

**PROYECTO SOBRE LA VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DEL MANGO
TOMMY ATKINS DE LA REGIÓN DEL ALTO MAGDALENA HACIA CHILE**

NICOLÁS LIZCANO RAMÍREZ

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2019**

**PROYECTO SOBRE LA VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DEL MANGO
TOMMY ATKINS DE LA REGIÓN DEL ALTO MAGDALENA HACIA CHILE**

NICOLÁS LIZCANO RAMÍREZ

Código 310214255

Trabajo de grado para optar el título de Administrador de empresas

DIRECTORA

MG. MAIRA ALEXANDRA RODRÍGUEZ TOVAR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GIRARDOT

2019

AGRADECIMIENTO

Antes que todo agradezco a Dios y a la Virgen María, por bendecirme en esta vida, por darme luz a lo largo de mi existencia, también a mi madre y a mis abuelos al motivarme en esta vida llena de oportunidades por descubrir, a conquistar las metas que me proponga hasta agotar los recursos que sean necesarios, siendo apoyo y fortaleza.

El desarrollo de este proyecto se hizo posible por la colaboración y aportes de algunas personas que invirtieron tiempo, esfuerzo y creatividad.

A la docente Maira Alexandra Rodríguez quien con todos sus conocimientos y dedicación, realizó las sugerencias y recomendaciones acertadas que permitieron el desarrollo y conclusión exitosa del presente trabajo.

Nicolás Lizcano Ramírez

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios, quien me dio la oportunidad de vivir, de darme una familia. Han sido realmente una luz en todo el proceso Educativo y en la elaboración del proyecto de grado. Lo Dedico a mis padres por ese amor y apoyo en todos mis proyectos, de manera incondicional, pero lo más importante por esa confianza que pusieron. Haber creído que este día llegaría.

Nicolás Lizcano Ramírez

CONTENIDO

1. TITULO.....	9
2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	10
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
4. OBJETIVOS	13
5. JUSTIFICACIÓN	14
6. MARCOS DE REFERENCIA.....	17
7. DISEÑO METODOLÓGICO	25
8. ANÁLISIS DE MERCADO	27

RESUMEN

El proyecto sobre viabilidad de exportación del mango tommy atkins de la Región del Alto Magdalena hacia Chile trata acerca del estudio de la producción del mango tanto en el ámbito nacional como en el ámbito regional para establecer si existe la suficiente capacidad productiva para satisfacer la demanda que presenta tanto el mercado nacional como el mercado chileno. Para determinar esta viabilidad se hace necesario realizar tres estudios principales, en donde cada uno arroja información pertinente con el fin de establecer la rentabilidad, el mercado objetivo, el entorno económico en el que se desenvuelven las relaciones comerciales entre Colombia y Chile, así mismo se deben de tener en cuenta los planes y acciones que la cadena nacional de mango ejecuta para promover la competitividad del sector frutícola basado en esta fruta, orientado hacia el comercio internacional, teniendo en cuenta el estudio para analizar la penetración del producto al mercado chileno, principalmente ubicado en la ciudad de Santiago de Chile.

PALABRAS CLAVE:

Exportación, Viabilidad, Comercio internacional, Cadena productiva, Ventaja comparativa, Relaciones bilaterales

ABSTRACT

The project of viability about exporting mango tomy atkins from the Upper Magdalena Region (Región del Alto Magdalena), to Chile is relating to the study of the production based in both national level and at the regional level, to establish whether there is sufficient capacity production to meet the demand of the national market as well as the Chilean market. To determine the viability, it is necessary to carry out three major studies, where each provide pertinent information, in order to establish the profitability, the target market, the economic environment in which the relations trade between Colombia and Chile are in performance, also must take into account the plans and actions that the national chain of mango runs to promote the competitiveness of the fruit sector focused on this fruit, oriented towards international trade, taking into account the study to analyze penetration of the product to the market Chilean, mainly located in the city of Santiago de Chile.

