

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN
DEL MANGO ECUATORIANO



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TÍTULO: ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA
EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO**

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE

INGENIERA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

DOMÉNICA SOLANGE HERRERA MARTÍNEZ

NOMBRE DEL TUTOR:

ECON. SEBASTIÁN CÁRDENAS, MBA.

SAMBORONDÓN, DICIEMBRE DEL 2017

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Análisis de los mercados potenciales para la exportación del mango ecuatoriano

Doménica Solange Herrera Martínez

Resumen

El mango es la principal fruta no tradicional de exportación ecuatoriana que tiene como principal destino a EE.UU. Las relaciones comerciales de EE.UU. con Latinoamérica generan incertidumbre al país por las nuevas políticas arancelarias que se han implementado tras el cambio político actual. Se analizará la posibilidad reforzar mercados comerciales con los cinco primeros exportadores mundiales de mango a través de un análisis de importaciones de frutas no tradicionales en dichos países. Además, se compara las preferencias del consumidor a la hora de escoger mangos, mediante la información del perfil del comprador del mango proporcionado por los portales de Pro Ecuador. Se sugieren mejoras para obtener ventaja competitiva en mercados internacionales, a través de un estudio reforzado en el marco teórico de la exportación del mango ecuatoriano y un análisis del mercado global del mango. La metodología a aplicarse es de enfoque cualitativo, analítico descriptivo y comparativo. Se encontró que es posible reforzar e incrementar las exportaciones de mangos ecuatorianos a Países Bajos, Alemania, Reino Unido, China y Francia.

Palabras claves: Frutas no tradicionales, Exportación, Población, Consumo, Competitividad.

Abstract

Mango is the main non-traditional Ecuadorian export fruit whose main destination is the USA. US business relations with Latin America, generate uncertainty in the country due to the new tariff policies that have been implemented due to the current political change. The possibility of reinforcing commercial markets with the five main importers of mangoes will be analyzed through an analysis of non-traditional fruit imports in these countries. Also, it will be compared the consumer preferences at the time of choosing mangoes through the information of the mangoes buyer profile provided by the website of Pro Ecuador. It is suggested some recommendations for gaining competitive advantage in international markets through a study reinforced in the theoretical framework of the Ecuadorian mango exportation and an analysis of the world mango market. The methodology applied was qualitative with a descriptive, comparative and analytical approach. It was found that it is possible to strengthen the exportations of Ecuadorian mangoes to The Netherlands, Germany, United Kingdom, China and France.

Key words: Non-traditional fruits, Exportation, Population, Consumption, Competitiveness.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Introducción

La exportación de frutas no tradicionales en el país representaron USD 80 millones FOB en la balanza comercial durante el 2015 (ProEcuador, 2016). El mango se posicionó como la fruta no tradicional principal de exportación con valores que ascendieron a USD 37.5 millones. Esta fruta posee una superficie de 22,240 hectáreas plantadas y 20,167 hectáreas cosechadas alrededor del país ubicándose específicamente en las provincias del Guayas, El Oro, Imbabura y Manabí (Banco Central del Ecuador, 2016). Las principales variedades que se exportan son Tommy Atkins, Kent, Haden y Keith. Su producción es de 168, 535 toneladas métricas y su principal destino de exportación es Estados Unidos (ProEcuador, 2016).

A lo largo de esta última década, Ecuador ha mantenido relaciones comerciales venideras con EE. UU. Sin embargo, el giro político de las últimas elecciones desafían los tratados comerciales de EE. UU con Latinoamérica. Lo cual, ocasiona incertidumbre en la dependencia mercantil de este destino de exportación para el mango (Mora, 2016). Por tanto, es necesario la apertura comercial a nuevos mercados como destinos de exportación para esta fruta no tradicional.

Las políticas proteccionistas en el país, apoyan al cambio de matriz productiva, lo cual, ha llevado a los agricultores y productores a auto exigirse procesos más rígidos de calidad en la fruta que se desee exportar. Para así, no solo ofrecer a los consumidores extranjeros un producto ideal, sino también poder ser competitivos en el mercado internacional. Lo cual se torna complicado en

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

términos de precios, ya que, el país se encuentra limitado y en desventaja con países como México o Brasil, quienes, a su vez, son exportadores masivos de mango (Merino Laines & NajasTandazo, 2015). Ecuador depende de las fluctuaciones del mercado mundial para poder ser competitivo en términos monetarios.

Ecuador posee la biodiversidad necesaria para que el sector agrícola pueda producir mangos de excelente calidad, contextura y sabor. Es por esto que la Unión Europea, Colombia y Canadá también figuran como consumidores de los mangos ecuatorianos. El tipo de consumo va desde la fruta fresca hasta mermeladas a base de mango. Esta fruta, además de sabor, también brinda vitaminas A y C, posee fibras, es antioxidante y tiene minerales que lo convierten en un suplemento ideal para una dieta alimenticia balanceada (Alvarado, 2011).

El mango, como fruta no tradicional, tiene gran acogida en mercados holandeses, españoles, alemanes, japoneses, ingleses y árabes (Banco Mundial, 2015). Sin embargo, el mango ecuatoriano no ha llegado a dichos rincones en su totalidad, a pesar de tener acceso a estos mercados mediante algunos convenios internacionales que le brindan preferencia arancelaria a los productos ecuatorianos (ProEcuador, 2016). Es por ello que se busca expandir las exportaciones a mercados con los que se posee un sistema generalizado de preferencias arancelarias como Países Bajos, Alemania, China, Francia, y estimar la posibilidad de incrementar las exportaciones en mercados como Reino Unido.

El objetivo principal de esta investigación es analizar los principales mercados potenciales para la comercialización del mango ecuatoriano tomando

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

como referencia a los 5 países importadores de mango a nivel mundial. Esto se realizará a través de los datos de exportaciones de frutas no tradicionales encontrados en el reporte anual del Banco Central del Ecuador y al estudio proporcionado por Pro Ecuador de los perfiles de consumidores de mango a nivel mundial. Además, se usará la información actual de la apertura a distintos mercados, midiendo el incremento de exportación a destinos como Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Francia y China en donde existe apertura comercial y distribución local del mango.

Esta investigación permitirá disminuir la incertidumbre comercial para los productores ecuatorianos, diversificando el mercado de esta fruta no tradicional y aumentando el volumen de ventas en el extranjero. El mango es una de las frutas que tiene mayor porcentaje de comercialización en el mundo después del banano, la piña y la palta. México es el pionero en exportación de mango a nivel mundial con un 17% de participación, al que lo sigue Holanda con 12%, Brasil con 7,8%, Perú 8,5%, y Ecuador se encuentra en el puesto N° 13 con una participación aproximada del 2% (Dirección de Inteligencia Comercial e inversiones, 2012).

