



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN COMERCIO EXTERIOR

TITULO

**PLAN DE EXPORTACIÓN DEL MANGO TOMMY ATKINS PARA LA
EMPRESA “FRUTALANDIA S.A.” AL ESTADO DE LOS ÁNGELES
CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

AUTORES

Solange Stephania Merino Laines

María Fernanda Najas Tandazo

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Ind. Ramón Pacheco Benavides, MAE.

Guayaquil, Mayo 2015

Agradecimientos

Agradezco de todo corazón a Dios por haberme permitido culminar mi carrera universitaria, con su bendición y mi esfuerzo pude cumplir mi objetivo.

Infinito agradecimiento a mis padres Rosendo Merino Carrillo y Glenda Laines Quintana que con sus enseñanzas, esfuerzo y con su ayuda tanto emocional como económica han hecho de mí la profesional que siempre han anhelado. A mis hermanos, mis abuelitas, mis tías por sus cariños y consejos demostré que con sacrificio y constancia se puede llegar a la meta cuando uno se propone.

Agradezco a mi compañera de tesis María Fernanda Najas por la paciencia, que pese a nuestras obligaciones en los trabajos se pudo culminar la tesis con dedicación y esfuerzo.

A nuestro tutor el Ing. Ramón Pacheco por su colaboración dedicada durante el proceso de la elaboración de esta tesis y me supo guiar para culminar exitosamente.

Solange Merino

Quiero comenzar agradeciéndole a Dios por haberme dado la oportunidad de llegar a la culminación de esta etapa de mi vida.

A mi madre por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida, desde que ingresé a la universidad, hasta la actualidad.

A la Ing. Eva Araujo y CPA Andrea Arce por darnos la oportunidad de ingresar a su empresa y colaborarnos con la información necesaria para el desarrollo de este trabajo.

A nuestro tutor, el Ing. Ramón Pacheco quien con mucha paciencia nos brindó su tiempo y dedicación para culminar el presente trabajo.

A todos muchas gracias.

Ma. Fernanda Najas

Dedicatoria

Dedico esta Tesis a Dios por ser mi motor ya que con su bendición pude realizar este proyecto.

A mis padres por ser mis pilares fundamentales, contando siempre con su apoyo, su guía y que a pesar de los momentos difíciles que han pasado confiaron en mí, y saber que podría cumplir este sueño por eso este logro es de ustedes.

A mi familia que me ayudaron a salir adelante y no me dejaron flaquear en los momentos difíciles de mi vida, brindándome siempre una sonrisa y darme esa fuerza de decir que si puedo. También se la dedico a mi novio Bryan Vargas González me apoyó en los momentos que más lo he necesitado para poder llegar a la meta.

Solange Merino

Dedico este trabajo de tesis primero a Dios y a mi querida madre Mónica Tandazo quien me dio la vida y me supo guiar por el buen camino, enseñándome lo bueno y lo malo, brindándome todo su amor y apoyo incondicional para no quebrantar y poder llegar a la meta.

A mis abuelos maternos Oscar Tandazo y Marina Ojeda, quienes estuvieron pendientes de mí desde que yo era una niña, hasta el día de hoy, sin ellos no hubiera llegado hasta donde estoy.

A mi hermana Estefanía Najas que ha sido un pilar fundamental en mi vida y un gran ejemplo de superación a seguir.

María Fernanda Najas

Declaratoria de Responsabilidad

Los conceptos, análisis y conclusiones expuestos en esta tesis, cuyo tema es PLAN DE EXPORTACIÓN DEL MANGO TOMMY ATKINS PARA LA EMPRESA “FRUTALANDIA S.A.” AL ESTADO DE LOS ÁNGELES CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA son de exclusiva responsabilidad de las autoras y el patrimonio intelectual le pertenece a la Universidad Politécnica Salesiana:

Guayaquil, Mayo del 2015.

F. _____
Solange Stephania Merino Laines
C.I. 0925873747

F. _____
Maria Fernanda Najas Tandazo
C.I. 0923557086

Índice de Contenido

Agradecimientos	ii
Dedicatoria	iii
Declaratoria de Responsabilidad.....	iv
Índice de Contenido	v
Índice de Ilustraciones.....	ix
Índices de Gráficos.....	x
Índices de Ecuaciones	xi
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Anexos	xii
Resumen.....	xiv
Abstract	xvi
Introducción	1
Capítulo 1.....	3
Planteamiento del problema.....	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Planteamiento del problema	4
1.3 Justificación.....	5
1.4 Delimitación	8
1.4.1. Temporal:	8
1.4.2. Académica:.....	8
1.4.3. Espacial:	8
1.5 Objetivo General	9
1.6 Objetivos Específicos	9
Capítulo 2.....	10
Marco Teórico	10
2.1 Historia del mango ecuatoriano.....	10

2.1.1.	Origen.....	10
2.1.2.	Definición.....	11
2.1.3.	Características	12
2.1.4.	Tipos de Mango.....	12
2.1.5.	Uso y beneficios	14
2.2	Descripción del proceso de producción del mango	16
2.2.1.	Cultivo.....	16
2.2.2.	Riego	17
2.2.3.	Cosecha	17
2.2.4.	Selección y Clasificación de la fruta.....	18
2.2.5.	Control de Calidad del producto	18
2.3	Importancia del Comercio Internacional	20
2.3.1.	Comercio Exterior en la economía ecuatoriana	20
2.3.2.	Situación actual de las exportaciones ecuatorianas.....	21
2.3.3.	Principales Exportadores Ecuatorianos de mango	24
2.3.4.	Principales países exportadores de mango.....	25
2.3.5.	Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos.....	26
2.4	Estudio de Mercados	28
2.4.1.	Análisis del Mercado Ecuatoriano	28
2.4.1.1.	Ubicación Geográfica.-	28
2.4.1.2.	Ecuador como país Agrícola	29
2.4.1.3.	Sectores Productivos del mango	30
2.4.1.4.	Consumo nacional e internacional del mango	31
2.4.1.5.	Entrevista a exportadores de mango	32
2.4.1.6.	Incremento de la oferta exportable de mango en los últimos 2 años.....	34
2.5	Análisis del mercado de Estados Unidos de América	35

2.5.1.	Generalidades	35
2.5.1.1.	Información Económica y General sobre Estados Unidos	38
2.5.1.2.	Entorno Político de Estados Unidos	39
2.5.2.	Demanda de Mango en Estados Unidos.....	41
2.5.3.	Análisis del mercado de Los Ángeles, California.....	43
2.5.3.1.	Territorio y Demografía	43
2.5.3.2.	Cultura y preferencias	45
2.5.3.3.	Competencia Local	46
2.6	Base Legal	46
2.7	Conservación, valor nutritivo y bondades del mango	54
2.8	Reseña institucional de la Compañía “FRUTALANDIA S.A.”	58
2.8.1.	Historia.....	58
2.8.2.	Misión	58
2.8.3.	Visión	58
2.8.4.	Objetivos	58
2.8.5.	Organigrama.....	60
2.8.6.	Política General.....	61
2.8.7.	Información General de su producto.....	61
2.8.8.	Proceso de Calidad.....	61
2.8.8.1.	Evaluación	61
2.8.8.2.	Almacenamiento	62
2.8.8.3.	Pre- Lavado.....	62
2.8.8.4.	Selección.....	62
2.8.8.5.	Cepillado y Lavado.....	62
2.8.8.6.	Empaque y embalaje.....	62
2.8.9.	Consumidores Actuales.....	62
Capítulo 3.....		64

Propuesta del Plan de Exportación para la empresa “Frutalandia S.A.” hacia los Estados Unidos estado de los Ángeles, California.....	64
3.1 Situación Actual de la empresa “Frutalandia S.A”.....	64
3.2 Diseño de cadena productiva de mango.....	66
3.3 Marketing Mix de Exportación.....	67
3.3.1. Producto.....	67
3.3.2. Precio.....	69
3.3.3. Plaza.....	70
3.3.4. Promoción de exportación.....	71
3.4 FODA de la Empresa “Frutalandia S.A.”.....	72
3.5 Aspectos cualitativos del mercado.....	73
3.5.1. Requisitos para entrar al mercado Estados Unidos.....	74
3.6 Aspectos sobre el proceso de exportación desde Ecuador hacia los Estados Unidos, Estado de los Ángeles California.....	75
3.6.1. Requisitos para ser exportador en la aduana.....	75
3.6.2. Trámite de exportación.....	80
3.6.2.1. Certificado Fitosanitario.....	82
3.6.2.2. Obtención del Certificado Fitosanitario.....	87
3.6.2.3. Agente afianzado de Aduana.....	88
3.6.2.4. Sistema Aduanero Ecuapass.....	88
3.7 Formas de Negociación.....	89
3.8 Condiciones de Pago.....	89
3.9 Negociación internacional.....	90
3.10 Medios de Transporte.....	91
3.11 Empaque, etiquetado y transporte de producto terminado.....	94
3.11.1. Empaque.....	94
3.11.2. Etiquetas.....	94
3.12 Logística, Transporte y Distribución.....	95

Capítulo 4.....	98
Estudio Financiero	98
4.1 Presupuesto de ingresos, costos y gastos.....	98
4.1.1. Presupuesto de ingresos	99
4.1.2. Presupuesto de costos.....	102
4.2 Estado de Resultados y situaciones financiera estimada.....	109
4.3 Estado de flujo Efectivo	110
4.4 Balance general	112
4.5 Punto de Equilibrio.....	113
4.6 Tasa interna de retorno (TIR)	114
4.7 Valor actual neto (VAN)	117
Conclusiones	118
Recomendaciones.....	119
Bibliografía	120
Anexos	123

Índice de Ilustraciones

Capítulo 1	
Ilustración 1. 1 Dirección Grupo Torres y Torres, Guayaquil.....	9
Capítulo 2	
Ilustración 2. 1 Mango Tommy Atkins.....	13
Ilustración 2. 2 Mango Haden.....	13
Ilustración 2. 3 Mango Kent.....	14
Ilustración 2. 4 Mango Keitt	14
Ilustración 2. 5 Ubicación de Ecuador en América Latina.....	28
Ilustración 2. 6 Mapa Político de Estados Unidos de América	36
Capítulo 3	
Ilustración 3. 1 Campaña “Come 5 veces al día para mejorar tu salud”	74
Ilustración 3. 2 Llave DE facturación Electrónica	77

Ilustración 3. 3 Instalación y Revisión de programas para uso del ECUAPASS.....	78
Ilustración 3. 4 Portal ECUAPASS.	78
Ilustración 3. 5 Solicitud de Uso del Portal ECUAPASS.	79
Ilustración 3. 6 Solicitud de Uso Representante.	79
Ilustración 3. 8 Opción Sistema Guía.	83
Ilustración 3. 9 Registro como OCE.	83
Ilustración 3. 10 Registro de Operador	84
Ilustración 3. 11 Registro de Operador.....	84
Ilustración 3. 12 Usuario Registrado.....	85
Ilustración 3. 13 RUC y Clave.	85
Ilustración 3. 14 Ubicación donde se encuentra la Matriz del Exportador.	86
Ilustración 3. 15 Medios de Transportación.	90
Ilustración 3. 16 Contenedor de 40 pies.....	92
Ilustración 3. 17 Empaque de Mango.	94
Ilustración 3. 18 Etiquetado del Mango.	95
Ilustración 3. 19 Manipulación de Contenedor en Aduana.....	97

Índices de Gráficos

Capítulo 1

Gráfico 1. 1 Principales 10 países proveedores de mangos a Estados Unidos, según el valor importado	6
--	---

Capítulo 2

Gráfico 2. 1 Total de mangos frescos consumidos (comprados) mensualmente en EE.UU. (estimación)	42
Gráfico 2. 2 Organigrama de “Frutalandia S.A.”	60

Capítulo 3

Gráfico 3. 1 Cadena Productiva de mango.....	66
Gráfico 3. 2 Mango Tommy Atkins	68
Gráfico 3. 3 Canales de Distribución	70
Gráfico 3. 4 Canales de Distribución para Mango	71

Capítulo 4

Gráfico 4. 1 Punto de Equilibrio	113
--	-----

Gráfico 4. 2 Flujo de Efectivo.....	115
-------------------------------------	-----

Índices de Ecuaciones

Capítulo 4

Ecuación 4. 1 Promedio de Cajas de fruta por Árbol.....	102
Ecuación 4. 2 Promedio Semillas requeridas por Caja de fruta.....	103
Ecuación 4. 3 Promedio Kg de Pesticida por Caja de Fruta	103
Ecuación 4. 4 Promedio Riego requerido por Caja de Fruta.....	103

Índice de Tablas

Capítulo 1

Tabla 1.1 Principales 10 países proveedores de Mangos y mangostanes, correspondiente a la sub-partida 0804.50 a Estados Unidos de América	7
---	---

Capítulo 2

Tabla 2. 1 Exportaciones por Productos 2012 - 2013	22
Tabla 2. 2 Exportaciones de frutas no tradicionales de Ecuador al Mundo	23
Tabla 2. 3 Principales Exportadores Ecuatorianos de Mango.....	24
Tabla 2. 4 Principales Exportadores de Mango.....	26
Tabla 2. 5 Producción de Frutas Exóticas.	30
Tabla 2. 6 Ranking de los 20 Estados más poblados de EE.UU.	37
Tabla 2. 7 Últimos 10 Presidentes de EE.UU.	40
Tabla 2. 8 El valor nutritivo del mango en 100g de parte comestible.....	55

Capítulo 4

Tabla 4. 1 Ventas “FRUTALANDIA S.A.” Unidades 2013.....	98
Tabla 4. 2 Ventas “FRUTALANDIA S.A.” Unidades 2014.....	98
Tabla 4. 3 Estimación de Precio de Venta	99
Tabla 4. 4 Ventas “FRUTALANDIA S.A.” Dólares 2014	99
Tabla 4. 5 Recuperación de Cartera	100
Tabla 4. 6 Detalle de Cobro a Clientes 2014.....	101
Tabla 4. 7 Detalle de Materia Prima y Materiales Directos	102
Tabla 4. 8 Costo de Materia Prima y Materiales Directos	103

Tabla 4. 9 Gastos Indirectos	104
Tabla 4. 10 Gastos de Exportación.....	104
Tabla 4. 11 Detalle Desglose de Gastos de Exportación.....	105
Tabla 4. 12 Mano de Obra Directa	105
Tabla 4. 13 Gastos Administrativos	106
Tabla 4. 14 Otros Gastos	106
Tabla 4. 15 Capitalización Extra	107
Tabla 4. 16 Cálculo para Crédito Bancario	107
Tabla 4. 17 Tabla de Amortización.....	107
Tabla 4. 18 Gastos Financieros	108
Tabla 4. 19 Costo de Producción.....	109
Tabla 4. 20 Estado de Resultados Proyectado 2014.....	110
Tabla 4. 21 Estado de Flujo de Efectivo	111
Tabla 4. 22 Balance General al 31-dic-2014.....	112
Tabla 4. 23 Punto de Equilibrio.....	113
Tabla 4. 24 Punto de Equilibrio (Detalle)	114
Tabla 4. 25 Flujo de Efectivo Neto	115
Tabla 4. 26 Tasa Interna de Retorno (Ponderación).....	116
Tabla 4. 27 Tasa Impositiva al Proyecto	117
Tabla 4. 28 Valor Actual Neto	117

Índice de Anexos

Anexo 1: Principales Exportadores de Mangos	123
Anexo 2: Flujo del Proceso	124
Anexo 3: Formato para Entrevistas.....	125
Anexo 4: Formato para validación de/los instrumento(s) de recolección de datos	127
Anexo 5 : Entrevista a “Frutalandia S.A.”, a la Econ. Isabel Vera Pin	132
Anexo 6: Entrevista a “Diana Navarro- Renesa S.A.”, a Diana Navarro	136
Anexo 7: Entrevista a “Somecet S.A.”, a la Ing. Carolina Falcones	139
Anexo 8: Formulario para obtener TOKEN	141
Anexo 9: Declaracion Aduanera de Exportacion DAE.....	143

Anexo 10: Factura comercial de “Frutalandia S.A.”	147
Anexo 11: Documento de Transporte Marítimo (Bill of Lading)	148
Anexo 12: Certificado de Registro de Operador.....	149
Anexo 13: Certificado Fitosanitario de Exportación	150
Anexo 14: Balance General al 31-dic-2013	151
Anexo 15: Estado de Resultados Año 2013	152
Anexo 16: Obreros	152
Anexo 17: Personal Administrativo	153
Anexo 18: Gastos	153



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: Plan de Exportación del mango Tommy Atkins para la empresa “Frutalandia S.A.” al Estado de Los Ángeles California, Estados Unidos de América.

Autores: Solange Stephania Merino Laines solangemerinol@hotmail.com
María Fernanda Najas Tandazo mfnajas@hotmail.com

Director: Ing. Ind. Ramón Darío Pacheco Benavides, MBA.
rpacheco@ups.edu.ec

Resumen

El objetivo de este estudio es demostrar la rentabilidad de un plan de exportación del mango Tommy Atkins a la ciudad de Los Ángeles, California en los Estados Unidos de América, para lo cual se ha requerido analizar los gustos y preferencia de los consumidores estadounidense, también se analiza la función de la empresa “Frutalandia S.A.”, su capacidad de producción y de introducción al mercado internacional, fundamentándose en el marco legal, siguiendo los lineamientos, normas internacionales que permiten el ingreso exitoso de este producto al mercado de Los Ángeles California, que abarca desde el registro de la persona natural o jurídica como exportador ante el Servicio Nacional de Aduanas (SENAE) y el Servicio de Rentas Internas (SRI), la obtención de un dispositivo llamado TOKEN requerido por la SENAE.

La información fue proporcionada por empresas exportadoras ecuatorianas de este producto en el país como son “Durexporta S.A.”, “Frutalandia S.A.”, “Diana Navarro-Renesa S.A.”, quienes dieron a conocer el proceso de producción del mango, su proceso logístico hasta que el producto es entregado al cliente final basándose en sus exigencias y requerimientos.

Se dará a conocer que la calidad del mango es considerado como ventaja competitiva más significativa para el mercado meta, a pesar de que los mangos provenientes de otros países cubren la mayor parte de la demanda del mercado al que se quiere incursionar.

El plan de exportación involucra análisis de variables tanto económicos como financieros, que permite conocer los niveles de rentabilidad y el periodo de recuperación de las inversiones a través de las ventas de las cajas de mango obteniendo una Tasa Interna de Retorno del 40.09%, manejando un término de negociación FOB (Franco a bordo) y logrando un margen de utilidad del 24%.

PALABRAS CLAVES

Rentabilidad, Producción, Exportación, Demanda, Mango, Mercado Internacional, Negociación.



Degree of Business Administration mention Foreign Trade

Topic: Export Plan Tommy Atkins mango for the company “Frutalandia S.A.” to the State of California Los Angeles, United States of America.

Authors: Solange Stephania Merino Laines solangemerinol@hotmail.com
María Fernanda Najas Tandazo mfnajas@hotmail.com

Director: Ing. Ind. Ramón Darío Pacheco Benavides, MBA.
rpacheco@ups.edu.ec

Abstract

The objective of this study is to demonstrate the profitability of an export plan of Tommy Atkins mango to the city of Los Angeles California in the United States, which it is required to analyze the tastes and preferences of American consumers, also analyzes the role of "Frutalandia SA" company, its production capacity and introduction to the international market, building on the legal framework, following the guidelines, international standards that allow the successful entry of this product to Los Angeles California market, which ranging from registration of the natural or legal person as an exporter to the National Customs Service (SENAE) and the Internal Revenue Service (SRI), obtaining a device called TOKEN required by SENAE.

The information was provided by Ecuadorian exporters of this product in the country such as "Durexporta S.A.", "Frutalandia S.A.", "Exofrut S.A." who got to know the

process of production of mango, logistical process until the product is delivered to final customers based on their needs and requirements.

It will be revealed that the quality of the mango is regarded as our most significant competitive advantage for the target market, despite the mangoes from other countries cover most of the market demand we want to introduce.

The export plan involves variables economic and financial analysis, allowing to know the levels of profitability and payback period of the investments through sales of mangoes boxes getting an Internal Rate of Return of 40.09%, managing a negotiation FOB (free on board) term and achieving a profit margin of 24%.

KEYWORDS:

Performance, Production, Export, Demand, Mango, International Market, Negotiation.

Introducción

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. La presente investigación tiene por objetivo planear y expandir este producto internacionalmente por medio de la empresa “Frutalandia S.A.”, logrando un crecimiento en el bienestar y economía de la empresa logrando que nuestro producto tenga fuerte presencia en el exterior.

Se han desarrollado cuatro capítulos en esta tesis con los que se pretende impulsar la exportación del mango a la ciudad de Los Ángeles en el estado de California de los Estados Unidos de América.

El capítulo uno contempla el planteamiento del problema, identificando el diagnóstico de la situación actual de la producción local de mango, planteando objetivos claros y específicos para llegar al siguiente paso que es la exportación.

Los fundamentos teóricos que ayudan a profundizar el entendimiento analizando los sectores productivos, la importancia del comercio internacional y realizando un estudio exhaustivo de mercado, utilizando mecanismos científicos para la investigación como la recolección de datos (entrevistas), son detallados en el capítulo dos.

El capítulo tres establece la propuesta para el plan de exportación y fundamentos legales para su promoción, determina los aspectos cualitativos del

mercado meta, proceso logístico a seguir para la exportación del mango, alineándonos dentro del marco legal.

El análisis financiero de la investigación, donde se definen los recursos y capacidad económica necesaria para la formulación de una propuesta de negocio de exportación de mango para el mercado estadounidense se muestran en el capítulo cuatro.

Capítulo 1.

Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes

El Ecuador es un país privilegiado por contar con variedad de recursos naturales y por este motivo se busca que no dependa únicamente de la venta del petróleo ya que se sabe que este último ha sostenido económicamente por años al país.

Durante mucho tiempo Ecuador se ha caracterizado por ser un país productor de banano, café y cacao, entre productos agrícolas. Sin embargo nuestro país también es rico en productos no tradicionales, como es el caso del mango, esta fruta por ser considerada exótica, ha tenido gran acogida en otros países como Estado Unidos, países bajos de Europa, entre otros.

El mango es una fruta exótica muy apetecida en varios países del mundo, pero su producción local hace que ganemos ventaja sobre la competencia, las cuales se destacan: contar con todos los requisitos sanitarios necesarios para su comercialización; poseer un clima propicio para la elaboración del mango gracias a una buena posición geográfica y a la existencia de microclimas que hacen que nuestra producción sea de excelente calidad y nuestro producto final sea aceptado internacionalmente.

Adicional, el mango por ser una fruta tropical rica en azúcares, de ella se pueden elaborar derivados como se detalla a continuación:

- Dulce de mango.

- Jalea de mango
- Jugo de pulpa de mango
- Néctar de mango
- Salsas de frutas con mango como ingredientes
- Coctel de frutas con mango como ingrediente
- Vino de mango
- Helados de mango
- Yogurt de mango como ingrediente

Existe en el mundo más de 500 variedades de mango comercialmente aprovechables. Por ser una fruta que se cultiva en casi todas las zonas tropicales y subtropicales del mundo, son muchos los países productores, lo que genera que el mercado sea muy competitivo. Sin embargo, no todos los países productores son exportadores, porque no todos cuentan con las variedades que más demanda el mercado internacional.

Las principales provincias productoras de mango son: Guayas, Manabí, El Oro y Los Ríos, que constituye la región costa del Ecuador donde se ha dado gran importancia a la producción de variedades de mango para su exportación. Desde el punto de vista nutritivo, el mango es fuente importante de vitaminas A y C.

1.2 Planteamiento del problema

El sector agro-exportador ecuatoriano actualmente se encuentra ante el reto de la apertura de los mercados internacionales, exigiendo a este sector, un trabajo de calidad, para poder ser competitivos y suplir la demanda de nuevos mercados.

Motivo por el cual los cultivos en frutas no tradicionales del Ecuador, se han esforzado a tal punto que nuestro producto sea reconocido por su calidad organoléptica¹.

¹ **Organoléptica:** Dícese de las propiedades de las sustancias orgánicas e inorgánicas (esp. las de los minerales) que pueden apreciarse por los sentidos.

Frutas como la papaya, el plátano, la piña y el mango son muy apetecidos en mercados norteamericanos y europeos, por ende se han convertido en una de las alternativas de mayor rentabilidad, con una tendencia creciente en exportación.

Según PROECUADOR, específicamente con respecto al mango, el país se ubica entre los 15 principales exportadores del producto. El 84% de la producción de mango es destinada a la exportación. (Proecuador, Proecuador) (Ver anexo 1)

En base a lo expuesto y siendo la agricultura uno de los sectores más importantes de la economía ecuatoriana, por dar ocupación al 38% de la población económicamente activa, además de cubrir las necesidades del consumo interno; es necesario llevar a cabo una actividad económica más dinámica para obtener mejores resultados

Por ello es vital para la empresa “Frutalandia S.A.” diseñar un plan de exportación para determinar la viabilidad de exportar mango a Los Ángeles, contando con una clara estrategia y planificación, y de esta manera expandirse hacia nuevos mercados internacionales.

De no hacerlo tal y cómo ha estado ocurriendo hasta el momento, la empresa corre un riesgo: aumentar, aún más la distancia que los separa de la competencia y limitar su producción.

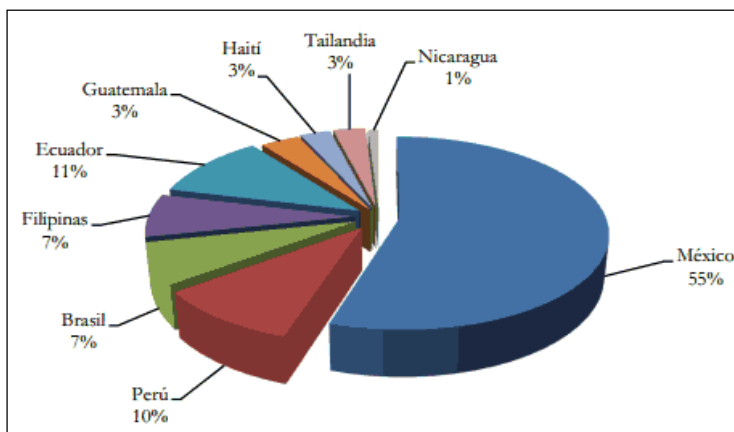
1.3 Justificación

La compañía “Frutalandia S.A.” fue constituida en el año 2009 dedicándose únicamente a la venta local al por mayor y menor de mango, teniendo sus propias instalaciones de cultivo en la parroquia Chongón, vía a la Costa.

“Frutalandia S.A.” inicia su actividad en el año 2013, como un ente exportador de mango procesado, que tiene como único cliente a la compañía “Tropical Specialists” localizado en Miami, Florida.

El Ecuador es un país que se destaca por la producción de frutas exóticas que se producen en casi todas las provincias; por lo tanto este proyecto tiene como finalidad diseñar un plan de exportación hacia el estado de Los Ángeles en Estados Unidos de América por medio de la empresa “Frutalandia S.A.” para mejorar e incrementar las exportaciones de frutas tropicales en la economía del país y ésta a su vez demostrará su competitividad frente a otros mercados que ofrecen el mismo producto como lo es México, Brasil, Perú, entre otros países.

Grafico 1. 1 Principales 10 países proveedores de mangos a Estados Unidos, según el valor importado



Fuente: ProEcuador

Al tener conocimiento de que existe una gran demanda de esta fruta, tal como lo muestra el recuadro anterior, en las cuales Ecuador tiene un 11% de participación en el mercado estadounidense con una tasa del 20.65 % de crecimiento anual, ante esta ventaja la empresa “Frutalandia S.A.” tiene la oportunidad de expandirse comercialmente hacia el estado de Los Ángeles, California.

La balanza comercial del Ecuador durante muchos años ha reflejado altas exportaciones de productos no tradicionales, ya que cuenta con factores naturales muy apropiados para la producción de los mismos. Es así que la variedad del clima y la tierra fértil que posee hace que se pueda competir con mercados internacionales y asumir la demanda actual y potencial en el mercado estadounidense.