KEYWORDS:

Exportation, Viability, International trade, Productive chain, Comparative advantage, Bilateral relations

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de viabilidad de exportación se realiza con la finalidad de determinar qué tan rentable es exportar mango proveniente de la Región del Alto Magdalena. Una de las ramas productivas en las que se tiene confianza por las ventajas comparativas existentes en Colombia es la fruticultura, y dentro de ésta el mango (*Mangifera indica* L.) de la variedad Tommy Atkins que es una de las más importantes a nivel nacional e internacional. El mango es producido en 13 departamentos de Colombia de los cuales Tolima es el departamento con mayor producción, concentrándose un 29,5 % del total nacional, y Cundinamarca cuyo segundo lugar en la producción concentra el 28,94%.

La región a estudiar concentra los municipios de mayor producción de mango por los dos departamentos mencionados. La industria de la fruticultura en el país presenta potencial para exportar, puesto que Colombia posee tierras aptas para el cultivo de estos bienes, siendo aprovechado para los insumos de clima tropical, encontrándose en este caso el mango Tommy Atkins, dado que las zonas destinadas a la producción del mango de la Región de Alto Magdalena se encuentra en una zona con potencial edafológico, es decir, el suelo tiene condiciones óptimas para su cultivo, además de que la oferta que se presenta en base al mango es producida para abastecer el mercado nacional, de igual manera, se produce para distribución en el comercio exterior, apoyado en los planes y proyectos que el Gobierno plantea para mejorar los aspectos tecnológicos en la cadena productiva del mango en el país, con el objetivo de que este sector tenga una oferta más atractiva, brindando un producto de alta competitividad.

1. TITULO

**PROYECTO SOBRE LA VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DEL MANGO
TOMMY ATKINS DE LA REGIÓN DEL ALTO MAGDALENA HACIA CHILE**

2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Administración y organizaciones

2.2. Desarrollo organizacional y regional

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué oportunidades de exportación exitosa tiene el mango Tommy atkins de la región del Alto Magdalena al mercado chileno?

Las relaciones comerciales entre Colombia y Chile se encuentran bien consolidadas debido a que ambas naciones comparten iniciativas de integración como es el caso de la Alianza del Pacífico, y el establecimiento de un Acuerdo de Libre comercio entre las dos naciones, pudiéndose encontrar que las frutas para comercio presentan cero arancel, entre ellas el mango y otras frutas producidas localmente, teniendo en cuenta que Colombia tiene regiones con potencial productivo y comercial de frutas, apoyado por los esfuerzos que el Gobierno colombiano hace en las cadenas productivas para hacerlas más competitivas y hacer a Colombia un país más integrado al comercio mundial, con un sector agrícola fortalecido. Otro factor a tener en cuenta es la cantidad de población latina extranjera presente en Chile, principalmente en Santiago su capital, aumentando la demanda de mango, ya que son consumidores de esta fruta.

La región del Alto Magdalena tanto de Cundinamarca como del Tolima, forma parte de la región central productora de mango, cuyos municipios que la integran, son los principales productores de los departamentos mencionados, que a su vez, Cundinamarca y Tolima forman la región central, siendo la mayor zona productora de mango en el país, abasteciendo al mercado nacional como al mercado extranjero, en donde el cultivo del mango Tommy Atkins es mayoritario, y tiene una duración más prolongada para resistir el trayecto efectuado por el proceso de exportación, sumado también al rendimiento productivo de esta fruta.

La ventaja comparativa de la producción de mango para Colombia radica en que el proceso de recolección se sitúa entre los meses de Noviembre a Febrero, y nuevamente surge otra temporada de Mayo a Agosto, en donde la producción se intensifica, compitiendo contra el mercado peruano, ecuatoriano y centroamericano

durante Noviembre, Diciembre, Enero y Febrero, siendo mayoritariamente producido por Cundinamarca y Antioquia, y luego compite contra el mercado brasileño, egipcio-israelí, de la India y mexicano, producido principalmente por los departamentos de la región Caribe (Córdoba, Atlántico, Cesar), el Valle del Cauca y por una producción significativa cundinamarquesa y tolimense, mientras México el mayor productor de mango en América Latina está en proceso de siembra.

Colombia es un país con una amplia riqueza y variedad natural, que le permite tener un alto potencial de crecimiento y desarrollo agrícola, si se utilizan y aprovechan correctamente todas las ventajas comparativas que se poseen, como la variedad de climas, pisos térmicos y suelos que facilitan el cultivo y siembra de múltiples tipos de productos agrícolas de diferentes características, calidades y precios.