Este paper tendrá una metodología con enfoque cualitativo, descriptivo y comparativo, ya que analizará las importaciones de mangos en los países antes mencionados y se comparará las preferencias del consumidor a la hora de escoger mangos no ecuatorianos, lo cual permitirá mejorar la calidad de la fruta para obtener ventaja competitiva en mercados internacionales.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Marco teórico

Exportación del mango ecuatoriano

Hace más de dos décadas el Ecuador comenzó a exportar mangos como fruta no tradicional a distintos destinos alrededor del mundo. Las condiciones agroambientales de las provincias en donde se cosecha esta fruta se han convertido en una fuerte ventaja competitiva para que el país pueda exportar exitosamente al mango. Mediante una política de apertura comercial, en los años noventa, la exportación de productos no tradicionales tuvo su auge. En la actualidad, estos productos representan USD 97. 472 FOB y 143. 173 toneladas con una variación del 11,79% entre el 2016 y el 2017 (Banco Central del Ecuador, 2017).

En el país, hay alrededor de 6,500 hectáreas destinadas a la cosecha de esta fruta. El 90% de dichas hectáreas están presentes en la provincia del Guayas. El 84% de la cosecha de esta fruta no tradicional es exportada y el 16% se destina al consumo nacional. Ecuador se encuentra entre los 15 principales países exportadores del mango en el mundo (ProEcuador, 2017).

En los últimos diez años, Ecuador incrementó las exportaciones de mango en aproximadamente 23%. Dentro de lo cual, la variedad favorita por los mercados extranjeros es la de Tommy Atkins con un 65% de las exportaciones, Kent con el 17% y con el 11% la variedad de Ataulfo. El 91,75% de dichas exportaciones se han destinado a EE.UU. y el 8,25% a destinos varios como México, Canadá y alrededor de Europa (Fundación de mango de Ecuador, 2017). En el 2016 se exportaron USD 45.18 millones FOB y 53.163 toneladas (ProEcuador, 2017).

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Esta fruta no tradicional ha conquistado fuertemente a la demanda extranjera, ya que cumple con los requisitos fitosanitarios internacionales. Garantizando calidad e impidiendo la presencia de insectos. Además, cumple con las normas ambientales dispuestas por el ministerio del ambiente. Esto se debe a que se conserva la fruta a través del manejo tecnificado que permite reducir el empleo de agroquímicos y la regularización del balance hídrico de los ecosistemas (ProEcuador, 2017; Muñoz, 2014).

Entre las principales empresas que exportan mango se encuentran las siguientes: Grupo Agriproduct S.A., Agrícola Santa María S.A. y Agrivicsa. En el país, existen alrededor de 41 empresas que se encargan de la producción de mango, el cual es distribuido en todo el país (Fernandez, 2016). El gobierno, ha presentado apoyo en la exportación incentivando la producción agrícola y buscando el reconocimiento internacional por la calidad de los productos agrícolas que se exportan.

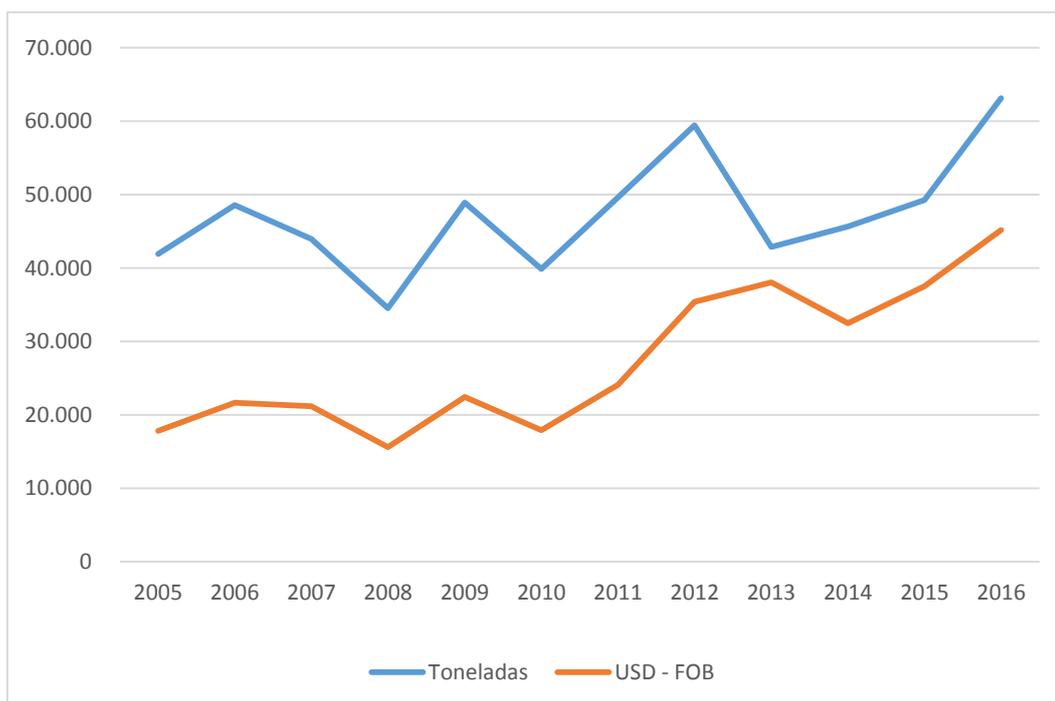
El cambio de la matriz productiva en el país ha incentivado de manera directa a la producción nacional. Lo que está propiciando el intercambio con otras naciones a través de la materia prima presente en el país. A su vez, se ha impulsado a la economía nacional, a través del consumo interno de los ciudadanos, anteponiendo los productos nacionales frente a las importaciones (Mora, 2016). Además, la inversión pública ha marcado el apoyo gubernamental en la implementación de procesos técnicos que benefician directamente al agro ecuatoriano (Fernandez, 2016).

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Mediante el cambio de la matriz productiva, también, se ha buscado implementar los conocimientos técnicos para generar cambios en la diversificación de mercados, lo que ha permitido que Ecuador ingrese en mercados internacionales (ProEcuador, 2017). Los mismos que son beneficiosos para el intercambio comercial, ya que poseen un crecimiento constante de la demanda interna, lo cual es propicio para que así Ecuador logre establecer relaciones comerciales a largo plazo (ProEcuador, 2017). Beneficiando la entrada de productos agrícolas a diferentes mercados. Para ello, los productores han tomado en cuenta el apoyo gubernamental, ya que éste ha sido elemental en la diversificación de mercados de exportación de frutas no tradicionales marcando nuevos caminos comerciales.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Como se puede observar en la Figura 1, la producción del mango en el Ecuador posee una tendencia creciente. Desde el cambio de matriz productiva en el 2014, se puede notar que la exportación en toneladas incrementa considerablemente hasta el año 2016, al igual que los valores FOB (Banco Mundial, 2017). Este incremento en la producción del mango hace lógico la idea de que Ecuador expanda sus mercados de exportación. El país, históricamente ha



sido reconocido como un país agroexportador. Sin embargo, concentrar la mayoría de las exportaciones en un solo destino hace que se genere dependencia.