Tabla 1.1 Principales 10 países proveedores de Mangos y mangostanes, correspondiente a la sub-partida 0804.50 a Estados Unidos de América

EXPORTADORES	VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (TCPA)*
	VALOR IMPORTADO EN 2008	VALOR IMPORTADO EN 2009	VALOR IMPORTADO EN 2010	VALOR IMPORTADO EN 2011	VALOR IMPORTADO EN 2012	VALOR IMPORTADO 2008-2012	
México	139,387	152,837	193,331	202,906	228,303	916,764	-
Perú	39,971	26,598	37,822	56,749	40,800	201,940	-
Brasil	32,62	28,083	30,297	31,688	28,574	151,262	-
Filipinas	32,006	25,957	24,179	38,073	30,142	150,357	-
Ecuador	21,59	30,295	23,642	28,935	45,064	149,526	20,65%
Guatemala	10,400	11,700	10,260	14,037	14,949	61,346	-
Haití	10,822	12,141	9,469	12,900	11,530	56,862	-
Tailandia	9,916	9,058	10,366	8,796	12,311	50,447	-
Nicaragua	2,275	2,284	2,030	3,163	4,001	13,753	15,43%
India	1,757	1,008	1,727	1,538	5,226	11,256	31,76%

Fuente: Proecuador

Elaborado por: Las autoras (2015)

Entre esta amplia gama de productos, actualmente el mercado internacional muestra mucho interés; por lo tanto se pueden crear excelentes posibilidades de inversión y además de comercialización de estas especies entre las cuales los más sobresalientes es el mango, fruta no tradicional en las exportaciones del país.

Durante la investigación se aplicarán los conocimientos adquiridos alrededor del período universitario, aportar con nuevas ideas y estrategias para la empresa “Frutalandia S.A.”, satisfaciendo la demanda aún no cubierta en el mercado estadounidense que se genera en ciertas temporadas altas, consiguiendo que la

misma sea considerada empresa productora, comercializadora y exportadora líder en el mercado internacional.

Por último, cabe recalcar que durante los estudios de la carrera, se ha llegado a comprender que para llegar a la meta se debe perder el miedo y descubrir nuevos métodos para poder comercializar el producto y convertirlo en un bien de calidad y poner el nombre del Ecuador en alto. Es así que el presente tema parte de elaborar un plan de exportación, también aumentará las ofertas de trabajo; para contribuir equitativamente con la economía del país y el desarrollo del mismo.

1.4 Delimitación

1.4.1. Temporal:

El tiempo de desarrollo de la investigación es de aproximadamente 6 meses a partir de la presentación del anteproyecto y su respectiva defensa.

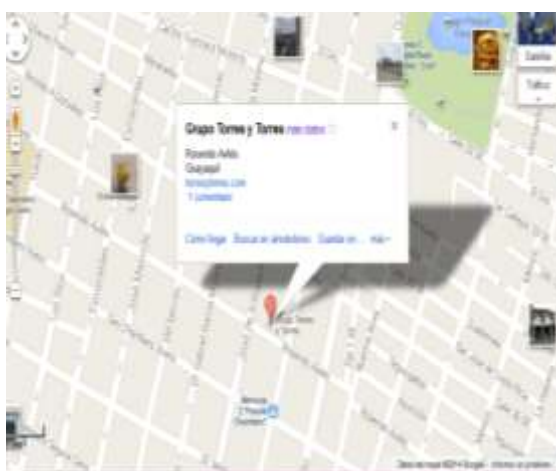
1.4.2. Académica:

En lo que al ámbito académico se refiere, este trabajo será realizado en base a los conocimientos adquiridos en el área Administrativa especializada en Comercio Exterior.

1.4.3. Espacial:

El presente proyecto será aplicable a la empresa “Frutalandia S.A.” en el año 2014, la misma que se encuentra localizada en la parroquia Chongón vía a la Costa, sin embargo su actividad financiera, contable y comercial opera en Rosendo Avilés #1318 y José de Antepara, edificio “Torres y Torres TTADAD” y en la cual se concentran la dirección y alineamientos de toda la compañía.

Ilustración 1. 1 Dirección Grupo Torres y Torres, Guayaquil



Fuente: Google Map

1.5 Objetivo General

Diseñar un plan de exportación y comercialización del mango Tommy Atkins, para el mercado de Los Ángeles, California de los Estados Unidos de América.

1.6 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación del mercado ecuatoriano en la producción del mango Tommy Atkins.
- Identificar en el mercado meta: características culturales, el comportamiento del consumidor, las restricciones legales, determinar el precio de exportación, plaza, promoción y presentación más adecuada para el producto.
- Determinar las normas, requerimientos y especificaciones del producto y el proceso logístico más conveniente para la exportación del mango Tommy Atkins.
- Establecer un análisis de factibilidad financiera para la exportación del mango Tommy Atkins.

Capítulo 2.

Marco Teórico

2.1 Historia del mango ecuatoriano

En 1980 inicia el cultivo de mango en el Ecuador, considerado por su sabor exótico como una de las frutas más finas del mundo, y conocida por estadounidenses, europeos y japoneses como la “manzana del trópico” (Proecuador, Proecuador.com).

2.1.1. Origen

El mango es nativo del Sudeste Asiático, sobre todo Birmania e India Oriental siendo un objeto de gran veneración. En el siglo XVI los portugueses introdujeron la fruta en Sudamérica.

Se introdujeron mangos en California (Santa Bárbara) en 1880. Las principales razas del mango son de la India y Filipinas.

El mundo occidental se relacionó con el mango e inicio su actual distribución mundial con la apertura, por los portugueses, de las rutas marítimas hacia el Lejano Oriente, al principio del siglo XVI.

En cuanto al cultivo de mango en el Ecuador, si bien este es ancestral en la costa (especialmente conocido como el “mango de chupar”), solamente desde hace unos quince años los empresarios ecuatorianos han incursionado en la siembra del mango de variedades de exportación provenientes de la Florida para los mercados internacionales.

Cabe recalcar que en 1991, la empresa “Durexporta S.A.” fue la primera empresa procesadora de mango en Ecuador que desarrolló esta fruta a través del sistema de Tratamiento Hidrotérmico y posteriormente dio inicio a la exportación de sus productos a Estados Unidos. Una de las fortalezas de esta empresa es que forma parte de un grupo que controla la producción de mangos, con un total de 1,100 hectáreas, cuya producción representa el 90% del total del proceso de la planta. Esto permite mantener un estricto control de calidad desde las plantaciones, hasta que el cargamento llegue al contenedor.

Apreciada por sus clientes por su avanzada tecnología y su altamente eficiente servicio, “Durexporta S.A.” ha sido capaz en los últimos 15 años de mantener su liderazgo en la producción, empaque y mercadeo de mangos en el Ecuador.

La planta de “Durexporta S.A.” tiene una capacidad instalada para procesar 5 millones de cajas de mangos cada temporada; esto representa el 45% del total de exportaciones del negocio del mango del Ecuador.

Cada año la compañía exporta el 70% del total de su producción a los Estados Unidos. El restante 30% de la producción de mango es exportado a Europa, Canadá, Nueva Zelanda, México y Chile. (Ecuador)

2.1.2. Definición

“*Manguifera Indica*”, llamado comúnmente mango o melocotón de los trópicos. El mango es una fruta de la Zona Intertropical de pulpa carnosa y dulce. Se trata de un árbol de hoja perenne que puede llegar a alcanzar los 20 metros de altura, aunque normalmente mide la mitad fuera de su lugar de origen. Pertenece a la familia de las Anacardiáceas, en la que se encuentran plantas con frutos tan conocidas como los anacardos (*Anacardium occidentale*) o los pistachos (*Pistacia Vera*).

2.1.3. Características

El mango es una fruta jugosa y pulposa cuyo contenido nutricional está dado por grandes cantidades de magnesio y en provitaminas A y C; de igual modo cuenta con altas concentraciones de hidratos de carbono, lo cual la convierte en una alta fuente de calorías.

Entre las principales características del mango, destaca su buen sabor. Dicha pulpa puede ser o no fibrosa, siendo la variedad llamada mango de hilacha la que mayor cantidad de fibra contiene. Es una fruta normalmente de color verde en un principio, y amarillo, naranja e incluso rojo-granate cuando está madura, de sabor medianamente ácido cuando no ha madurado completamente.

Es de color amarillo, más pequeño que las variedades de injerto, de sabor exquisito y muy dulce, tanto el mango “bocao” como el de hilacha. Su época de cosecha presenta un pico o máximo en el mes de mayo en las latitudes subecuatoriales del hemisferio norte, lo cual resulta paradójico, ya que en este mes es cuando se inician las lluvias en estos lugares, por lo que toda la maduración de los frutos se produce en los meses de mayor sequía. También el sabor es muy diferente entre una variedad y otra. Por ejemplo, una variedad de mango de gran tamaño tiene un sabor y olor similares al del melocotón en almíbar, aunque con una textura menos hidratada (mango melocotón).

2.1.4. Tipos de Mango

Existe una gran variedad de mangos, llegándose a decir que solamente en la India hay más de mil; entre las principales tenemos: el “Apple”, “Carabao”, “Irwin”, “Tommy Atkins”, “Manila”, “Haden”, “Parkings”, “Manga Rosa”, “Kent”, “Ataulfo”, “Camboyana”, “Mabruka”, “Sensación”, “Pairi”, “Keitt”, “Julie”, “Zill” y “Alfonso”.

De los cuales en nuestra localidad se dan las variedades “Tommy Atkins”, “Haden”, “Keit” y “Kent”; mismos que se describen ampliamente a continuación:

- **Tommy Atkins:** Es originaria de la Florida, supuestamente del Haden. Es una fruta de 13 cm de largo y 450 a 700 gramos de peso, con forma ovoide a casi redonda, color con base morado a rojizo, bastante resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra, tiene buen sabor y de pulpa jugosa.

Ilustración 2. 1 Mango Tommy Atkins



Fuente: MangoEcuador.org

- **Haden:** Es una de las más antiguas de Florida, que se originó de la variedad “Mulgoba”. Es una fruta grande de 14 cm. de largo y 400 a 600 gramos de peso, de forma ovoide, redondeada con fondo de color amarillo, sobre color rojizo con numerosas lenticelas de color blanco. La pulpa es jugosa, casi sin fibra con sabor ligeramente ácido y de buena calidad.

Ilustración 2. 2 Mango Haden



Fuente: MangoEcuador.org

- **Kent:** Se originó de la variedad “Brooks”, la que a su vez provino de la variedad “Sandersha”. Es una fruta grande que llega a 13 cm o más de longitud, con un peso promedio de 680 gramos. Tiene una forma ovoide, más bien llena y redondeada con color base verde amarillento y sobre color rojo oscuro, numerosas lenticelas pequeñas y amarillas, Además, tiene pulpa jugosa, sin fibra, rica en dulce y calidad de muy buena a excelente.

Ilustración 2. 3 Mango Kent



Fuente: MangoEcuador.org

- **Keitt:** Se originó de una semilla de “Mulgoba”, alrededor de 1.929 en Florida. La fruta crece hasta 12 cm. y pesa de 600 a 700 gramos, su forma es ovalada, con color base amarillo con numerosas lenticelas pequeñas, la pulpa es jugosa y dulce.

Ilustración 2. 4 Mango Keitt



Fuente: MangoEcuador.org

2.1.5. Uso y beneficios

Uso

El árbol de mango, conocido esencialmente por su fruto, luego de su fase de cosecha, es posible utilizarlo como materia prima para la fabricación de instrumentos musicales como “ukeleles²” laminados y muebles.

² El **ukelele** es un instrumento de cuatro cuerdas pulsadas, utilizado como instrumento principal en la música de las islas Hawái, Tahití y la Isla de Pascua, aunque originalmente tenía cinco cuerdas.

El mango Kent, se puede usar como vegetal en las comidas para aquellas personas que desean mantener el peso deseado y la eliminación de azúcar.

En la India suelen secar el mango Kent para obtener un polvo llamado “Anchur” el cual es empleado para darle un toque ácido a los vegetales. El “Anchur” también se usa en medicamentos e infusiones de belleza.

Cabe destacar que de la semilla del mango se puede extraer la manteca de mango que es utilizada para la creación de cosméticos de belleza como: cremas, jabones, exfoliantes que ayudan a suavizar la piel.

Beneficios

Según la Federación de Sociedades Americanas para Biología Experimental (FASEB) indican que el mango brinda algunos beneficios, estos son:

- Comer mango todos los días puede ayudar a moderar e incluso reducir los niveles de azúcar en la sangre a pesar de su contenido natural de azúcar.
- Reduce la inflamación y el colesterol alto.
- Previene el desarrollo de enfermedades cardiovasculares.
- Evita el cáncer.
- Los compuestos del mango eliminan las células cancerígenas normales y no afectan las células normales.
- Reduce el riesgo del asma.
- Protege a los ojos que evita la degeneración macular asociada a la edad.
- El mango contiene vitamina K que mejora el proceso de absorción de calcio para los huesos.
- El mango es un excelente aliado contra el estreñimiento ya que debido a su contenido en fibra y agua promueve la regularidad del movimiento intestinal.

- Consumir esta fruta beneficia el aspecto del cabello ya que contiene vitamina A que estimula la producción del sebo que mantiene el cabello hidratado y estimula su crecimiento.

2.2 Descripción del proceso de producción del mango

En el caso del mango “Tommy Atkins” específicamente, el proceso productivo se basa en el cultivo y cosecha del fruto.

2.2.1. Cultivo

Para entender las fases del cultivo y cosecha del mango, es indispensable saber los factores que condicionan a las mismas:

- **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 prospera muy bien en un clima donde la temperatura anual se mantenga de 20 a 25°C.
- **Abonado:** La potasa³ es el elemento al que mejor ha respondido el árbol, siendo, por tanto, el que en mayor producción debe entrar en la fórmula del abonado.

Un árbol en plena producción responde muy bien a la siguiente aplicación del abono: 2500 gramos de sulfato de potasio, y 1500 gramos de superfosfato de cal, añadidos al terreno en una sola aplicación, preferible en el mes de Noviembre. Debe procurarse distribuirlo bajo la copa del árbol, removiéndolo y mezclándolo bien con la tierra.

³ **Potasa:** Hidróxido de potasio que es sólido y de color blanco

Para implantar el cultivo del mango “Tommy Atkins” el terreno elegido debe tener buen drenaje. Antes de plantar deben abrirse unos hoyos de unos 80cm de anchura y profundidad, debe estercolarse y abonarse ligeramente y regar con frecuencia durante los primeros días de la plantación y deben colocársele sombrajos. “Frutalandia S.A.” inicia su periodo de cultivo de Octubre a Diciembre. (Sergent, 1999)

2.2.2. Riego

Los riegos deben ser periódicos. Los más abundantes deben darse cuando los capullos van a abrir hasta varias semanas después de la madurez. Mientras la fruta aumenta de tamaño debe regarse una vez cada quince días y se puede dejar de regar al acercarse la madurez. (Sergent, 1999)

2.2.3. Cosecha

Una vez que el mango ha adquirido el tamaño adecuado debe procederse a la recolección. Lo más adecuado en este caso es recolectar la fruta a mano, procurando siempre cortar el fruto con un poco de pedúnculo⁴ ya que haciéndose al ras se derramaría savia⁵, lo que después contribuiría a que la fruta se arrugara y depreciara y por ende perdería su valor.

La fruta antes de ser almacenada debe recibir un pre-tratamiento que consiste en seleccionar y lavar con agua caliente para eliminar posibles infecciones de antracnosis⁶. Los mangos se sumergen durante cinco minutos en agua caliente a una temperatura que no debe superar los 52°C. Luego deben ser enfriados y puestos en agua, tratados con fungicidas y bactericidas para reducir el ataque de enfermedades que provoque la infección a la fruta, para luego ser transportado al país de destino.

⁴ **Pedúnculo:** Tallo de una hoja o fruto por el que se une al tallo de una planta.

⁵ **Savia:** Resina líquido espeso que circula por las plantas y que sirve para nutrir las

⁶ **Antracnosis:** Síntoma de enfermedad de las plantas de zonas calurosas y húmedas, causada por un hongo que se manifiesta por manchas oscuras.

La temperatura óptima del almacenamiento puede ser de 12 a 14°C y humedad relativa al 90% y se conserva dos semanas sin descomponerse. (Sergent, 1999)

2.2.4. 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. (Sergent, 1999)

2.2.5. Control de Calidad del producto

La calidad del producto que se va a exportar es vital, ya que si se desea posicionar internacionalmente, se deben regir bajo estrictas normas de calidad e higiene. (Ver Anexo 2).

- **Vestimenta del personal.-**

El personal debe estar equipado con delantales que protejan al producto, para evitar posibles contaminaciones con microorganismos; deben poseer vestimenta de color blanco para detectar fácilmente la suciedad y mantener constantemente altísimos índices de higiene. La selección del material de cosecha se lo hace con guantes de látex.

- **Lavado.-**

Se coloca la fruta en fajas transportadoras donde es sometida a lavado con duchas de aspersión con agua clorada, a fin de reducir la carga microbiana, y eliminar

impurezas y suciedades del fruto. Después del lavado con agua clorada se procede a lavar con agua potable del tubo para eliminar cualquier residuo de cloro que pudiera haber quedado.

- **Tratamiento Térmico.-**

Se lo realiza en piscinas de agua caliente o con rociadores de vapor de por lo menos 70°C con un tiempo mínimo de 10 minutos.

- **Temporización.-**

Esta operación se realiza para bajar la temperatura de la fruta y puede ser al medio ambiente (7 horas en promedio), con duchas de agua fría, por inmersión en tinas de agua helada.

- **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.

El mango que aun esta verde puede refrigerarse para retrasar su maduración; se mantiene en óptimas condiciones hasta 27 días si se somete a temperaturas de 8°C. Si desea que madure, debe dejarse a temperatura ambiente para que alcance el punto de sabor deseado, a partir de lo cual se ha de consumir en un plazo máximo de 5 días. (Sergent, 1999)

2.3 Importancia del Comercio Internacional

Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones). (Caballero Miguez Iria, 2006)

La mayoría de países en el mundo, han desarrollado múltiples relaciones comerciales, económicas y culturales a tal punto que ya no se puede hablar tan solo de intercambio de bienes o comercio internacional, sino de programas de integración a nivel mundial.

La importancia del comercio internacional, es que plantea el estudio de los problemas de la economía internacional que proyectan las transacciones de intercambios comerciales, por ende es vital vincular la economía a nivel mundial versus los factores de los negocios internacionales.

2.3.1. Comercio Exterior en la economía ecuatoriana

Históricamente, el Ecuador ha sido un país agroexportador que ha tenido una participación firme en las exportaciones de productos no tradicionales como el cacao, banano entre otros, pero a su vez ha dependido económicamente de las importaciones para la obtención de bienes industriales y atender la demanda nacional.

Sin embargo, el petróleo cumple una función muy importante en la economía del país, ya que en la década de los setenta, la aplicación de una política de sustitución de importaciones impulsada por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), dieron como resultado un giro radical en la composición del Comercio Exterior Ecuatoriano a partir de este periodo.

En la década de los noventa, como resultado de una política de apertura comercial, el crecimiento de las exportaciones de productos no tradicionales, es decir banano, café, cacao y sus elaborados fue muy relevante y se pudo materializar con los esfuerzos realizados por liberalizar el libre comercio.

Efectivamente, la economía nacional es extremadamente sensible a la variación del precio internacional del petróleo, que representa alrededor del 40% de las exportaciones totales.

En definitiva, las exportaciones ecuatorianas representan aproximadamente el 20% del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, y entre ellas las exportaciones petroleras significan, por tanto, alrededor del 8% del PIB. Las importaciones, por su parte, han fluctuado entre 15% y 20% del PIB. En consecuencia, el grado de apertura de la economía ecuatoriana, medido como participación del comercio exterior en el PIB, parece relativamente elevado comparado con otros países no petroleros. (Leiva, 2005)

Según PROECUADOR, las exportaciones no tradicionales ecuatorianas han tenido una importante evolución en los últimos años, entre ellos: papaya, limón, maracuyá y pitahaya. Las ventas de mango sumaron 35 millones de dólares, entre el período septiembre del 2013 y enero del 2014, siendo sus principales destinos Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.

2.3.2. Situación actual de las exportaciones ecuatorianas.

Las exportaciones totales del Ecuador, desde enero hasta septiembre del 2013, sumaron USD 18.163 millones.

Las exportaciones primarias sumarían cerca de USD 19.600 millones, significarían el 80% de las totales y tendrían un crecimiento de USD 1.200 millones; en tanto que las exportaciones de productos industrializados se acercarían a los USD 4.800 millones, representarían el 20% de las totales y serían inferiores en USD 600 millones a las del año 2013. Esto indica que el país no solo sigue dependiendo de las exportaciones primarias y del petróleo crudo, sino que ha incrementado esa dependencia, mientras el gobierno señala que su intención es multiplicar productos de exportación, exportadores y países de destino, sin lograrlo, por sus políticas erradas de relaciones internacionales y de tipo macroeconómico, que la acción esforzada del Ministro de Comercio Exterior y de algunos empresarios no puede neutralizar.

Tabla 2. 1 Exportaciones por Productos 2012 - 2013

Ecuador: Exportaciones por productos 2012-2013					
PRODUCTOS	2012	ENE- SEP 12	ENE – SEP 13	2013	%
EXPORTAC. PRIMARIAS	18.376.856	14.093.742	15.012.959	19.575.424	80,3
PETRÓLEO CRUDO	12.711.229	9.853.599	10.189.807	13.144.940	53,9
BANANO	2.078.402	1.575.877	1.767.581	2.331.237	9,6
CAMARÓN	1.278.399	966.065	1.231.925	1.630.212	6,7
FLORES NATURALES	713.502	463.793	634.799	976.579	4
OTRAS EXPORT. PRIMAR.	1.595.324	1.234.408	1.188.847	1.492.456	7,6
EXPORTAC. INDUSTRIALES	5.387.906	4.069.780	3.617.550	4.789.207	19,7
DERIVADOS DE PETRÓLEO	1.080.729	923.868	518.471	606.501	2,5
OTROS PRODUCTOS MAR	1.147.090	819.669	1.110.471	1.554.054	6,4
QUÍMICOS Y FÁRMACOS	254.139	203.725	140.151	174.833	0,7
MANUFACT. METÁLICAS	896.515	611.458	411.133	602.800	2,5
OTRAS EXPORT. INDUSTR.	2.009.433	1.511.060	1.437.324	1.851.019	7,6
EXPORTAC. TOTAL	23.764.762	18.163.521	18.630.509	24.375.759	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras (2015)

En cuanto a la situación de las exportaciones de frutas no tradicionales cultivadas en Ecuador en el periodo Enero-Julio del 2012, ha tenido una participación muy destacada en lo que concierne a la exportación de piñas, representando el 65%, seguido de mangos y mangostanes⁷ con el 17% y papayas con el 11%, las demás frutas exportadas fluctúan entre el 0 y 2%.

Tabla 2. 2 Exportaciones de frutas no tradicionales de Ecuador al Mundo

Exportaciones de frutas no tradicionales de Ecuador al mundo			
Valores en FOB miles USD			
PARTIDA	DESCRIPCION	2012 ENE-JUL	Partic.2012
0804.30.00.00	Piñas (Ananás)	17997	65%
0804.50.20.00	Mangos y Mangostanes	4561	17%
0807.20.00.00	Papayas	3119	11%
0805.10.00.00	Naranjas	442	2%
0805.20.10.00	Mandarinas (Incluidas las tangerinas y satsumas)	53	0%
0805.50.10.00	Limones (Citrus limón)	398	1%
0810.90.10.00	Granadilla, maracuyá (parchita) y demás frutas de la pasión (Passiflora spp.)	316	1%
0810.90.40.00	Pitahayas (Cereus SPP)	181	1%
0805.50.21.00	Limón sutil, limón común, limón criollo	173	1%
0807.11.00.00	Sandías	3	0%
0810.90.30.00	Tomate de árbol (lima tomate, Tamarillo)	49	0%
0810.50.00.00	Kiwis	72	0%
0810.90.20.00	Chirimoya, Guanábana y demás anonas	9	0%
0810.10.00.00	Fresas (frutillas)	27	0%
0807.19.00.00	Los demás melones frescos	53	0%
0805.90.00.00	Los demás agrios frescos o secos	16	0%
0805.50.22.00	Lima Tahití	80	0%
0810.20.00.00	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras- frambuesas	20	0%
0804.50.10.00	Guayabas	5	0%
0805.20.90.00	Las demás mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares de agrios.	2	0%
TOTAL		27576	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Las Autoras (2015)

⁷ Árbol frondoso de madera oscura, hojas ovaladas y perennes, grandes flores que crecen en racimos y fruto redondo y comestible; crece en zonas tropicales del sudeste asiático.

2.3.3. Principales Exportadores Ecuatorianos de mango

En el siguiente cuadro se detallan los principales exportadores ecuatorianos de mango que de acuerdo a sus operaciones del 2011 y hasta el mes de Julio del 2012, ocupan los primeros lugares:

Tabla 2. 3 Principales Exportadores Ecuatorianos de Mango

NOMBRE DE LA EMPRESA	SECTOR DE PRODUCCION	TIPO DE MANGO
Grupo Agriproduct S.A.	Daule	Tommy Atkins Kent Haden Ataulfo
Agrícola Santa María S.A. Ariegra	Duran-Tambo	Tommy Atkins Kent Ataulfo
Agrícola Victoriosa S.A Agrivicsa	Vía Palestina - Vinces	Tommy Atkins Kent
Blix S.A	Vía Palestina - Vinces	Tommy Atkins Kent Ataulfo
Industrial Sta. Priscilla Planta Bresson	Samborondón	Tommy Atkins Kent Keith Ataulfo
Exportaciones Durexporta S.A.	Daule	Tommy Atkins Kent Haden Ataulfo
Exofrut	Vía a la Costa- Limoncito	Tommy Atkins Kent Haden Ataulfo
Hacienda EspecialCorp	Vía a la Costa-Cerecita	Tommy Atkins Kent
Pilot S.A.	Duran-Tambo	Tommy Atkins Kent Haden
Pivano S.A.	Vía Palestina- Balzar	Tommy Atkins Kent Keith
Refin S.A.	Samborondón	Tommy Atkins Kent Haden Ataulfo Keith

Renesa	Vía Guayas- Manabí- Pedro Carbo	Tommy Atkins Kent Haden
Ricaberto S.A.	Vía a la Costa- Recinto Safando	Tommy Atkins Kent Ataulfo
Sembríos de Exportación SembriExport S.A.	Vía Guayas- Manabí- Pedro Carbo	Tommy Atkins Haden Ataulfo
Plantein S.A.	Pueblo Viejo- Prov. De Los Ríos	Tommy Atkins Haden Ataulfo

Fuente: Proecuador y Fundación Mango Ecuador

Elaborado por: Las Autoras (2015)

Actualmente, en el mercado Ecuatoriano existen 41 empresas que producen mango para su comercialización y exportación a diferentes destinos del mundo, ya que con ayuda del gobierno se está incentivando la producción nacional para ser reconocidos mundialmente por la calidad de los productos agrícolas.

2.3.4. Principales países exportadores de mango

Los principales exportadores de mango en el mundo están liderados por México con una participación en el 2011 de 16%, seguido de Países Bajos (Holanda) con 13%, Brasil con 11%, Perú con 9%, entre otros países con porcentajes menores.

Mientras que Ecuador ocupa la posición No. 14 en el mundo como exportador de esta fruta, con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 3% y con un participación en el 2011 del 2% sobre el total. (Proecuador, 2012)

Tabla 2. 4 Principales Exportadores de Mango

Principales Exportadores Mundiales de Mango (0804.50)							
Valor en Miles USD							
Exportadores	2007	2008	2009	2010	2011	TCPA 2007-2011	% Partic. 2011
México	118,869	111,214	136,942	163,479	205,653	15%	16%
Países Bajos (Holanda)	118,067	150,413	124,738	152,675	166,108	9%	13%
Brasil	90,102	119,122	97,686	119,645	141,210	12%	11%
Perú	63,360	64,129	70,930	89,334	115,333	16%	9%
Tailandia	34,231	37,368	71,410	80,366	96,345	30%	7%
Filipinas	38,770	27,055	24,897	43,817	96,191	26%	7%
Pakistán	29,280	26,787	33,179	28,402	44,732	11%	3%
Hong Kong (China)	38,450	45,266	85,727	59,435	41,047	2%	3%
España	11,939	13,726	18,081	21,668	31,708	28%	2%
Egipto		16,289	29,979	32,552	27,221		2%
Israel	21,742	0	16,764	16,097	26,394	5%	2%
Bélgica	45,495	27,362	29,623	22,505	26,072	-13%	2%
Estados Unidos de América	17,065	17,512	14,926	19,370	24,411	9%	2%
Ecuador	21,491	15,608	22,622	18,100	23,728	3%	2%
Alemania	10,258	15,071	11,469	17,093	18,941	17%	1%
Demás Países	357,223	390,840	369,147	407,802	209,470	-12%	16%
Mundo	1,016,342	1,077,762	1,158,120	1,292,340	1,294,564	6%	100%

Fuente: Proecuador

2.3.5. Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

Los Estados Unidos y Ecuador disfrutaron de una fuerte y creciente relación comercial, tanto así que pese a los roces a nivel político y discrepancias, estas naciones demuestran que los vínculos son más fuertes y su mantenimiento una verdadera necesidad para ambos países.