El mango se encuentra clasificado como un producto que no son cultivados a la misma escala que los cuatro mencionados anteriormente, pero que cuenta con potencial exportador. Chile es una nación con relaciones comerciales entabladas con Colombia, partiendo desde el hecho que es la segunda nación latinoamericana con mayor renta per cápita, después de México, y ocupando el primer lugar en cuanto a desarrollo humano, competitividad, globalización, libertad económica y baja percepción de corrupción, dando una buena impresión para los países que deseen incrementar la inversión extranjera en Chile, siendo catalogada desde Julio del 2013, como una nación de alto ingreso, producto de su estabilidad y prosperidad, siendo también destacadas

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

- Identificar la viabilidad económica y financiera para la exportación del mango Tommy Atkins producido en la región del Alto Magdalena hacia el mercado chileno en el año 2019

4.2 Objetivos específicos

- Hacer un análisis de mercado para encontrar la viabilidad de exportación de la región del Alto Magdalena hacia el mercado chileno
- Construir el estudio financiero del proyecto, el cual permita establecer por medio de unas cifras la rentabilidad generada a partir de la exportación
- Realizar el estudio económico del proyecto con el fin de conocer el panorama nacional y chileno, identificando oportunidades y amenazas surgidas por los distintos factores económicos

5. JUSTIFICACIÓN

El mango Tommy atkins presenta una fuerte demanda en el mercado sumado a la ventaja de que no posee arancel, al igual que se están ejecutando procesos que promuevan la exportación de otras frutas para este país. Un factor importante para el aumento del consumo de frutas en el país austral, es el tema de salud, el cual está ayudado por planes gubernamentales cuyo objetivo es incrementar la ingesta de frutas y verduras, ajustándolas a parámetros establecidos por la OMS, ya que tan solo el 15% de la población chilena consume frutas o lo que es igual 2.773.907 habitantes incluyendo hombres y mujeres entre los 25 y 69 años, sumado a un consumo per cápita bajo, teniendo un interés en las frutas de origen tropical. Los mangos junto a las piñas son los que más demanda tienen en Chile. Hace 10 años los clientes más importantes provenían del Perú, sin embargo, con el pasar de los años, la llegada de extranjeros al país, principalmente desde otros países de América Latina, pudiéndose encontrar venezolanos, dominicanos, colombianos y haitianos.

El potencial que Colombia tiene en el cultivo de mango debería ser aprovechado mejor, no solo a nivel regional, sino a nivel nacional, ya que el incremento en la oferta mundial de mango crece continuamente, encontrándose una posible oportunidad para fortalecer el desarrollo económico del país, enfocado en el sector agrícola. Si Colombia pretende ser competitiva en este sector deberá prepararse para afrontar este reto implementando nuevas tecnologías, haciendo uso de técnicas que estén a la vanguardia, capacitando al personal y aprovechando el potencial que la caracteriza.

El mercado chileno muestra un panorama favorable para la comercialización de frutas tropicales, debido al aumento del consumo de estas frutas y al acercamiento comercial por medio de dos tratados de libre comercio firmados y ratificados con la nación austral (Colombia-Chile y Alianza del Pacífico). El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la nación suramericana firmado el 27 de noviembre del 2006 vigente desde el 8 de mayo del 2009, para estrechar los lazos especiales de amistad,

solidaridad y cooperación entre sus pueblos junto al mecanismo de Integración Profunda en el acuerdo de la Alianza Pacífico firmado el 6 de junio del 2012 y vigente a partir del 20 de julio del 2015, el cual algunos países latinoamericanos (Chile, Colombia, México y Perú) que tienen acceso a la costa del Océano Pacífico, se han reunido juntos para formar un área de integración con el propósito de asegurar la completa libertad en el movimiento de bienes, servicios, capital y gente. Sin embargo, la estacionalidad de la producción, relacionada con los hábitos de las relaciones comerciales, puede afectar a la demanda. Colombia se encuentra en la posición 24 en cuanto a la producción mundial de mangos, con un volumen de 262.493,58 toneladas en el 2016, cuya participación representa el 0,6%.