Figura 1: Gráfico de las exportaciones del mango ecuatoriano valores considerados en toneladas y USD FOB.

Fuente: (ProEcuador, 2017)

Elaboración: Autor

Nota: se tomó en cuenta la producción del mango desde el año 2005 al 2016 en toneladas y USD.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Principal destino de exportación de mangos ecuatorianos

Las relaciones comerciales con EE.UU. han sido venideras, tomando en cuenta que es el principal destino de exportación de mangos ecuatorianos, lo que se puede evidenciar en la Tabla 1. En la columna de porcentajes, se encuentra representado el incremento de las exportaciones dirigidas a este país. Desde el 2014 al 2017 el incremento ha sido del 8,29% (Fundación de mango de Ecuador, 2017).

Campañas	Exportaciones (\$)	%
2009 - 2010	8.129.138	81.86%
2010 - 2011	7.301.389	80.38%
2011 - 2012	8.104.564	83.93%
2012 - 2013	9.190.364	84.32%
2013 - 2014	10.073.020	92.42%
2014 - 2015	9.096.621	83.46%
2015 - 2016	10.360.554	90.93%
2016 -2017	12.503.290	91.75%

Tabla 1. *Exportaciones de mango a EE.UU. desde el 2009 al 2017*

Fuente: (Fundación de mango de Ecuador, 2017)

Elaboración: Autor

Nota: el valor obtenido en USD por las exportaciones de mango corresponden a las campañas dentro de un periodo anual destinadas únicamente a EE.UU. Los términos porcentuales representan el porcentaje de exportación del total que se destinó en cada campaña a EE.UU.

EE.UU. importa 300 mil toneladas anuales de mangos, lo que hace que esta fruta no tradicional sea la quinta fruta más importada en EE.UU. con un

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

consumo de aproximadamente 2,5 libras por persona. El monto destinado a esta importación asciende a USD 500 millones en sus distintas variedades y de distintos países proveedores (Fernandez, 2016).

El gasto final del consumo de hogares en EE.UU para el 2015 fue de USD 58,032 (Banco Mundial, 2017). La familia estadounidense direcciona del gasto final del consumo de hogares el 12% a comida. De los cuales, el 15% se destina a frutas (Fernandez, 2016). La demanda de fruta suele ser fresca, en jugos, seca y congelada. El consumidor per cápita consume anualmente alrededor de 290. 7 lbs de fruta en las distintas categorías. La fruta fresca es la preferida por el consumidor, ya que su ingesta representa el 45% de las libras que se consumen. Sin embargo, el banano y las manzanas se llevan dicho rubro casi en su totalidad (Cedeño & Montenegro, 2015).

México se ha posicionado como el primer proveedor de mangos de EE.UU. seguido por Perú y Ecuador. Brasil y Colombia también se unen a la lista (INIAP, 2015). No obstante EE.UU está en proceso de finalizar varios tratados comerciales con países latinoamericanos desde el reciente cambio presidencial en enero de este año con el objetivo de favorecer a su producción nacional, su propia mano de obra y para apoyar a países amigos.

Es así que las tenciones políticas del presidente de EE.UU con países latinoamericanos han provocado incertidumbre comercial. Este país ha amenazado con retirarse de tratados como el NAFTA y el TLCAN, lo cual, afectaría de manera directa a las exportaciones de los países involucrados (Candiani & Mauricio, 2017). Lo que, a su vez, generaría perdidas millonarias para la balanza

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

comercial de dichos países. Ecuador, no está exento de un cambio en las relaciones comerciales que se tienen con EE.UU., es por ello, que el monto de las exportaciones de mangos destinadas a EE.UU. pueden fluctuar negativamente y se vuelve necesario encontrar nuevos destinos de exportación para no depender de los cambios políticos y comerciales y, a su vez, asegurar las plazas laborales en el sector agrícola e inclusive generar nuevas plazas laborales en el país.

Principales países exportadores e importadores de mango

México se ha consolidado como el principal país de exportación de mango en todo el mundo con un 17% de participación. Países Bajos representa las exportaciones mundiales con el 12%, India se ubica con el 8,7%, de igual manera, Perú con el 8,5%, y Ecuador se encuentra en la posición número 13 con una participación aproximada del 1,9% (TradeMap, 2017). Los principales países importadores de mango son EE.UU, Países Bajos, Francia y Alemania (SIICEX, 2017).

El autoconsumo del mango en los países donde este se produce abarca cerca del 96% de la producción a nivel mundial, mientras que el porcentaje de exportación es tan solo de 3,4% del volumen que se produce (UNCTAD, 2016).

Países Exportadores		
N°	País	Toneladas
1	México	369,314
2	Países Bajos	133,445
3	India	193,383
4	Perú	157,070
5	Brasil	154,383
6	Tailandia	183,290
7	España	33,758
8	Filipinas	20,618

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

9	Pakistán	82,658
10	Costa de Marfil	45,075
11	China	29,298
12	Egipto	35,954
13	Ecuador	63,177

Tabla 2. *Lista de los 13 principales países exportadores de mangos al 2016*

Fuente: (TradeMap, 2017)

Elaboración: Autor

La producción mundial del mango es de aproximadamente 43 millones de toneladas, lo que lo convierte en la octava fruta más producida mundialmente. Durante el año 2000 al 2013 la producción mundial de esta fruta se acrecentó en un 75% (UNCTAD, 2016). El continente asiático destacó en la producción mundial del mango con un 72%, mientras que américa latina representó el 10% de la producción (Merino, 2015). A pesar de que los países asiáticos productores de mango, se encuentran en la lista de los principales países exportadores, cabe notar que son los países de producción modesta, los que resaltan en el comercio internacional de esta fruta.

En la tabla 2 se puede notar que los 10 primeros países que exportan mango son aquellos que abarcan alrededor del 80% de los intercambios comerciales a nivel mundial (UNCTAD, 2016). Los países latinoamericanos, se han posicionado con un 48% de los de los intercambios internacionales, a pesar de que su producción tan solo abarca el 10% a nivel mundial.

