obtenido de Superprof Blog:
<https://www.superprof.es/blog/lista-ciudades-chinas-mas-grandes/>
- Merino, J. P. (17 de 03 de 2017). *Definiciones del comercio internacional* . Obtenido de Definiciones del comercio internacional : <http://definicion.de/comercio-internacional/>
- Mexicana, L. (19 de 01 de 2017). *Labor Mexicana*. Obtenido de Labor Mexicana:
<http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>
- Mundial, D. (sn de sn de 2017). *Telecomunicación*. Obtenido de Telecomunicación :
<https://www.datosmundial.com/europa/paises-bajos/telecomunicacion.php>
- OEA. (SN de SN de 2017). *OEA mas derechos paramas gente*. Obtenido de OEA mas derechos paramas gente: http://www.oas.org/es/temas/tratados_acuerdos.asp
- ONU. (SN de SN de 2015). *Organizacion de Las Naciones Unidas*. Obtenido de Organizacion de Las Naciones Unidas:
<http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>
- Oviedo, L. R. (22 de 05 de 2017). *La inteligencia de mercados y sus componentes*. Obtenido de Universidad la Sabana:
http://virtualpostgrados.unisabana.edu.co/pluginfile.php/415089/mod_label/intro/Lectura%20Conceptual%20Unidad%201%20IM%20Rojas%20Oviedo.pdf
- Pedrosa, S. J. (SN de SN de 2015). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia :
<http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- PROCOLOMBIA. (sn de sn de 2016). *Perfil Logistico desde Colombia a Paises Bajos* . Obtenido de Perfil Logistico desde Colombia a Paises Bajos :
<http://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Pa%C3%ADses%20Bajos.pdf>
- Productor, E. (2018). Agrofest Revive Esperanzas en Pequeños Productores para Evitar Intermediarios. *El Productor* , 5.
- Pro-Ecuador. (29 de 03 de 2018). *Perfil Logistico Alemania*. Obtenido de Perfil Logistico Alemania: <https://www.proecuador.gob.ec/perfil-logistico-de-alemania-2017/>

- Ricardo, D. (15 de 04 de 2017). *Economía y Finanzas Internacionales* . Obtenido de Economía y Finanzas Internacionales :
<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/91-david-ricardo-ventajas-comparativas>
- Ricardo, D. (24 de 09 de 2017). *Mercados y Tendencias* . Obtenido de Mercados y Tendencias : <https://revistamyt.com/david-ricardo-la-ventaja-comparativa-en-el-comercio-internacional/>
- RIOS, A. T. (19 de 11 de 2012). *Exportando Mango* . Obtenido de Exportando Mango :
<http://exportandomango.blogspot.com/>
- Statbureau. (16 de 01 de 2019). *Tasa de Inflacion de Alemania*. Obtenido de Tasa de Inflacion de Alemania: <https://www.statbureau.org/es/germany/inflation>
- Trade, P. S. (sn de 11 de 2018). *China: Llegar al consumidor* . Obtenido de China: Llegar al consumidor: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/llegar-al-consumidor>
- Trops. (sn de sn de 2016). *Mango*. Obtenido de Mango: <https://www.trops.es/mango/>
- Ucha, A. P. (SN de SN de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Urbina, G. B. (2015). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: The MCGRAW-HILL.

VII. ANEXOS

Anexo 1 Fundamentación Legal

Normativa	Descripción
Constitución de la República del Ecuador (2008)	<p>Art. 306.- El estado se responsabilizará de la promoción en el área de la exportación, de aquellas que generen mayor empleo, mayor valor agregado e ingresos, especialmente a pequeños y medianos productores y artesanos al mismo tiempo rechazará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.</p> <p>Art. 319.- El estado reconoce las diversas formas de organización, de igual manera aquellas que promuevan la satisfacción de la demanda interna y externa del país siempre y cuando no afecten la producción interna del país.</p>
Código de la Producción Comercio e Inversiones	<p>Art. 93. Fomento a la exportación. - El Estado Ecuatoriano fomenta las exportaciones y las promueve mediante mecanismos de manera directa e inmediata con capacitaciones, facilidades de información, desarrollo de mercados, conformación de uniones de exportadores, sin perjuicio de la norma legal o programas gubernamentales.</p>
Plan Nacional De Desarrollo Toda Una Vida	<p>Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.</p>

Fuente: Constitución de la republica de Ecuador, Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, Plan Nacional de Desarrollo Toda Una vida.