Los mayores productores son India, China, Tailandia, Pakistán, México. La producción mundial alcanzó los 47`133.000 toneladas de mango en el año 2017. Las exportaciones de frutas hacia Chile son bajas, aunque con crecimiento leve, teniendo en cuenta una producción de 0,10 toneladas, representando el 0,21% de cobertura del mercado. Este tipo de proyectos se convierten en ideas para la formulación de empresas en la región, dado que este proyecto evalúa el potencial que tiene la región del Alto Magdalena para la exportación de un cultivo de mango, un producto que **hace parte de los Programas de Transformación Productiva (PTP)**, por lo que este cultivo cuenta con un apoyo institucional para su exportación. Acorde también a los planes de negocio para diversas frutas, entre ellas el mango, los cuales tienden a fortalecer el tejido empresarial de los productores, superar brechas de competitividad, producción y comercialización, con el propósito de generar más de 12.450 empleos, propuesta como alternativa económica, la cual permitirá a los productores de mango de la región exportar su producto al mercado chileno. También servirá para la generación de empleo y de recursos económicos para los habitantes de esta región, principalmente los productores.

El Gobierno nacional tiene en cuenta la importancia de las exportaciones para el mercado nacional, por lo tanto se promueven y divulgan políticas, planes y programas para incentivar las exportaciones no tradicionales. Con este trabajo se

pretende dar una referencia para futuras investigaciones hechas por profesionales de administración de empresas, orientándolas en sus esfuerzos de búsqueda de diferentes alternativas, para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región estudiada.

6. MARCOS DE REFERENCIA

6.1. Marco de antecedentes

Empresas productoras de mango en Colombia

Las principales empresas productoras de mango Olmué, Casa Luker, ProJugos y Compañía Envasadora del Atlántico, son también las principales socias de Fedemango. Olmué procesa frutas y hortalizas en trozos pequeños congelados por medio de un proceso denominado IQF (Individual Quick Frozen) Congelación instantánea individual, con el objetivo de preservar las propiedades organolépticas de estos insumos, garantizando la calidad de cada uno de ellos, por medio del proceso productivo. Sus productos se venden a varios países, entre los cuales se incluye Chile. La empresa ProJugos procesa frutas para elaborar con ellas productos, para su distribución a los mercados nacionales e internacionales, contribuyendo a su fuerte posicionamiento.

La Compañía Envasadora del Atlántico cuenta con varios certificados internacionales de calidad que soportan el producto, además de poseer características, en donde los consumidores pueden apreciar la calidad del producto. La producción del mango en Colombia alcanzó un volumen de 243.375 toneladas para el año 2012 según datos de la FAOSTAT, de las cuales más del 60% es producido entre los departamentos del Tolima y Cundinamarca, el cual se encuentra regulado por el Consejo Nacional del Mango, en donde los departamentos anteriormente mencionados pertenecen al Consejo Regional del centro, destacándose el municipio de Tocaima (3er productor de mango Tommy en Cundinamarca) seguido por La Mesa y Anapoima, el cual vende los productos a nivel local y regional, teniendo en cuenta principalmente la ciudad de Bogotá.

El Espinal pertenece a la región del Alto Magdalena tolimense la cual contará con una nueva central de acopio para la producción, además de ser el municipio tolimense que mayor producción de mango tiene en el Tolima. La demanda del

mango fresco ha crecido en un 60% en los cinco meses previos a Octubre del 2014, ya que las condiciones climáticas de Chile sólo favorecen su cosecha durante los meses del verano austral (diciembre a marzo), además la producción de dicha fruta es poco relevante debido al clima idóneo que necesita para crecer, teniendo un área constante a partir del año 2005 inferior a 10 hectáreas, aunque las importaciones del mango chileno han aumentado los últimos años pasando de 766 toneladas en 2009 a 4.796 toneladas en 2014.