La regularidad en la oferta de mango a nivel mundial depende de distintos factores. Por ejemplo, en América Latina, la oferta se ve condicionada a los efectos climáticos como las fuertes lluvias o a la corriente de El Niño en la costa

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

occidental. Las fluctuaciones climáticas o la falta de agua, a su vez, influyen sustancialmente a la correcta producción de esta fruta. Sin embargo, los grandes productores de mango, usualmente no suelen verse tan afectados por cambios climáticos, ya que al poseer una mejor distribución del territorio de cosecha, esta suele mantener el ciclo vegetativo estable en la mayoría de las regiones (UNCTAD, 2016).

Países Importadores de Mango		
N°	País	Toneladas
1	Estados Unidos	464,797
2	Países Bajos	166,017
3	Alemania	73,649
4	Reino Unido	82,937
5	China	72,773
6	Francia	58,109
7	Emiratos Árabes Unidos	103,417
8	Vietnam	130,259
9	Canadá	57,117
10	España	37,938

Tabla 3. *Lista de los 10 principales países importadores de mango al 2016*

Fuente: (TradeMap, 2017).

Elaboración: Autor

Los países europeos importan mangos alrededor de octubre y mayo. Temporada en la que debido a otoño, invierno y primavera, se hace casi imposible cultivar dicha fruta. El número de importaciones está en aumento anualmente en los países de América del Norte, Europa y Asia. La estacionalidad del mango permite que se comercialice entre países africanos, asiáticos y sudamericanos, lo cual, es una oportunidad potencial para Ecuador. Estos intercambios comerciales

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

se han aperturado lento pero están creciendo a través de tratados regionales (UNCTAD, 2016).

En el mundo hay países netamente consumidores, en los cuales la producción de mango es casi inexistente, ese es el caso de Canadá, EE.UU. y los países europeos. Así también, existen países como los asiáticos que son productores importantes de esta fruta pero que debido a la población que poseen, necesitan importar mangos en grandes cantidades para satisfacer la demanda.

Mensualmente, se suelen importar alrededor de 200.000 toneladas de mango durante los meses de marzo a julio, que es precisamente la temporada alta de esta fruta. Mientras que de agosto a febrero las importaciones bajan a tan solo 80.000 toneladas aproximadamente (UNCTAD, 2016). De estas toneladas importadas, hay que tomar en cuenta que estas suelen estar sujetas a las reexportaciones en algunos países. Usualmente, EE.UU. y Países Bajos reexportan el mango a países vecinos como Canadá y Bélgica, respectivamente. Lo mismo se da en España y en Arabia Saudita.

Las importaciones dependen de la logística de cada país, es por esto que América del Norte concentra sus importaciones en mayor número de toneladas de América Latina. Lo mismo sucede en Europa en donde también se importan mangos desde América Latina y África, mientras que los países asiáticos suelen abastecerse entre sí. Esto se realiza para abaratar procesos y no encarecer el precio final de la fruta.

La demanda mundial del mango se abastece de la producción mundial que se genera en los distintos países, se puede mencionar que el único problema a raíz

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

de la oferta del mango depende de la estacionalidad de las cosechas y los hábitos y preferencias de los consumidores. Las fluctuaciones del precio del mango pueden disminuir la extracción de beneficios de los distribuidores de esta fruta o podrían disparar la venta de mangos en el mercado.

Así también, hay que notar que los periodos en los que se comercializa el mango influyen en la demanda directa. Durante el verano, los consumidores europeos tienden a abastecerse de productos nacionales de temporada, esto se debe a que estas frutas suelen ser abundantes y tienen un precio más competitivo. La poca demanda estacional suele estar sujeta al desconocimiento de la fruta en países no productores. Sin embargo, durante las fiestas de pascuas, navidad, y fin de año, el mango tiene su auge y la demanda crece considerablemente.

La tendencia del consumo del mango a nivel mundial es creciente. Las perspectivas son que esta tendencia creciente se mantenga y aumente. Existen mercados, en los cuales, las frutas que predominan la demanda son las tradicionales. Sin embargo, hay países en donde el mango está en auge y en proceso de descubrimiento, lo que lo convierte en el lapso idóneo para la expansión del mercado y para Ecuador la oportunidad propicia para ingresar estratégicamente.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo y analítico. Se analizará la apertura comercial de los cinco primeros países importadores de mango en el mundo como Países Bajos, Alemania, Reino Unido, China y Francia. Se analizarán las variables de: las importaciones de mangos que

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

realizan anualmente estos países en miles de USD, las toneladas importadas, la participación unitaria de cada uno de los países a nivel mundial en las importaciones de mangos, la tasa de crecimiento anual en cantidad importada durante cinco años, la clasificación mundial en la facilidad para hacer negocios y el principal proveedor de mangos para cada uno de los países.

Dichos datos serán recopilados en una misma tabla con la finalidad de analizar el perfil del consumidor a través de la tasa de crecimiento anual de los últimos cinco años. A su vez, se buscará aprovechar los tratados comerciales ya establecidos con estos países y así, focalizar a estos cinco principales importadores de mangos como nuevos mercados potenciales para la exportación del mango ecuatoriano.

Para obtener los datos a utilizar se recurrió a los boletines anuales de Pro Ecuador, a las cifras de la Fundación de Mango Ecuador, que es la asociación de productores y exportadores de mangos ecuatorianos, a los datos estadísticos del Banco Mundial y a las cifras que manejan los Bancos Centrales de cada país para así crear la tabla descriptiva 4, la cual facilita el análisis de resultados.

Dentro de la tabla 4, se analizarán los primeros cinco países importadores de mangos a nivel mundial en base a su capacidad de consumo de mangos y a la apertura comercial hacia nuevos mercados, lo que los convierten en mercados idóneos para Ecuador potencialice la exportación de mango en toneladas.

Los valores que se tomaran en consideración para realizar la respectiva comparación y análisis de datos están en dólares americanos. La producción y

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

exportación siempre será considerada en toneladas métricas. Finalmente, se darán conclusiones concretas y se establecerán recomendaciones para futuros trabajos.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Países importadores de mango / Nuevos mercados potenciales	Valor Importado en miles de USD	Toneladas importadas	Participación en las importaciones mundiales	Tasa de crecimiento anual en cantidad importada desde el 2012 al 2016	Clasificación en la facilidad de hacer negocios	Principal país proveedor de mango
Estados Unidos	\$ 583,318.00	464,797	22.8%	4%	8	México
Países Bajos	\$ 249,658.00	166,017	9.8%	7%	28	Perú - Brasil
Alemania	\$ 174,116.00	73,649	6.8%	10%	17	India - Países Bajos
Reino Unido	\$ 170,770.00	82,937	6.7%	14%	7	Perú
China	\$ 168,848.00	72,773	6.6%	-13%	78	Países asiáticos
Francia	\$ 127,435.00	58,109	5.0%	10%	29	Perú
Emiratos Árabes Unidos	\$ 106,209.00	103,417	4.1%	2%	26	Egipto
Vietnam	\$ 105,342.00	130,259	4.1%	7%	82	India
Canadá	\$ 87,477.00	57,117	3.4%	0%	22	México
España	\$ 71,177.00	37,938	2.8%	12%	32	Brasil
Arabia Saudita	\$ 52,675.00	54,098	2.1%	-4%	94	India

Tabla 4. Cuadro descriptivo de los 11 principales países importadores de mangos en el mundo.