Elaborado por: Fernando Muñoz



Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Facultad de Comercio Internacional,
Integración, Administración y Economía rial



Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Entrevista asociación Asoprovalle

Esta información será utilizada para determinar la factibilidad de la internacionalización de mango en mercados internacionales. La información será tratada de forma confidencial y no serán utilizada con propósito distinto al de la investigación.

Nombre de la asociación: Asoprovalle

Preguntas sobre la empresa

1. ¿La asociación cuenta con la capacidad para el almacenamiento y tratado del producto?
¿
2. ¿Cuál es la producción anual en toneladas o Kg de Mango?
3. ¿Qué maquinaria utiliza para la recolección y tratamiento del mango?
4. ¿La asociación posee un espacio físico adecuado para el tratamiento de mango? ¿Cuántas hectáreas son?
5. ¿La asociación se encuentra ubicada estratégicamente, para el transporte del producto?
6. ¿Se ha incrementado la participación de mercado de la asociación? A manera local, nacional e internacional.

Preguntas sobre el producto

1. ¿Qué variedad de mango produce?
2. ¿Cuál son las características del producto?
3. ¿Cuántas hectáreas de terreno dispone actualmente para el cultivo de mango?
4. ¿Cuál es el proceso de recepción, almacenamiento y envío del mango? ¿A su destino final?
5. ¿Cuál es el mercado al cual se entrega el producto?,
6. ¿Existen tiempos de auge en la producción del mango? ¿O cada que tiempo se da el mango?
7. ¿Los actuales canales de distribución son confiables y rentables?
8. ¿De qué forma se envía el producto hacia el mercado?
9. ¿El estado brinda incentivos para la exportación de dicho producto?

10. ¿Cuántos trabajadores operan en la asociación?

11. ¿Ha existido alguna enfermedad o contaminación en los cultivos de la asociación?

12. ¿Usted conoce a su competencia actual?

Anexo 3 Encuesta Importadores de mango

Export of mango from Ecuador

1.

Please take a few moments to complete this survey.

The information you provide will help us understand the viability of exporting Ecuadorian mangos.

This survey takes approximately 10 minutes.

1 How many tons of mango does it matter? (*)

- Less than 50
- 50 - 100
- 100 - 200
- More than 200

2 Mango imports are made in the following way:

- Weekly
- Biweekly
- Monthly
- Bimonthly
- Quarterly

3 At what price do you buy the mango kilo? (*)

- 20 american dollars
- 30 american dollars
- 40 american dollars
- 50 american dollars

4 What is the negotiation term your company uses to import mango? (*)

- EXW
- FCA
- FAS
- FOB
- CFR
- CPT
- CIF
- CIP
- DAT
- DAP
- DDP

5 Would your establishment / company buy 300 tons of mango annually from Ecuador? (*)

Yes

No

6 What means of transportation do you use to import from Ecuador? (*)

Maritime

Aerial

Anexo 4 ¿Cuántas toneladas de mango le importan a Ecuador?

How many tons of mango does it matter to Ecuador?