Las oportunidades del mango en Chile también son factibles para productos procesados como helados, jugos y conservas, pudiendo acceder la población chilena a través de los distintos canales de distribución a los que se tienen acceso, entre los cuales se pueden encontrar cadenas de almacenes de grandes superficies como Walmart, desde enero del 2009 cuando la compañía adquirió el control del interés de la tienda de abarrotes más grande de Chile (Distribución y Servicio D&S SA) Jumbo, Unimarc y Bigger, con la ventaja de que a Colombia no se le cobra arancel III

6.2. Marco teórico

La ley o principio de la ventaja comparativa expuesta por David Ricardo sostiene que bajo el comercio libre, un agente producirá más y consumirá menos de un bien por el cual ellos tienen una ventaja comparativa. En un modelo económico, los agentes tienen una ventaja comparativa sobre otros en producir un bien en particular si ellos pueden producir ese bien a un costo de oportunidad relativamente más bajo o precio de autarquía, en un costo marginal relativamente más bajo, prioritario a comerciar. David Ricardo desarrolló la teoría clásica de la ventaja comparativa en 1817 para explicar porque los países se comprometen en el comercio internacional, incluso cuando los trabajadores de un país son más eficientes produciendo cada bien que los trabajadores en otros países. La ventaja comparativa de la producción de mango para Colombia radica en que el proceso de recolección se sitúa entre los meses de Noviembre a Febrero, y nuevamente surge otra temporada de Mayo a Agosto, en donde la producción se intensifica, compitiendo contra el mercado

peruano, ecuatoriano y centroamericano durante Noviembre, Diciembre, Enero y Febrero, siendo mayoritariamente producido por Cundinamarca y Antioquia, y luego compite contra el mercado brasileño, egipcio-israelí, de la India y mexicano, producido principalmente por los departamentos de la región Caribe (Córdoba, Atlántico, Cesar), el Valle del Cauca y por una producción significativa cundinamarquesa y tolimense. Mientras México el mayor productor de mango en América Latina está en proceso de siembra. Igualmente el profesor Michael Porter autoridad en temas relacionados con la competitividad, afirma que una ventaja competitiva puede incluir el acceso a los recursos naturales, como minerales de alta calidad o un recurso de bajo costo, mano de obra altamente capacitada, localización geográfica, barreras de entrada altas, y acceso a nueva tecnología.

La ventaja competitiva es el apalancamiento que una empresa tiene sobre sus competidores. La propuesta de valor es importante cuando se está tratando la ventaja competitiva pudiendo incrementar las expectativas y elecciones de los clientes. Michael Porter definió las dos formas en la que una organización puede alcanzar ventaja competitiva sobre sus rivales: Ventaja de los costos y ventaja de diferenciación. El costo de ventaja es cuando un negocio provee los mismos productos y servicios como sus competidores, pero a un bajo costo. La ventaja de diferenciación es cuando un negocio provee mejores productos y servicios que sus competidores. Existen tres estrategias identificadas que un negocio puede usar para abordar a la competencia. Este libro fue nombrado el noveno libro de administración más influyente en el siglo XX.

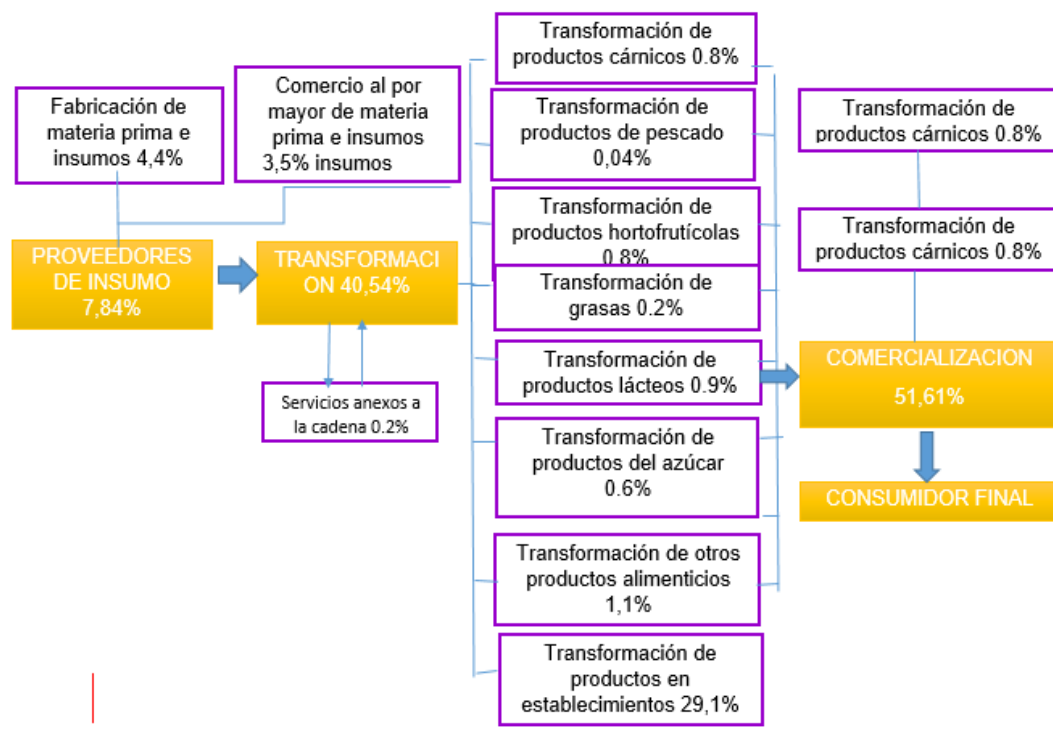
La ventaja competitiva para Colombia incluye aquellas relacionadas en materia de agricultura, debido en gran parte a su geografía presentando los pisos térmicos de todos los niveles, y junto a ellos, los cultivos que corresponden a cada una de las franjas de climas producidos en cada región. El país posee una extensa zona cultivable, aunque su agricultura competitiva solo se centra en el café, el banano, las flores y el azúcar, debido a que son bastante cultivados a lo largo del país, y los pequeños productores participan activamente. El mango se encuentra clasificado