Fuente: (TradeMap, 2017) Elaboración: Autor

Nota: En el análisis de los datos no se considerará a EE.UU. como nuevo mercado potencial. Sin embargo, se ha considerado incluirlo en esta tabla ya que es el primer país importador de mango en el mundo.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Análisis de los resultados

Países Bajos

Los Países Bajos es el segundo país importador de mango del mundo. El mercado del mango en los Países Bajos se mantiene en una tasa de crecimiento del 7% y tiene una participación mundial en las importaciones del mango de un 9.8%. En el 2016 importó alrededor de USD 249,658, lo que equivale a 166,017 toneladas de mangos siendo su principal proveedor Perú (TradeMap, 2017). El 80% de estas importaciones son re exportadas alrededor de Europa, lo cual lo convierte en uno de los principales exportadores de mango en el mundo.

Los Países Bajos se consolidan como un país fuertemente atrayente para concretar relaciones comerciales. Desde el 2014 se ha evolucionado progresivamente en la exportación de mangos a dicho país. Alrededor de tres cuartos de la importación de mango en los Países Bajos se da durante el periodo de noviembre a marzo, lo cual, se presenta como una ventaja para aumentar la exportación de mangos a los Países Bajos, ya que la producción ecuatoriana va desde Noviembre a Enero aproximadamente.

Perú y Brasil son los principales competidores dentro de este mercado. Sin embargo, las condiciones climáticas durante el 2015 dieron una ventaja estratégica al mango ecuatoriano. Esta ventaja se manejó demostrando la calidad y frescura del mango ecuatoriano, los cuales se encuentran dentro de los más altos estándares ambientales y sociales a nivel mundial. La variedad más exportada durante ese año fue la de Kent con un rubor del 80%, dulces, jugosos y libres de fibra (FreshPlaza, 2016).

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Un estudio de *Doing Business* (2017) menciona que a trayectoria logística de exportación e mangos puede ser por vía aérea o marítima. El aeropuerto Schiphol, se encuentra en Ámsterdam y es uno de los aeropuertos más importantes en la unión europea en términos de carga y embarque. En vía aérea la carga tarda aproximadamente un día en llegar y la carga general por kilogramo cuesta USD3.

El puerto de Rotterdam es totalmente favorable para las importaciones y las relaciones comerciales siendo el más grande toda Europa. Su ubicación es estratégica y cuenta con acceso total para diferentes tipos de buques. También, posee acceso por vía terrestre y ferroviaria. El tiempo de transportación de la carga desde Ecuador es de aproximadamente 15 días y el costo por contenedor de 20' seco es de USD 1,000. Se necesitan tan solo cuatro documentos para importar la carga: Lista de empaque, factura comercial, documento de transporte y la declaración aduanera de despacho. Además de aproximadamente una hora de descargue (Doing Business, 2017).

El mercado de frutas exóticas en los Países Bajos es totalmente potencial ya que éste está sobre las preferencias del consumo de los vegetales exóticos. Los productos ecuatorianos en el mercado holandés poseen una gran acogida. Eso lo confirma el 14,4% de exportaciones no petroleras dirigidas a los Países Bajos (Ramirez, 2016). Además, el poder adquisitivo de los holandeses es alto debido a las remuneraciones que reciben. Son muy nacionalistas, pero están dispuestos a apostar por productos extranjeros de excelente calidad que protejan al medio ambiente (ProEcuador, 2016)

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

La estrategia para poder abarcar este mercado en mayor cantidad de toneladas se presenta a través de la calidad con la que se presenta al mango en los Países Bajos. Por tanto, es esencial mantener condiciones que cumplan con las exigencias del mercado holandés. Para lo cual, es recomendable mantener empaques especiales con cartones adecuados a la carga y al tiempo de traslado, cuidando la carga a través de mallas en cada fruta exportada. Para que esto funcione es vital mantener el apoyo del gobierno a través de financiamiento que permitan mantener la calidad de producción y logística hasta llegar a las manos de los consumidores de manera ágil y lista para el consumo.

Alemania

Alemania se consolida como el tercer importador de mango en el mundo. Durante el año 2016, se importaron USD 174, 116 en mangos, lo cual es aproximadamente alrededor de 73,649 toneladas. El mercado de mangos en Alemania tiene una tasa de crecimiento del 10% con una participación mundial del 6.8% y se ubica en la posición número 17 en la facilidad para hacer negocios.

Este país es la sexta economía a nivel mundial en relación a su PIB. Durante el 2016 alcanzó una tasa de crecimiento económico del 1,7%. Posee una calificación de 72,8/100 de libertad económica y los ingresos anuales de los alemanes bordean los €32,652, de los cuales el 14% se destina a compra de alimentos (The World Bank, 2017).

El mercado del mango en Alemania es muy competitivo esto se debe a la fuerte competitividad ya existente entre las principales cadenas de distribución de productos agrícolas en países desarrollados. Las exigencias del mercado alemán

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

recaen en la calidad y en el precio. El consumidor promedio es exigente y prefiere frutas frescas sin químicos ni conservantes. Estos gustos y preferencias suelen estar influenciados por la población de emigrantes de Asia, África y Latinoamérica.

A lo largo de los años, el consumo de mangos en Alemania se ha incrementado. Especialmente para la modalidad de “listo para el consumo” que es básicamente la fruta pelada y rebanada en trozos. Esta modalidad suele ser la favorita en el mercado alemán, ya que suele aportar practicidad y conveniencia al consumidor promedio. La mayor desventaja del mango en el mercado alemán es el desconocimiento de la madurez de la fruta a través de la cáscara (Hart, 2007). La gran mayoría de los consumidores no pueden evaluar cuando el mango está maduro y listo para el consumo, es por esto que la variedad de listo para el consumo o *ready to eat* le permite al consumidor simplemente comprarlo y consumirlo.

Los consumidores alemanes toman en cuenta la textura, el aspecto, sabor, beneficios nutricionales, practicidad, conveniencia y el precio a la hora de escoger mangos (Araujo, 2012). Para introducir al mango ecuatoriano en mayor cantidad en el mercado alemán es necesario promocionar su calidad y sabor en ferias de frutas como las que se realizan en Berlín de manera macro, acotando los beneficios que este posee. A los alemanes les importa su salud así que recordar que el mango tiene propiedades antioxidantes permite que los consumidores incrementen la demanda de esta fruta. Promocionar el mango ecuatoriano bajo la modalidad de listo para el consumo puede dar ventaja competitiva frente a los competidores.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Para exportar mangos a Alemania, es necesario cumplir con normas de calidad que empiezan desde la cosecha. Se considera la preservación del medio ambiente, que no se utilicen productos químicos ni conservantes. En Alemania se prefieren mangos netamente orgánicos (Hart, 2007). Así mismo, se busca que los mangos estén en orden de acuerdo a las siguientes normativas de calidad:

Denominación de origen protegida, indicación geográfica protegida y especialidad tradicional garantizada (Jedele, 2013).