Estados Unidos reconoció al Ecuador como estado independiente en 1832 y en 1839 se firmó un primer acuerdo diplomático llamado “Tratado de Paz, Amistad, Navegación y Comercio”, las relaciones se cimentaron firmemente en gran parte sobre el comercio hasta la actualidad.

Existen intereses compartidos ya que el Ecuador es socio en la lucha contra la trata de personas, el narcotráfico y crimen organizado ya que para ambos países es un fenómeno que se desea erradicar. También otro campo que trabajan juntas estas dos naciones, es fomentar las oportunidades educativas y la enseñanza del idioma inglés.

Otra área de cooperación, es el desarrollo de proyectos en temas como: infraestructura, protección al medio ambiente, apoyo a personas con discapacidad y fomento de pequeñas empresas. Este esfuerzo es liderado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, que ha tenido presencia en Ecuador por más de 52 años trabajando conjuntamente con el Ministerio de Medio Ambiente y la Prefectura del Guayas. A través de USAID, los Estados Unidos ha invertido millones de dólares en proyectos de desarrollo económico en el Ecuador donde se ha enfocado en las áreas de infraestructura, salud y educación impulsando el crecimiento económico en la Costa Ecuatoriana.

Cabe destacar que, Ecuador es el segundo proveedor latinoamericano de productos de pesca, el quinto proveedor regional de petróleo, y el noveno en productos agrícolas, dando lugar a que las relaciones bilaterales sean más que esenciales para mantener un desarrollo económico sostenible en nuestro país.

Los acontecimientos políticos que han marcado trascendencia, no ha sido obstáculo para mantener un comercio bilateral saludable; por ejemplo: La expulsión de la embajadora Heather Hodges en el 2011, también los casos del fundador de Wikileaks, Julian Assange, y del ex técnico de la CIA Edward Snowden, ambos reclamados en EE.UU. y asilados en Ecuador.

Estados Unidos, el gobierno y el pueblo Ecuatoriano, mantienen puntos en común de buscar y avanzar en áreas de interés mutuo. Cabe recalcar que cerca de dos

millones de ecuatorianos residen en EE.UU., primer emisor de turistas a Ecuador y del que proceden miles de estadounidenses radicados en el país andino.

2.4 Estudio de Mercados

2.4.1. Análisis del Mercado Ecuatoriano

Para la elaboración de este proyecto, es importante conocer el mercado ecuatoriano, es vital 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.

2.4.1.1. Ubicación Geográfica.-

Ecuador está situado sobre la línea ecuatorial en el noroeste de América del Sur, cuyos límites son: Norte con Colombia, Sur y Este con Perú, Oeste con el océano Pacífico. La extensión territorial es de 256,370 km² y 283,560 km² incluyendo Galápagos. Ecuador posee 4 regiones naturales: Insular, en donde están las islas Galápagos, situadas a 1,000 km al oeste de la costa ecuatoriana; Interandina o Sierra que comprende toda la franja central del país; Costa que bordea el océano Pacífico; y Oriente que comprende la Amazonía ecuatoriana. (ECUADOR)

Ilustración 2. 5 Ubicación de Ecuador en América Latina



Fuente: Maps courtesy of www.theodora.com/maps

Ecuador presenta dos estaciones definidas: húmeda y seca, debido a su ubicación, a la cordillera de los Andes, y a la presencia del mar. En las regiones Costa y Oriente, la temperatura fluctúa entre los 20°C y 33°C; en la Sierra, oscila entre los 8°C y 26°C, mientras que la Región Insular o Galápagos, tiene un clima templado y su temperatura promedio oscila entre 22 y 32°C. En la Región Costa, la estación húmeda se presencia principalmente entre los meses de Diciembre y Mayo, en la Región Sierra es desde Noviembre a Abril y en la Amazonia, de Enero a Septiembre. (ECUADOR)

2.4.1.2. Ecuador como país Agrícola

Históricamente el Ecuador se caracteriza por contar con sectores agroexportadores, esto ha sido un factor muy importante en la economía ecuatoriana; desde su independencia política el Ecuador es un país fundamentalmente agrícola.

El Ecuador posee diferentes tipos de suelos agrícolas: arcillosos, arenosos y calcáreos en las regiones naturales Litoral, Interandina y Amazónica, por ende la agricultura es una actividad que se ha practicado desde siempre, como forma de vida y de trabajo.

El suelo ecuatoriano es rico en nutrientes, lo que favorece el desarrollo de las plantas y microorganismos que se adaptan a un determinado hábitat. Gracias a su ubicación geográfica y la cultura agropecuaria que posee, es uno de los países con mayor presencia internacional por la calidad de productos exportados con respecto a la competencia.

El sector de frutas exóticas en Ecuador, cuenta con alto potencial de crecimiento; sin embargo es un sector que requiere de muchos cuidados y de una mayor inversión para asegurar una productividad óptima de las frutas. El olor, textura, sabor y color de las frutas cultivadas en el país son producto de las

excelentes condiciones climáticas y de la tierra que favorecen la calidad que se cosechan en el país. (PROECUADOR)

Tabla 2. 5 Producción DE Frutas Exóticas.

Producción de Frutas Exóticas por Zona Geográfica de Ecuador	
Fruta	Provincias
Pitahaya	Morona Santiago (Palora), Pichincha (Noroccidente) y Los Ríos
Mango	Guayas, Los Ríos y El Oro
Maracuyá	Manabía, Guayas, Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas
Uvilla	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Azuay
Tomate de árbol	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Cañar, Bolívar y Loja
Naranja	Morona Santiago, Pichincha y Bolívar

Fuente: Proecuador

La ubicación geográfica de los cultivos de frutas exóticas analizados en el presente estudio se encuentran tanto en provincias de la región Sierra como en la Costa, a continuación se detalla por producto las zonas de mayor producción:

2.4.1.3. Sectores Productivos del mango

El Ecuador cuenta con varios sectores productivos, los más relevantes de ellos son la provincia del Guayas, Santa Elena y Los Ríos que produce un 95% de mangos exportables.

El cultivo y la producción del mango han ido creciendo en el Ecuador en las dos últimas décadas, las zonas donde se cultiva son: zona este, en la vía a la costa; zona centro, los cantones de Lomas de Sargentillo y Pedro Carbo y zona norte, los cantones de Palestina y Balzar. Hay una pequeña cantidad en El Oro y en la isla Puná.

En la actualidad, cada hectárea de mango en Ecuador genera unas 2000 cajas de cuatro kilos cada una. En los últimos tres años, ha crecido paulatinamente un 15%. Actualmente la producción se obtiene de 6000 hectáreas distribuidas en Guayas y El Oro, cultivadas por 100 productores. (Ecuador E. N., 2012)

2.4.1.4. Consumo nacional e internacional del mango

El consumo local se basa en los productos rechazados de la exportación, con esto se trata de consumir en su totalidad y buscar los mayores ingresos posibles, evitando perder la fruta que no es exportada. La capacidad de las empacadoras nacionales de mango para cualquier destino bordea el millón de kilos diarios.

El mercado exterior para esta fruta es especialmente importante en Estados Unidos, adonde va el 90% de las casi 10 millones de cajas que el país exporta todos los años. La cantidad representa alrededor de \$25 millones de dólares.

Actualmente, el principal destino de exportación de esta fruta tropical es Estados Unidos. Países como Holanda, España, Alemania, Canadá, Reino Unido, Colombia; entre otros; son también fieles consumidores de esta fruta.

Además de proveer mango fresco al mercado mundial, importantes industriales del país han comenzado a exportar elaborados de esta fruta exótica: puré, concentrado, cubos, rodajas, pulpa, etc.

Los principales destinos de los elaborados de mango son: Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Chile, Panamá, Colombia y Perú.

2.4.1.5. Entrevista a exportadores de mango

Entrevista N° 1:

Análisis del exportador empresa “Frutalandia S.A.”

La entrevista fue dada por la Econ. Isabel Vera Pin con cargo Supervisora de Operaciones, con su experiencia en el campo de comercio exterior nos respondió varias preguntas. (Ver Anexo 5)

Actualmente las empresas exportadoras su objetivo principal es posicionar su producto en el mercado internacional dando a conocer la calidad de la fruta a un precio accesible. El Estado es el único ente que puede otorgar medidas de incentivos a la producción y exportación de la fruta nacional con el fin de que las empresas exportadoras implementen estrategias en precio, calidad, cumpliendo los requisitos legales (fitosanitarios, control de calidad) y ser más competitivos en el mercado internacional.

Toda empresa ecuatoriana para crecer en el ámbito de comercio exterior debe dar a conocer su producto, conseguir nuevos compradores y tener agentes en el exterior que permitan que los clientes queden posicionados con la marca de la empresa y que sepan que el producto no es producido en su país, por ende el mango ecuatoriano para los consumidores estadounidense les ayuda a mejorar su estilo de salud y vida, de esta manera la empresa “Frutalandia S.A.” logro insertarse en el mercado.

Uno de los proyectos que el Gobierno implementó al sector exportador fue dar la facilidad a la importación de insumos necesarios para la producción de la fruta, tales como fertilizantes, envases, etc., y acogiéndose a la tarifa 0% de IVA para comercializar fuera del país, esto ayuda que las empresas se desarrollen económicamente y sean reconocidos internacionalmente.

Entrevista N° 2:**Análisis del exportador empresa “Diana Navarro-Renesa S.A.”**

Diana Navarro con cargo Gerente Propietaria, con su experiencia en el campo de comercio exterior y de emprendedora dio a conocer su empresa hacia los otros mercados. (Ver Anexo 6)

En primer lugar todo dueño de una empresa, su enfoque es dar a conocer sus productos, por ende una de las razones que incursionó al mercado extranjero, es por contar con productos de buena calidad y un clima apropiado que el país tiene para producir.

Se puede decir que una de las etapas de crecimiento de una empresa exportadora es aumentar en cantidad y calidad sus productos, contar con un departamento de logística, donde realicen controles de empaque y fitosanitarios de acuerdo a las regulaciones y exigencias de cada país importador.

Todo exportador debe conocer la cultura de negociación de los países. El mercado estadounidense, negocian mediante acuerdos verbales, contractuales, legales, para ellos si un país no da reglas claras de comercio, es difícil que el país exportador tenga inversión por parte de los empresarios estadounidenses.

El mango ecuatoriano es considerado uno de los mejores del mundo, el principal requisito para su comercialización es que tiene que pasar estrictos controles de calidad antes de ser exportado, pues este es uno de los elementos más importantes que el comprador extranjero considera al momento de la compra.

Entrevista N° 3:**Análisis del exportador empresa “Somecet S.A.”**

La entrevista fue realizada a la Ing. Carolina Falcones, quien nos dio a conocer su punto de vista acerca de las exportaciones. (Ver Anexo 7)

Lo primero que se debe reconocer es que el gobierno ha apoyado a los productores agrícolas otorgando créditos por medio de la CFN – Corporación Financiera Nacional con el propósito de ayudar a crecer nuestra matriz productiva, dando a conocer al mercado internacional que las frutas ecuatorianas son de calidad y cuenta con todos los requisitos sanitarios que exige la ley para su exportación.

La empresa “Somecet S.A.”, para sustentar los gastos de producción fuera de temporada de cosecha de mango, su estrategia principal es la venta local de otros productos como la naranja y mandarina las cuales tienen buena aceptación en el mercado.

Para evitar que una exportación no se torne compleja, es importante coordinar con anticipación todo proceso tanto administrativo y logístico con el fin de cumplir con el tiempo pactado y cubrir las necesidades del cliente.

2.4.1.6. Incremento de la oferta exportable de mango en los últimos 2 años.

Según Jhonny Jara, director ejecutivo de Fundación Mango Ecuador, el buen clima y las inversiones realizadas por los productores en sus plantaciones fueron dos factores principales para que en la temporada 2013-2014, el país haya obtenido una buena producción de mango, aumentando a un 8.7% en las exportaciones comparado con el periodo 2012-2013.

Datos de la entidad señalan que entre Octubre del 2013 y enero del 2014 (época de cosecha), las ventas externas de mango llegaron a 11'850.488 cajas de 4 kilos, lo que significo 951.596 más que las exportaciones de la temporada 2012-2013, que fue de 10'898.892 cajas.

De la cifra exportada, el 85% se dirigió a los Estados Unidos, mientras que el porcentaje restante se distribuye entre los países de Canadá, Europa, México, Nueva Zelanda, Chile, Argentina y el Caribe. (PROECUADOR, PROECUADOR, 2014)

2.5 Análisis del mercado de Estados Unidos de América

2.5.1. Generalidades

Estados Unidos siendo un país altamente desarrollado, perteneciente al nuevo continente, creado hace 236 años, que ha crecido mucho desde su fecha de fundación, en 1776, territorial y económicamente. Por los avatares de la historia, conquistando o adquiriendo estados, anexando o comprando otros territorios, ha llegado a su composición actual de 50 estados federales y el Distrito de Columbia.

La superficie de Estados Unidos es de 9.372.614 Km², de los cuales el 48% son superficie agraria y el 28% terreno forestal, está situado mayoritariamente en el centro de la región septentrional del continente americano y comprende además Alaska, al noroeste de Canadá, y las islas Hawaii, en el Océano Pacífico. Tiene además las posesiones de Samoa Americana y Guam en el Pacífico, las Islas Vírgenes en el Caribe y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. (Exterior A. A., 2012)

Ilustración 2. 6 Mapa Político de Estados Unidos de América



Fuente: Extenda Agencia Andaluza de Promoción Exterior

Es el cuarto país del mundo en extensión, la capital es Washington D.C. y la moneda es el dólar norteamericano US (\$). El idioma oficial es el inglés y el segundo en importancia y en hablantes es el español, especialmente en los estados de Florida, California, Texas, y Nueva York. Los estados más poblados son California, Texas, Nueva York y Florida.

La población de EEUU es de 311 millones de personas aproximadamente. Según los datos arrojados por el Censo norteamericano, en mayo de 2012. Los EEUU cuentan con 311.591.317 habitantes.

Respecto a los datos de población, el análisis demográfico va intrínsecamente ligado a las estrategias de penetración y búsqueda de mercados de las empresas, especialmente en un mercado-continente como EEUU donde es muy fácil dispersarse y donde hay que segmentar y concretar. Por estados, la población está bastante concentrada en 7 estados que superan los 10 millones de habitantes, y especialmente en California, Texas, Nueva York y Florida, que de hecho son los estados, junto con Illinois y Puerto Rico donde hay mayor presencia de empresas y productos.

Tabla 2. 6 Ranking de los 20 Estados más poblados de EE.UU.

RANKING DE LOS 20 ESTADOS MÁS POBLADOS DE EEUU	
Estado	Número de habitantes
1 California	36,691,912
2 Texas	25,674,681
3 New York	19,465,197
4 Florida	19,057,542
5 Illinois	12,869,257
6 Pennsylvania	12,702,379
7 Ohio	11,544,951
8 Michigan	9,876,187
9 Georgia	9,815,210
10 North Carolina	9,656,401
11 New Jersey	8,821,155
12 Virginia	8,096,604
13 Washington	6,830,038
14 Massachussets	6,587,536
15 Indiana	6,516,922
16 Arizona	6,482,505
17 Tennessee	6,403,353
18 Missouri	6,010,688
19 Maryland	5,828,289
20 Wisconsin	5,711,767

Fuente: Datos del Censo Norteamericano 2011.

2.5.1.1. Información Económica y General sobre Estados Unidos

Estados Unidos es un país con un tamaño de mercado de más de 311 millones de personas⁸ y con un PIB per cápita de aproximadamente \$36.569. Se trata de un mercado muy maduro, abierto y competitivo que normalmente presenta una gran oferta de productos a la vez que tiene una fuerte tradición consumista. Un 82% de la población es urbana. El ciudadano norteamericano, con una tasa de ahorro negativa, es el que más consume en el mundo.

Se trata de un gran mercado, pero con muchas particularidades que son consecuencia de la gran diversidad de este país, y que vienen motivadas por diferencias de poder adquisitivo, por lazos históricos entre comunidades, por razones geográficas, étnicas y culturales. El tamaño del mercado, que en algunos ámbitos se convierte en un mercado de 50 países, también condiciona la introducción de nuevas empresas. Sin contar sus islas y otros territorios, EEUU continental tiene 3 husos horarios diferentes y distancias geográficas enormes.

El gran tamaño y potencial del mercado, lo hace muy atractivo para la empresa extranjera, pero es también un mercado competitivo, abierto a todo el mundo y donde existen normalmente más intermediarios que en Europa, lo que redundaría en el aumento de los precios, desde el fabricante al consumidor final. En general, el consumidor pondera el factor precio por encima de otros factores como la marca o calidad, aunque se puede decir que la relación calidad-precio es lo más determinante y además es muy difícil establecer buena relación calidad-precio, lo que se traduce en un gran potencial de crecimiento en sus exportaciones a este mercado.

⁸ 311.591.917 Habitantes US Census Bureau mayo de 2012

Es recomendable ir fijando claramente objetivos, definiendo áreas geográficas o nichos de mercado para descubrir las diferentes necesidades de cada ciudad o estado.

Asimismo, la nacionalización o adaptación de los productos a este mercado, en cuanto a gustos, medidas y estándares, es otro elemento determinante para el éxito. Los costes de entrada son mayores que en otros mercados , de ahí la importancia de que la empresa que se fije este país como objetivo adopte una estrategia a mediano plazo y esté dispuesta a pasar un tiempo de inversión antes empezar a recoger los resultados.

2.5.1.2. Entorno Político de Estados Unidos

Los Estados Unidos de Norteamérica se constituyen como una República Federal Presidencialista. La constitución del 17 de Septiembre de 1787 está basada en un sistema político democrático constitucional y en el principio de separación de poderes: el Ejecutivo, el Legislativo, y el Judicial, que son independientes entre sí.

La constitución de 1787 se mantiene vigente con sus 7 artículos y sus 27 enmiendas posteriores. El presidente de la Republica ejerce de Jefe de Estado y el Jefe del Gobierno y dispone de una serie de prerrogativas y vetos que convierte a este sistema en claramente presidencialista. Las elecciones presidenciales se celebran cada cuatro años por sufragio indirecto, el primer martes de noviembre. Los presidentes tienen su mandato limitado a dos términos de 4 años.

El sistema político es un sistema bipartidista y que viene registrando la alternancia en el poder del partido demócrata y del partido republicano. En las elecciones de noviembre de 2008 resultó ganador el candidato demócrata, el actual presidente Barack Obama. Se trata del primer presidente afroamericano de la historia

de Estados Unidos. Barack Obama afronta no pocos retos. Restituir la imagen del país en foros internacionales y de cara a la opinión pública internacional; reconducir la enorme deuda del país; crear un sistema sanitario universal; moderar los enormes gastos de defensa y militares; reformular la política internacional de EEUU; sanear y estabilizar la economía del país y en una segunda fase, resurgir de la crisis económica y financiera; controlar mediante una creciente regulación federal los mercados financieros y de capitales y moderar los desmanes de entidades financieras y sus ejecutivos; cambiar la cultura de capitalismo especulador por capitalismo emprendedor. En los presupuestos del 2012 destacan políticas de educación (infraestructuras y becas), innovación (biomedicina, creación de 20 zonas de crecimiento económico, entre otras), infraestructuras (carreteras, urbanismo), supresión de hasta 2.000 millones de USD de gastos administrativos gubernamentales (viajes, etc.).

En el siguiente cuadro, con los diez últimos presidentes de EEUU, se puede constatar la alternancia en el poder de los partidos demócrata y republicano representados en las figuras de sus presidentes. Hay un reparto de décadas casi simétrico y equitativo.

Tabla 2. 7 Últimos 10 Presidentes de EE.UU.

John F. Kennedy	20 de Enero de 1961	22 de Noviembre de 1963	Demócrata
Lyndon B. Johnson	22 de Noviembre de 1963	20 de Enero de 1969	Demócrata
Richard Nixon	20 de Enero de 1969	9 de Agosto de 1974	Republicano
Gerald Ford	9 de Agosto de 1974	20 de Enero de 1977	Republicano
James Carter	20 de Enero de 1977	20 de Enero de 1981	Demócrata
Ronald Reagan	20 de Enero de 1981	20 de Enero de 1989	Republicano
George H. W. Bush	20 de Enero de 1989	20 de Enero de 1993	Republicano
William J. Clinton	20 de Enero de 1993	20 de Enero de 2001	Demócrata
George W. Bush	20 de Enero de 2001	20 de Enero de 2009	Republicano
Barack H. Obama	20 de Enero de 2009	En el cargo	Demócrata

Fuente: www.whitehouse.com

2.5.2. Demanda de Mango en Estados Unidos

En menos de una década, las importaciones de mango de los Estados Unidos han superado el volumen de las 300 mil toneladas anuales, convirtiéndose esta fruta en la quinta más demandada y aumentándose su consumo de 1,7 a 2,2 libras por persona, a lo largo del periodo. El monto de las compras sobrepasó la barrera de los 500 millones de dólares, tanto del mango fresco, como procesado y congelado, igualando prácticamente a otro producto tropical como es la piña, que se ubica de cuarta en la lista de frutas más consumidas por la población estadounidense.

Por encima, están solamente el banano, con importaciones del orden de los 2.000 millones de dólares; el aguacate, que ya superó los 1.000 millones, y las fresas y otras berries, con un monto de alrededor de 900 millones. Las cifras hacen parte de un análisis realizado por el Servicio de Investigación económica del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, sobre las opciones que tendría India, como mayor productor mundial de la fruta, para acceder a este mercado, que fue reabierto para dicho país a partir del 2007.

Sin embargo, los altos costos de los controles fitosanitarios, logística y transporte, dejan al mango indio sin opción frente al tradicional y gran dominador del mercado como es México, que representa cerca del 70 por ciento del suministro total del mango que ingresa a Estados Unidos. Después del vecino país, aparecen en orden de importancia Perú, Ecuador y Brasil, con volúmenes que han oscilado entre las 35.000 y 25.000 toneladas anuales, respectivamente. Más atrás se ubican países como Guatemala, Haití, Nicaragua y Costa Rica.

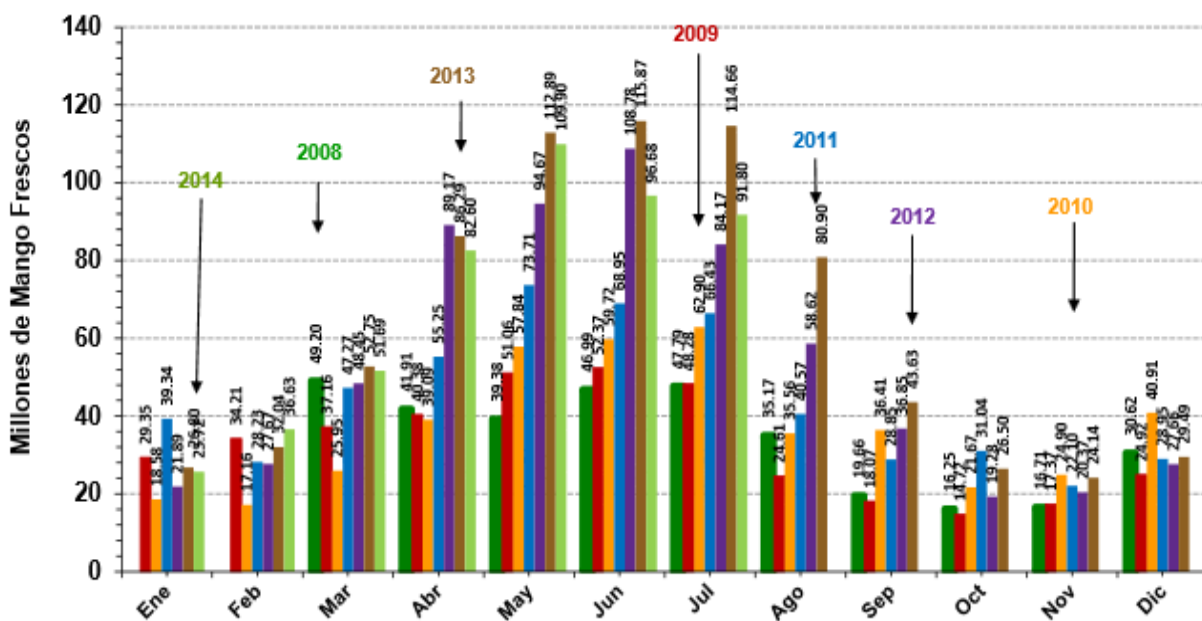
En materia de precios, puesto el mango fresco en puertos estadounidenses, las cotizaciones varían entre los 0,60 y 1,28 dólares por kilogramo, aunque el producto de México que domina el mercado se fija en 0,70 el kilogramo.

Las importaciones de mango colombiano, tanto fresco como procesado, se han mantenido en 8 millones de dólares a lo largo de los últimos cuatro años. (Duque, Portafolio.co, 2013).

Como se puede observar en la Imagen No. 9, en el año 2013 fue la época en donde más se consumió mango en Estados Unidos con un estimado de 115'87.000 mangos frescos en el mes de Junio a comparación del año 2014 lo consumido fue de 109'90.000 de mangos frescos en el mes de Mayo que fue su auge pero no pudo superar el total del año 2013.

Se prevé que para el año 2015 se aumente la oferta exportable, ampliando plazas de trabajo en el sector agrícola y con ayuda del gobierno se implemente una fuerte promoción de exportaciones para dar a conocer más nuestros productos y escalar a tener un mejor posicionamiento a nivel internacional.

Gráfico 2. 1 Total de mangos frescos consumidos (comprados) mensualmente en EE.UU. (estimación)



Fuente: Mango.org

2.5.3. Análisis del mercado de Los Ángeles, California

“Frutalandia S.A.” desea ingresar al mercado de Los Ángeles California con la venta del producto que es el mango Tommy Atkins, empleando estrategias, haciendo un exhaustivo y minucioso estudio de mercado, analizando la competencia de aquel estado, investigando las exigencias de calidad y requisitos sanitarios que son solicitados para poder posicionar y exportar el producto.

Como conocimiento general Los Ángeles, es un destino muy recomendado para realizar exportaciones ya que cuenta con una ubicación geográfica privilegiada y por ello ofrece diversas alternativas de negocio por ser el principal distrito de entrada de importaciones de Estados Unidos (12%) y el tercero en salida de mercancías (8.2%), es uno de los estados de Norteamérica con mayor poder adquisitivo y donde destaca la población latina.

Cabe destacar que Los Ángeles es la octava economía según el Banco Mundial ya que tiene la mayor influencia económica sobre los Estados Unidos con un PIB de \$1.96 billones, aportando el 13.1% total del PIB total de Estados Unidos y el 48% de la Costa Oeste. (Internacional, Valle Internacional)

2.5.3.1. Territorio y Demografía

- **Territorio**

- Ciudad de Los Ángeles: 472 millas cuadradas
- Condado de Los Ángeles: 4,084 millas cuadradas
- Cinco Condados del Área de Los Ángeles: 34,135 millas cuadradas

(Condados de Los Ángeles, Riverside, Ventura, Orange y San Bernardino)

Hay 88 ciudades incorporadas en el Condado de Los Ángeles que van desde Vernon (120 habitantes) hasta la Ciudad de Los Ángeles (3.8 millones de habitantes).

Los Ángeles se extienden por un área geográfica muy diversa. Primordialmente un valle desértico, el área está rodeada por la cordillera de San Gabriel y dividida por las montañas de Santa Mónica. El Condado de Los Ángeles tiene 75 millas de línea costera y altitudes que varían en rango desde 9 pies por debajo del nivel del mar en Wilmington hasta 10,080 por encima del nivel del mar en la cima del Monte San Antonio, el área de ríos incluye los ríos Los Ángeles, Hondo y San Gabriel.

- **Demografía**

- Ciudad de Los Ángeles: 3.86 Millones
- Condado de Los Ángeles: 10.0 Millones
- Cinco Condados de Área de Los Ángeles: 18.3 Millones

(Condados de Los Ángeles, Riverside, Ventura, Orange y San Bernardino)

Si los cinco condados que comprenden el área de Los Ángeles fueran un estado superarían en población total a todos los estados de EEUU, con excepción de California, Texas, Nueva York y Florida. El Condado de Los Ángeles por si solo sería el novena estado más poblado, tan solo un poco detrás de Georgia, con 9.92 millones por delante de Michigan, con 9.88 millones de personas. Los Ángeles es la segunda ciudad más grande en los Estados Unidos.

La diversa, multiétnica población de Los Ángeles hoy en día distingue a la ciudad como el punto neurálgico de la cultura en el área del Pacífico de los Estados Unidos. De hecho, Los Ángeles es una de las dos únicas ciudades de los Estados

Unidos que no cuenta con una mayoría en la población. Habitantes de 140 países, las cuales hablan alrededor de 92 idiomas diferentes, consideran a Los Ángeles como su hogar.

