



ECUADOR – OCTUBRE 2016 - ISSN: 1696-8352

EXPORTACIÓN DE MANGO EN CONSERVA A LA CIUDAD DE MIAMI

Mercedes Stefanie Martínez Macías

Estudiante
stefanie_0408@hotmail.com

Ing. Jéssica Aroca Clavijo Mae

Docente
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mercedes Stefanie Martínez Macías y Jéssica Aroca Clavijo Mae (2016): "Exportación de mango en conserva a la ciudad de Miami", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (octubre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/mango.html>

RESUMEN

El presente proyecto "Exportación de mango en conserva a la ciudad de Miami" se diseñó con el fin de establecer una oportunidad de expansión de mercado para productores y exportadores de mango con el fin de contribuir al cambio de la matriz productiva; el cual es un plan gubernamental basado en la industrialización de la materia prima producida en el país, con el fin de aumentar la rentabilidad de las industrias y promover la mejora de los procesos tecnológicos implicados en la generación de valor agregado, y mejorar la balanza comercial ecuatoriana. Se puede encontrar que la producción de mango es estable durante todo el año, pero que tiene meses específicos donde la producción es mayor y la fruta de mejor calidad, sin embargo, el país basa esta industria en la exportación del producto sin procesar. Mediante el estudio de mercado se considera que los productores y exportadores de mango del país estiman que es un mercado potencial, la ciudad de Miami, y que puede generar grandes beneficios para la industria, mientras que, los consumidores finales de esta ciudad se muestran dispuestos al consumo de mango en conserva, pues conocen sus propiedades nutricionales además de su agradable sabor y, respaldada por la calidad del mango ecuatoriano.

Palabras clave: exportación, relaciones internacionales, mango en conserva.

ABSTRACT

This project "Exporting mango canned the city of Miami" was designed in order to provide an opportunity for market expansion for producers and mango exporters in order to contribute to changing the production model, which is a government plan based on the industrialization of raw material produced in the country, in order to increase the profitability of industries and promote the improvement of the technological processes involved in generating added value. You may find that mango production is stable throughout the year, but has specific months where production is higher and better quality fruit, however, the country based industry in the export of raw product. By studying market, it is considered that producers and exporters handle the country estimate that is a potential market, the city of Miami, and can generate big profits for the industry, while final consumers of this city are willing consumer canned mango, because they know their nutritional properties in addition to its pleasant taste and quality backed by Ecuadorian mango.

Keywords: export, International relations, Supply and demand

1. INTRODUCCIÓN

EL país produce varios productos que son exportados como materia prima a los mercados extranjeros, sin embargo, si a estos productos se les adiciona un valor agregado y se comercializa se obtiene una mayor ganancia a diferencia de la que tendría el Ecuador por enviar los productos en primarios.

El Ecuador, tiene varios productos que son exportados como materia prima a los mercados extranjeros; sin embargo, si a estos productos se les adiciona un valor agregado y se comercializan se obtiene una mayor ganancia a diferencia de la que tendría el país por enviar los productos llamados primarios.

Es por esto, que el actual Gobierno Nacional a través del Plan Nacional del Buen Vivir ha impulsado el cambio de la matriz productiva, la misma que dentro sus distintos puntos se promueve el aumento de las exportaciones de los productos más representativos, pero añadiendo valor agregado, lo que significa que se los debe procesar y así dotarlos de nuevas características.

El cultivo y exportación de mango en el Ecuador se inició hace aproximadamente poco más de dos décadas, obteniendo un gran éxito en el mercado internacional desde el inicio; esta fruta se ha convertido con el paso del tiempo en uno de los productos más importantes en el campo de las exportaciones no tradicionales del Ecuador.

El crecimiento del sector del mango dentro del país se ha logrado principalmente debido a las ventajas competitivas que posee el Ecuador como las condiciones agroambientales.

2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se justifica de forma teórica en que se desarrolla como una propuesta para contribuir a aumentar la oferta exportable del Ecuador, la diversificación para exportar mango con valor agregado al mercado estadounidense. Es así que se evidenciarían los aspectos positivos y negativos de utilizar este tipo de negocio para exportar una fruta que se produce dentro del territorio nacional y a la cual se le añadirá valor para una mejor comercialización .

Debido a la recesión del mercado internacional, el consumo de petróleo en mercados extranjeros ha presentado una disminución, lo que ha impactado en la economía ecuatoriana, a esto se le debe sumar que los ingresos por exportaciones petroleras dependen de factores externos y no por los procesos internos del país.