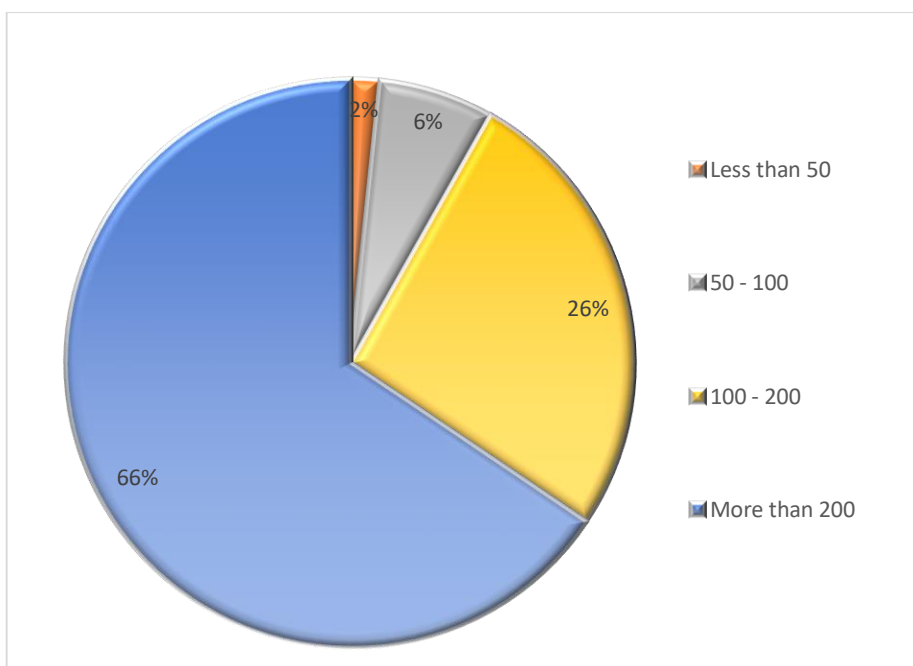


Figura 17 Toneladas Importadas
Elaborado por: Fernando Muñoz

Como se puede apreciar en el grafico el 60% de las empresas importadoras de Shanghái importan más de 200 toneladas de fruta, mientras que el 26% importan cantidad entre 100 a 200 toneladas esto se debe al tamaño de la empresa ya que las grandes empresas manejan toda la cadena logística y tienen redes de ventas en los principales supermercados.

Anexo 5 ¿Cuál es la frecuencia de importaciones de mango?

¿What is the import frequency of mango?

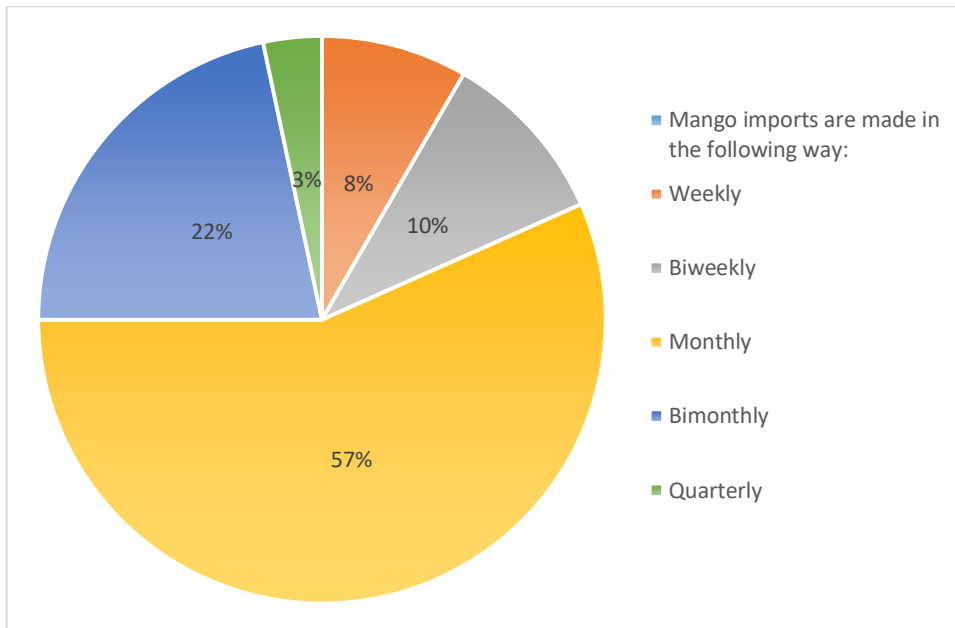


Figura 18 Frecuencia de Importaciones
Elaborado por: Fernando Muñoz

El grafico anterior muestra que el 57% de las importaciones se las realiza mensualmente, mientras que un 22% lo realizan cada dos meses, este es un indicador importante para determinar la frecuencia de envío hacia el mercado de Shanghái.

Anexo 6 ¿A qué precio compra el kilogramo de mango?
At what price do you buy the mango kilo