- Hispano o Latino (de cualquier raza): 48.2%
- Blanco, no-Hispano: 27.1%
- Asiático/Islas del Pacífico: 13.9%
- Afro-Americano: 8.0%
- Indio Americano / Otros: 2.7%

2.5.3.2. Cultura y preferencias

- **Cultura**

El mango es uno de los productos frescos que en el mercado norteamericano ha venido experimentando un mayor crecimiento, y continúa haciéndolo, ya que es la fruta más comida en el mundo entero. El consumo per cápita de esta fruta según cálculos del The Food Institute, en los últimos 10 años se ha incrementado en un 71%, llegando a niveles tales como 181 unidades en promedio. (Angeles, 2010)

- **Preferencias**

Los Ángeles es hogar de una de las experiencias gastronómicas más dinámicas que una ciudad puede ofrecer, desde algo que puede resultar pintoresco y cursi, hasta servicio de alfombra roja, de célebres chefs y cocina reconocida internacionalmente hasta leyendas de la comida casual y comida gourmet sentados en un banco alto en una barra, las posibilidades son infinitas en Los Ángeles. Ya sea que estén buscando algo diferente o tan solo comer bien, cada región de Los Ángeles ofrece una variedad de opciones gastronómicas que pueden satisfacer a cualquier paladar en cualquier

rango de precios. De hecho es posible disfrutar platillos de todas partes del mundo, sin tener que salir de Los Ángeles. (Angeles D. L., Discover Los Angeles, 2015)

2.5.3.3. Competencia Local

En general, el origen de las variedades de mango que presentan mayor disponibilidad en los Estados Unidos son seis: México, Ecuador, Perú, Brasil, Guatemala y Haití, destacándose como resultado, que el mayor exportador de mango es México cubriendo el 61% de la demanda en el año 2008 según la National Mango Board. (Hillard, 2013)

En Estados Unidos se produce algo de mango en las ciudades de Florida y California pero su producción es muy limitada e insuficiente como para acaparar a toda una población creciente. Los productores en el estado de Florida contribuyen a la producción de mango en general mediante el desarrollo de nuevas variedades de mango como el “Tommy Atkins”, que florece mejor en zonas tropicales, sin embargo el clima de Estados Unidos no es apto para ninguna expansión significativa de los huertos de mango, por sus cambios estacionales echarían a perder la producción.

2.6 Base Legal

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Capítulo I, Art 2.- Definiciones.- Para efecto de la aplicación del Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y este reglamento se establecen las siguientes definiciones:

- a) **Autoridad Aduanera.-** Órgano de la administración pública competente, facilitadora del comercio exterior, para aplicar la legislación aduanera y sus normas complementarias y supletorias, determinador y recaudador de los tributos al comercio exterior y cualquier otro recargo legítimamente establecido para las operaciones de comercio exterior, que ejerce el control y la potestad

aduanera, y que presta por sí mismo o mediante concesión los servicios aduaneros contemplados en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones;

- k)** Carga Contenerizada.- Carga de uno o varios , amparada en uno o varios documentos de transporte, movilizadas dentro de una unidad de carga;
- w)** Derechos Arancelarios.- Son Tributos al Comercio Exterior y pueden ser: Ad-Valorem, específicos o mixtos.
- x)** Derechos Arancelarios Ad Valorem.- Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes que se aplican sobre el valor de las mercancías;
- y)** Derechos Arancelarios Específicos.- Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en recargos fijos que se aplican en base a determinadas condiciones de las mercancías, como por ejemplo: peso, unidades físicas, dimensiones, volumen, entre otros;
- z)** Derechos Arancelarios Mixtos.- Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en derechos arancelarios Ad Valorem y derechos arancelarios específicos que se aplicarán conjuntamente.

Capítulo I, Sección II, Art. 31.- Consideraciones Generales.- El transportista de la mercancía deberá entregar a la Autoridad Aduanera el manifiesto de carga a través de presentación física o de transferencia electrónica de datos, conforme las siguientes reglas:

- a)** En el caso de las importaciones efectuadas por vía marítima, la transmisión del manifiesto de carga se realizará antes del arribo del medio de transporte con un mínimo 6 horas para los puertos cercanos y de 48 horas para los demás. Para las exportaciones por vía marítima, la transmisión electrónica del manifiesto de carga, será realizada hasta doce horas después de la salida del medio de transporte;

Capítulo III, Sección II, Art 33.- Elementos del Manifiesto de Carga.- Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, el manifiesto de carga electrónico deberá contener la siguiente información:

- a) Identificación del medio de transporte, y transportista;
- b) Identificación del lugar de salida y de destino de las mercancías;
- c) Fecha de salida y de llegada de las mercancías;
- d) Número de cada uno de los conocimientos de embarque, guías aérea o cartas de porte, según corresponda;
- e) La identificación de la unidad de carga, en el caso del transporte marítimo;
- f) Cantidad de bultos, o mercancías a granel, según corresponda;
- g) El peso e identificación genérica de las mercancías; y,
- h) La indicación de carga consolidada en caso de que existiere, señalando el número de documento de transporte que la contiene.

En caso de existir mercancía peligrosa, esta deberá estar expresamente identificada como tal; y en caso de existir mercancías en tránsito, deberán constar por separado. Cuando el medio de transporte ingrese o salga sin carga ni pasajeros, se presentará el documento respectivo de lastre o su equivalente.

En el caso que se trate de mercancías que arriben o salgan del país vía tráfico postal o mensajería acelerada o Courier, el manifiesto de carga contendrá la información de la guía máster/principal. Cada una de las guías de correo rápido o postal que lleguen o salgan a bordo del medio de transporte, deberán ser transmitidas por la empresa de correos rápidos o postal responsable de dicha carga.

Capítulo III, Sección II, Art 34.- Elementos del Documento de transporte.- Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, el documento de transporte deberá contener la siguiente información:

- a) Lugar y fecha de celebración del acuerdo de voluntades;
- b) Nombre y dirección del operador de transporte, del embarcador (exportador, importador o intermediario) y del consignatario (a quien se le deberá entregar la carga en destino);
- c) Lugar y fecha en que fue recibida la mercancía por el operador de transporte, y lugar de destino donde deberá ser entregada;
- d) Descripción de la carga (tipo, naturaleza, cantidad, volumen, peso bruto y neto, marcas especiales, tipo de unitarización y valor referencial de la mercancía);
- e) Costos de transporte y monto de los intereses por demora en la entrega;
- f) Instrucciones del embarcador (exportador, importador o intermediario) al operador de transporte con relación a la carga;
- g) Lista de documentos entregados al operador de transporte; y,
- h) Instrucciones y datos específicos de cada modo de transporte.

Capítulo IV, Sección I, Art 67.- Presentación de la Declaración Aduanera.- La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Esta transmisión junto a los documentos de soporte, y los documentos de acompañamiento deberá efectuarse a través del sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en los formatos preestablecidos.

Los datos transmitidos de la Declaración Aduanera pasarán por un proceso de validación que generará su aceptación o rechazo. De no detectar inconsistencias, la

Declaración Aduanera será aceptada y se designará la modalidad de despacho correspondiente según mecanismo de selección sobre la base del perfilador de riesgo, otorgándole un número de validación para continuar su trámite y señalando la fecha en que fue aceptada.

En los casos de que a la Declaración Aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el literal a) del Artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del Artículo 193 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Así mismo, en caso que producto del aforo físico o documental surjan observaciones que deban ser subsanadas por el declarante, este podrá subsanar la observación o solicitar tiempo adicional para subsanarla hasta máximo el día hábil siguiente de efectuada, caso contrario el funcionario a cargo del aforo deberá cerrar el trámite considerando únicamente los documentos presentados inicialmente, pudiendo incluso disponer la separación de aquella mercancía que producto de la observación no pueda obtener su levante.

Capítulo IV, Sección II, Art 72.- Documentos de acompañamiento.- Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías, por consiguiente la sanción será impuesta únicamente en los casos que dicho documento no se presente en conjunto con la Declaración Aduanera.

Capítulo IV, Sección II, Art 73.- Documentos de soporte.- Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. Los documentos de soporte son:

a) Documento de transporte.- Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda.

El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras;

b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.-

La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital,

definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero. Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente;

c) Certificado de Origen.- Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios; y,

d) Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Capítulo IV, Sección III, Art 83.- Canal de Aforo físico.- Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/o clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de

soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas.

Esta modalidad de aforo podrá realizarse mediante la intrusiva o constatación física de las mercancías, o mediante sistemas tecnológicos de inspección no intrusiva.

Plan Nacional del buen Vivir 2013-2017

Objetivos Nacionales para el Buen Vivir

Objetivo #3: Mejorar la calidad de vida de la población

Mejorar la calidad de vida de la población demanda la universalización de derechos mediante la garantía de servicios de calidad. En materia de salud, es importante consolidar políticas de prevención y de generación de un ambiente sano y saludable.

El hábitat y la vivienda dignos requieren reducir el déficit cuantitativo y cualitativo y el hacinamiento, garantizar el derecho a la ciudad, fortalecer el ordenamiento del territorio, lograr el equilibrio urbano-rural y consolidar la gestión integral de riesgos. Fomentar la movilidad sustentable de manera articulada entre los diferentes niveles de gobierno.

Objetivo #7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

El presente objetivo propone el derecho ciudadano a vivir en un ambiente sano, libre de contaminación y sustentable, y la garantía de los derechos de la naturaleza a través de una planificación integral que conserve los hábitats, gestione de manera

eficiente los recursos, repare de manera integral e instaure sistemas de vida en una armonía real con la naturaleza.

Objetivo #9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

Establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y autosustento, así como las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y de género. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral.

2.7 Conservación, valor nutritivo y bondades del mango

- **Conservación**

El mango que aún está verde se debe mantener a temperatura ambiente hasta que alcance el punto de madurez adecuado para su consumo, a partir del cual se consumirá en un plazo de 5 días.

Los mangos maduros son frutas muy sensibles a todo tipo de golpes, por lo que se deben manipular con mucho cuidado para no dañar la calidad de su carne.

Por otro lado, esta fruta no se debe guardar nunca en el frigorífico, ya que no soporta las bajas temperaturas. Sólo si se quiere consumir frío se podrá mantener en la nevera antes de servirlo, y únicamente durante el tiempo necesario para enfriarlo. (Hogarutil, Hogarutil)

- **Valor Nutritivo**

Las cantidades nutritivas del mango le permiten competir con gran variedad de frutas tropicales. A excepción del aguacate, ninguna otra fruta aporta tantos nutrientes como el mango, debido a alto contenido de carbohidratos, buen contenido de provitamina A, vitamina B - Tiamina, Riboflavina, Niacina y Ácido Ascórbico, pocas cantidades de Calcio, Hierro y Fósforo; no obstante, debe mencionarse que la composición química varía con su estado desarrollo, la variedad y las condiciones de cultivo.

Los frutos del mango constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes; siendo bajos en calorías, grasas y sodio. Su valor calórico es de 62-64 calorías/100g de pulpa. En la siguiente tabla se muestra el valor nutritivo del mango en 100g de parte comestible.

Tabla 2. 8 El valor nutritivo del mango en 100g de parte comestible

COMPONENTES	VALOR MEDIO
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

Fuente: Mango Ecuador

Elaborado por: Las Autoras (2015)

- **Bondades del mango**

El mango, es una fruta con mayor carnosidad y una semilla considerablemente grande en su interior; gracias a su saber dulce y cremoso única en su especie de frutas exóticas, es una de las más consumidas en el mundo.

La mejor manera de disfrutar el mango y de sus bondades nutricionales es ingerirlo al natural, también es importante saber escoger aquellos que desprenden un buen aroma, que se sientan flexibles al tacto y que no se hundan con la presión, descartar los que poseen zonas negras, manchas o que se encuentran arrugados.

El mango además de contener más de 20 vitaminas y minerales, ofrece algunas bondades para la salud:

Degeneración macular asociada a la edad: El antioxidante Zeaxantina que se encuentra en el mango, filtra los rayos de luz azul dañina, y se cree que desempeña un papel protector en la salud de los ojos. Diversos estudios han demostrado que una mayor ingesta de todas las frutas en general, 3 o más porciones al día, disminuye el riesgo de la degeneración macular asociada a la edad.

Prevención del asma: Los riesgos para el desarrollo de asma son más bajos en las personas que consumen una gran cantidad de nutrientes. Uno de estos nutrientes es el beta-caroteno, que se encuentra en el mango, la papaya, los albaricoques, o el brócoli.

Cáncer: Las dietas ricas en beta-caroteno también puede desempeñar un papel protector contra el cáncer de próstata, según un estudio realizado por la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Harvard (EEUU) y se ha demostrado que tiene una relación inversa con el desarrollo de cáncer de colon.

Salud ósea: Un bajo consumo de vitamina K ha sido asociado con un mayor riesgo de fractura ósea. Por tanto, el consumo adecuado de vitamina K, presente también en el mango, es importante para mejorar la absorción de calcio esencial para nuestros huesos.

Diabetes: Diversos estudios han demostrado que las personas con diabetes tipo 1 que siguen una dieta alta en fibra tienen niveles de glucosa más bajos, y las personas con diabetes tipo 2 mejoran sus niveles de azúcar en la sangre, los lípidos y los niveles de insulina.

Digestión: Debido a su contenido en fibra, magnesio y agua, el mango ayuda a prevenir el estreñimiento promoviendo la normalidad digestiva, reducir el colesterol, a regular el azúcar en la sangre resultando beneficioso para aquellas personas con sobrepeso y diabetes.

Enfermedades del corazón: La fibra, el potasio y el contenido de vitaminas que contienen los mangos, ayudan a prevenir enfermedades cardiovasculares. Muchos estudios han demostrado que un aumento en la ingesta de potasio y una disminución del sodio son la combinación perfecta para reducir el riesgo de enfermedades relacionadas con el corazón.

Piel y cabello: Los mangos también son grandes aliados para el cabello, ya que contienen vitamina A, un nutriente necesario para la producción del sebo que mantiene el cabello hidratado. La vitamina A también es necesaria para el crecimiento de todos los tejidos corporales, incluyendo la piel y el cabello. (Interesante)

2.8 Reseña institucional de la Compañía “FRUTALANDIA S.A.”

2.8.1. Historia

La compañía “Frutalandia S.A.” es una empresa familiar que fue constituida en el año 2009 concentrando sus actividades a la venta local al por mayor y menor de mango, teniendo sus propias instalaciones de cultivo en el Km. 40 vía a la Costa, Recinto Consuelo, parroquia Chongón.

“Frutalandia S.A.” inicia su actividad en el año 2013, como ente exportador de mango procesado, que tiene como único cliente a la compañía “Tropical Specialists” localizado en Miami, Florida.

2.8.2. Misión

Ofrecer un producto que cumpla con todas las expectativas de calidad según las exigencias particulares de nuestros clientes.

2.8.3. Visión

Posicionarnos como líderes nacionales e internacionales en la producción y comercialización de mango, ofreciendo transparencia, integridad y honestidad además de un compromiso de mejoras continuas en nuestras operaciones.

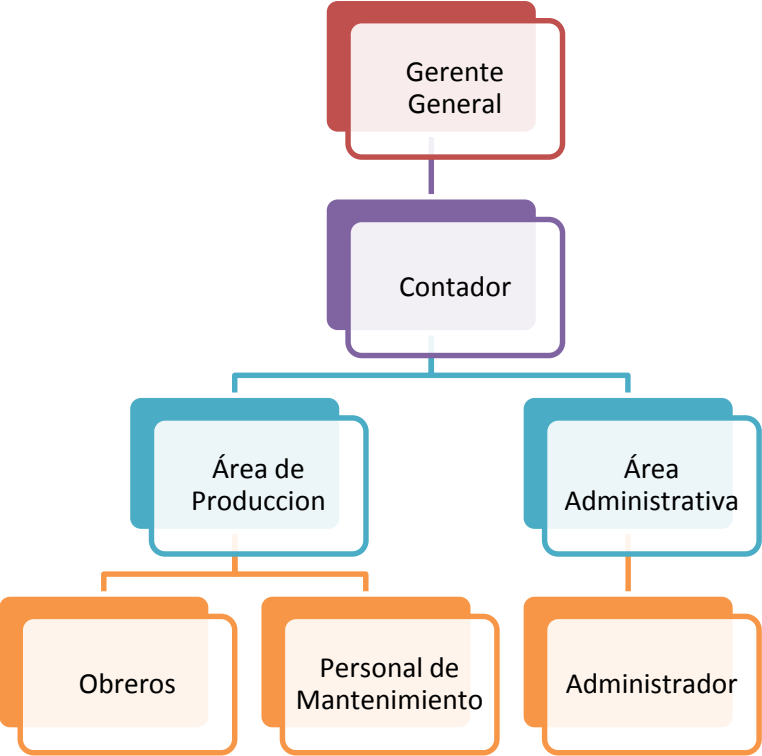
2.8.4. Objetivos

- Producir mango de calidad, rigiéndose al marco legal que exige la ley ecuatoriana para su venta y distribución.
- Mantener el producto bajo estrictas normas de seguridad alimentara y ambiental, haciendo uso racional de plaguicidas que permita ofrecer una fruta bajo los estándares inocuidad y calidad que exigen los mercados actuales.

- Contar con la tecnología apropiada y avanzada en el área operativa para obtener un producto con un alto estándar de calidad.
- Destacar nuestra fruta en el mercado internacional, mediante la asistencia a ferias que promuevan las exportaciones ecuatorianas con el propósito de proteger el prestigio de lo que se produce en nuestro país.
- Respetar el medio ambiente evitando el uso excesivo de pesticidas que dañen la integridad del entorno en el que se produce el mango.

2.8.5. Organigrama

Gráfico 2. 2 Organigrama de “Frutalandia S.A.”



Elaborado por: Las Autoras (2015)

2.8.6. 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.

2.8.7. Información General de su producto

“Frutalandia S.A.” produce y comercializa el mango Tommy Atkins que se caracteriza por lo siguiente:

- Excelente sabor
- Coloración rojiza en todos los tamaños
- El color de la pulpa es amarillo
- Forma ovalada
- Buen aroma
- Largo de 9 a 16 cm
- Peso promedio 280 a 650 gr.

2.8.8. Proceso de Calidad

Un proceso de calidad debe estar enfocado principalmente hacia las labores integrales de campo como son: controles fitosanitario, cosecha, almacenamiento, selección y por ultimo empaque y embalaje, la cual permite estandarizar la calidad del mango destinado al mercado de exportación y orientado en lograr el cumplimiento de los requisitos técnicos y fitosanitarios que solicita el país importador.

2.8.8.1. Evaluación

La fruta cosechada es evaluada para determinar si cumple con las especificaciones de calidad y disponer su aceptación o rechazo.

2.8.8.2. Almacenamiento

En caso de ser aceptada, se procede a su almacenamiento hasta su posterior proceso.

2.8.8.3. Pre- Lavado

Antes de iniciar el proceso, la fruta es pre-lavada siguiendo nuestras políticas de calidad e inocuidad.

2.8.8.4. Selección

Posteriormente, la fruta es seleccionada minuciosamente en línea siguiendo el protocolo de calidad.

2.8.8.5. Cepillado y Lavado

La fruta seleccionada continúa a un proceso de cepillado y lavado final.

2.8.8.6. Empaque y embalaje

Finalmente la fruta es empacada y embalada según las exigencias y requerimientos de nuestros clientes para ser enviadas a su destino final.

2.8.9. Consumidores Actuales

La producción de mango está dirigida tanto para el consumo interno y para la exportación. En el consumo interno podrán describirse niños y adultos en general.

Actualmente “Frutalandia S.A.” provee su producto a la empresa “Durexporta S.A” que a la par realizan la misma actividad comercial que es exportar mango al exterior.

Como conocimiento general, “Durexporta S.A.” fue la primera empresa de procesamiento de mango en Ecuador en utilizar tratamiento hidrotérmico para las exportaciones a los Estados Unidos.

Desde entonces, “Durexporta S.A.” ha mantenido su posición como líder en la producción, procesamiento, empaque y exportación de mangos en Ecuador.

“Durexporta S.A.” no solo produce sus propios mangos, ayudan también a otros productores y exportadores con el procesamiento y empaque de sus productos frescos en la planta.

Adicional, “Frutalandia S.A.” inicio a exportar su producto en el 2013 a la compañía “Tropical Specialist” localizada en Miami- Florida, con la ayuda de “Durexporta S.A.”, se pudo completar las cantidades de mango para abastecer la demanda requerida.

Capítulo 3.

Propuesta del Plan de Exportación para la empresa “Frutalandia S.A.” hacia los Estados Unidos estado de los Ángeles, California.

3.1 Situación Actual de la empresa “Frutalandia S.A”

“Frutalandia S.A.” para el año 2013 por cada dólar de obligación vigente contaba con \$11.80 dólares para respaldarla, es decir, que del cien por ciento de sus ingresos, tan solo el 8.47% son para el pago de sus obligaciones y el 91.53% de quedaban disponibles. Una vez que la empresa cancele el total de sus obligaciones corrientes, le quedarán \$85,121.31 dólares para atender las obligaciones que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica.

Si la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones corrientes sin necesidad de liquidar o vender sus inventarios, en el año 2013 la empresa alcanzaría a cubrirlos en su totalidad, puesto que aun así; dispondría de \$11.62 dólares por cada dólar de obligaciones corrientes.

El plazo promedio concedido a los clientes para que realicen el pago de los pedidos es aproximadamente de 26 días en el año 2013, este puede ser por conciencia de una política establecida por la empresa para captar nuevos clientes, fidelizarlos o incrementar las ventas. La empresa “Frutalandia S.A.” para el año 2013 convirtió los \$12,034.27 en efectivo 14.33 veces en el periodo, es decir que en promedio tardó 26 días en rotar su cartera.

Se puede observar que para poder atender la demanda de su producto necesitó almacenar sus inventarios durante 157 días para el 2013. Además de que la empresa convirtió el total de sus inventarios en efectivo o en cuentas por cobrar 2.3

veces en el año. La empresa tuvo un ciclo operacional de 181.50 días para el año 2013, De igual manera se puede concluir que la empresa en 181.50 días generó \$64,339.91 dólares.

Para el año 2013 la empresa roto su activo fijo 1.67 veces; inclusive que por cada dólar invertido en activo fijo la empresa vendió \$0.75 dólares. “Frutalandia S.A”, para el año 2013 respalda 2.03 veces el capital de los inversionistas en el año frente a las ventas. La participación de los acreedores para el año 2013 es del 27.03% sobre el total de los activos de la compañía, lo cual no es un nivel muy riesgoso. La empresa no presenta un nivel de endeudamiento alto con sus acreedores, es decir que para el año 2013 el 37.04% de su patrimonio está comprometido con los acreedores.

“Frutalandia S.A” tiene cerca del 12.73% de sus obligaciones a corto plazo, mientras tiene el 83.84% a largo plazo. La rentabilidad del patrimonio bruto para el año 2013 fue del 3.25%, mientras que se generó una utilidad operacional del 5.37%, la participación de los gastos administrativos y de ventas sobre las ventas fue del 24.81%; la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas fueron del 30.19%; y por último pudimos observar que las ventas de la empresa del año 2013 generaron el 3.15% de utilidad. (Ver Anexo 14)

3.2 Diseño de cadena productiva de mango

Gráfico 3. 1 Cadena Productiva de mango



Elaborado por: Las Autoras (2015)

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 ante 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 considerado 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.

3.3 Marketing Mix de Exportación

Marketing Mix se lo define como el conjunto de herramientas tácticas de marketing controlables, producto, plaza, precio y promoción; que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta (Amada del Consuelo Ayala Tumbaco, 2013).

3.3.1. Producto

“Es todo aquel elemento, tangible e intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que se comercializa en un mercado”. (Marketing, 1990).

El producto que ofrece “Frutalandia S.A.” es el mango Tommy Atkins, y esta es su presentación:

Gráfico 3. 2 Mango Tommy Atkins

Fuente: Portalfruticola.com

Tabla 3. 1 Especificaciones Técnicas del Producto

Nombre del producto en Español:	Mango
Nombre del producto en Ingles:	Mango
Familia:	Anacardiáceas
Tipo de Mango:	Tommy Atkins
Nombre Científico:	Mangifera Indica
Origen:	India

Elaborado por: Las Autoras (2015)

Observaciones Adicionales:

Los mangos han sido tratados con agua caliente en los tanques de circulación hidrotermales, aplicados con cera para mejorar la apariencia y evitar la deshidratación y por ultimo transportado en contenedores refrigerados a fin de evitar la madurez temprana.

El producto se entrega en cajas de cartón corrugado con un peso neto de 4.20 kg por caja en destino. Cada caja de frutas debe ser estampada con la leyenda Tratado con agua caliente por APHISUSDA⁹ y cada mango deberá llevar una etiqueta con el nombre del exportador.

⁹ APHIS es el organismo principal para la colaboración con otros organismos para proteger la agricultura estadounidense de plagas y enfermedades invasivas. USDA: Departamento de Agricultura de EE.UU.

3.3.2. Precio

Los precios mundiales del mango, son susceptibles a cambios debido a múltiples factores, tales como: la estacionalidad, los daños a los cultivos debido al clima, plagas y a la especulación en el comercio de ciertas frutas, otro de los principales factores son las lluvias en la costa que afectan y causan daños significativos en los cultivos, lo cual impacta gravemente en el precio del producto.

Según el Centro Internacional de Comercio (ITC) (2014), los precios globales del mango han sufrido mucho desde el año 2011 al 2014 por la gran demanda que lleva a cabo esta fruta, a pesar que las exportaciones mundiales han incrementado anualmente, el precio de venta de este producto no deja de sufrir altas y bajas ya sea por la crisis económica, costos de energía, especulaciones comerciales entre otros fenómenos que afectan el comercio internacional.

Precios Internacionales del mango

Los precios del mango dependen principalmente de las fluctuaciones de las ofertas de Ecuador, México, Costa Rica, Perú y Brasil que son los países de mayor producción y exportación en el mundo. La cotización varía según el mercado internacional.

Precio de Exportación actual en Ecuador

Según Bernardo Malo, presidente de la *Fundación Mango Ecuador*, señala que en la temporada 2011-2012, el valor FOB de la caja (fruta, cartón y empaque) bordeó, los 2,80 dólares, sin contar con el costo del flete y seguro. (Universo, 2013)

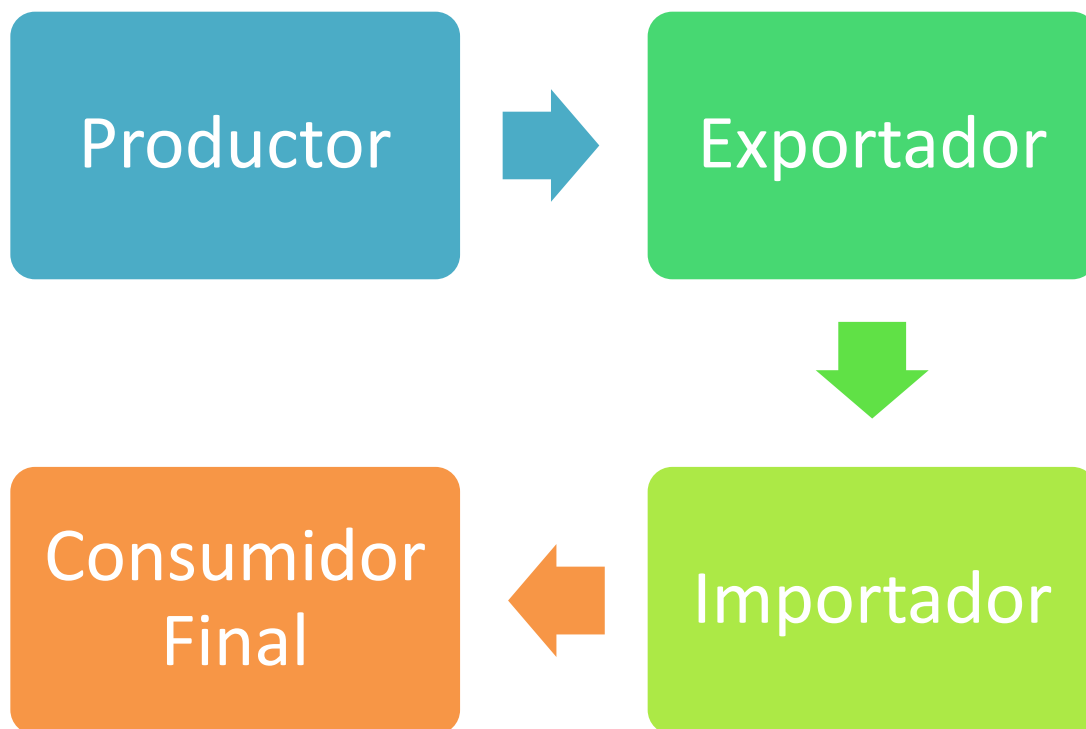
Precio de exportación basado en la competencia

El precio con el que se estima comercializar unitariamente por cada caja de mango es de \$3.60; 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%.