Los documentos que se necesitan para importar mangos en Alemania son dos facturas comerciales, licencia de importación y los certificados de procedencia y de libre circulación. Alemania es el cuarto país en el mundo con mejor desempeño logístico (Jedele, 2013). Realizar exportaciones desde Ecuador a Alemania es posible a través de los 541 aeropuertos que posee dicho país. Mediante el servicio marítimo existen alrededor de cuatro navieras que exportan contenedores a Alemania en un tránsito de 21 días aproximadamente.

Reino Unido

Reino Unido importó 82,937 toneladas de mangos durante el 2016 lo que equivale a USD 170,770. Tuvo el 6,7% de participación mundial en la importación de mangos. Además, presentó una tasa de crecimiento anual en la cantidad importada de mangos del 14% desde el 2012 al 2016. Este país se encuentra en el número 7 de la clasificación de los países en la facilidad de hacer negocios.

Este país carece de producción propia de mango. Por tal razón, se importa la fruta en toneladas considerables. El principal proveedor es Perú. Anualmente, la

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

importación per cápita de mangos al 2016 fue de 3 libras esterlinas, aproximadamente 3 mangos al año (TradeMap, 2017). Londres se consolida como la ciudad con mayor demanda de mangos en el Reino Unido, seguida por Birmingham, Leeds y Glasgow. De las importaciones totales de mango, se exportaron alrededor de USD 4 millones a países vecinos, siendo el principal destino de exportación Irlanda (ProEcuador, 2017).

El consumo del mango en Reino Unido es en su mayoría listo para el consumo. El mercado inglés prefiere la versatilidad en los productos que consumen, la facilidad y rapidez por el modo de vida agitado que llevan. Así también, el jugo de mango y el mango deshidratado (Galán Sauco, 2002). El poder adquisitivo de los ingleses les permite anteponer la calidad de los mangos sobre el precio, consolidando así al mango como una de las principales frutas exóticas en el mercado inglés, ya que no solo aporta fresca y sabor, sino también vitaminas y antioxidantes, convirtiéndolo en una fruta ideal para la dieta variada de los consumidores que se preocupan por su salud.

El nicho de mango en el mercado inglés son mujeres entre 25 a 40 años de edad que se preocupan por su salud y están pendientes de su alimentación. Así también, los ejecutivos, deportistas y personas 35 a 50 años que prefieren acompañar a las comidas con frutas (ProEcuador, 2017).

El mango ecuatoriano reúne las condiciones de calidad que Reino Unido requiere. En el mango fresco se adjunta una etiqueta de la información de origen, detallando el tamaño, el tipo de mango al que pertenece, fecha recomendada para el consumo, si es de origen orgánico o si es una fruta que compite en el mercado

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

por comercio justo. En la presentación de mangos deshidratados, se puede encontrar la misma etiqueta informativa más un detalle de los aportes nutricionales.

Para Ecuador, Reino Unido es el décimo destino de exportación (Banco Central del Ecuador, 2016). Se sugiere considerar a este país como primordial para la exportación de mangos, ya que la demanda de esta fruta está en auge y los mangos latinoamericanos son bien recibidos y aceptados por la demanda inglesa. Es necesario, dinamizar la potencialidad y calidad del mango ecuatoriano ampliando la distribución en el Reino Unido. Es vital profundizar los convenios que se tienen con los importadores británicos para fortalecer la trazabilidad y los sistemas de distribución en el mercado inglés. Así también, expandir la oferta de mangos y diversificarla en presentaciones de listos para el consumo, jugos, jaleas y frutas deshidratadas permitirá llegar a más consumidores.

Los márgenes de ganancia para el exportador ecuatoriano varían dependiendo de del importador o de la cadena de distribución como supermercado, para la primera el margen de ganancia es de aproximadamente el 20% mientras que para la segunda es de alrededor del 40% al 45% de la venta (ProEcuador, 2017).

China

China se consolida como el segundo mayor productor de mango a nivel mundial. Sin embargo, debido a la creciente demanda del mango su producción no

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

abastece el consumo interno. Por tal razón, importaron 72,773 toneladas de mango, lo que equivale a USD168, 848 durante el 2016. La participación de China en las importaciones mundiales es del 6.6% (TradeMap, 2017). La tasa de crecimiento anual en la cantidad importada de mangos desde el 2012 hasta el 2016 fue negativa en 13%, lo que sugiere que en los últimos cinco años, el volumen de las importaciones de mangos ha disminuido. Los países cercanos a China se consolidan como sus principales proveedores por facilidad logística.

Ecuador exportó por primera vez un cargamento de mangos ecuatorianos a China en octubre del 2016 (ProEcuador, 2017). Luego de aproximadamente 13 años de negociaciones con este país, finalmente se logró demostrar que los mangos ecuatorianos cumplen los estándares de calidad que demanda China. El tiempo que toma el transporte fluvial es de aproximadamente 30 días. Sin embargo, para preservar los mangos se ha tomado como estrategia enviar contenedores con atmósfera controlada. Las normas de Agrocalidad para la exportación y la apertura del mercado de China permiten a Ecuador tener miras de convertir a este país en el nuevo principal destino de exportación de mangos y dan un impulso a las exportaciones a mercados asiáticos.

En China, 460 millones de personas pertenecen a un estrato social medio y alto. Cerca del millón de personas poseen activos que superan el millón de dólares (Wu, 2017). Los ingresos que manejan las personas de estas clases sociales les permiten anteponer la calidad de los productos que consumen sobre el precio que tengan en el mercado. Por lo general, el 39% de los ingresos que se perciben mensualmente se direccionan a alimentos (Ngarmsak & Natachai, 2007). El

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

mercado chino está abierto a comidas no tradicionales, es así que son influenciados por comidas y recetas extranjeras.

El crecimiento económico en China, les ha permitido a sus habitantes, la capacidad de elegir comida más saludable a pesar del precio. Es así que, la demanda por productos alimenticios de mejor calidad ha incrementado favorablemente las proyecciones para el mercado de comida orgánica, natural, sin químicos y frescos. Según Wu (2017), los chinos, al año, consumen alrededor de 34 kilos de fruta y las ventas de las mismas tienen mayor crecimiento en canales de distribución al por menor como mercados.