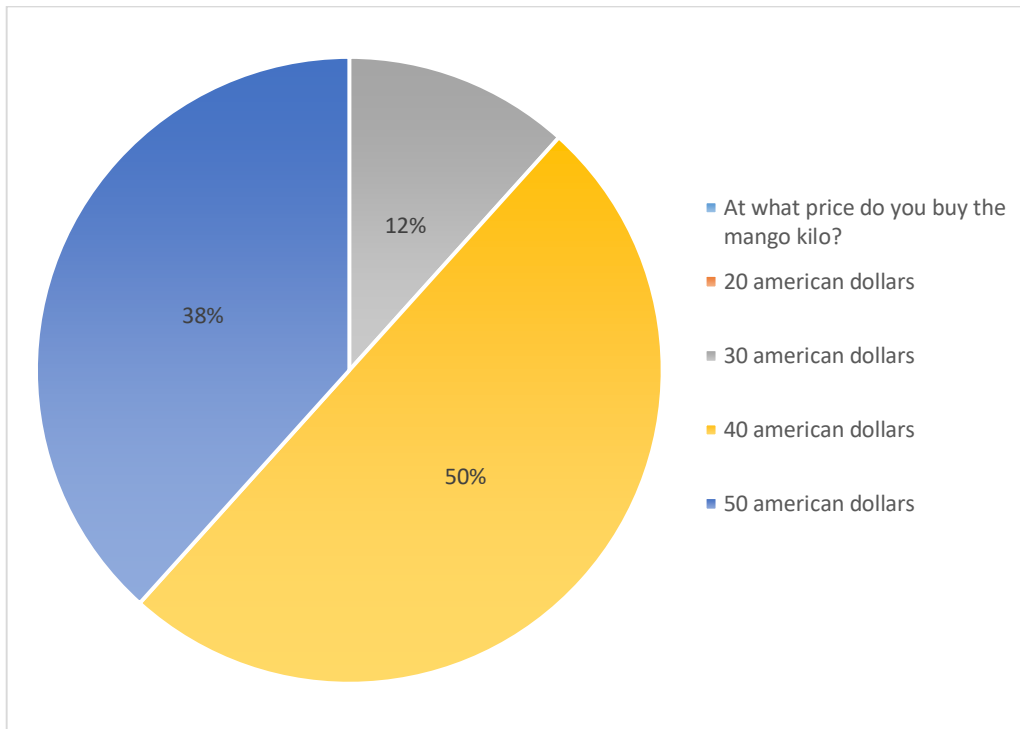


Figura 19 Precios de Mango
Elaborado por: Fernando Muñoz

En base a los datos de la investigación se observa que el 50% adquiere la caja de la fruta a un precio de \$ 40 dólares estadounidenses, mientras que el 38% asegura adquirir el producto a un precio superior a los \$ 50 dólares.

Anexo 7 ¿Cuál es el término de negociación más utilizado para importar mango?

What is the negotiation term your company uses to import mango?