3.3.3. Plaza

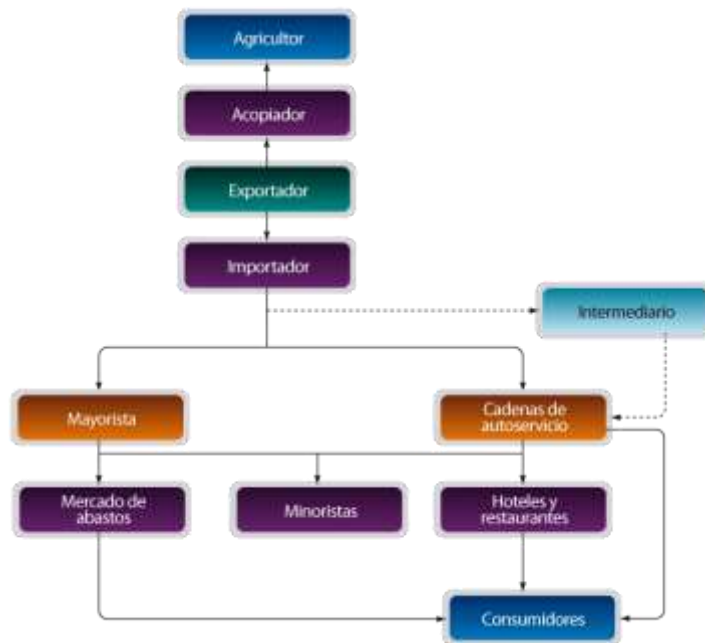
Grafico 3. 3 Canales de Distribución



Elaborado por: Las Autoras (2015)

Canales de Distribución:

Como se puede observar en el grafico #5, la cadena de distribución del mango es relativamente corto, el producto estando en destino, es entregado al importador, y a su vez este último, provee a minoristas, pero en muchos casos, el importador una vez teniendo el producto, puede hacer de este derivados de mango y venderlo a minoristas, cadenas de autoservicio y por ultimo al consumidor final.

Gráfico 3. 4 Canales de Distribución para Mango

Fuente: Valleyinternacional.com

Un importador de frutas frescas en EE.UU, vende entre un 60 y un 65% de su producto a minoristas y detallistas, entre un 25 y un 30% a servicios de alimentación y entre un 5 y un 10% a mercados mayoristas.

El método más usual es la consignación y los pagos se realizan 30 o 60 días después de la venta. (Ibarra)

3.3.4. 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.
- Desarrollar un sistema integrado con una base de datos de potenciales compradores para desarrollar la producción y posicionamiento del mango en el mercado internacional.

- Enviar la información técnica del producto a los posibles clientes, a través de la base de datos para promover la exportación del mismo.

3.4 FODA de la Empresa “Frutalandia S.A.”

Tabla 3. 2 FODA de la empresa “Frutalandia S.A.”

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelente calidad de mango. • Condiciones climáticas óptimas para el desarrollo y cultivo de la fruta. • Genera oportunidades de empleo, mano de obra para las labores de cultivo y de proceso. • Buen precio de exportación. • Eficiencia de buenas prácticas agrícolas. • Cercanía a los puertos. (bajos costos de transporte, disponibilidad de servicios logísticos) 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento por parte de los productores en cuanto a los requerimientos de exportación • Escasez de capacitación y asesoría a agricultores con fines de actualización de conocimientos. • Vulnerabilidad en la fruta para contraer plagas. • Falta de recursos financieros para costear todo lo que incurre en el proceso de exportación. • Dificultad para acceder a créditos otorgados por el estado para la promoción de exportación en el extranjero.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto de gran aceptación en el mercado nacional e internacional por su particular sabor y aroma. • Excelente oportunidad comercial en cuanto a la demanda de frutas para promover el consumo de productos saludables en una dieta 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado del mango es muy competitivo, algunos países son los productores mayoritarios de mango y cubren en su totalidad la demanda del mismo. • Calentamiento global que atrofia el crecimiento de los árboles de

<p>diaria al público en general.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de las entidades gubernamentales para fomentar la exportación del producto. • Interés de los productores en exportar su producto. • Ventaja en el descargue del producto ya que Los Ángeles es el principal distrito de entrada de importaciones a Estados Unidos • Compromiso en el proceso logístico y aprovechamiento de los programas fitosanitarios para ofrecer un mango de mejor calidad. 	<p>mango.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales propios de las épocas de cosecha que podrían echar a perder la producción. • Alta fluctuación en el nivel de los precios del mango, ocasionado por el equilibrio en la oferta y la demanda. • Suspensión o cancelación de preferencias comerciales otorgadas por EE.UU. por no cumplir con sus exigencias de calidad y normativa. • Surgimiento de nuevos productos competidores sustitutos.
--	---

Elaborado por: Las Autoras (2015)

3.5 Aspectos cualitativos del mercado

La tendencia en el consumo de frutas frescas ha incrementado en estos últimos años, considerando la preocupación actual por consumir alimentos sanos que aporten beneficios a la salud e ir erradicando el consumo de comida chatarra que a la larga deteriora nuestro organismo atrayendo enfermedades irreversibles.

En países como Estados Unidos, donde los índices de obesidad son bastantes altos, se está promoviendo un mayor consumo de frutas en la dieta diaria de los niños, por lo que se requiere de productos frescos pre cortado asegurando la integridad del producto y su calidad.

Adicional en algunos países europeos así como en Estados Unidos se están promoviendo campañas para la concientización en el consumo de frutas y verduras. Dichas campañas son avaladas por instituciones públicas y privadas, entre otras.

Ilustración 3. 1 Campaña “Come 5 veces al día para mejorar tu salud”



Fuente: Department of Agriculture and Consumer Service of North Carolina

3.5.1. Requisitos para entrar al mercado Estados Unidos

Existen dos tipos de acceso al mercado:

Barreras Arancelarias.- Es el porcentaje previo la entrada libre arancel del producto al país de destino (beneficiario) por ende el Ecuador al exportar su fruta a Estados Unidos presenta un porcentaje de 0% gracias a las diferentes preferencias arancelarias que benefician a la fruta ecuatoriana.

Tabla 3. 3 Arancel aplicado a Ecuador por Exportaciones de Mango

Arancel Aplicado a Ecuador en las Exportaciones de Mango por sus Principales Socios Comerciales	
Subpartida 0804.50	
País	Arancel Preferencial
Estados Unidos	0%

Fuente: Market Access Map, Centro de Comercio Internacional (CCI)

Elaborado por: Las Autoras (2015)

Barreras no Arancelarias.- Para las frutas ecuatorianas dependerán del mercado de destino al que sean comercializadas, en este caso el mango es ingresado a Estados Unidos por ende este país solicita que se cumpla ciertos requisitos según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés).

Para Ecuador, Agrocalidad es el ente que controla y supervisa a los operadores de la cadena de producción orgánica agropecuaria, en este caso para el país de destino el homólogo es el APHIS.

El mango ecuatoriano al momento de entrar al mercado Los Ángeles California requiere de los siguientes permisos:

- El producto debe estar sujeto a inspección al momento de ingreso al país.
- El envío debe asegurar que el producto cumpla con la disposición T102-A (Certificado de Tratamiento hidrotérmico Mosca Frutera), el cual debe ser verificado por el homólogo de APHIS, en nuestro país es Agrocalidad.
- Cada caja con el producto debe estar marcado con la afirmación APHISUSDA – TRATADO CON AGUA CALIENTE.
- El envío deberá ir acompañado del formulario original PPQ 203 (Certificado de Inspección) con toda la información requerida y debe estar firmado por el oficial de APHIS en el sitio en el país de origen.

3.6 Aspectos sobre el proceso de exportación desde Ecuador hacia los Estados Unidos, Estado de los Ángeles California.

3.6.1. Requisitos para ser exportador en la aduana

Toda persona natural o jurídica para poder importar y exportar, deberán registrarse a ciertos requisitos establecidos por la SENA (Servicio Nacional De Aduana Del Ecuador) que a continuación se detalla:

Paso 1: Todo exportador debe adquirir el certificado digital por medio del TOKEN¹⁰ para la firma electrónica otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2: Se deben registrar en el portal de ECUAPASS: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>¹¹

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

La Empresa “Frutalandia S.A” como persona jurídica, para obtener el RUC (Registro Único del Contribuyente) en el Servicio de Rentas Internas debe reunir los siguientes requisitos:

1. Formulación 01A y 01B
2. Escrituras del Nombramiento del Representante Legal de la Empresa;
3. Presentar el original y una copia de la cedula del Representante Legal;
4. Presentar el certificado de votación del Representante Legal; y
5. Entregar una copia de una planilla de servicio básico que certifique la dirección del domicilio a nombre del Representante Legal.

“Frutalandia S.A.” para obtener el TOKEN lo adquirió por medio del proveedor Security Data¹²

¹⁰ TOKEN: Dispositivo que muestra un código ID que cambia constantemente previo al ingreso de una clave determinada por el usuario, es utilizado en sistemas de seguridad.

¹¹ Boletín 32-2012 Registro Al Portal Ecuapass www.aduana.gob.ec

Ilustración 3. 2 Llave DE facturación Electrónica



Fuente: Security Data

Requisitos para obtención del TOKEN:

1. Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
2. Papeleta de votación actualizada.
3. Original o copia certificada (notariada) del Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa.
4. Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal (se acepta nombramientos con un mínimo de vigencia de 1 mes), adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
5. Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (debe tener al menos un mes de vigencia) u Original o copia certificada (notariada) de constitución de la Empresa solicitante.
6. Formulario de solicitud firmado y lleno con todos los campos obligatorios (*) (Ver Anexo 8). Para saber cuál es su código postal puede ingresar al siguiente link <http://www.codigopostal.gob.ec/> ; <http://www.codigopostal.gob.ec> .
7. Presentarse en la entidad que le proporcionó la cita físicamente para firmar el contrato, validar la identidad y emisión del certificado.

Una vez que se cuenta con el TOKEN se procede a realizar la actualización en la página del ECUAPASS.

Para registrarse en el portal del ECUAPASS se debe seguir los siguientes pasos:

1. Ingresar a la página <https://portal.aduana.gob.ec/>

2. Verificar que todos los programas necesarios para la ejecución estén instalados, caso contrario, seguir las instrucciones que se indiquen.

Ilustración 3. 3 Instalación y Revisión de programas para uso del ECUAPASS

Pasos	Nombre del proceso	Verificar	Ayuda
Paso 1	Java Script	OK	<p>Cuando indica "No", haga clic en "Ayuda" para la configuración</p> <p>Internet Explorer Mozilla Firefox Google Chrome</p>
Paso 2	Java Runtime Environment	OK	<p>Cuando indica "No", haga clic en:</p> <p>Preparando para instalar OpenJDK Client y I.O. La instalación comienza en la IDE... versión 1.7. El instalador "N/A"... Descarga y ejecución de JRE.</p> <p>Por favor, instale el programa, cierre el navegador e ingrese nuevamente.</p>
Paso 3	Procesamiento de Log in del PKI	No	<p>"NO" : Desinstale y re instale JAVA</p> <p>1. Desinstalación de JAVA [haga clic]</p> <p>2. Instalación de JAVA [haga clic]</p> <p>"Nuevo"</p> <p>3. Instalación de programa de Certificado Digital [haga clic]</p> <p>[DESCARGA_1] > [DESCARGA_2]</p> <p>Por favor, instale el programa, cierre el navegador e ingrese nuevamente.</p>
Paso 4	Adobe Flash Player Install	OK	<p>Cuando indica "No" o "Nuevo", haga clic en [DESCARGAR e instalar] para la configuración</p> <p>Por favor, instale el programa, cierre el navegador e ingrese nuevamente.</p>

Fuente: Ecuapass

3. Una vez que se ha ingresado al portal, pulsar el link "Solicitud del Uso" en la parte superior.
4. Ingresar al acceso de "Solicitud del Uso Representante".

Ilustración 3. 4 Portal ECUAPASS.

Fuente: Ecuapass

Ilustración 3. 5 Solicitud de Uso del Portal ECUAPASS.

Menú Izquierda Soporte al Cliente Solicitud del uso Mi menú

Solicitud del uso

Gracias por visitar al Portal del SENAE. En el Portal del SENAE podrá realizar todas las operaciones de despacho en una vez. El portal les ofrece un servicio limpio y transparente.

Se clasifica el registro de usuario por **usuarios del despacho** y **usuarios de servicio adicional**. Por favor, registre según el tipo de usuario que corresponde. Una vez que se registra, el usuario podrá utilizar los diversos servicios del portal.

- Solicitud del uso(Representante)**
La información de la empresa, del representante y Certificado de Autenticación deben ser aprobados para utilizar los servicios del despacho como elaboración de declaración aduanera, consulta de rendimiento de la empresa, etc.
- Solicitud del uso(Empleado)**
El empleado de la empresa debe registrar su información. El usuario podrá utilizar los servicios relacionados a la empresa, una vez que se identifica por la información de certificado digital con el certificado digital de persona jurídica de la empresa.
- Solicitud del uso(General)**
El usuario general puede utilizar los servicios de información como consulta de información pública, en página, etc.
- Solicitud del uso(Representante de la entidad)**
El usuario de la entidad pública debe registrarse en la VUE para tramitar las operaciones de CO, DIO y DCP en la VUE.
- Solicitud del uso(Entidad)**
El usuario de la entidad pública debe registrarse en la VUE para tramitar las operaciones de CO, DIO y DCP en la VUE.
- Solicitud de uso (Organismos Internacionales)**
El usuario podrá actualizar la información previamente registrada en la solicitud de uso; y a su vez puede continuar utilizando las opciones definidas para su perfil.

Fuente: Ecuapass

5. Llenar la información requerida e ingresar la clave del TOKEN y Registrar.

Ilustración 3. 6 Solicitud de Uso Representante.

Trámites Operativos Servicios Informativos Soporte al Cliente Ventanilla Única

Menú Izquierda Soporte al Cliente Solicitud del uso Mi menú

Solicitud del uso(Representante)

Información de empresa

* RUC empresa	0992541091001	Consultar
Razon Social	FRUTALANDIA S.A.	
Dirección de empresa		
Teléfono empresa		

Información de representante

* ID Usuario		Comprobar disponibilidad
* Doc. Identificación	CEDULA DE IDENTIDAD	Comprobar disponibilidad
* Nombre Usuario		
* Contraseña	* Confirmación de Contraseña	
* Preguntas de Clave1	¿MES QUE TE CASASTE?	* Respuesta de Clave1
* Preguntas de Clave2	¿IGLESIA DONDE SE CASO?	* Respuesta de Clave2
* Preguntas de Clave3	¿NOMBRE DE SU CIUDAD PREFERIDA?	* Respuesta de Clave3
* Provincia	--Selección--	* Ciudad
* Dirección		
* Teléfono1	Teléfono2	
Celular	CLARO	Fax
* Correo Electrónico		
* Confirmación de correo electrónico		Comprobar disponibilidad
Posición	REPRESENTANTES	SENAE Correo Electrónico
Recibir mensaje SMS	<input checked="" type="radio"/> Recibir <input type="radio"/> No recibir	

Fuente: Ecuapass

3.6.2. Trámite de exportación

A toda exportación de origen ecuatoriano la documentación necesaria para acceder al mercado estadounidense son: Declaración Aduanera de Exportación (DAE) que deben ser acompañadas con la factura comercial, documento de transporte en este caso como es vía marítima (Bill of Lading), Certificado fitosanitario, Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

Declaración Aduanera de Exportación

Todas las exportaciones inician con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero por parte del exportador o declarante. (Ver Anexo 9)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

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

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- **Canal de Aforo Documental:** Se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema.

Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

- **Canal de Aforo Físico Intrusivo:** Se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.
- **Canal de Aforo Automático:** La autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque:

Se inicia con la transmisión y presentación de la DAE que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio de Aduanas del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la DAE publicado en la página web de la SENA, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la DAE por el Sistema ECUAPASS, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAE definitiva que es la Declaración Aduanera de Exportación, se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAE definitiva de exportación.

Previo al envío electrónico de la DAE definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El ECUAPASS validará la información de la DAE contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAE.

Numerada la DAE, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAE impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura comercial definitiva
- Documento de Transporte.

3.6.2.1. Certificado Fitosanitario

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), a través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), regula los procesos de certificación fitosanitaria para el cumplimiento de requerimientos fitosanitarios de los países importadores de productos vegetales, producidos en el Ecuador. (AGROCALIDAD)

Para obtener esta certificación fitosanitaria, el productor - exportador debe cumplir con el siguiente procedimiento:

1. Llenar la Solicitud Electrónica de Registro de Operador en la página de Agrocalidad los siguiente puntos son:

- Ingresar a la página: www.agrocalidad.gob.ec

Ilustración 3. 7 Opción Sistema Guía.



Fuente: Agrocalidad

- Se deberá escoger la opción “Representa usted a un operador o empresa? Regístrese aquí.”

Ilustración 3. 8 Registro como OCE.

Fuente: Agrocalidad

- Llenar los campos obligatorios para obtener una clave de: Representante legal y técnico, RUC, dirección la que conste en el RUC, correo electrónico.

Ilustración 3. 9 Registro de Operador

Registro de Operador
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro - Agrocalidad

La información ingresada en este formulario servirá para registrarse en sistema informático y acceder a los servicios de AGROCALIDAD. La información es de carácter confidencial y de uso exclusivo para la institución y el usuario dueño de los datos.

Tipo de identificación

RUC - Persona natural
 RUC - Persona jurídica
 Cédula

0992541091001

Datos generales

Razón social (+)
FRUTALANDIA S.A.

Representante legal PABLO DAVID TORRES ALAÑA

Representante técnico RAUL HERNANDO GUZMAN GUZMAN

Datos de oficina

Provincia Guayas

Cantón Guayaquil

Parroquia García Moreno

Dirección
ROSENDO AVILES 1318 Y JOSE DE ANTEPARA

Teléfonos (04) 234-3700 Secundario Ej: (00) 000-0000

Celular (09) 9401-9759 Secundario Ej: (00) 0000-0000

Fuente: Agrocalidad

Ilustración 3. 10 Registro de Operador.

Clave de acceso

Ingrese al menos 8 dígitos que incluyan al menos una letra mayúscula y un caracter especial cómo ^ ! @ # \$ %.

Ingrese su clave

Confirmar clave

Código de verificación

124 58338665

Introduzca el texto

Enviar Datos

Fuente: Agrocalidad

- Una vez que se envía la solicitud, aparecerá un mensaje que indica “Su usuario ha sido creado por favor ingrese a la dirección de su correo para finalizar” y AGROCALIDAD enviara un mail indicando que el exportador/importador se encuentra registrado.

Ilustración 3. 11 Usuario Registrado.



Fuente: Agrocalidad

Una vez que enviada la solicitud llega al correo electrónico la confirmación que ha sido registrado.

- Luego que se obtiene el usuario (RUC) y la contraseña (llegada por mail) se escoge la opción de registro de operador dar clic en la opción: Administración de sitios y aéreas, aparecerá un mapa para que ubique la Hacienda o pueda adjuntar un pequeño mapa de donde queda la finca.

Ilustración 3. 12 RUC y Clave.



Fuente: Agrocalidad

Ilustración 3. 13 Ubicación donde se encuentra la Matriz del Exportador.



Fuente: Agrocalidad

- Luego se registran las operaciones que se hayan realizado en el sitio de producción, y cuando culmina nuevamente debe hacer clic en enviar solicitud.
- Se registran los productos adquiridos, seguido del RUC del proveedor al que fueron comprados.

Una vez ingresados en el sistema de AGROCALIDAD para obtener el Certificado de Operador vía electrónica, la institución manda por correo el Certificado De Registro De Operador para exportación de fruta fresca de mango y lugares de producción con firma y sello de AGROCALIDAD. (Ver Anexo 12).

2. Una vez ingresada la solicitud, la agencia procede a programar una inspección, en la cual se verificará la información proporcionada y evaluará el lugar de producción donde el operador de exportación realizará sus actividades. Si la evaluación tiene como resultado un 80% positivo, se aprobará la solicitud. Si luego de la inspección, el funcionario determina que deben hacerse correctivos, especificará los días en que debe implementarse y se procederá a una nueva inspección.

Junto con el reporte favorable de la inspección del lugar de producción, se deberán presentar los siguientes documentos:

1. Copia del RUC actualizado.
2. Copia del nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
3. Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
4. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
5. Comprobante de pago original de acuerdo al tarifario vigente de AGROCALIDAD, según el producto a exportar y al tipo de registro.

Tabla 3. 4 Valores a Pagar en AGROCALIDAD

DETALLE	VALOR (USD)
Registro de Productor de mango	\$ 15,00
Registro de Exportador de mango	\$ 80,00
Inspección en lugar de producción (finca) de mango	\$ 50,00

Fuente: Agrocalidad

Elaborado por: Las Autoras (2015)

3.6.2.2. Obtención del Certificado Fitosanitario

El Certificado Fitosanitario es considerado como un documento previo para la nacionalización de la mercadería en el país de importación aún más cuando se trata de países con altos estándares de calidad como es los Estados Unidos. (Ver Anexo 13)

- Documento de acompañamiento:
- Solicitud de inspección en planta tiene un costo \$50,00
- Pre certificado original
- DAE
- Documento de transporte en este caso BL (marítimo)
- Copia de la factura comercial (#RUC, Firma y Sello del exportador)
- Pago de tasa Certificado Fitosanitario (\$4 dólares por certificado).

La duración del trámite para obtener el certificado fitosanitario es de aproximadamente 30 días; el registro de operador de otros productos de exportación tiene una vigencia de 2 años, luego de esto se debe volver a realizar el procedimiento descrito anteriormente para su renovación.

3.6.2.3. Agente afianzado de Aduana

Es obligatoria la intervención del Agente Afianzado de Aduanas o Customs Brokers, que es la persona autorizada para realizar la nacionalización de las mercancías debido a la complejidad de la normativa vigente que tienen los países.

El agente afianzado de aduanas es un apoyo fundamental para garantizar una exportación o importación que cumpla todas las normas y regulaciones federales, y evitar errores que podrían ser costosos. Dependiendo del valor de la mercadería, la cantidad, los trámites necesarios y la complejidad del caso, los honorarios de un agente afianzado podrían oscilar entre aproximadamente \$200 y \$450 por trámite, no existe una tabla de precios ya que cada agente afianzado cobra sus honorarios de acuerdo alcance que desee el exportador que se maneje.

3.6.2.4. Sistema Aduanero Ecuapass

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

El Ecuapass, reemplazó al SICE a finales del año 2012 e integra 30 entidades vinculadas a los trámites del comercio exterior.

Los principales objetivos de este sistema aduanero es generar transparencia y eficiencia de las operaciones aduaneras:

- Minimizar el uso de papel
- Asegurar simultáneamente el control aduanero y facilitar el comercio.
- Establecer la Ventanilla Única de Comercio Exterior
- Con la implementación del sistema ECUAPASS, basado en el modelo coreano UNIPASS y en el acceso en “3C” (cualquier momento, cualquier lugar y cualquier dispositivo).

3.7 Formas de Negociación

Una de las formas de negociación entre el exportador y el importador son las cartas de crédito, es un medio de pago por el cual el importador instruye a su banco en el exterior donde emite su carta de crédito a favor del exportador ya sea por una operación de compra y venta de mercadería o servicios.

“Frutalandia S.A.” para su negociación va realizar la carta de crédito por ende será la herramienta adecuada para efectivizar el proceso de cobro; en el Ecuador las cartas de crédito a la vista y a plazos son las más utilizadas. Por lo tanto para efectos de cobro se empleará la carta de crédito a plazos emitida por el Banco del Pichincha.

3.8 Condiciones de Pago

Existen diferentes condiciones de pago donde la obligación recae sobre el comprador. A continuación se detalla:

- **Plazo de pago.-** Cuando el exportador da una facilidad crediticia al importador, sea porque lo conoce, por el tipo de bien negociado, de acuerdo a las prácticas comerciales, etc.
- **Forma de pago.-** Puede tratarse de un pago anterior a la entrega de la mercadería, un pago posterior a la entrega, un pago simultáneo a la entrega, trueque o consignación.

- **Moneda de pago y medios de pago.-** Los medios de pago, cifrados en una moneda convertible, son los instrumentos operativos que permiten al comprador cancelar la deuda adquirida.
- **Documentos de transporte.-** Conocimiento marítimo, guía aérea, conocimiento de embarque por ferrocarril, conocimiento de embarque por carretera, DTM Documento de Transporte Multimodal, conocimiento de embarque fluvial.

3.9 Negociación internacional

Las mercancías cuyo destino es el mercado exterior se cotizarán o pagarán de acuerdo a ciertas especificaciones, las cuales serán las que determinen la responsabilidad sobre las mercancías de una u otra parte.

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, 2011) El Incoterm que se va utilizar es el grupo F, es decir, Franco abordo (FOB).

“Frutalandia S.A.” se encargará de colocar el producto a bordo de un buque en el puerto de embarque convenido en el contrato con el agente internacional. El riesgo o daño será asumido por el agente, cuando la mercancía pasa la borda del buque.

Ilustración 3. 14 Medios de Transportación.



Fuente: ProEcuador

3.10 Medios de Transporte

El transporte del producto hasta el mercado final les genera un costo importante a los exportadores. Así, dependiendo de lo acordado, casi siempre se debe combinar varios medios de transporte, entre ellos, terrestre, marítimo, ferroviario y aéreo.

En los casos más simples se utiliza el transporte terrestre o el marítimo, pero cuando se trata de productos delicados o de mayor valor comercial, como las flores, es necesario recurrir al transporte aéreo.

El transporte terrestre del producto agrícola se paga por contenedor, simplemente se debe dividir el costo del contenedor por el número de cajas o kilogramos que contiene.

En el caso del transporte marítimo, generalmente más lento pero más barato, los costos, normalmente se cotizan por contenedor; basados en peso, cantidad o volumen, la mayoría de los productos agrícolas se envían en contenedores, para facilitar su manejo.

En el caso del transporte aéreo, que tiende a ser más caro pero más rápido que el marítimo, se utilizan tres métodos de envío: aviones que transportan pasajeros y carga, aviones de carga y “vuelos chárter”. El costo depende sobre todo del peso o volumen, del destino y de la temporada.

La venta del mango Tommy Atkins será a precio FOB (Free on Board) donde el exportador coloca el producto en el medio de transporte y asume los costos y riesgos hasta esta etapa. Mientras que el importador asume los costos del transporte y seguro internacional.

El medio de transporte que va a contratar el comprador es el marítimo con la siguiente información detallada:

- Contenedor 1x40' Reefer con 5280 cajas.
- Temperatura: +9 C
- Partida desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Los Ángeles California.
- Duración de viaje: 28 días aproximados.

Ilustración 3. 15 Contenedor de 40 pies



Fuente: APL Limited

3.11 Información Técnica del Producto

Tabla 3. 5 Ficha Técnica del Mango.

NOMBRE	Tommy Atkins
DESCRIPCION FISICA	Mangos frescos, sanos y limpios de la variedad Manguifera Indica L, para el mercado de consumo fresco.
FECHAS DE PRODUCCIÓN	Octubre – Medios de Enero
FORMAS DE CONSUMO Y CONSUMIDORES POTENCIALES	El producto es para el consumo en el hogar, bien como fruta entera o en preparaciones caseras de jugos, mermeladas, etc. y está destinada al público en general.
CARACTERÍSTICAS CONFERIDAS POR EL PROCESO PRODUCTIVO	Producto refrigerado muy susceptible a los cambios de temperatura en las etapas de almacenamiento, distribución y comercialización. Debe conservarse a una temperatura de 8°C a 10°C.
EMPAQUE Y PRESENTACIÓN	Envasado en cajas de cartón corrugado, encerado y etiquetado con la marca especificada por el cliente. La

	presentación en cuanto al peso es de 4 kgs. Netos por caja, paletizados en pallets de 5280 cajas.
CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DEL PRODUCTO	El tamaño de cada fruto puede ser determinado por su peso y se tienen los siguientes pesos por calibres: - Calibre 6 (De 630 a 720 grs.)/ - Calibre 7(De 555 a 620 grs.) - Calibre 8 (De 488 a 555 grs.)/ - Calibre 9 (De 425 a 488 grs.)/ - Calibre 10 (De 380 a 425 grs.)/ - Calibre 12 (De 320 a 380 grs.)/ - Calibre 14 (De 280 a 320 grs)
VIDA ÚTIL	La vida útil del producto está en función a la madurez fisiológica del fruto y se tiene en promedio: - De 7 – 8° Brix: 30 – 50 días / - De 8 – 9° Brix: 20 – 35 días
ROTULADO	Incluye la siguiente información: variedad, peso, fecha de producción, lote, código del proveedor, nombre del producto, nombre y dirección del proveedor, autorización sanitaria, valor nutricional, temperatura de conservación.
CONTROLES ESPECIALES DURANTE LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	Monitoreo de temperaturas de cámara de conservación y producto, control de temperatura en el embarque del producto y del contenedor refrigerado. Manejo cuidadoso de las unidades de carga, pallets y cajas.
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES PARA EL CONSUMIDOR	Color: Piel rosada con chapa roja / Olor: Característico de la fruta, libre de olores y sabores extraños. Textura: Verde: Dura al tacto / Maduro: Sensible, listo para el consumo. Sabor: Característico de la fruta fresca.
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES	Contenido Nutricional: - Calorías: 65 - Proteínas: 0.5 g. - Carbohidratos: 18 g. - Lípidos: 0.26 g. - Colesterol: 0 mg. - Sodio: 2 mg. - Potasio: 157 mg. - Vitamina A: 38.90 mg. - Vitamina C: 27 mg.

