

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



SANDHA EI/ZABETH POZO CHAMPLJTIZ

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

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial
Internacional Universidad Politécnica Estatal del Carchi**

sandy_alex3@hotmail.com

Resumen

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

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

Palabras claves: Comercialización, Exportación de mango, Demanda

Abstract

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

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

Key Words: marketing, export of mango, Demand

Introducción

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

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

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

Con el pasar del tiempo cada una de las haciendas proveedoras se han venido especializando en sus cultivos, esto con la finalidad de obtener mayor producción, obtener mejores frutos y el rendimiento por hectárea sea mayor,

logrando de esta forma satisfacer más mercados, ser más competitivos y exportar más.

La nueva teoría de comercio analiza al comercio internacional considerando el poder de las organizaciones, precios, publicidad, que influyen en el comportamiento del consumidor, al planificar una exportación se pondrá en marcha estrategias comerciales y de precios, así mismo de infraestructura que permitirá la reducción de costos de acuerdo al incremento de la producción destinada para nosotros. (Steimberg, 2004, p. 14)

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

Materiales y Métodos

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

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

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

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

Resultados y Discusión

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

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

Tabla N° 1

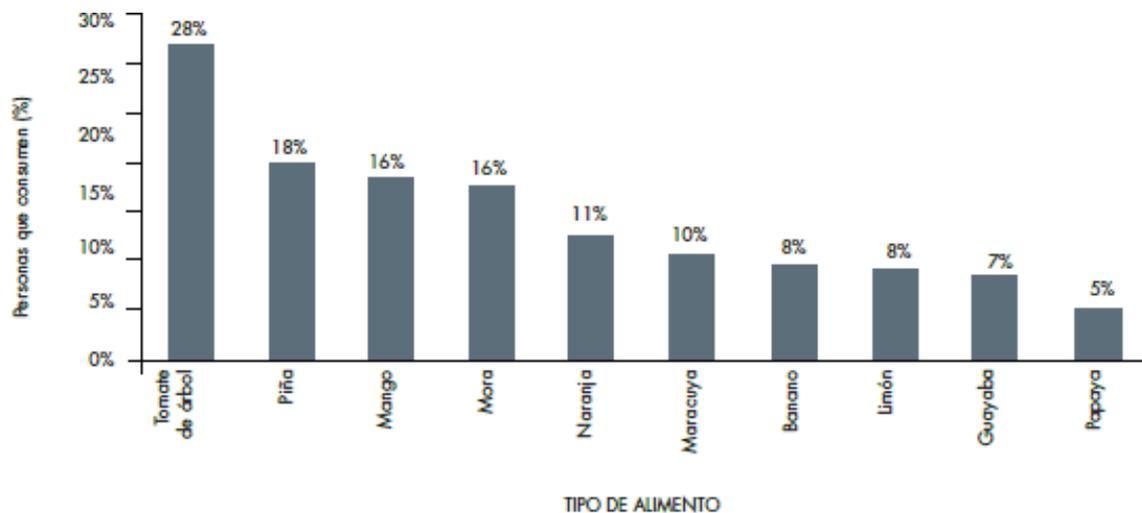


Gráfico 71. Frutas más consumidas en el departamento de Nariño, 2005
Fuente: base de datos ENSIN, 2005

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social

Elaborado: Sandra Pozo

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

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

Comercio & Negocio N°3

Dinámica económica de frontera

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

Tabla N° 2

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

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

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

Carta de Porte Internacional por carretera (CPIC) Manifiesto de Carga Internacional (MC1) Certificado de Origen
Factura Comercial
Certificado Fitosanitario

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

Conclusiones

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

Comercio & Negocio N°3

Dinámica económica de frontera
logístico, técnico, financiero, se plantea un proyecto en un 90% viable y factible de ejecutar, esto partiendo de que se cuenta con lo fundamental el consumo dato importante mencionado anteriormente, fruta disponible para comercializar y clientes dispuestos a comprar la fruta y hacer acuerdos más serios para incrementar la adquisición de la misma.

- Así también se cuenta con un TIR positivo, un periodo de recuperación considerable respecto de la inversión que supera los 70.000 USO, un costo beneficio de 0,54 ctvs por cada dólar invertido, indicadores que reflejan la factibilidad del proyecto.

Bibliografía

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

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

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