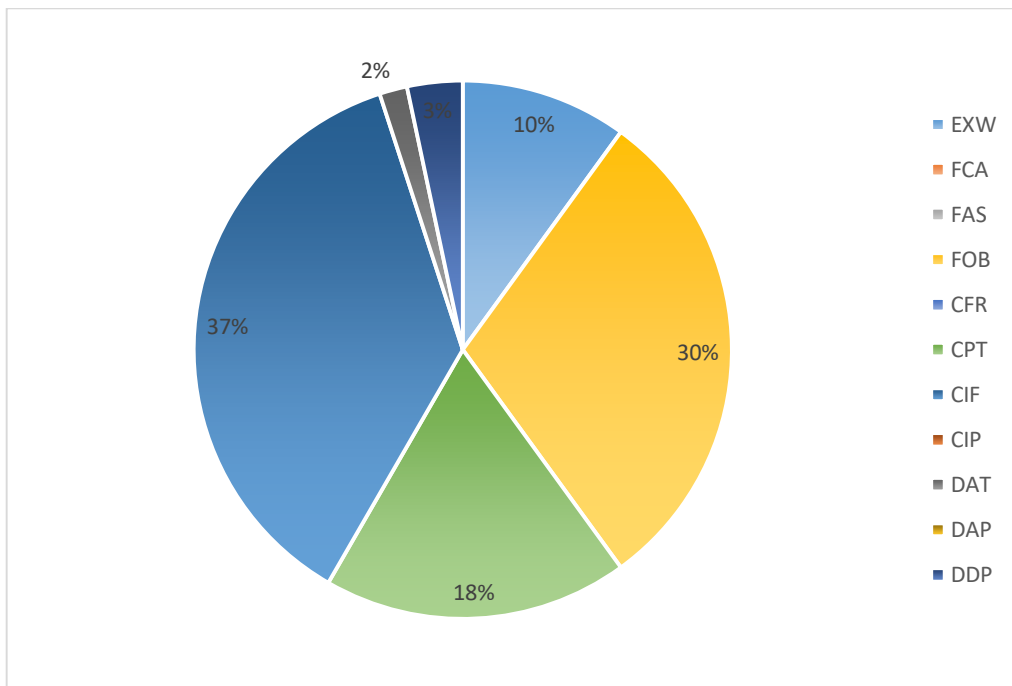


Figura 20 Términos de negociación
Elaborado por: Fernando Muñoz

Como se observa en la gráfica las empresas de Shanghái utilizan en mayor medida el término de negociación CIF seguido por un FOB, también un término representativo que prefieren las empresas es CPT. Esto demuestra que para realizar la exportación de mango desde Ecuador es aconsejable utilizar estos términos para no tener complicaciones al momento de exportar.

Anexo 8 ¿La compañía estaría dispuesta a comprar 300 toneladas anuales de mango de Ecuador?

Would your establishment / company buy 300 tons of mango annually from Ecuador?

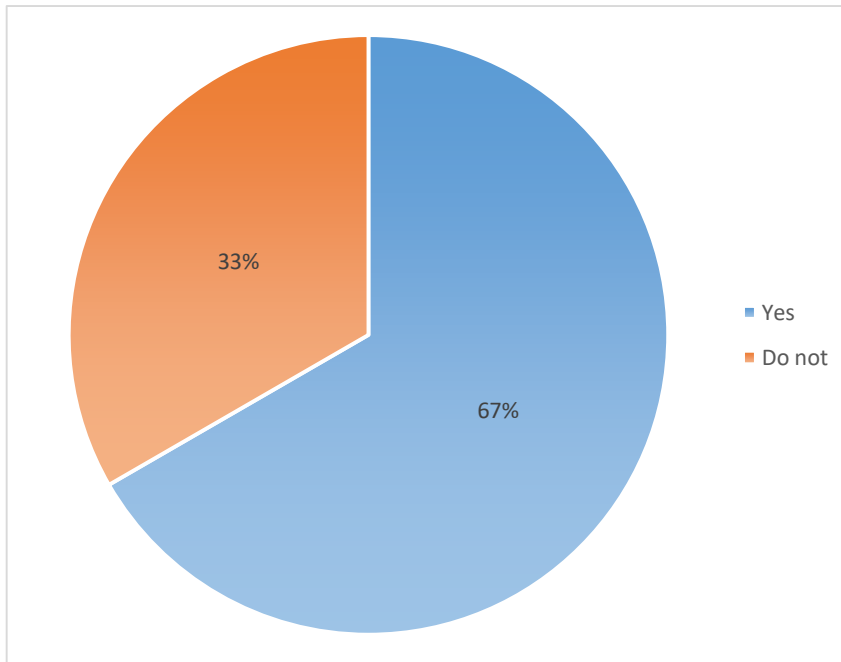


Figura 21 Porcentaje de empresas dispuestas a Comprar mango
Elaborado por: Fernando Muñoz

El grafico muestra que el 67% de las empresas importadoras comprarían el producto ecuatoriano

Anexo 9 ¿Qué medio de transporte usa para la importación de mango de Ecuador?

What means of transportation do you use to import from Ecuador?

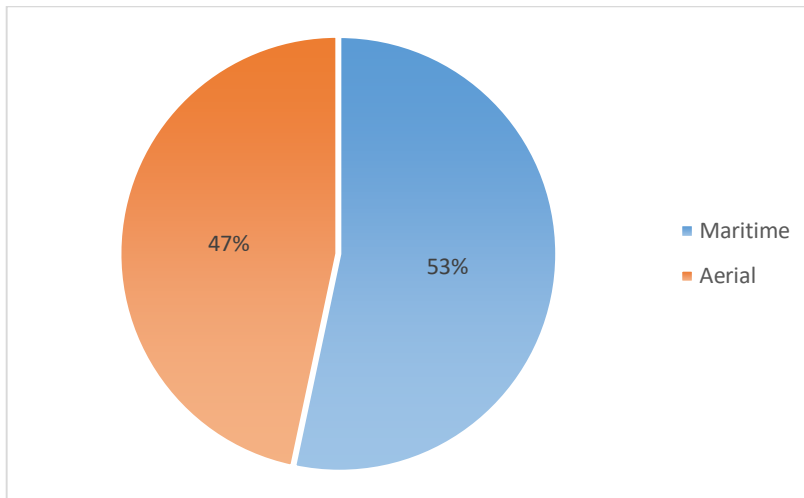


Figura 22 Tipo de transporte
Elaborado por: Fernando Muñoz

El grafico muestra que el transporte marítimo es más utilizado por los exportadores e importadores debido a que el costo es menor y se puede enviar mayor volumen de carga, pero esto depende de la durabilidad del producto, es así, que el grafico muestra que se utiliza en gran medida el modo de transporte aéreo debido a que la distancia a China es amplia.