Fuente: “Frutalandia S.A.”

Elaborado por: Las Autoras (2015)

3.11 Empaque, etiquetado y transporte de producto terminado

3.11.1. Empaque

Empaque es cualquier material que encierra un artículo con o sin envases, con el fin de salvaguardar y facilitar su entrega al consumidor. (Thompson, 2009)

El principal objetivo del empaque de alimentos es resguardar los productos durante su almacenamiento, comercialización y distribución. El tipo de empaque utilizado para este fin juega un papel importante en la vida del producto, brindando una barrera simple a la influencia de factores, tanto internos como externos.

El mango se exportará en cajas de cartón corrugado son comúnmente usadas para empacar el mango con capacidad para 4.5 Kg, pues el fruto debe tener una ventilación adecuada.

Ilustración 3. 16 Empaque de Mango.



Fuente: Durexporta S.A.

Cuando las cajas tienen como destino Estados Unidos, cada mango deberá llevar una etiqueta con el nombre del Exportador. Las cajas son acomodadas en paletas de 1.2 m x 1.2 m, luego son enzunchadas para asegurar la carga.

3.11.2. Etiquetas

El etiquetado es facultativo, pero será obligatorio cuando en la etiqueta o en la publicidad figure una declaración de propiedades nutritivas.

Sólo se autorizarán las declaraciones de propiedades nutritivas que se refieran al valor energético y a las nutrientes, proteínas, glúcidos, lípidos, fibras dietéticas, sodio, vitaminas y minerales, así como a las sustancias que pertenezcan a una de las categorías de dichos ingredientes y en cuya composición entren.

La declaración del valor energético y del contenido en nutrientes deberá realizarse en forma numérica, utilizando unidades de medida específicas. El etiquetado de los productos alimenticios deberá incluir los elementos obligatorios siguientes:

- Identidad del alimento
- Listado de ingredientes
- Nombre y Dirección del fabricante
- Información Nutricional
- Contenido Neto

Ilustración 3. 17 Etiquetado del Mango.



Fuente: Durexporta S.A.

3.12 Logística, Transporte y Distribución

El sistema de transporte Estados Unidos se caracteriza por su eficiencia y avanzado nivel tecnológico, en especial el transporte público, en las áreas metropolitanas y las grandes ciudades. Este servicio se caracteriza por su puntualidad, seguridad, interconexión y excelente servicio.

Los canales de ingreso comúnmente utilizados por los importadores en Estados Unidos son los puertos navieros por ende existen 149 puertos marítimos.

Existen diez puertos en orden de importancia son: el de Louisiana del Sur; Houston, Texas, Newark-Elizabeth Marine Terminal, Nueva Jersey, Beaumont, Texas, Long Beach, California, Corpus Cristi, Texas, Nueva Orleans, Louisiana, Huntington, West Virginia, Texas City, Texas y, Baton Rouge, Louisiana. (Inversiones, 2013)

Los aeropuertos también son importantes, por esta vía aérea se utilizan para artículos perecibles como frutas, vegetales, flores, pescado fresco. Existen diez aeropuertos más grandes de los Estados Unidos son: John F. Kennedy, Nueva York; Los Angeles, California; Miami, Florida; O Hare, Chicago; Newark, Nueva Jersey; Hartsfield –Jackson, Atlanta; San Francisco, California; George Bush, Houston; y, Dallas/Forth Worth, Dallas. (Inversiones, 2013)

El principal Puerto Marítimo Estados Unidos es el Puerto de los Ángeles se encuentra en California, forma parte de los diez más importantes de Estados Unidos ya que cuenta con 27 terminales principales de carga seca, líquida y refrigerada. El puerto de los Ángeles es el más atareado ya que maneja volúmenes record de carga.

Del Ecuador al puerto de destino

Los productos que se exportan desde Ecuador con destino a Los Ángeles California, generalmente se embarcan en el Puerto Marítimo de Guayaquil (GYE), en contenedores de carga seca y refrigerada, o dependiendo de la naturaleza de producto. El tiempo promedio de tránsito hasta los puertos de Los Ángeles California generalmente es de 30 días.

Los puertos en Estados Unidos son muy organizados y cuentan con grúas especiales para cargar y descargar contenedores de un buque en forma simultánea, elevando la eficiencia y el tiempo de embarque y desembarque de las navieras.

Existen varias líneas navieras que cubren el servicio desde el Puerto de Guayaquil hacia los principales puertos de Los Ángeles California.

Una línea naviera que presta este servicio desde Ecuador es APL, ofrece a los clientes en todo el mundo con los servicios de transporte marítimo y de transporte de contenedores a través de una red que combina las operaciones intermodales de alta calidad con la última tecnología de la información.

Ilustración 3. 18 Manipulación de Container en Aduana



Fuente: Apl.com

Capítulo 4.

Estudio Financiero

De acuerdo al contacto con la empresa “Frutalandia S.A.”, se ha podido tomar los siguientes referenciales para realizar el análisis financiero.

Tabla 4. 1 Ventas “FRUTALANDIA S.A.” Unidades 2013

VENTAS UNIDADES 2013												
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14612	7718	21029
Locales	868	810	463	0	0	0	0	0	868	926	926	926
Totales	868	810	463	0	0	0	0	0	868	15538	8644	21955

Fuente: Empresa Frutalandia S.A.

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Adicionalmente según información detallada en el Análisis Sectorial de Frutas No Tradicionales se espera un crecimiento en las exportaciones, de cerca del 20.65%, para el periodo planificado.

4.1 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

Tabla 4. 2 Ventas “FRUTALANDIA S.A.” Unidades 2014

VENTAS UNIDADES 2014												
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17630	9312	25372
Locales	981	916	523	0	0	0	0	0	981	1047	1047	1047
Totales	981	916	523	0	0	0	0	0	981	18677	10359	26419

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Dada la naturaleza del negocio, las ventas se concentran en el último trimestre del año, obteniendo todo su ingreso por cobro a clientes a partir del mes de octubre hasta mediados del mes de abril.

4.1.1. Presupuesto de ingresos

Tabla 4. 3 Estimación de Precio de Venta

	Precios 2013	Precio (E) 2014
Exportaciones	\$ 3.58	\$ 3.61
Locales	\$ 2.98	\$ 2.98

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Se espera una variabilidad del precio entre el 0.2% al 0.3%.

Datos con los cuales se estima el monto en Ventas para el año 2014:

Tabla 4. 4 Ventas FRUTALANDIA S.A. Dólares 2014

2014	
VENTAS DOLARES	
TOTALES	
Exportaciones	\$ 191,120.50
Locales	\$ 19,495.16
Total	\$ 210,615.66

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Según políticas internas de la empresa la cartera se recupera aproximadamente en un 25% en el mes en curso y el 75% restante a un plazo de 30 días.

Tabla 4. 5 Recuperación de Cartera

RECUPERACION DE CARTERA			
		CONTADO	1 MES
	VENTAS	25%	75%
dic-13	\$ 58,883.78	\$ 14,720.95	\$ 44,162.84
ene-14	\$ 2,923.38	\$ 730.85	\$ 2,192.54
feb-14	\$ 2,729.68	\$ 682.42	\$ 2,047.26
mar-14	\$ 1,558.54	\$ 389.64	\$ 1,168.91
abr-14	\$ -	\$ -	\$ -
may-14	\$ -	\$ -	\$ -
jun-14	\$ -	\$ -	\$ -
jul-14	\$ -	\$ -	\$ -
ago-14	\$ -	\$ -	\$ -
sep-14	\$ 2,923.38	\$ 730.85	\$ 2,192.54
oct-14	\$ 67,380.67	\$ 16,845.17	\$ 50,535.50
nov-14	\$ 37,129.79	\$ 9,282.45	\$ 27,847.34
dic-14	\$ 95,970.22	\$ 23,992.56	\$ 71,977.67
	\$ 210,615.66	\$ 52,653.92	\$ 157,961.75

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

A continuación se detalla el estimado de recaudación mensual acorde a las políticas de cobranza que mantiene en la actualidad la empresa “Frutalandia S.A.”:

Tabla 4. 6 Detalle de Cobro a Clientes 2014

COBRO A CLIENTES 2014												
ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	ene-15
\$ 44,162.84												
\$ 730.85	\$ 2,192.54											
	\$ 682.42	\$ 2,047.26										
		\$ 389.64	\$ 1,168.91									
			\$ -	\$ -								
				\$ -	\$ -							
					\$ -	\$ -						
						\$ -	\$ -					
							\$ -	\$ -				
								\$ 730.85	\$ 2,192.54			
									\$ 16,845.17	\$ 50,535.50		
										\$ 9,282.45	\$ 27,847.34	
											\$ 23,992.56	\$ 71,977.67
\$ 44,893.68	\$ 2,874.96	\$ 2,436.90	\$ 1,168.91	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 730.85	\$ 19,037.70	\$ 59,817.95	\$ 51,839.90	

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Se estima obtener como resultado un saldo de cuentas por cobrar al 31 de diciembre del 2014 por \$ 71,977.67 dólares.

4.1.2. Presupuesto de costos

Dada la naturaleza del negocio los costos han sido detallados en función de la mínima unidad disponible que en este caso es una caja de 4,2 Kg.

Tabla 4. 7 Detalle de Materia Prima y Materiales Directos

Presupuesto de Materia Prima y Materiales Directos				
Materia Prima	Semillas (U)	Pesticidas (Kg)	Riego (mt3)	Embalaje [Cartón y Papel] (U)
Tasa de Desperdicio	10%	2%	5%	5%
Requerimiento por Caja	0.0200 U	0,0120 Kg	0,0600 mt3	1,0000 U
Costo por Unidad	\$ 1.05 Por U	\$ 1,25 Por kg	\$ 0,90 Por mt3	\$ 0,71 Por U

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Para calcular el requerimiento por Caja de Mango de 4.2 Kg, se tomó en base la edad promedio de la plantación, junto con la estimación de rendimiento de frutales tipo Mango, obteniendo que:

- Edad promedio de frutales en plantación: 7 - 8 años
- Rendimiento estimado de frutos: 350 unidades / árbol
- Unidades por Caja: 7 – 9 unidades / caja

Ecuación 4. 1 Promedio de Cajas de fruta por Árbol

$$\frac{\text{Promedio Cajas}}{\text{Arbol}} = \frac{\left(\frac{150}{7} + \frac{150}{9}\right)}{2} \approx 50 \frac{\text{cajas}}{\text{árbol}}$$

Ecuación 4. 2 Promedio Semillas requeridas por Caja de fruta

$$\frac{\text{Promedio Semillas}}{\text{Caja}} = \frac{1}{50} \approx 0.02 \frac{\text{semillas}}{\text{caja}}$$

- Cantidad de Pesticida por planta frutal: máx. 600 gr.

Ecuación 4. 3 Promedio Kg de Pesticida por Caja de Fruta

$$\begin{aligned} \frac{\text{Promedio Pesticida}}{\text{Caja}} &= \frac{600 \text{ gr}}{\text{Árbol}} \times \frac{\text{Árbol}}{50 \text{ cajas}} \times \frac{\text{Kg}}{1000 \text{ gr}} \\ &= 0.012 \frac{\text{Kg}}{\text{Caja}} \end{aligned}$$

- Riesgo requerido por Árbol: 3 mt³

Ecuación 4. 4 Promedio Riego requerido por Caja de Fruta

$$\frac{\text{Promedio Riego}}{\text{Caja}} = \frac{3 \text{ mt}^3}{\text{Árbol}} \times \frac{\text{Árbol}}{50 \text{ cajas}} = 0.06 \frac{\text{mt}^3}{\text{Caja}}$$

A continuación se detallan los valores que corresponden a los costos mensualizados de materia prima y materiales directos incurridos:

Tabla 4. 8 Costo de Materia Prima y Materiales Directos

COSTOS TOTALES DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS					
	Costo de Semillas (U)	Costo de Pesticidas (Kg)	Costo de Riego (mt ³)	Embalaje [Cartón y Papel] (U)	Costo Mensual de MP
ene-14	\$ 81,90	\$ 54,24	\$ 201,60	\$ 126,74	\$ 464,47
feb-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
mar-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
abr-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
may-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
jun-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
jul-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
ago-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
sep-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
oct-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
nov-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
dic-14	\$ 100,80	\$ 71,92	\$ 247,50	\$ 155,22	\$ 575,44
Anual	\$ 1.190,70	\$ 845,40	\$ 2.924,10	\$ 1.834,11	\$ 6.794,31

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

A excepción de las semillas, los pesticidas y el riego, el material requerido para el Embalaje del producto (Cartón y Papel), es adquirido anticipadamente al proveedor, con fecha de entrega en los meses de cosecha (Octubre a Diciembre).

Debido al giro del negocio, el Transporte Interno, Combustible & Mantenimiento de Maquinarias y el Servicio de Guardianía serán los más fuertes que incurrirá la compañía, presupuestados de la siguiente manera:

Tabla 4. 9 Gastos Indirectos

	Mensual	Anual
Materiales Indirectos	\$ 140,57	\$ 1.686,80
Combustible & Mantenimiento de Maquinarias	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Transporte Interno (Parcela - Planta)	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Consumo Electricidad	\$ 80,00	\$ 960,00
Servicio de Guardianía y Alarma	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Total	\$ 1.560,57	\$ 18.726,80

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Tabla 4. 10 Gastos de Exportación

Costos por Container	
Honorarios por Agenciamiento de Aduana	\$ 150,00
Bodegaje	\$ 70,00
Certificado Fitosanitario	\$ 4,00
Inspección Fitosanitaria	\$ 50,00
Comisión Bancaria	\$ 1,50
Certificación de Pallets	\$ 1,00
Flete (DOLE)	\$ 4.365,00
Enfriamiento de Fruta (Durexporta)	\$ 4.039,20
Gastos Navieras	\$ 415,00
Total	\$ 9.095,70

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Siendo estos los rubros incurridos en la exportación de un container de 40 pulgadas, cargado con un promedio de 5280 cajas de 4.2 Kg de mango Tommy Atkins, se desglosa su afectación tanto al Costo de Venta como al Gasto de Ventas:

Tabla 4. 11 Detalle Desglose de Gastos de Exportación

	Provisión Mensual	Anual (E)
Al Gasto por Exportación	\$ 543,78	\$ 6.525,35
Al Costo por Exportación	\$ 6.887,16	\$ 82.645,92
Total Gasto de Exportación	\$ 7.430,94	\$ 89.171,27

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Debido a el ciclo del negocio entre los meses de Enero a Septiembre se mantiene un mínimo de tres empleados, siendo estos los agricultores detallados en la tabla siguiente junto con el Administrador que combina sus jornadas laborales entre actividades en oficina y supervisión de campo; mientras que en los meses de cosecha el personal se incrementa hasta siete empleados; los cuales tendrán un costo por mano de obra equivalente al detallado a continuación: (Ver Anexo 9)

Tabla 4. 12 Mano de Obra Directa

	Obreros		
	Ene-14 a Sept-14	Oct-14 a Dic-14	Anual
<u>Empleados en Planta</u>	2	6	
<u>Salario</u>	\$ 680,00	\$ 2.040,00	\$ 12.240,00
<u>Décimo Tercero Sueldo</u>	\$ 56,67	\$ 170,00	\$ 1.020,00
<u>Décimo Cuarto Sueldo</u>	\$ 56,67	\$ 85,00	\$ 765,00
<u>Vacaciones</u>	\$ 28,33	\$ 85,00	\$ 510,00
<u>Fondos de Reserva</u>	\$ 56,67	\$ 170,00	\$ 1.020,00
<u>Aporte Patronal</u>	\$ 82,62	\$ 247,86	\$ 1.487,16
<u>Total</u>	\$ 960,95	\$ 2.797,86	\$ 17.042,16

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

De la misma manera se estima mantener la cantidad de personal administrativo actual, con sus respectivos ajustes anuales de sueldo, con los cuales el Gasto Administrativo se detallaría del modo siguiente: (Ver Anexo 10)

Tabla 4. 13 Gastos Administrativos

Personal Administrativo			
		Mensual	Anual
<u>Sueldo</u>	\$	2.720,00	\$ 32.640,00
<u>Décimo Tercero Sueldo</u>	\$	226,67	\$ 2.720,00
<u>Décimo Cuarto Sueldo</u>	\$	85,00	\$ 1.020,00
<u>Vacaciones</u>	\$	113,33	\$ 1.360,00
<u>Fondos de Reserva</u>	\$	226,67	\$ 2.720,00
<u>Aporte Patronal</u>	\$	330,48	\$ 3.965,76
<u>Total</u>	\$	3.702,15	\$ 44.425,76

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Se consideran adicionalmente los gastos incurridos para la impresión de documentos y publicidad. (Ver Anexo 11)

Tabla 4. 14 Otros Gastos

Otros Gastos	Anual
<u>Papelería</u>	\$ 1.889,60
<u>Publicidad</u>	\$ 1.069,60
<u>Total</u>	\$ 2.959,20

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

De acuerdo al contacto con la empresa “Frutalandia S.A.” detalló que tiene estimado inyectar a la empresa un monto equivalente a \$20.000 desglosados del modo siguiente:

Tabla 4. 15 Capitalización Extra

	ene-14	abr-14	jul-14	oct-14	Total
Préstamo Bancario	\$ 5.000				\$ 5.000
Aporte Accionistas		\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 15.000
Total Inyección de Capital					\$ 20.000

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Para el monto obtenido por préstamo bancario, en este caso Banco Pacífico, presentamos la siguiente opción de crédito:

Tabla 4. 16 Cálculo para Crédito Bancario

CAPITAL	\$ 5.000,00
PLAZO	12
TASA	10% anual 0,83% mensual
PAGO	\$ 439,58

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

A continuación se calcula el valor de la cuota constante:

$$\text{Anualidad} = \text{Valor Presente} \times \left(\frac{\text{tasa} \times (1 + (1 + \text{tasa})^{\text{plazo}})}{(1 + \text{tasa})^{12} - 1} \right)$$

$$\text{Pago Mensual} = \$ 5000 \times \left(\frac{\left(\frac{0,1}{12} \right) \times \left(1 + \left(1 + \frac{0,1}{12} \right)^{12} \right)}{\left(1 + \frac{0,1}{12} \right)^{12} - 1} \right) = \$ 439,58$$

Tabla 4. 17 Tabla de Amortización

N°	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
----	------	---------	-------	-------

				CAPITAL
0				\$ 5.000,00
1	\$ 439,58	\$ 41,67	\$ 397,91	\$ 4.602,09
2	\$ 439,58	\$ 38,35	\$ 401,23	\$ 4.200,86
3	\$ 439,58	\$ 35,01	\$ 404,57	\$ 3.796,29
4	\$ 439,58	\$ 31,64	\$ 407,94	\$ 3.388,34
5	\$ 439,58	\$ 28,24	\$ 411,34	\$ 2.977,00
6	\$ 439,58	\$ 24,81	\$ 414,77	\$ 2.562,23
7	\$ 439,58	\$ 21,35	\$ 418,23	\$ 2.144,00
8	\$ 439,58	\$ 17,87	\$ 421,71	\$ 1.722,29
9	\$ 439,58	\$ 14,35	\$ 425,23	\$ 1.297,06
10	\$ 439,58	\$ 10,81	\$ 428,77	\$ 868,29
11	\$ 439,58	\$ 7,24	\$ 432,34	\$ 435,95
12	\$ 439,58	\$ 3,63	\$ 435,95	\$ 0,00

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Tabla 4. 18 Gastos Financieros

N°	INTERES
0	
1	\$ 41,67
2	\$ 38,35
3	\$ 35,01
4	\$ 31,64
5	\$ 28,24
6	\$ 24,81
7	\$ 21,35
8	\$ 17,87
9	\$ 14,35
10	\$ 10,81
11	\$ 7,24
12	\$ 3,63
TOTAL	\$ 274.95

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Una vez establecidos los costos en que se incurrirán para la producción, así como los diversos gastos; administrativos, financieros y de ventas, procedemos a determinar el costo unitario del producto por caja:

Tabla 4. 19 Costo de Producción

Rubros	Costos
Materia Prima	\$ 6.794,31
Mano de Obra	\$ 30.011,72
Costo Indirecto de Fabricación	\$ 18.966,80
Costo de Exportación (Adicionales)	\$ 82.645,92
Costo de la Producción	\$ 138.418,74
Gasto Administrativo	\$ 44.425,76
Gasto de Ventas	\$ 9.484,55
Gastos Financieros	\$ 274,95
Costo Total	\$ 192.604,01
Cajas a Exportar	58857
Costo Unitario	\$ 3,27

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015)

De acuerdo con los costos y gastos establecidos, se determina que el costo unitario de producción es de \$ 3,27 por Caja de Mango Tommy Atkins.

4.2 Estado de Resultados y situaciones financiera estimada

Una vez que se dispone de la información suficiente, se procede a estructurar el estado de resultados, el cual representa ordenadamente los ingresos y egresos, con la finalidad de cuantificar la utilidad del periodo determinado, con lo que se busca

demostrar una optimización de la administración de los recursos disponibles para la Exportación de Mango Tommy Atkins a Los Ángeles, California.

Tabla 4. 20 Estado de Resultados Proyectado 2014

ESTADO DE RESULTADOS	
Año 2014	
<u>Ventas</u>	\$ 210.615,66
<u>Costo de Ventas</u>	\$ 147.798,03
<u>Utilidad Bruta</u>	\$ 62.817,63
<u>Gasto Administrativo</u>	\$ 44.425,76
<u>Gasto de Venta</u>	\$ 9.484,55
<u>Utilidad Operativa</u>	\$ 8.907,32
<u>Gastos Financieros</u>	\$ 274,95
<u>Utilidad antes Impuestos</u>	\$ 8.632,37
<u>ISR</u>	\$ 1.899,12
<u>Utilidad Neta</u>	\$ 6.733,25

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

4.3 Estado de flujo Efectivo

Con el análisis financiero de este instrumento contable se puede determinar el comportamiento de los ingresos y egresos del plan de exportación, es decir los movimientos del efectivo.

Tabla 4. 21 Estado de Flujo de Efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO	
Año 2014	
<u>Utilidad Operativa</u>	\$ 8.907,32
<u>ISR</u>	\$ 1.899,12
<u>Depreciaciones & Amortizaciones</u>	\$ 4.263,67
<u>Var Cuentas por Cobrar</u>	\$ (59.943,40)
<u>Var Inventario de Materia Prima</u>	\$ (259,80)
<u>Var Cuentas por Pagar</u>	\$ 7.573,73
<u>Var Pasivos Acumulados</u>	\$ (962,75)
<u>Var de Capital de Trabajo</u>	\$ (53.592,22)
<u>Flujo de Operación</u>	\$ (38.522,11)
<u>Gastos Financieros</u>	\$ (274,95)
<u>Capitalización</u>	\$ 15.000,00
<u>Flujo Financiamiento</u>	\$ 14.725,05
<u>Compra Activo Fijo</u>	\$ -
<u>Venta Activo Fijo</u>	\$ -
<u>Compra Activo Biológico</u>	\$ (3.333,15)
<u>Flujo de Inversión</u>	\$ (3.333,15)
<u>Flujo de Efectivo Neto</u>	\$ (27.130,21)

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

4.4 Balance general

Tabla 4. 22 Balance General al 31-dic-2014

BALANCE GENERAL AL 31-dic-14			
Bancos	\$ 48.969,61	Cuentas por Pagar	\$ 575,44
Inventario MP	\$ 1.665,70	Documentos por Pagar	\$ 12.533,03
Cuentas x Cobrar	\$ 71.977,67	Aportes IESS	\$ 578,34
Gastos Diferidos	\$ 336,71	Retención de Impuestos	\$ 1.766,12
Activo Corriente	\$ 122.949,68	Pasivo Corriente	\$ 15.452,93
Activo Fijo	\$ 103.212,14	Bono Navideño	\$ 170,00
Depreciación Ac. Fijo	\$ (12.499,47)	Bono Escolar	\$ 396,67
Activo Fijo Neto	\$ 90.712,67	Vacaciones	\$ 198,33
		Fondos de Reserva	\$ 396,67
Activo Biológico	\$ 55.638,79	Pasivo Acumulados	\$ 1.161,67
Depreciación Ac. Biol.	\$ (11.950,60)		
Activo Biológico Neto	\$ 43.688,19	Pasivo No Corriente	\$ 51.899,11
		TOTAL PASIVO	\$ 68.513,71
		Capital Social	\$ 120.200,00
		Reserva Legal	\$ 446,34
		Resultados Acumulados	\$ 68.190,49
		PATRIMONIO	\$ 188.836,83
TOTAL ACTIVO	\$ 257.350,54	TOTAL PASIVO Y K	\$ 257.350,54

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

4.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad que se debe producir un bien para obtener un equilibrio entre los ingresos y los gastos, sin generar un beneficio o pérdida alguna.

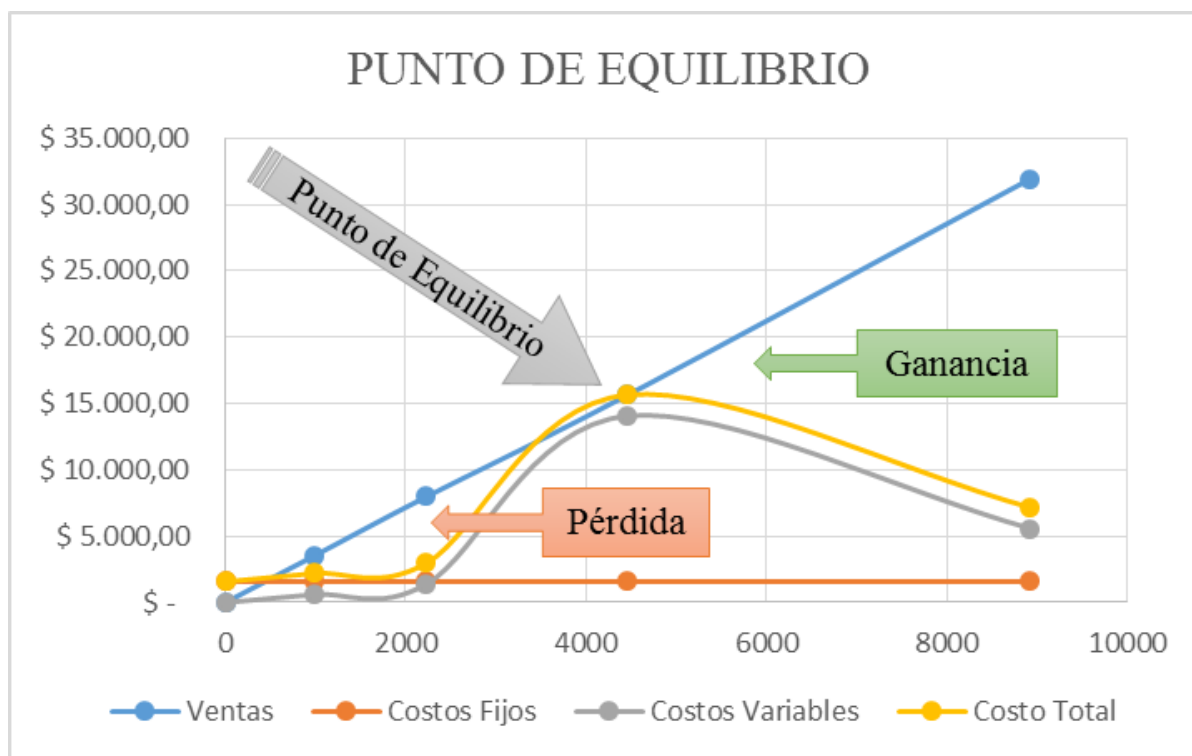
Tabla 4. 23 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO \$\$	
Ventas	\$ 210.615,66
Costos Fijos	\$ 18.966,80
Costos Variables	\$ 36.806,02
Costo Total	\$ 55.772,82
$CF*(1/(1-(CV/VT)))$	\$ 15.652,27

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Gráfico 4. 1 Punto de Equilibrio



Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Tabla 4. 24 Punto de Equilibrio (Detalle)

Unidades	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
0	\$ -	\$ 1.580,57	\$ -	\$ 1.580,57
985	\$ 3.524,81	\$ 1.580,57	\$ 615,98	\$ 2.196,54
2230,5	\$ 7.981,82	\$ 1.580,57	\$ 1.394,86	\$ 2.975,43
4461	\$ 15.652,27	\$ 1.580,57	\$ 14.071,70	\$ 15.652,27
8922	\$ 31.927,30	\$ 1.580,57	\$ 5.579,44	\$ 7.160,00

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

“Frutalandia S.A.” debe procesar al menos 4461 cajas para lograr un equilibrio entre sus ingresos y sus gastos.