Para poder impulsar esta visión, se han establecido políticas de incentivos por parte del gobierno nacional, siendo una de las más importantes el acceso a créditos por parte de la Corporación Financiera Nacional (CFN), esto para poder lograr que los emprendedores obtengan facilidades de financiamiento para producir bienes con valor agregado, exportarlos e ingresar réditos desde los mercados extranjeros.

La importancia de la actual propuesta radica en que no se exportará la fruta en su estado natural, sino que será procesada para ser enviada en conserva a su mercado de destino, lo que le proveerá un valor agregado que permitirá obtener mayores réditos económicos para la empresa, así como aumentar su capacidad competitiva; este tipo de exportaciones aporta al cambio de la matriz productiva, proyecto emblemático del Estado Ecuatoriano.

El Ecuador destina el 85% de las exportaciones de mango a Estados Unidos lo vuelve su principal consumidor y por ende un mercado muy atractivo para comercializar derivados de esta fruta, el 15% restante entre Canadá, México y Europa.

Es por esto que se evidencia como un proyecto para la exportación de mango en conserva la ciudad de Miami, ya que al existir demanda del producto como materia prima, se busca determinar la demanda en conserva, lo que aumentaría el precio con el cual sea vendido con un margen de rentabilidad y con una característica adicional que busca satisfacer la necesidad del cliente.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Actualmente, en Ecuador hay aproximadamente 5.300 hectáreas de esta fruta de exportación, de las cuales la variedad Tommy Atkins representa el 65%, le sigue el Kent con el 17% y el Ataulfo con el 11%. Hay otras variedades como el Madame Francis, el Keitt y otros.

Para nuestro producto en conserva vamos a utilizar el Tommy Atkins. Es originaria del Estado de Florida en los Estados Unidos, posee regularmente 13 cm de largo y entre 450 y 700 gramos de peso, su forma es ovoide o casi redonda y su color tiene una base rojiza llegando hasta el morado.

El mango de exportación es cultivado principalmente en Guayas, El Oro, Manabí y Los Ríos.

Por su alta calidad el mango ecuatoriano es reconocida en los mercados internacionales, sobre todo en Estados Unidos, que es el principal mercado.

A este país le agradecemos por la renovación de las preferencias arancelarias.

Que es El Sistema Generalizado de Preferencias SGP mecanismo por medio del cual los productos originarios de países en vía de desarrollo o menos desarrollados tienen acceso a tasas arancelarias preferenciales o simplemente están libres de aranceles de internación, al ingresar al territorio de los países de economías desarrolladas.

Para el proceso de producción del mango encurtido en conservas, los pasos son los siguientes:

- Cuando el mango es adquirido desde la finca, se realiza una selección, limpieza y desinfección.
- Si el mango está en buen estado se procede al pelado y corte, caso contrario es rechazado.
- Para el proceso de conservación, se aplica un principio básico para extender la vida útil de los alimentos, a través de mecanismos como el tratamiento térmico que implica la eliminación de microorganismos dañinos para la salud aplicando cierta temperatura durante un tiempo definido. El encurtido también es un proceso de conservación de productos, que se logra a través de la acidificación natural, el mismo alcanza la extensión de la vida útil de un producto en el plazo de 3 – 4 meses.
- El uso de un envase hermético permite mantener las condiciones de esterilidad de los alimentos, por ese motivo los más idóneos son el vidrio y la hojalata.
- Una vez el producto es envasado, debe ser esterilizado mediante el uso de una autoclave para eliminar todo tipo de microorganismo que pudiera afectar al producto.

Finalmente, el producto es puesto en cajas para ser almacenado y posteriormente ser exportado.

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de campo brinda la capacidad de conocer la forma más eficiente para la exportación de mango al mercado estadounidense, buscando conocer la capacidad de producción y exportación que posee el país. De esta manera, el diseño de esta investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, para comprender la situación actual del mercado potencial y determinar el perfil del mismo. Bajo este contexto, se hace uso de los siguientes tipos de estudio:

Estudio exploratorio: Evidencia una problemática para desarrollar una investigación más precisa y formular una hipótesis de primero o segundo grado, las mismas que pueden ser utilizadas por otros estudiosos que revisen el caso analizado. En primera instancia será exploratorio porque se hace un levantamiento de información con los productores de mango cuya

expectativa sea la exportación, para identificar los niveles de producción y estimar el nivel de producto que puede realizarse en conserva. Además, se analizará el grado de aceptación del mercado objetivo donde se desea comercializar este producto, en este caso, la ciudad de Miami en Estados Unidos.