Anexo 10 Certificado Fitosanitario



REPÚBLICA DEL ECUADOR
 MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA
 AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
 PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT

4

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador		A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of CHINA	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter 0		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee 0	
3. Lugar de origen / Place of origin GUAYAQUIL - GUAYAS		4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance MARÍTIMO	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry 0		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks 0	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages 0		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared 0	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants Mangifera indica			
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p><i>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</i></p>			
II. Declaración Adicional / Additional Declaration			
The consignment is in compliance with the requirements established by the protocol between China and Ecuador, and is free from the Chinese concerned pests.			
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment			
10. Fecha / Date lunes, 23 de noviembre de 2015		11. Tratamiento /Treatment HIDROTÉRMICO	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) N/A		13. Duración y temperatura Duration and temperature 90 MINUTOS	14. Concentración Concentration N/A
15. Información adicional /Additional information 0		Nombre y Funcionario Autorizado/Name of authorized officer	
Lugar de expedición Place of issue PUERTO MARÍTIMO GUAYAS		Firma / Signature X	
Fecha / Date 24 DE NOVIEMBRE DEL 2015			

Anexo 11 Roles de pago

Año 2019											
	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.200	1.200	14.400	375	1.200	600	0	1.361	1.606	18.181
Secretaria	1	500	500	6.000	375	500	250	0	567	669	7.794
Vendedor	1	550	550	6.600	375	550	275	0	624	736	8.536
Contador	1	600	600	7.200	375	600	300	0	680	803	9.278
PRODUCCIÓN	4	2.850	2.850	34.200	1.500	2.850	1.425	0	3.232	3.813	43.788
Obreros	5	400	2.000	24.000	1.875	2.000	1.000	0	2.268	2.676	31.551
	5	400	2.000	24.000	1.875	2.000	1.000	0	2.268	2.676	31.551

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Anexo Roles de pago

Año 2020											
	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.274	1.274	15.288	386	1.274	637	1.274	1.445	1.705	20.563
Secretaria	1	531	531	6.370	386	531	265	531	602	710	8.793
Vendedor	1	584	584	7.007	386	584	292	584	662	781	9.634
Contador	1	637	637	7.644	386	637	318	637	722	852	10.475
	2				772						
PRODUCCIÓN	6	3.026	3.026	36.309	2.316	3.026	1.513	3.026	3.431	4.048	49.466
Obreros	5	425	2.123	25.480	1.930	2.123	1.062	2.123	2.408	2.841	35.559
	5	425	2.123	25.480	1.930	2.123	1.062	2.123	2.408	2.841	35.559

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Año 2021											
	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.353	1.353	16.231	410	1.353	676	1.353	1.534	1.810	21.831
Secretaria	1	564	564	6.763	410	564	282	564	639	754	9.335
Vendedor	1	620	620	7.439	410	620	310	620	703	829	10.228
Contador	1	676	676	8.115	410	676	338	676	767	905	11.121
PRODUCCIÓN	4	3.212	3.212	38.548	1.639	3.212	1.606	3.212	3.643	4.298	52.516
Obreros	5	451	2.254	27.051	2.049	2.254	1.127	2.254	2.556	3.016	37.752
	5	451	2.254	27.051	2.049	2.254	1.127	2.254	2.556	3.016	37.752

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Año 2022	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U . Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.436	1.436	17.231	435	1.436	718	1.436	1.628	1.921	23.178
Secretaria	1	598	598	7.180	435	598	299	598	678	801	9.911
Vendedor	1	658	658	7.898	435	658	329	658	746	881	10.859
Contador	1	718	718	8.616	435	718	359	718	814	961	11.806
PRODUCCIÓN	4	3.410	3.410	40.924	1.740	3.410	1.705	3.410	3.867	4.563	55.754
Obreros	5	479	2.393	28.719	2.175	2.393	1.197	2.393	2.714	3.202	40.080
	5	479	2.393	28.719	2.175	2.393	1.197	2.393	2.714	3.202	40.080