4.6 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión determinada, teniendo en cuenta que un proyecto se considera rentable cuando la TIR es mayor a la tasa de interés definida para el Valor Actual Neto del proyecto.

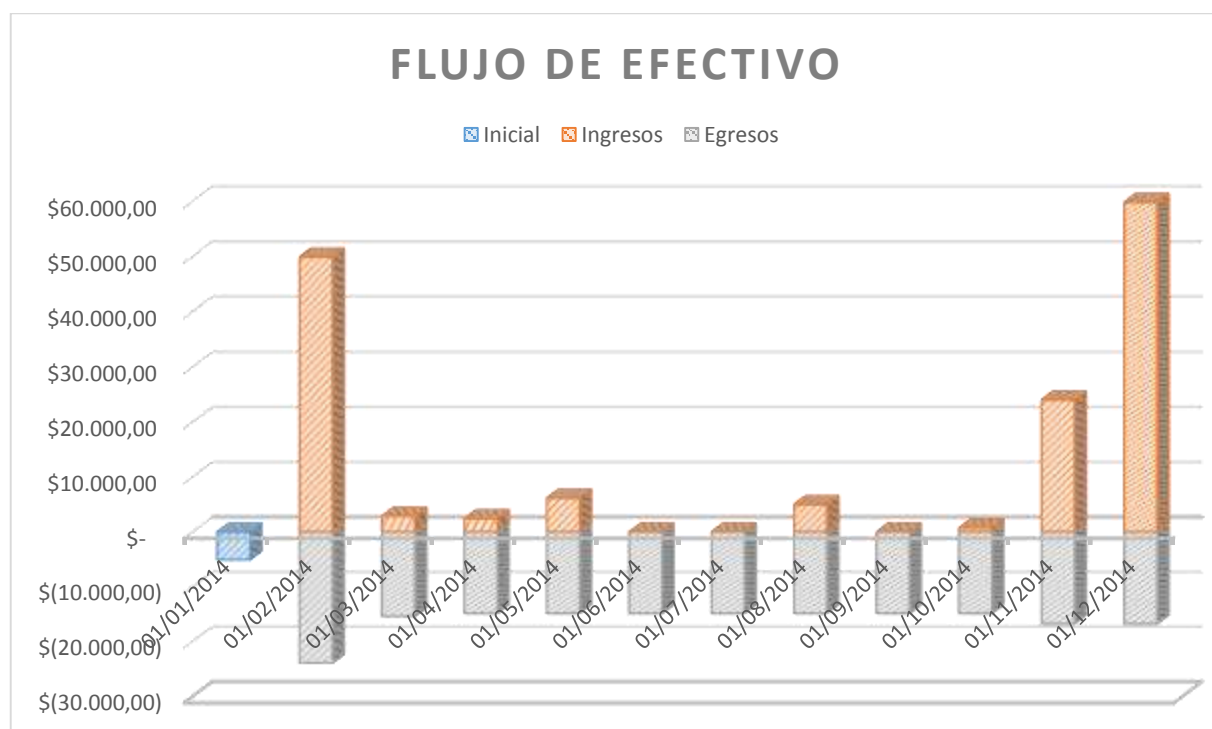
Tabla 4. 25 Flujo de Efectivo Neto

	Inicial	Ingresos	Egresos	Neto
30/12/2013	\$ (5.000,00)			\$ (5.000,00)
30/01/2014		\$ 49.893,68	\$ (18.578,34)	\$ 31.315,34
28/02/2014		\$ 2.874,96	\$ (14.932,66)	\$ (12.057,71)
30/03/2014		\$ 2.436,90	\$ (14.783,83)	\$ (12.346,93)
30/04/2014		\$ 6.168,91	\$ (14.783,83)	\$ (8.614,92)
30/05/2014		\$ -	\$ (14.783,83)	\$ (14.783,83)
30/06/2014		\$ -	\$ (14.783,83)	\$ (14.783,83)
30/07/2014		\$ 5.000,00	\$ (14.783,83)	\$ (9.783,83)
30/08/2014		\$ -	\$ (14.783,83)	\$ (14.783,83)
30/09/2014		\$ 730,85	\$ (14.783,83)	\$ (14.052,98)
30/10/2014		\$ 24.037,70	\$ (16.700,73)	\$ 7.336,97
30/11/2014		\$ 59.817,95	\$ (16.700,73)	\$ 43.117,22
30/12/2014		\$ 51.839,90	\$ (16.700,73)	\$ 35.139,17

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Gráfico 4. 2 Flujo de Efectivo



Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Tabla 4. 26 Tasa Interna de Retorno (Ponderación)

	Límite Superior	Límite Inferior
	VP, t=0	VP, t=0
30/12/2013	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)
30/01/2014	\$ 30.305,17	\$ 30.292,95
28/02/2014	\$ (11.292,34)	\$ (11.283,24)
30/03/2014	\$ (11.190,20)	\$ (11.176,67)
30/04/2014	\$ (7.555,96)	\$ (7.543,78)
30/05/2014	\$ (12.548,29)	\$ (12.523,02)
30/06/2014	\$ (12.143,51)	\$ (12.114,17)
30/07/2014	\$ (7.777,24)	\$ (7.755,33)
30/08/2014	\$ (11.372,69)	\$ (11.336,07)
30/09/2014	\$ (10.461,75)	\$ (10.423,86)
30/10/2014	\$ 5.285,82	\$ 5.264,55
30/11/2014	\$ 30.061,17	\$ 29.928,16
30/12/2014	\$ 23.708,62	\$ 23.594,20
<u>TIR (E)</u>	40,00%	40,50%
<u>Ingresos - Egresos</u>	\$ 18,79	\$ (76,29)

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

$$\frac{40 - TIR}{40 - 40,5} = \frac{18,79 - 0}{18,79 - (-76,29)}$$

$$TIR = 40,098\%$$

40.098% > 11,2% \equiv Proyecto Aceptado

4.7 Valor actual neto (VAN)

Tabla 4. 27 Tasa Impositiva al Proyecto

Tasa del Proyecto: Tasa Pasiva + Tasa de Riesgo + Inflación			
i%=	4,53%	3,00%	3,67%
i%=	11,20%	anual	

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Los datos de las tasas máximas de Inflación han sido tomados del Banco Central del Ecuador.

$$VAN = Ingresos Actualizados - Egresos Actualizados$$

$$VP = VF \times (1 + i)^{-n}$$

Dónde:

VP: Valor Presente, VF: Valor Futuro,

i= Tasa Impositiva o del Proyecto,

n: Número de Periodos.

Tabla 4. 28 Valor Actual Neto

Flujo Neto (VP)	
30/12/2013	\$ (5.000,00)
30/01/2014	\$ 31.025,77
28/02/2014	\$ (11.835,74)
30/03/2014	\$ (12.007,57)
30/04/2014	\$ (8.300,66)
30/05/2014	\$ (14.112,82)
30/06/2014	\$ (13.982,32)
30/07/2014	\$ (9.167,83)
30/08/2014	\$ (13.724,92)
30/09/2014	\$ (12.925,78)
30/10/2014	\$ 6.686,06
30/11/2014	\$ 38.928,70
30/12/2014	\$ 31.432,29
<u>VAN</u>	\$ 7.015,18

Fuente: Plan de Exportación de Mango a Los Ángeles, California

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Conclusiones

- El 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.
- La principal fortaleza del mercado ecuatoriano es el sector agrícola, lo cual para el mercado estadounidense da preferencia al consumo de productos orgánicos, por ello se 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 se requiere tanto en origen como en destino; el mercado Los Ángeles California es un mercado muy exigente al tratarse de importar alimentos orgánicos.
- La comercialización y exportación del mango Tommy Atkins al mercado de Los Ángeles, California constituye un proyecto rentable ya que tiene un impacto positivo en este mercado, primero por ser considerado un producto de buena calidad para la población con el fin de mejorar el estilo de salud y vida, de esta manera se puede lograr introducir dicho producto.
- Las ventas de cajas de mangos al mercado de Los Ángeles, California permite obtener beneficios económicos, como se demuestra con el TIR (Tasa Interna de Retorno) con un $40.098\% > 11,2\%$ la cual es un proyecto aceptado, ya que es factible recuperar la inversión inicial y obtener utilidades a largo plazo.

Recomendaciones

- El mercado de Los Ángeles, California posee todas las cualidades de un potencial comprador de mango por su alto poder adquisitivo, cultural de esta manera lo convierte en un mercado objetivo para la exportación de mango ya que es un mercado relativamente nuevo.
- 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 las 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 hayan 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.
- Los inversionistas deben considerar como eje primordial el alto potencial de crecimiento que presenta el mercado internacional de frutas no tradicionales, que puede fortalecerse con la exportación de mango a Los Ángeles, por lo que las grandes utilidades no deben ser lo más importante, sino más bien el hecho de especializarse en la actividad y mejorar tanto el valor agregado, como la calidad del producto comercializado hacia el mercado internacional.

Bibliografía

- AGROCALIDAD. (s.f.). *Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/PROCESO-DE-CERTIFICACION-FITOSANITARIA-PARA-EXPORTACION.pdf>
- Amada del Consuelo Ayala Tumbaco, E. Z. (Julio de 2013). Plan de exortacion de concentrado de maracuya ecuatoriano al mercado japonés. 125. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Angeles, D. L. (s.f.).
- Angeles, D. L. (9 de Marzo de 2015). *Discover Los Angeles*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://es.discoverlosangeles.com/blog/informacion-general-sobre-los-angeles>
- Angeles, O. d. (29 de Marzo de 2010). *Wordpress*. Recuperado el Febrero de 2015, de <https://ocexlosangeles.files.wordpress.com/2012/01/el-mercado-a2-05-2010.pdf>
- Anonimo. (08 de Febrero de 2010). *El empresario*. Recuperado el 03 de Febrero de 2015, de <http://elempresario.mx/nuevos-mercados/california-lugar-obligado-exportar>
- Blanco, R. G. (2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*.
- Caballero Miguez Iria, P. F. (2006). *Comercio Internacional. Una vision general de los instrumentos operativos del comercio exterior*. Espana: Ideaspropias Editorial.
- DoctorNews. (29 de Julio de 2013). *DoctorNews*. Recuperado el 14 de Marzo de 2015, de <http://www.doctornews.org/el-mango-el-nuevo-vencedor-de-la-diabetes-y-el-cancer/>
- Duque, G. (04 de Julio de 2013). Mas consumo de mango en Estados Unidos. *Portafolio.co*.
- Duque, G. (04 de Julio de 2013). *Portafolio.co*. Recuperado el 01 de Febrero de 2015, de <http://www.portafolio.co/negocios/consumo-mango-estados-unidos>
- ECUADOR, D. d. (s.f.). *PROECUADOR*. Recuperado el Febrero de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf

- Ecuador, E. N. (31 de Agosto de 2012). *Explored*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/mango-ecuatoriano-100-productores-producen-10-millones-de-cajas-al-ano-560416.html>
- Ecuador, F. M. (s.f.). *Fundacion Mango Ecuador*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.mangoecuador.org/plantas-exportadores.php?ID=DUREXPORTA>
- Exterior, A. A. (Mayo de 2012). *Extenda*. Recuperado el Febrero de 2015, de http://www.extenda.es/web/opencms/archivos/red-exterior/ficha_eeuu.pdf
- Exterior, A. A. (s.f.). *Extenda.es*. Recuperado el 01 de Febrero de 2015, de http://www.extenda.es/web/opencms/archivos/red-exterior/ficha_eeuu.pdf
- Garcia, Y. (s.f.). *Lindisima.com*. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de <http://www.lindisima.com/ayurveda/mango.htm>
- Hillard, F. (2013). *National Mango Board*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.mango.org/sites/default/files/download/Crisis/Mango%202013%20Crisis%20Response%20Guide%20SPN-FINAL.pdf>
- Hogarutil. (s.f.). *Hogarutil*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.hogarutil.com/cocina/escuela-cocina/consejos-compra/201308/mango-consejos-compra-conservacion-21085.html>
- Hogarutil. (s.f.). *Hogarutil.com*. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de <http://www.hogarutil.com/cocina/escuela-cocina/consejos-compra/201308/mango-consejos-compra-conservacion-21085.html>
- Ibarra, A. (s.f.). *Valle Internacional*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://valleinternacional.com/tlc-con-estados-unidos/estados-unidos-y-el-valle-del-cauca/comercio-bilateral/sectores-potenciales-para-el-valle/sector-agricola-agroindustrial-y-pecuario-vi-canales-de-distribucion/>
- Interesante, M. (s.f.). *Muyinteresante.es*. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de <http://www.muyinteresante.es/salud/articulo/los-beneficios-del-mango-para-la-salud-711408363194>
- Internacional, V. (s.f.). *Valle Internacional*. Recuperado el 03 de Febrero de 2015, de <http://valleinternacional.com/tlc-con-estados-unidos/conozca-mas-sobre-estados-unidos/regiones-estrategicas-para-el-valle-del-cauca/costa-oeste/caracteristicas-de-cada-estado-california/>
- Internacional, V. (s.f.). *Valle Internacional*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://valleinternacional.com/tlc-con-estados-unidos/conozca-mas-sobre-estados-unidos/regiones-estrategicas-para-el-valle-del-cauca/costa-oeste/caracteristicas-de-cada-estado-california/>

- Inversiones, D. d. (2013). *Proecuador*. Recuperado el 2015 de Marzo, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_ESTADOS_UNIDOS.pdf
- Leiva, J. P. (2005). *Comercio Exterior: Alternativas para Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Lomax, S. (07 de Junio de 2013). *Discover Los Angeles*. Recuperado el 01 de Febrero de 2015, de <http://es.discoverlosangeles.com/blog/informaci%C3%B3n-general-sobre-los-angeles>
- Marketing, B. d. (1990). *El Marketing Mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid, Espana: Ediciones Diaz de Santos, S.A. .
- Proecuador. (2012). *Proecuador*. Recuperado el 31 de Enero de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- PROECUADOR. (25 de Abril de 2014). *PROECUADOR*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/2014/04/25/las-exportaciones-de-mango-nacional-crecieron-un-87/>
- Proecuador. (s.f.). *Proecuador*. Recuperado el 03 de Febrero de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/2014/04/25/las-exportaciones-de-mango-nacional-crecieron-un-87/>
- Proecuador. (s.f.). *Proecuador*. Recuperado el Febrero de 2015, de Proecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/frutas-no-tradicionales/>
- PROECUADOR. (s.f.). *PROECUADOR*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-frutas-exoticas-2014/>
- Proecuador. (s.f.). *Proecuador.com*. Recuperado el 01 de Febrero de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-frutas-exoticas-2014/>
- Sergent, E. (1999). *El cultivo del mango (Mangifera indica L.) Botanica, Manejo y Comercializacion*. Caracas, Venezuela: Colección Monografías.
- Thompson, I. (Septiembre de 2009). *Marketing Free*. Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>
- Universo, E. (07 de Febrero de 2013). Exportacion de mango subio 12.8% durante ultima cosecha. *Diario El Universo*.

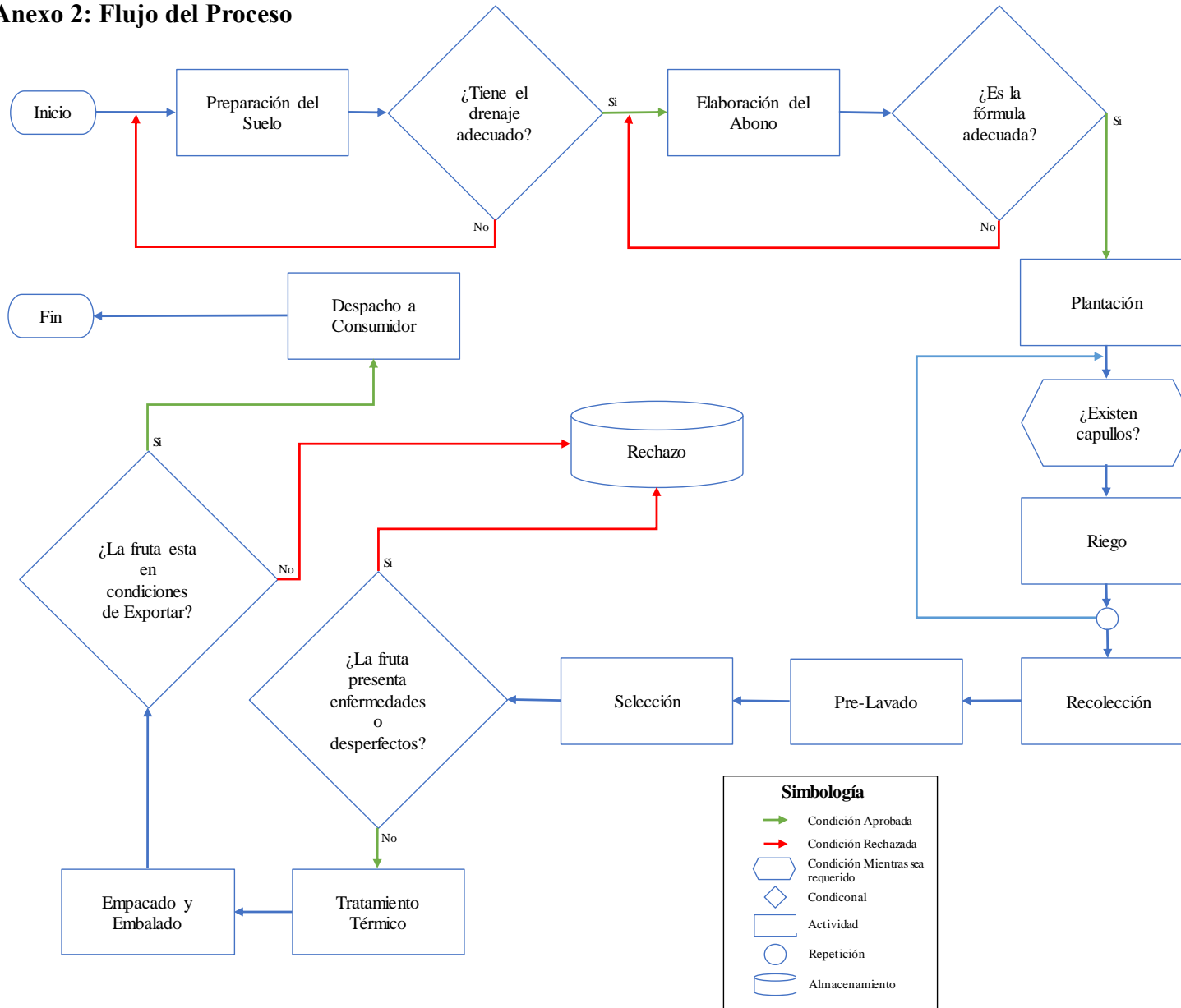
Anexos

Anexo 1: Principales Exportadores de Mangos

Mundialmente se exportan 576.413 toneladas de mangos según datos del año 1999 de la FAO. Los principales países exportadores son en primer lugar México, Brasil e India. Los diez primeros países exportadores mundiales se muestran en el siguiente cuadro:

País	Toneladas
México	204.002
Brasil	53.765
India	47.149
Pakistán	37.971
Países Bajos	37.034
Filipinas	35.102
Perú	20.026
Ecuador	15.668
Sudáfrica	12.341
Francia	11.114

Anexo 2: Flujo del Proceso



Anexo 3: Formato para Entrevistas**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS****Tema de Tesis:**

PLAN DE EXPORTACIÓN DEL MANGO TOMMY ATKINS PARA LA EMPRESA “FRUTALANDIA S.A.” AL ESTADO DE LOS ÁNGELES CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Autores

Solange Stephania Merino Laines - María Fernanda Najas Tandazo

Tutor:

Ing. Ind. Ramón Pacheco

Objetivos de la Entrevista**Objetivo General:**

Recopilar información de los distintos exportadores sobre su funcionamiento y procesos.

Objetivos Específicos:

- Evidenciar las ventajas y desventajas que conlleva el proceso de exportación
- Conocer aspectos claves de las exportaciones
- Conocer la opinión de los dueños de las exportadoras sobre la expansión de sus productos a nivel internacional.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista Dirigido a Exportadores de Mango.

PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS A EXPORTADORES DE MANGO

- 1.- ¿Qué actividades desarrolla su institución?
- 2.- ¿Cuáles son las razones por las cuales muchos exportadores han incursionado en el extranjero?
- 3.- ¿Qué necesitan los productos ecuatorianos para competir en el extranjero?
- 4.- ¿Con que recursos debe contar la empresa para que esté en condiciones de exportar?
- 5.- ¿Cuál cree usted que serían los elementos más importantes que el comprador extranjero considera al momento de la compra?
- 6.- ¿Cuál cree usted que son las etapas de crecimiento de una empresa exportadora en su proceso de internacionalización?
- 7.- ¿Las empresas extranjeras a las cuales provee su producto, les han condicionado en alguna parte de su proceso o han cuestionado la calidad de su producto?
- 8.- ¿De qué manera el gobierno ha apoyado a los productores agrícolas para promover las exportaciones?
- 9.- ¿Qué estrategias comerciales implementaron para poder incursionar al mercado estadounidense?
- 10.- ¿De qué factores culturales se acogieron para exportar mango hacia Estados Unidos?
- 11.- ¿Cómo sustentan los gastos administrativos y de producción fuera de temporada de cosecha?
- 12.- ¿Cuáles son las desventajas de exportar un producto cuando existen divergencias en los acuerdos multilaterales en caso de conflictos políticos entre países?
- 13.- ¿Qué alternativas usted recomienda para que una exportación no se torne compleja al momento de realizarla?

18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									
28									
29									
30									
31									
32									
33									
34									
35									
36									
37									
38									
39									
40									
41									
42									
43									
44									
45									
46									
47									
48									
49									
50									
51									
52									
53									
54									
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Andrés Pizarro</i> Profesión: <i>Docente en Educación Infantil</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>25/febrero/2015</i>						Firma: <i>[Firma manuscrita]</i> C.I. <i>091587748-4</i>		

Observaciones
Generales _____

Documenta a ser mencionado en la tesis y colocado en anexos

18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									
28									
29									
30									
31									
32									
33									
34									
35									
36									
37									
38									
39									
40									
41									
42									
43									
44									
45									
46									
47									
48									
49									
50									
51									
52									
53									
54									
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Esmeralda Franco Ecedeno</i> Profesión: <i>Economista</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>26-02-2014</i>					Firma:  C.I. <i>0915611537</i>			

Observaciones

Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Anexo 5 : Entrevista a “Frutalandia S.A.”, a la Econ. Isabel Vera Pin

1.- ¿Qué actividades desarrolla su institución?

La empresa “Frutalandia S.A” se dedica a la producción y exportación de mangos.

2.- ¿Cuáles son las razones por las cuales muchos exportadores han incursionado en el extranjero?

Nuestro objetivo principal es posicionar nuestro producto en el mercado internacional por su calidad y precio.

3.- ¿Qué necesitan los productos ecuatorianos para competir en el extranjero?

Por ello es importante el impulso que pueda otorgar el Estado a través de medidas de incentivo a la producción y exportación de productos nacionales, pues esto nos permite tener una mejor estructura de costos y ser más competitivos en el mercado internacional.

Todo esto permite fortalecer al sector exportador a través del cual se contribuye de forma importante a la balanza comercial y a mejorar la estructura de la balanza de pagos; que en nuestro sistema dolarizado es un rubro importante para el mantenimiento del mismo.

4.- ¿Con que capacidad debe contar la empresa para que esté en condiciones de exportar?

El primer recurso es un marco jurídico estable que permita incentivar la inversión en este tipo de productos o líneas de negocio, que ayudará a mantener estabilidad en la estructura de costos. En el caso de los productos que nosotros (“Frutalandia S.A.”) comercializa se requieren carreteras en buen estado para facilitar la transportación del producto hasta los centros de acopio y venta de la fruta.

5.- ¿Cuál cree usted que serían los elementos más importantes que el comprador extranjero considera al momento de la compra?

Los elementos para posicionar un producto en el mercado internacional son precio y calidad.

6.- ¿Cuál cree usted que son las etapas de crecimiento de una empresa exportadora en su proceso de internacionalización?

Las etapas por las que las empresas exportadoras pasan hasta posicionarse en el mercado internacional son: hacer conocer el producto, conseguir nuevos compradores y tener agentes en el exterior que permitan ampliar los mercados y mantener el posicionamiento del producto, además de conocer y ubicar a los potenciales clientes.

7.- ¿Las empresas extranjeras a las cuales provee su producto, les han condicionado en alguna parte de su proceso o han cuestionado la calidad de su producto?

Si han realizado cuestionamientos de mi producto sobretodo en el manejo de determinados productos químicos en la sanidad del producto, pero los hemos superado.

8.- ¿De qué manera el gobierno ha apoyado a los productores agrícolas para promover las exportaciones?

El Gobierno ha fortalecido al sector exportador, otorgando facilidades para la importación de productos necesarios para la producción de la fruta tales como fertilizantes, envases, etc., y también acogéndose a la tarifa 0% de IVA, por cuanto el producto es para comercializar fuera del país. Además de plantear la reducción de impuesto a la renta para el desarrollo de nuevos negocios como el nuestro. Coordinando ferias internacionales dentro y fuera del país donde se invita al sector exportador para dar a conocer nuestro producto y poder conocer nuevos clientes y proveedores de insumos agrícolas.

9.- ¿Qué estrategias comerciales implementaron para poder incursionar al mercado estadounidense?

La primera fue enviar muestra de nuestro producto a los potenciales clientes que consumen este producto, identificando las bondades de la fruta y mencionando las formas naturales de cosechar la fruta.

10.- ¿De qué factores culturales se acogieron para exportar mango hacia Estados Unidos?

El mango es una fruta muy apetecida en la temporada entre octubre y enero, por lo que hemos aprovechado que los consumidores tienen un alto consumo de este tipo de frutas en Estados Unidos y apalancados por las medidas internas para fomentar el consumo de frutas y verduras para la población con el fin de mejorar su estilo de salud y vida, logramos insertar nuestro delicioso producto.

11.- ¿Cómo sustentan los gastos administrativos y de producción fuera de temporada de cosecha?

Desde el punto de vista financiero lo que hacemos es provisionar los fondos necesarios para cubrir los costos fijos del año completo y que sean incluidos en el precio de venta al público, de esa forma no nos vemos abocados en caer en déficits presupuestarios e iliquidez.

12.- ¿Cuáles son las desventajas de exportar un producto cuando existen divergencias en los acuerdos multilaterales en caso de conflictos políticos entre países?

La desventaja que existe al momento de exportar el producto ecuatoriano a Estados Unidos, es que nuestro producto se torna menos competitivo por la estructura de tributos a cancelar en destino, que con relación a los productos cuyos países de origen tienen convenios comerciales con Estados Unidos. Definitivamente es bastante complicado competir bajo esta característica del mercado, por ello el Gobierno opta por subsidiar parte de los costos para que nuestro producto tenga precios de venta más atractivos al mercado internacional.

No comparto ese mecanismo de subsidios porque se beneficia a un sector y se afecta a otros, además no permite que los sectores productivos sean eficientes en el manejo de sus negocios porque tienen el apalancamiento del Gobierno.

13.- ¿Qué alternativas usted recomienda para que una exportación no se torne compleja al momento de realizarla?

Lo primero es conocer el mercado donde se va a vender el producto, conocer su realidad y requisitos legales, así se minimizan los errores, que siempre van de la mano con un costo económico.

Anexo 6: Entrevista a “Diana Navarro- Renesa S.A.”, a Diana Navarro

1.- ¿Qué actividades desarrolla su institución?

Agro-exportación de frutas y Vegetales como Mango, Banano y Plátanos. Exportaciones de Cortezas, hojas, semillas y plantas para la industria de Perfumería y Medicinas.

2.- ¿Cuáles son las razones por las cuales muchos exportadores han incursionado en el extranjero?

La demanda de frutas exóticas, por otros países que no tienen el clima apropiado para producir y por la generación de entrada de divisas.

3.- ¿Qué necesitan los productos ecuatorianos para competir en el extranjero?

Se necesita calidad en la fruta, excelente empaque y controles fitosanitarios de acuerdo a las regulaciones de cada país importador.

4.- ¿Con que recursos debe contar la empresa para que esté en condiciones de exportar?