Para potenciar el crecimiento de las exportaciones de mangos ecuatorianos a China se tiene que cumplir a cabalidad el respectivo protocolo sanitario y mantener la calidad, sabor y frescura del mango una vez que este llegue a los mercados chinos. En China, se está abriendo el mercado de frutas deshidratadas, por tal razón, empezar a exportar el mango en dichas variedades segmenta la oferta y se llega a más consumidores.

Las grandes ferias de ingredientes alimenticios, frutas y comida son oportunidades a considerar para promocionar el mango ecuatoriano. Así también la feria de ingredientes saludables y naturales que usualmente tiene lugar en los meses de junio o julio y se realiza en ciudades netamente comerciales como Shanghai. Las misiones comerciales también suelen ser oportunidades propicias para demostrar la calidad de los mangos ecuatorianos. Se necesita fortalecer la promoción comercial de esta fruta y la imagen de que Ecuador está listo para mantener la calidad de este tipo de exportaciones.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Entre las estrategias a profundizar, también es necesario desarrollar acciones de inteligencia de mercadeo con perspectivas comerciales a futuro. Buscar negociar acuerdos bilaterales que reduzcan las barreras comerciales a la entrada de productos en China; y, a su vez, penetrar en el mercado chino a gran escala sería el impulso ideal que dinamizaría las exportaciones de mangos ecuatorianos a ese destino.

Una ventaja a considerar para la exportación de mangos ecuatorianos a China radica en la estacionalidad de la fruta en mercados asiáticos, ya que su periodo de cosecha va de mayo a septiembre, mientras que la producción del mango ecuatoriano es de octubre a enero.

La facilidad logística de exportar contenedores a China es posible mediante los 350 puertos y sub puertos que posee este país. Los valores por el transporte marítimo de cada contenedor varía dependiendo si la carga es refrigerada o seca: USD7, 000 o USD 2,800 respectivamente. Los documentos aduaneros en orden ascienden a un total de USD 620. Los puertos chinos, destacan por la infraestructura de sus puertos y la facilidad de carga y descarga. El transporte terrestre presenta vías amplias y constantemente mejoradas. La vía ferroviaria de China es la tercera más larga del mundo. En cuanto a aeropuertos China posee 507 en todo el país (ProEcuador, 2015).

Francia

Francia tiene el 5% de participación mundial de las importaciones de mangos con una tasa de crecimiento de cinco años del 10%. Se importó 58,109 toneladas de mango equivalente a USD 127,435 durante el 2016 (TradeMap,

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

2017). Francia por motivos climáticos no produce mangos, es así que el principal proveedor de esta fruta no tradicional es Perú.

El 85% de la población francesa vive en núcleos urbanos con tan solo un 10% de inmigrantes. Francia se consolida como una economía fuerte y estable desde hace más de tres décadas. El ingreso anual de los franceses supera los 20 mil euros y ubican a la alimentación como el tercer rubro entre las prioridades de los gastos que se generan mes a mes (ProEcuador, 2017). Francia es el segundo consumidor de mango a nivel de la Unión Europea (Araujo, 2012).

El perfil del consumidor del mango en Francia es del francés que usualmente vive en zonas urbanas con ingresos relativamente altos, ya que el mango, al ser una fruta no tradicional, se convierte en una fruta exótica o de lujo en los mercados. El consumidor potencial de mangos debe ser una persona abierta a consumir nuevos productos en su dieta, este tipo de consumidor suele ser joven o de edad media, soltero o pueden ser parejas jóvenes con un nivel educativo medio o alto. La población francesa de 20 años a 64 años es de 38'146,128 personas (The World Bank, 2015).

Para dar a conocer el mango en Francia, es necesario realizar campañas de comercialización de alimentos saludables, así tal cual han sido las campañas en países vecinos como Alemania, lo cual ha permitido que el mango ecuatoriano se introduzca en este mercado y se esté popularizando paralelamente a las tendencias de alimentación saludable en Europa (ProEcuador, 2017). Se necesitan campañas de mercadeo modernas, que capten la atención de jóvenes. A su vez, estas campañas deben ser eficaces promoviendo un producto uniforme que cumpla con

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

los estándares de calidad establecidos a un precio competitivo, tal cual ha sido la estrategia peruana para penetrar este mercado.

En ciudades como París, Lyon, Marsella y Toulouse se consume el mango como fruta fresca y con la modalidad lista para consumir, es decir, sin cáscara, en pedazos y empaquetados. Modalidad que suele ser aceptada por la población activa que pretende ahorrar tiempo y dinero a la hora de consumir alimentos fuera del hogar (Araujo, 2012).

Los consumidores habituales de mango son inmigrantes originarios de lugares con climas tropicales, jefes de hogar con ingresos medios. También se encuentran franceses influenciados por la globalización que optan por preferencias gastronómicas extranjeras y que prefieren una alimentación variada y sana (Sangho, 2010).

Para exportar mangos ecuatorianos al mercado francés es necesario cumplir con las certificaciones de productos biológicos amigables con el ambiente y que han respetado los derechos de los niños, mujeres y trabajadores. Además, se necesita que los mangos no hayan sido alterados genéticamente ni contengan pesticidas ni químicos peligrosos (ProEcuador, 2017). El consumidor francés suele ser muy culto a la hora de elegir productos, es por esto, que se preocupan por siempre obtener productos orgánicos, saludables que respeten la igualdad de condiciones de los trabajadores, que se abstengan de maltrato infantil y que promuevan la igualdad de género. Los consumidores, franceses están dispuestos a pagar más por productos saludables que cumplan con estas certificaciones y que

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

detrás de sus productos exista una cadena de valor significativa con un trato justo para los trabajadores.

De acuerdo a logística, Francia tiene infraestructura portuaria de calidad con alrededor de 6,000 km de vías marítimas totalmente navegables, carreteras en excelentes condiciones y 10,950 km de autopistas en el país. Además, de conexiones aéreas directas con toda la Unión Europea. También poseen la calificación de 3.8 en el desempeño logístico siendo 5 la mejor calificación. En cuanto a eficiencia aduanera se ubican en el puesto 18 en el mundo y en el puesto 15 por la competencia y calidad de servicios logísticos a nivel mundial (The World Bank, 2015).

Francia tiene gran apertura a nuevos proveedores y Ecuador está capacitado para conseguir posicionarse en el mercado francés. Además, de que los mangos ecuatorianos cumplen las certificaciones y la calidad del producto que se solicita en tan exigente mercado. Las facilidades de exportación permiten importar mangos a Francia con el 0% de arancel. Entre los documentos requeridos están facturas comerciales, certificados de importación, y la respectiva licencia de envíos.