Estudio descriptivo: Sirve para observar y posteriormente analizar a un fenómeno determinado y los componentes que lo conforman; se detalla el problema o la situación estudiada mediante la medición de una o varias de sus características. Este estudio busca detallar cada una de las características y propiedades más relevantes del objeto de estudio. Es decir que, el tipo de investigación será descriptiva porque los resultados del levantamiento de información serán descritos mediante cuadros y gráficos estadísticos para facilitar la interpretación.

5. INCOTERM

La elección del Incoterm a emplear es de vital importancia, puesto que influirá en la correcta operación de las acciones referentes a la exportación; este aspecto debe acordarse oportunamente, ya que se establecerán las responsabilidades sobre la mercadería por parte de comprador y vendedor.

Para el presente caso se empleará el tipo de Incoterm FOB (Free on Board), que traducido al español significa "*Libre a Bordo*", el cual implica que el exportador se encuentra en la obligación de pagar por los costos del transporte interno y manipulación de la carga hasta que esta traspasa la borda del buque, mientras que los demás costos son responsabilidad del importador.

Se debe contar con intermediarios que hagan llegar el producto a seleccionados supermercados ubicados en el mercado objetivo, que permitirían que el producto a comercializar se encuentre al alcance de los consumidores finales.

6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Se eligió Downtown Miami hay mucha influencia de latinos que han hecho de Miami una ciudad diferente al resto. Según el censo el idioma más hablado es el español seguido por el inglés. Sus pobladores tienen poder adquisitivo por lo tanto.

Es una de las ciudades que tiene un rápido crecimiento en términos de población, inversión extranjera directa (IED), comercio exterior, crecimiento económico, ingresos personales.

A través de la fórmula para el cálculo de la población finita se obtiene una muestra del total de la población del Downtown Miami, la cual cuenta con una población aproximada de 65,696, compuesta por 33,413 núcleos familiares, según el último censo efectuado (*Miami DDA, 2010*).

7. MARKETING MIX

7.1 PRODUCTO

Lo primero a definir es la imagen de marca, la cual es vital para el posicionamiento del producto en un Mercado.

6.2 PRECIO

Las estrategias de precio estarán enfocadas en lograr que el producto sea aceptado en el menor tiempo posible por el consumidor final; a continuación, se detallan cada una de estas:

- El producto será lanzado al mercado en un precio "promocional por lanzamiento", para así lograr que la mayor parte de consumidores potenciales lo prueben y posteriormente lo incluyan en sus compras periódicas.
- Con el objetivo de incentivar las ventas reducir su precio, lo cual sólo se dará en momentos en los que la empresa lo considere apropiado.

- Una vez que el producto esté establecido y no se corra el riesgo de perder clientes, se podría aumentar ligeramente el precio para lograr un mayor margen de ganancia.
- El precio de venta FOB para la exportación de cada envase de 250 ml, será de \$ 1.10; mientras que el precio referencial de venta al público en los Estados Unidos sería de \$ 2,50.

6.3 PLAZA

Con el afán de comercializar de forma adecuada el producto de la marca "MANGO LIFE", se han establecido las siguientes estrategias:

- Contar con intermediarios que hagan llegar el producto a Eco trade para esto se han seleccionado supermercados ubicados en el mercado objetivo, los cuales son "President Supermarket", "La Playa Market" y Sabor Tropical Supermarket, debido a que se encuentran posicionados en distintos puntos de Miami, que permitirían que el producto a comercializar se encuentre al alcance de los consumidores finales.

6.4 PROMOCIÓN

Para poder comunicar la marca "MANGO LIFE" y por ende el producto a comercializar (mango en conserva) se establecen las siguientes estrategias de promoción, que las realizara el intermediario.

- Promover la entrega de muestras gratis en los supermercados, para así poder hacer el producto hasta los potenciales consumidores.
- Realizar una campaña de expectativa corta por medio de publrreportajes, para así anticipar la aparición del producto en el mercado objetivo.
- Participar en ferias de negocios empresariales para poder mostrar el producto y poder ampliar su distribución mediante nuevos intermediarios; en este caso se ha seleccionado a la "Natural Products Expo West", la cual se desarrolla en Anaheim, California, elegida debido a su cercanía con la ciudad de Miami y puesto a que se desarrollará este 2016 y 2017 en los Estados Unidos.