- Capital de trabajo, dinero fresco para producir, empaçar.
- Permisos en regla por muchas instituciones nacionales e internacionales.
- Producto de Calidad.

5.- ¿Cuál cree usted que serían los elementos más importantes que el comprador extranjero considera al momento de la compra?

La calidad del producto, y los certificados adicionales que se le pueda agregar al producto.

6.- ¿Cuál cree usted que son las etapas de crecimiento de una empresa exportadora en su proceso de internacionalización?

Aumentar en cantidad y calidad el producto exportado, tener una variada canasta de países en donde se pueda colocar el producto, tener un departamento de logística y comercio exterior acorde con los avances, cambios de un sistema armonizado y computarizado, equipo de trabajo y talento humano acorde a los conocimientos de comercio exterior y producción de productos.

7.- ¿Las empresas extranjeras a las cuales provee su producto, les han condicionado en alguna parte de su proceso o han cuestionado la calidad de su producto?

Solo hay condicione contractuales las normales que ambas partes de comprador y vendedor se requieren, es decir acuerdo de las partes. En algunas etapas del crecimiento de las ventas de productos al exterior existirán cuestionamientos en calidad solo por el ánimo de mejorar es algo que se tiene que decir y saber para corregir.

8.- ¿De qué manera el gobierno ha apoyado a los productores agrícolas para promover las exportaciones?

Al menos en mi caso, ninguna.

9.- ¿Qué estrategias comerciales implementaron para poder incursionar al mercado estadounidense?

La marca y la calidad del producto.

10.- ¿De qué factores culturales se acogieron para exportar mango hacia Estados Unidos?

El mango se lo consume de acuerdo a las variedades, los americanos prefieren las variedades de Florida, como son el mango variedad Tommy Atkins.

11.- ¿Cómo sustentan los gastos administrativos y de producción fuera de temporada de cosecha?

Se tiene que fijar un costo operativo, costo de producción, un costo de cosecha y un costo de empaque, con estas 4 variables, se ajusta un precio estimado de venta que cada exportador fija, sin embargo el precio es regido por el mercado, no es precio fijo.

12.- ¿Cuáles son las desventajas de exportar un producto cuando existen divergencias en los acuerdos multilaterales en caso de conflictos políticos entre países?

En el comercio privado con Estados Unidos y otros países europeos afecta en las inversiones, los americanos son personas que creen mucho en los acuerdos verbales, contractuales, legales, si un país no da reglas claras de comercio y espacios jurídicos, difícilmente tenga inversión de parte de empresarios privados.

13.- ¿Qué alternativas usted recomienda para que una exportación no se torne compleja al momento de realizarla?

- Contratos de compra y venta con sus clientes
- Capital de trabajo
- Tener buen control y personal de calidad de producto.
- Un buen departamento de logística y comercio exterior

Anexo 7: Entrevista a “Somecet S.A.”, a la Ing. Carolina Falcones

1.- ¿Qué actividades desarrolla su institución?

La empresa “Somecet S.A” se dedica a la producción y exportación de frutas frescas.

2.- ¿Cuáles son las razones por las cuales muchos exportadores han incursionado en el extranjero?

Precios competitivos.

3.- ¿Qué necesitan los productos ecuatorianos para competir en el extranjero?

Tener la mejor calidad y certificaciones que lo avalen.

4.- ¿Con que recursos debe contar la empresa para que esté en condiciones de exportar?

Estar registrado como exportador y producir una fruta de buena calidad.

5.- ¿Cuál cree usted que serían los elementos más importantes que el comprador extranjero considera al momento de la compra?

Calidad, precio.

6.- ¿Cuál cree usted que son las etapas de crecimiento de una empresa exportadora en su proceso de internacionalización?

Ir incrementando clientes conforme puedo abastecerlos.

7.- ¿Las empresas extranjeras a las cuales provee su producto, les han condicionado en alguna parte de su proceso o han cuestionado la calidad de su producto?

No.

8.- ¿De qué manera el gobierno ha apoyado a los productores agrícolas para promover las exportaciones?

Con Créditos por medio CFN - Corporación Financiera Nacional.

9.- ¿Qué estrategias comerciales implementaron para poder incursionar al mercado estadounidense?

No exportamos a USA.

10.- ¿De qué factores culturales se acogieron para exportar mango hacia Estados Unidos?

No exportamos a USA.

11.- ¿Cómo sustentan los gastos administrativos y de producción fuera de temporada de cosecha?

Con venta local de otros productos.

12.- ¿Cuáles son las desventajas de exportar un producto cuando existen divergencias en los acuerdos multilaterales en caso de conflictos políticos entre países?

Barreras arancelarias.

13.- ¿Qué alternativas usted recomienda para que una exportación no se torne compleja al momento de realizarla?

Coordinar con anticipación todo el proceso para que se pueda cumplir en el tiempo pactado.

Anexo 8: Formulario para obtener TOKEN

SecurityDATA

La firma digital del Ecuador

*campos obligatorios

FORMULARIO DE SOLICITUD

Fecha: _____

A. Datos del Suscriptor del Certificado

Nombres y Apellidos*: _____

No. Cédula / No. Pasaporte*: _____ Nacionalidad*: _____

Email*: _____

¿Ya tiene un certificado a su nombre con Security data?: sí no ¿Es renovación? sí no

B. Tipo de Certificado* (favor llenar solo b.1.1. o b.1.2.)

B.1.1. PERSONA NATURAL ingresar los datos de la planilla o los que constan en el RUC:

 Persona Natural

Dirección*: _____ Código Postal*: _____

País*: _____ Provincia*: _____ Ciudad*: _____

Teléfono*: _____ FAX: _____ Celular: _____

RUC: _____ ¿TIENE RUP?*: sí no

B.1.2. REPRESENTANTE LEGAL, MIEMBRO DE EMPRESA o FUNCIONARIO PÚBLICO ingresar los datos de la Empresa/Institución:

 Representante Legal Miembro de Empresa Funcionario público

Razón Social (tal como consta en el ruc)*: _____

Dirección*: _____ Código Postal*: _____

Provincia*: _____ Ciudad*: _____

Nombre del Representante Legal*: _____

Teléfono*: _____ Cargo que Desempeña el Suscriptor*: _____

RUC*: _____ ¿TIENE RUP?*: sí no

C. Tiempo de validez del certificado (por defecto 2 años)*

 a. Por defecto 2 años b. OTRO (especificar): _____

D. Uso del Certificado*

 a. ECUAPASS (ADUANA) b. PETROAMAZONAS g. OTRO (especificar): _____ c. DAE d. SUPER. DE COMPAÑÍAS e. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA f. QUIPUX

E. Token*

 a. Token Security Data (si es la primera vez que va a adquirir un token) b. Token Propio (si ya tiene un token anterior - ver modelos) si es un token de Security Data, nr de token _____ c. Sin Token (para firma masiva de facturas, mails o documentos)

El solicitante declara que voluntaria y libremente acepta todos los términos y condiciones expresados en este documento, en la DPO y en la Política de Certificación del certificado solicitado, los cuales ha revisado detalladamente y no alberga duda alguna. En prueba de conformidad firma el documento; además corrobora que la información entregada y declarada a Security Data es real; en caso de descubrirse falsedad en las declaraciones o documentaciones aquí presentadas Security Data realizará las respectivas denuncias ante la autoridad competente.

[BORRAR EL FORMULARIO](#)

FIRMA DEL SUSCRIPTOR

Powered by



La Concepción - Río Palora OE2-37 Av. Amazonas - Telef: (593-2) 2438 911 Fax: (593-2) 2250 271

www.securitydata.net.ec- 1800-FIRMAS

Quito-Ecuador

V13



ACLARACIONES

OBLIGACIONES DEL SUSCRIPTOR

- Proteger y conservar con el mayor de los cuidados el Dispositivo, información y/o claves que se entreguen o emitan en relación con el certificado de Firma Electrónica
- Responder por el uso del Certificado de Firma Electrónica y de las consecuencias que se deriven de su utilización

RECOMENDACIONES.- Por seguridad El Suscriptor debe tener en cuenta estas recomendaciones:

- El Certificado de firma electrónica es personal e intransferible;
- No debe permitir el uso del certificado a ningún tercero;
- Debe memorizar el PASSWORD o Clave;
- No debe permitir que otras personas conozcan el PASSWORD o Clave;
- Si olvida o pierde el control de su PASSWORD o Clave, solicite INMEDIATAMENTE a SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. la revocación del certificado.
- **IMPORTANTE:** NO OLVIDE SU PASSWORD o Clave, SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. no almacena ni asigna el PASSWORD o Clave, por tanto su olvido implica la revocación del certificado de firma electrónica asociado y la emisión de un nuevo certificado de firma electrónica cuyos cargos serán de cuenta de El Suscriptor.

DATOS DEL FORMULARIO

- **Razón Social:** Es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía de forma colectiva, comanditaria o anónima.
- **Institución Pública:** Es el conjunto de organizaciones públicas que realizan la función administrativa y de gestión del Estado y de otros entes públicos con personalidad jurídica, ya sean de ámbito regional o local.
- **Tipos de Certificados de Firma electrónica:**
 - **Certificados Persona Natural:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como una persona natural pudiendo ser usado este certificados para temas tributarios, legales y personales.
 - **Certificados Miembro de Empresa:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como Corporación y al firmante como vinculado a esa corporación, ya sea como empleado, asociado, colaborador, cliente o proveedor.
 - **Certificados Funcionario Representante Legal:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como una corporación y al firmante como representante legal de dicha corporación.
- **Tiempo de validez del certificado:** Por defecto son 2 años, se puede solicitar certificados con mayor validez siempre y cuando los documentos tengan validez por el tiempo solicitado. Aplicarán otros costos.
- **Modelos de tokens soportados**
 - Epass 3003, Biopass 3000
 - SafenetKey2032, iKey4000
- **FAVOR LLENAR TODOS LOS CAMPOS CON ASTERISCO (*), CASO CONTRARIO NO SE ACEPTARÁ LA SOLICITUD**
- **NO SE ACEPTARÁN SOLICITUDES CON TACHONES, REMIENDOS, FIRMAS COPIADAS EN COMPUTADOR, SIN FECHA O CUALQUIER OTRO ERROR**

Powered by




Entrust
Securing Digital Experiences
& Interactions

La Concepción - Río Palora OE2-37 Av. Amazonas - Telf: (593-2) 2438 911 Fax: (593-2) 2250 271
www.securitydata.net.ec- 1800-FIRMAS
Quito-Ecuador

V13

Anexo 9: Declaracion Aduanera de Exportacion DAE.

fx 4001


 REPUBLICA DEL ECUADOR
 DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2013-40-00672875		
---------------	----------------------	--	--

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01902441

Información de Exportador

Nombre del exportador	FRUTALANDIA S.A.	Telefono del exportador	
Dirección del exportador	ROSENDO AVILES N. - 1318 Y JOSE DE ANTEPARA		
Número de documento de	RUC-0992541091001	Ciudad del exportador	Guayaquil
CIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Número de documento de	RUC-0991370226001
Nombre del declarante	TORRES & TORRES AGENTES DE ADUANA TTADAD C.A.		
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	GIRO DIRECTO	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Informacion de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15/10/2013
Nombre del consignatario	TROPICAL SPECIALISTS		
Dirección del	2000 towerside terrace,APT#503 miami,fl 33138		
Ciudad del contribuyente	MIAMI	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de	[05906960] NAPORTEC S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ESTADOS UNIDOS		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	18902.4	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	21120	Peso total	22176
Cantidad total de bultos	5280	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	22176	Cantidad total de unidades comerciales	5280
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Item

Firma del Contribuyente
1 de hoja /2 total de hojas
Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
1	0804502000	0000	0000	MANGO TOMMY ASKIN	ECUADOR	21120	5280

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de Item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision
1	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	15/10/2013	15/10/2013
1	001-001-0000231	FACTURA COMERCIAL	25/09/2014	03/12/2013

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2013-40-00672875
---------------	----------------------

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01902441

Información de Exportador

Nombre del exportador	FRUTALANDIA S.A.	Telefono del exportador	
Dirección del exportador	ROSENDO AVILES N. - 1318 Y JOSE DE ANTEPARA		
Numero de documento de	RUC-0992541091001	Ciudad del exportador	Guayaquil
CIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Numero de documento de	RUC-0991370226001
Nombre del declarante	TORRES & TORRES AGENTES DE ADUANA Y TADAD C.A.		
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	GIRO DIRECTO	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15/10/2013
Nombre del consignatario	TROPICAL SPECIALISTS		
Dirección del	2000 lowerside terrace,APT#503 miami,fl 33138		
Ciudad del contribuyente	MIAMI	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de	[05906960] NAPORTEC S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final	ESTADOS UNIDOS		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	14784 X	Cantidad de item	1
Peso neto total	21120 ✓	Peso total	22176 ✓
Cantidad total de bultos	5280 ✓	Cantidad de contenedores	1 ✓
Cantidad total de unidades físicas	22176 ✓	Cantidad total de unidades comerciales	5280 ✓
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Item

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo Subpartida	Codigo Complementario	Codigo Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales
1	0804502000	0000	0000	MANGO TOMMY ASKIN	ECUADOR	21120 ✓	5280 ✓

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision
0	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	15/10/2013	15/10/2013
0	001-001-0000227 X	FACTURA COMERCIAL	17/10/2014 X	17/10/2013 X

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante

Anexo 10: Factura comercial de "Frutalandia S.A."

Ex. 07001

FRUTALANDIA S.A.

Dirección: Rosendo Avilés No. 1318 y José de Antepara
Telfs.: 2 343700 - Guayaquil - Ecuador

R.U.C. 0992541091001

FACTURA

001-001- **0000231**

Aut. S.R.L. No. 1113587601


Día	Mes	Año
03	12	2013

Señore(s): TROPICAL SPECIALISTS

Dirección: 2000 TOWERSIDE TERRACE, APT#503, MIAMI FL 33138

R.U.C./C.I.: _____ Telf: 786.281-0871

CANT.	DESCRIPCIÓN	Valor Unit.	TOTAL
5.280	CAJAS MANGO TOMMY ATKINS	3,58	18.902,40
	NET WEIGHT 21.120		
	GROSS WEIGHT 22.176		
	COUNTRY USA		
	PORT OF DISCHARGE MIAMI		
	PACKED BY: EXPORTACIONES DUREXPORTA S.A.		
	KM 14.5 VIA A DAULE		
	FDA: 18235292618		
Son: DIEZ y ocho mil novecientos		Dólares	Sub-TOTAL 18.902,40
dos 40/100 dolares			I.V.A. 0 %
			I.V.A. %
Entregado Por: _____		Recibido Por: _____	TOTAL 18.902,40



BOSC S.A. - COTACACHI - RUC: 990223200001 - Telfs: 2622-165 - 2622-178
 Aut. No. 2702 18.08 x 1 - 00000230 - 00000231 / Emisión: 25/Sep/2013 - F.CADUCIDAD 25/Sep/2014
 ORIGINAL: ADQUIRENTE - COPIA CELESTE: 091008
 COPIA AMARILLA: Sin Derecho a Crédito Tributario

Anexo 11: Documento de Transporte Marítimo (Bill of Lading)

FE - 922
GX - 4001

SHIPPER (Principal or Seller Licensee and full address)		BILL OF LADING	PAGE 1 OF 1		
FRUTALANDIA S.A. ROSENDO AVILES 1318 Y JOSE DE ANTEPARA TELF: (593) 2343-700 - FAX 2584566 RUC: 0992541091001 GUAYAQUIL - ECUADOR		BOOKING NUMBER 902633112	APLU 902633112		
CONSIGNEE (Name and Full Address / Non-Negotiable Unless Consignee is Order) TROPICAL SPECIALISTS 2000 TOWERSIDE TERRACE, APT NO. 503 MIAMI, FL 33138 CELL: (786) 281-0871 MAIL: LORRANTIA@GMAIL.COM		EXPORT REFERENCES FORWARDING AGENT (Reference, F.M.C. No.) POINT AND COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS PASCUALES, EQ			
NOTIFY PARTY (Name and Full Address) CUSTOMIZED BROKERS 10205 NW 108TH AVE STE.1 MEDLEY, FL 33178 PH: 305-470-4370 / FX: 305-471-8988 OCEAN@CUSTOMIZEDBROKERS.NET		ALSO NOTIFY (Name and Full Address) / DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS/PER - TERMINAL/ONWARD ROUTING FROM POINT OF DESTINATION			
INITIAL CARRIAGE (MODE) EXPORT CARRIER (Class, weight & Reg) MERC'S JAFFNA 055	PLACE OF RECEIPT GUAYAQUIL, ECUAD	PORT OF LOADING USA GUAYAQUIL, ECUAD			
PORT OF DISCHARGE MIAMI	PLACE OF DELIVERY MIAMI				
Excess Valuation Please refer to Clause 7 (B) on Reverse Side					
MARKS AND NOS - CONTAINER NOS		NO. OF PKGS	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	GROSS WEIGHT	MEASUREMENT
22,176.00 KB 21,120.00 KN CONTAINER: GESU946377-8 SEAL: 041794 APHS: 3593874		SC GB13/0292N 5280	BOXES BO/LV05190.06.03 SLAC CY/CY 5280 BOXES DE MANGO "TOMMY ATKINS" 1X40'RF SHIPPER'S LOAD & COUNT TEMPERATURE: +9 C VENTILATION: 35% HUMIDITY: 85% DAE: 028-2013-40-00672875 COMMODITY HTSUS: 0804.50.20.00 FREIGHT PREPAID	22176.0000KG 48889.653LB	60.000M3 2118.882CF
CTR NBR** GESU946377-8		**SEAL NBR***** 041794	T/S R40	MODE CY/ CY	QUANT/TYPE 5280BOXS
***** APL COPY ***** ** NON-NEGOTIABLE **					
BL TO BE RELEASED AT GYG		OCEAN FREIGHT PAYABLE AT GUAYAQUIL, ECUAD		The undersigned Carrier hereby acknowledges receipt of the container or packages or other shipping units used to comply the Goods described herein in apparent external good order and condition unless otherwise stated. The Shipper agrees and the Consignee and every person purchasing the instrument for value, is deemed to be otherwise having an interest in the Goods is advised that the freight, loading, carriage and delivery of the Goods are subject to all the terms and conditions set forth and incorporated by reference on the side and the reverse hereof, whether written, stamped or printed. A set of 3 originals of this bill of lading is hereby issued by the Carrier. One number to the carrier of any one requisite bill of lading, properly endorsed, as stated shall stand void. THE CARRIER.	
FREIGHT RATES CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS (SUBJECT TO CORRECTION)		PREPAID U.S.\$	COLLECT U.S.\$	Local Currency	
OCF 1VN 4410/VAN AMS US\$ 10/EA INO US\$ 385/VAN		4410.00 10.00 385.00			
MJF 055	TOTAL PREPAID GYG	4805.00			
Vessel Voyage Office	TOTAL COLLECT				
	01163314 01084447	GYG IAL IAL	Y APLU 902633112		
FCC FORWARDER SHIPPER CONSIGNEE	LD. PORT DIS. PORT DEST. NOTIFY CSC				

DEPARTAMENTO DE EXPORTACION
 DEL ECUADOR

*APPLICABLE ONLY WHEN USED AS MULTI-MODAL BILL OF LADING

Anexo 12: Certificado de Registro de Operador



REPÚBLICA DEL ECUADOR

AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO –
AGROCALIDAD



En cumplimiento a la Ley de Sanidad Vegetal y su Reglamento, la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro - AGROCALIDAD establece las medidas, requisitos fitosanitarios y garantiza su aplicación por parte de los Exportadores de fruta fresca de mango.

VALIDES HASTA 04 SEPTIEMBRE 2015

CERTIFICADO DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE FRUTA FRESCA DE MANGO Y LUGARES DE PRODUCCIÓN

REGISTRO N° _____

M - 266 _____

PRODUCTOR _____

Se otorga el presente Registro como de acuerdo a la siguiente información:

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre: FRUTALANDIA S.A. R.U.C. N° 0992541091001

Dirección: ROSENDO AVILES 1318 Y ANTEPARA EDIF. TORRES&TORRES Ciudad: GUAYAQUIL

Tel: 2343700 Fax: _____ Cel: _____ e-mail: saraucio@torresytorres.com

Representante legal: PABLO DAVID TORRES ALAÑA

Dirección: ROSENDO AVILES 1318 Y ANTEPARA EDIF. TORRES&TORRES Ciudad: GUAYAQUIL

LUGAR DE PRODUCCIÓN (Finca)

Nombre: FRUTALANDIA Superficie de mango Ha: 18 HAS

Dirección: KM 25 ESTANCIA DE LA VIRGEN

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: CHONGON

Sector: ESTANCIA DE LA VIRGEN Telf: _____ e-mail: saraucio@torresytorres.com

Varietades de Mango (Mangifera indica) que exporta: _____

LOTES	VARIETADES
LOTE 1 (12,00 HAS)	TOMMY ATKINS
LOTE 2 (6,00 HAS)	ATAULFO



AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO
DIRECTOR TÉCNICO
ING. WILSON GARCÍA
AGROCALIDAD - GUAYAS



ING. FERNANDO BRAVO
COORDINADOR CAMPAÑA DE EXPORTACION MANGO
AGROCALIDAD-GUAYAS

FECHA DE EXPEDICIÓN: 04/09/2014

Nota: El interesado ratifica el conocimiento de las normas y procedimientos relacionados a este Certificado. En caso de incumplimiento de las medidas fitosanitarias complementarias establecidas por AGROCALIDAD para la exportación de fruta fresca de mango, se procederá a cancelar el presente Certificado de Registro.

Anexo 13: Certificado Fitosanitario de Exportación

 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca		 REPÚBLICA DEL ECUADOR		 AGROCALIDAD AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRÍ	
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRÍ - AGROCALIDAD CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT					
				Nº 2364248	
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador			A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA		
I. Descripción del Envío / Description of Consignment					
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter</i> FRUTALANDIA S.A. ROSENDO AVILES 1318 Y JOSE DE ANTEPARA R.U.C. 0992541091001 GUAYAQUIL, ECUADOR			2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee</i> TROPICAL SPECIALISTS 2000 TOWERSIDE TERRACE, APT# 503 MIAMI, FL 33138		
3. Lugar de origen / Place of origin GUAYAS - ECUADOR			4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance MARITIMO MERCOS JAFFNA V055		
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry MIAMI			6. Marcas distintivas / Distinguishing marks D'MANGO		
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages</i> 5.280 CAJAS CON MANGOS FRESCOS REFRIGERADOS DE 4KG 22 Pallet de 240 C/U TOMMY ATKINS			8. Cantidad declarada y nombre del producto <i>Name of produce and quantity declared</i> 21,120 KILOS NETOS DE MANGOS FRESCOS REFRIGERADOS		
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants</i> Mangifera indica					
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. <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>					
II. Declaración Adicional / Additional Declaration NINGUNO					
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment					
10. Fecha / Date OCTUBRE 14, 15 DE 2013			11. Tratamiento / Treatment HIDROTÉRMICO		
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i> NINGUNO			13. Duración y temperatura <i>Duration and temperature</i> 75 Y 90 MIN 118°F		14. Concentración <i>Concentration</i> NINGUNO
15. Información adicional / Additional information CONTENEDOR GESU 040377-6 SELLOS: NAVIERA 041794 - 004113 APHIS 3592874			Nombre y Funcionario Autorizado / Name of authorized officer ING. ANDRÉS KUFFNER		
Lugar de expedición <i>Place of issue</i> Guayaquil - Ecuador Planta Durexporta S.A.			Fecha / Date Octubre 15/2013		
			Firma / Signature 		
 AGROCALIDAD AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRÍ					

Anexo 14: Balance General al 31-dic-2013

BALANCE GENERAL AL 31-dic-13			
Bancos	\$ 76.099,82	Cuentas por Pagar	\$ 2.781,17
Inventario MP	\$ 1.405,90	Documentos por Pagar	\$ 3.100,33
Cuentas x Cobrar	\$ 12.034,27	Aportes IESS	\$ 355,56
Gastos Diferidos	\$ 3.460,52	Retención de Impuestos	\$ 1.642,14
Activo Corriente	\$ 93.000,51	Pasivo Corriente	\$ 7.879,20
Activo Fijo	\$ 103.212,14	Bono Navideño	\$ 106,00
Depreciación Ac. Fijo	\$ (9.911,98)	Bono Escolar	\$ 1.048,64
Activo Fijo Neto	\$ 93.300,16	Vacaciones	\$ 598,78
		Fondos de Reserva	\$ 371,00
Activo Biológico	\$ 52.305,64	Pasivo Acumulados	\$ 2.124,42
Depreciación Ac. Biol.	\$ (9.600,00)		
Activo Biológico Neto	\$ 42.705,64	Pasivo No Corriente	\$ 51.899,11
		TOTAL PASIVO	\$ 61.902,73
		Capital Social	\$ 105.200,00
		Reserva Legal	\$ 446,34
		Resultados Acumulados	\$ 61.457,24
		PATRIMONIO	\$ 167.103,58
TOTAL ACTIVO	\$ 229.006,31	TOTAL PASIVO Y K	\$ 229.006,31

Fuente: Empresa "Frutalandia S.A."

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Anexo 15: Estado de Resultados Año 2013

ESTADO DE RESULTADOS	
	Año 2013
<u>Ventas</u>	\$ 172.475,16
<u>Costo de Ventas</u>	\$ 118.003,22
<u>Utilidad Bruta</u>	\$ 54.471,95
<u>Gasto Administrativo</u>	\$ 41.489,42
<u>Gasto de Venta</u>	\$ 3.713,97
<u>Utilidad Operativa</u>	\$ 9.268,56
<u>Gastos Financieros</u>	\$ 2.306,88
<u>Utilidad antes Impuestos</u>	\$ 6.961,68
<u>ISR</u>	\$ 1.531,57
<u>Utilidad Neta</u>	\$ 5.430,11

Fuente: Empresa "Frutalandia S.A."

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Anexo 16: Obreros

Detalle Nómina de Empleados de Producción

Empleados de Producción			
Nómina	Agricultores Eventuales	Almacenero	Servicios Generales
# Colaboradores	4	1	1
Salario Básico	\$ 1.360,00	\$ 340,00	\$ 340,00
13er Sueldo	\$ 113,33	\$ 28,33	\$ 28,33
14to Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 56,67	\$ 14,17	\$ 14,17
Fondos de Reserva	\$ 113,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Aporte Patronal	\$ 165,24	\$ 41,31	\$ 41,31
Total Mensual	\$ 1.836,91	\$ 480,48	\$ 480,48
Total Anual	\$ 22.042,88	\$ 5.765,72	\$ 5.765,72

Fuente: Empresas "Frutalandia S.A."

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Anexo 17: Personal Administrativo

Detalle de Nómina de Personal de Oficina.

Personal Administrativo			
Nómina	Gerente General	Contador	Administrador
# Colaboradores	1	1	1
Salario Básico	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 560,00
13er Sueldo	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 46,67
14to Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 50,00	\$ 40,00	\$ 23,33
Fondos de Reserva	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 46,67
Aporte Patronal	\$ 145,80	\$ 116,64	\$ 68,04
Total Mensual	\$ 1.624,13	\$ 1.304,97	\$ 773,04
Total Anual	\$ 19.489,60	\$ 15.659,68	\$ 9.276,48

Fuente: Empresas “Frutalandia S.A.”

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Anexo 18: Gastos

Detalle Gastos Papelería

Costos Papelería					
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Subtotal	# Reemplazos al año	Valor Anual
Tarjetas de Presentación	2	\$ 134,8	\$ 269,6	1	\$ 269,6
Facturas de Venta (Block 500)	1	\$ 30	\$ 30	1	\$ 30
Orden de Pedido (Block 500)	1	\$ 30	\$ 30	1	\$ 30
Hojas Membretadas (resma 500)	2	\$ 120	\$ 240	1	\$ 240
Sobres Membretados (resma 500)	1	\$ 80	\$ 80	1	\$ 80
Etiquetas Adhesivas (resma 100)	100	\$ 12,4	\$ 1240	1	\$ 1240
Total					\$ 1889,6

Fuente: Empresas “Frutalandia S.A.”

Elaborado por: Las Autoras (2015).

Detalle Gastos Publicidad y Relaciones Públicas

Presupuesto Publicidad y Relaciones Publicas			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
PRODUCCION DE PIEZAS			
Diseño de Banner Promocionales	1	\$ 220	\$ 246,4
Afiche Promocional	1	\$ 180	\$ 201,6
Diseño de Tríptico Promocional	1	\$ 190	\$ 212,8
IMPRESOS			
Tríptico Promocional	500	\$ 0,73	\$ 408,8
Total			\$ 1069,6

Fuente: Empresas “Frutalandia S.A.”

Elaborado por: Las Autoras (2015).