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Año 2023	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U . Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.524	1.524	18.294	462	1.524	762	1.524	1.729	2.040	24.607
Secretaria	1	635	635	7.622	462	635	318	635	720	850	10.522
Vendedor	1	699	699	8.385	462	699	349	699	792	935	11.528
Contador	1	762	762	9.147	462	762	381	762	864	1.020	12.534
PRODUCCIÓN	4	3.621	3.621	43.448	1.848	3.621	1.810	3.621	4.106	4.844	59.192
Obreros	5	508	2.541	30.490	2.309	2.541	1.270	2.541	2.881	3.400	42.551
	5	508	2.541	30.490	2.309	2.541	1.270	2.541	2.881	3.400	42.551

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Año 2024	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U . Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (11,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente General	1	1.618	1.618	19.422	490	1.618	809	1.618	1.835	2.166	26.124
Secretaria	1	674	674	8.092	490	674	337	674	765	902	11.171
Vendedor	1	742	742	8.902	490	742	371	742	841	993	12.239
Contador	1	809	809	9.711	490	809	405	809	918	1.083	13.307
PRODUCCIÓN	4	3.844	3.844	46.127	1.962	3.844	1.922	3.844	4.359	5.143	62.841
Obreros	5	539	2.697	32.370	2.452	2.697	1.349	2.697	3.059	3.609	45.175
	5	539	2.697	32.370	2.452	2.697	1.349	2.697	3.059	3.609	45.175

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Anexo 12 Amortización de la deuda

Amortización de la Deuda	
Monto	54.226
Tasa Annual	10,21%
Tasa Mensual	0,0085
Plazo	36
Cuota	1755,08

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Fernando Muñoz

Anexo 7 Fotos de plantación de mango Asoprovalle



Figura Recolección de fruta

Autor: Fernando Muñoz



Figura Recolección de fruta

Autor: Fernando Muñoz



Figura Lavado de fruta
Autor: Fernando Muñoz



Figura Empaque de fruta
Autor: Fernando Muñoz

Valle del chota 4 de mayo del 2017

Señor:

Julio López

**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL DE LA UPEC**

Presente.-

Yo, CESAR ANTONIO LEÓN PEREZ, con cédula de ciudadanía 100201128-4, en calidad de secretario de la asociación ASOPROVALLE, con respecto al trabajo de titulación "Estudio de factibilidad para la exportación de mango variedad Tommy Adkins de la asociación Asoprovalle", el cual, el señor MUÑOZ CHILES LUIS FERNANDO, con cédula 040192843-7, se encuentra realizando como requisito para la obtención de su título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, me comprometo a entregar la información necesaria y relevante de las fincas a las cuales represento. en el momento que se considere conveniente y oportuno. para el desarrollo de su investigación.

Particular que informo para los fines pertinentes, pudiendo el interesado hacer uso del presente en sus trámites académicos respectivos.

Atentamente


CESAR ANTONIO LEÓN PEREZ

C.I. 100201128-4



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: LUIS FERNANDO MUÑOZ CHILES
NIVEL/PARALELO: EGRESADO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 040192843-7
PERIODO ACADÉMICO: OCT 2018 - FEB 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO VARIEDAD TOMMY ATKINS DE LA ASOCIACIÓN ASOPROVALLE DEL CANTÓN AMBUQUÍ PROVINCIA DE IMBABURA HACIA MERCADOS INTERNACIONALES"

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO
LECTOR: MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
ASESOR: MSC. MILENA DEL ROCÍO GUTIERREZ VILLARREAL

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 106

FECHA: martes, 19 de febrero de 2019

HORA: 11H00

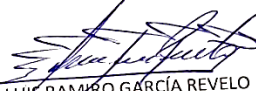
Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa:	4,90
2) Trabajo escrito	2,20
Nota final de PRE DEFENSA	7,10


Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el martes, 19 de febrero de 2019


MSC. LUIS RAMIRO GARCÍA REVELO
PRESIDENTE


MSC. MILENA DEL ROCÍO GUTIERREZ VILLARREAL
TUTOR


MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