8. TRÁMITE PARA EXPORTAR

El trámite de una exportación al interior de la aduana consta de dos fases:

- Fase de Pre-embarque
- Fase Post-Embarque

8.1 Fase de Pre-embarque

El exportador o el Agente de Aduana deben enviar de forma electrónica al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador todos los datos que indiquen la intención de exportar, por medio de un formato de Orden de Embarque, en el cual deben constar todos los datos del exportador, de la carga, peso y factura provisional.

Una vez que la Orden de Embarque es aceptada por el ECUAPASS, el exportador podrá movilizar la mercancía hacia las aduanas y se registrará su ingreso a la Zona Primaria, para luego ser estibada para poder ser exportada.

8.2 Fase Post-Embarque

Se presenta el DAE final (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, el cual se efectúa luego del embarque; el exportador tiene hasta 15 días para regularizar su exportación, una vez que la carga ha entrado a la Zona Primaria.

El ECUAPASS aprobará los datos de la DAE contra la del Manifiesto de Carga, entonces si el trámite es aprobado, se procederá a enviar un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana. Una vez que la DAE posea la numeración pertinente, el exportador o agente de aduana debe mostrar al Departamento de Exportaciones del Distrito los siguientes documentos:

- DAE impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

9. CONCLUSIONES

- El presente proyecto se justifica como una propuesta para contribuir a aumentar la oferta exportable del Ecuador, para diversificar la producción de mango en el Ecuador, mediante una presentación en conserva, que genere valor agregado para exportar mango con valor agregado al mercado estadounidense. En el Ecuador se produce mango principalmente en la provincia del Guayas, existiendo cerca de 7,700 hectáreas registradas para la producción.
- Existe un gran porcentaje de habitantes en la ciudad de Miami que muestran predilección por el mango, lo cual evidencia un mercado potencial que aún no es aprovechado por el país. La mayor parte del mercado desconoce marcas que expendan mango encurtido en su localidad, por lo que es un nicho que aún no ha sido abordado por una marca de manera idónea y que se haya posicionado fuertemente dentro de sus hábitos de consumo. La presentación de 250 ml es la preferida por el mercado.
- El producto se envasará en recipientes de vidrio. El encurtido es un proceso de conservación de productos, que se logra a través de la acidificación natural, el mismo consigue la extensión de la vida útil de un producto en el plazo máximo de 12 meses.

10. RECOMENDACIONES

Como recomendaciones del presente proyecto se establece lo siguiente:

- Como recomendación inicial, es importante establecer alianzas estratégicas con varios productores de mango para garantizar la sostenibilidad de la producción en conservas como una alternativa para transformar la matriz productiva, agregando valor a este producto, aumentando la gama de productos como las presentaciones en almíbar, deshidratados, mermeladas, pulpas de jugo y demás presentaciones que ayuden a diversificar la oferta exportable.
- Se recomienda generar una alianza con el Ministerio de Industrias y Productividad, debido a los diversos programas a favor de impulsar los nuevos emprendimientos, motivo por el cual se debe participar en las ferias de emprendimiento que establecen nuevos contactos tanto locales como a nivel internacional, a fin de desarrollar la industria nacional. Para este efecto, se cuenta con programa como “EMPREDAMOS”, que ofrece recursos no reembolsables destinados a potenciar a la pequeña y mediana industria facilitando el acceso a créditos para la adquisición de maquinaria y capital de trabajo.

- De acuerdo al nivel de aceptación de los consumidores de Miami, podría expendirse el producto en sectores aledaños como Boca Ratón, Fort Lauderdale, Orlando y demás ciudades del estado de la Florida que poseen gran cantidad de migrantes latinos que son quienes prefieren consumir en su mayoría este tipo de frutas encurtidas.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Calderón, G. (15 de Diciembre de 2014). El cambio de la matriz productiva. *Diario El Universo* , pág. 2.
- Diario El Productor. (29 de Enero de 2016). *Ecuador destaca incentivos estatales para la exportación de productos con valor agregado*. Obtenido de <http://elproductor.com/2016/01/29/ecuador-destaca-incentivos-estatales-para-la-exportacion-de-productos-con-valor-agregado/>
- Freddy Alvarado. (2011). *La producción, comercialización y exportación del mango en el Ecuador período 2007-2009*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2184/1/Lucero%20Jara%20Olga%20del%20Rosario.pdf>
- Organización de los Estados Americanos. (2016). *Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP
- ProEcuador. (2012). *ANÁLISIS SECTORIAL DE FRUTAS NO TRADICIONALES*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- ProEcuador. (2010). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PROECUADOR. (2013). *Ficha comercial Ecuador-Estados Unidos*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_ESTADOS_UNIDOS.pdf
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional Del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/web/guest>