Conclusiones y recomendaciones

A través del desarrollo de esta investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Mediante la tabla 4 que recoge a los principales importadores mundiales de mango, se puede decir que existen cinco mercados potenciales de mangos en el mundo con los cuales se puede llegar a

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

dinamizar la exportación de mangos a través de certificaciones orgánicas o por comercio justo.

- En los principales 5 países importadores de mangos, la calidad es fundamental para iniciar nuevos tratados comerciales, expandir el mercado, dinamizar ventas, incrementar exportaciones o mantenerlas.
- Es importante promocionar a las frutas no tradicionales como frutas exóticas en ferias fruti-logísticas explotando su sabor, frescura y textura.
- Dar a conocer al mango en mercados no comunes es fundamental para incrementar la exportación de esta fruta.
- Mantener los destinos de exportación actuales es una alternativa estable, pero expandir nuevos mercados de exportación para el mango ecuatorianos es una estrategia comercial rentable a largo plazo.
- Los países europeos prefieren consumir el mango bajo la modalidad de listos para el consumo.

Para futuras investigaciones se recomienda:

- Realizar un estudio que analice la capacidad de producción de frutas exóticas hacia posibles nuevos mercados para poder medir en términos porcentuales el crecimiento del mercado internacional del mango. Permitiendo que los productores puedan direccionar la capacidad productiva del mango ecuatoriano hacia nuevos

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

mercados potenciales y así, expandir los destinos de exportación y generar más ingresos al país.

- Hacer estudios de mercados físicos que permita a extranjeros diferenciar el sabor de los mangos (maduros y verdes) por país de origen para conocer las preferencias de los consumidores al degustar la fruta fresca.
- Hacer un plan de marketing estratégico que permita dar a conocer el mango ecuatoriano a más personas.
- Es necesario concretar tratados comerciales que reduzcan las barreras comerciales en nuevos mercados.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

Bibliografía

- Alvarado, F. (2011). *Producción, comercialización y exportación del mango en el Ecuador*. Guayaquil: N/A.
- Araujo, J. (2012). A study of the mango market in European Union. *Emerging Markets - Technical Documents*, 280-296.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Exportaciones del sector por producto*. Quito: N/A.
- Banco Central del Ecuador. (14 de Noviembre de 2017). *Resumen de Exportaciones No Petroleras por Sectores*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>
- Banco Mundial. (2015). *Principales países importadores de Mango*. Francia: N/A.
- Banco Mundial. (15 de Noviembre de 2017). *Gasto final del consumo de los hogares, etc. (% del PIB)*. Obtenido de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PETC.ZS?end=2016&start=2000>
- Candiani, & Mauricio. (2017). *Si se sale EU del NAFTA, ¿seguimos negociando con Trump?* México D.F: El financiero.
- Cedeño, M. M., & Montenegro, D. M. (2015). Plan exportador, logístico y de comercialización de uchuva al mercado de Estados Unidos. *Revista javeriana de Bogotá*, 100-101.
- Dirección de Inteligencia Comercial e inversiones. (2012). *Comercio Exterior: Exportaciones No Petroleras*. Quito: N/A.
- Doing Business. (2017). *Perfil Logístico Comercial de Países Bajos*. Amsterdam.
- Fernandez, D. (2016). Estados Unidos: Perfil del consumidor. *Economics and Finance*, 23-27.
- Franco Mora, J. (2015). Exportación de mango. *Análisis para la exportación de mango a mercados estadounidenses*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: universidad de Guayaquil.
- FreshPlaza. (2016). *Frutas Exóticas*. Rotterdam.
- Fundación de mango de Ecuador. (16 de Noviembre de 2017). *Estadísticas y exportaciones: Fundación de mango de Ecuador*. Obtenido de Fundación de mango de Ecuador: <http://www.mangoecuador.org/reporte-exportaciones-historico-mango-ecuador.php>
- Galán Saucó, V. (2002). Mango production and world market: Current situation and future prospects. *International Mango Symposium* , 107-116.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

- Hart, V. (2007). Supply chain analysis of fresh fruits and vegetables in Germany. *Markets & Economics*, 31-44.
- INIAP. (2015). *Apicación de nnuevas tecnologías agroindustriales para el tratamiento de frutas tropicales y andinas para exportación*. Guayaquil: N/A.
- Jedele, S. (2013). An analysis of the world market for mangoes and its importance for developing countries. *Conference on International Agricultural Research for Development* (págs. 1-11). Göttingen: Deutscher Tropentag.
- Merino Laines, S., & NajasTandazo, M. (Mayo de 2015). Plan de Exportación del Mango a California, Estados Unidos. *Plan de Exportación del Mango a California, Estados Unidos*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Salesiana.
- Merino, S. (2015). Frutas no tradicionales. *Plan de exportación del mango para la empresa Frutalandia al etado de Caifornia, Estados Unidos*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Mora, F. (2016). *Análisis para la exportación de mango al mercado estadounidense*. Guayaquil: N/A.
- Muñoz, D. (2014). Calidad. *Desarrollo de un modelopara la evaluación medioambiental de una exportadora de mangos*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: N/A.
- Ngarmsak, T., & Natachai, K. (2007). Consumer Liking of Thai Mangoes. *Food Technology - Khon Kaen University*, 2-42.
- ProEcuador. (2015). *Perfil logístico de la República Popular China*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2016). *Exportaciones*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2016). *Perfil del consumidor holandés: Mangos*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2017). *Catálogo de oferta exportable 2017*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2017). *Francia: perfil de mangos*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2017). *Mercado del mango en Reino Unido*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (2017). *Mercado en China para el mango*. Quito: N/A.
- ProEcuador. (14 de Noviembre de 2017). *Monitoreo de Exportaciones*. Obtenido de Exportaciones:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/monitoreo-de-exportaciones/>
- Ramirez, M. (2016). Plan de exportación de mango de la provincia de El Oro hacia el mercado holandés. *Economía y Finanzas Latinoamérica*, 4-67.
- Sangho, Y. (2010). Growing Mali's Mango Export. *World Bank*, 12-21.
- SIICEX. (2017). *Comercio mundial: exportadores e importadores de mango*. Lima: N/A.
- The World Bank. (2015). *France and Logistics*. N/A.

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DEL MANGO ECUATORIANO

The World Bank. (2017). *Germany: GDP*. New York: N/A.

TradeMap. (25 de Noviembre de 2017). *Países exportadores de mangos: Trade Map*.

Obtenido de Trade Map:

http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||080450|||6|1|1|2|1|1|2|1|1

UNCTAD. (2016). Mango: Producción. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el comercio y el desarrollo* (págs. 1-23). New York y Ginebra: N/A.

Wu, D. (2017). Consumer preference on intrinsic quality attributes of dried mango among chinese consumers. *Food Quality and Design*, 4-58.