como un producto que no son cultivados a la misma escala que los cuatro mencionados anteriormente, pero que cuenta con potencial exportador.

Colombia es uno de los pocos países con gran potencial de expandir su área agrícola sin afectar el área de bosques naturales. De acuerdo con información de la FAO estima que existen en el mundo cerca 2.600 millones de hectáreas aprovechables para el desarrollo de nuevos cultivos que no están siendo utilizadas en la agricultura, principalmente en la Orinoquía y La Guajira. El sector agropecuario es el principal generador de empleos en las zonas más rurales.

Chile es una nación con relaciones comerciales entabladas con Colombia, partiendo desde el hecho que es la segunda nación latinoamericana con mayor renta per cápita, después de México, y ocupando el primer lugar en cuanto a desarrollo humano, competitividad, globalización, libertad económica y baja percepción de corrupción, dando una buena impresión para los países que deseen incrementar la inversión extranjera en Chile, siendo catalogada desde Julio del 2013, como una nación de alto ingreso, producto de su estabilidad y prosperidad, siendo también destacadas.

Figura 1: **Eslabones y distribución de las empresas en la cadena de Productos alimenticios, 2004.**



Fuente: Elaboración propia con información de las cadenas productivas de Cundinamarca

La distribución del tamaño de las empresas de transformación de productos hortofrutícolas incluyen 293 micro, 22 pequeñas, 8 medianas y 2 grandes para un total de 325 empresas, localizadas mayoritariamente en Bogotá (85,9%) y las demás en municipios aledaños a Cundinamarca. En la actualidad, las principales tendencias del mercado referente a las frutas y hortalizas, sigue una preferencia por productos frescos, orgánicos, listos para consumir, teniendo en cuenta un bajo nivel de aditivos, sal, azúcar y grasas saturadas. Las regiones con rentas per cápita altas concentran el comercio de las frutas y hortalizas, encontrándose a la Unión Europea con un 50%, los Estados Unidos con el 12,5% y Japón con el 7%. Las frutas lideran el 30%, junto al 36% de verduras y 34% de raíces y tubérculos. Las frutas más comercializadas fueron sandía, banano, uva, naranja y manzana. La transformación

de frutas incluye la elaboración y envase de jugos de frutas, preparación de frutas deshidratadas y pulpa de frutas.

6.3. Marco legal

Partida arancelaria

2008993000 Mangos preparados o conservados

Pasos para exportar

Para la exportación de mangos al ser un bien, se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

1. **Ubicación de la subpartida arancelaria:** Se debe consultar el arancel de aduanas, Decreto 4927 de 2011
2. **Registro como exportador:** El Registro Único Tributario (RUT), constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
3. **Estudio de mercado y localización de la demanda potencial:** La exportación requiere inicialmente de una selección de mercado, donde se determinen las características específicas del país o región donde se quiere exportar.
4. **Procedimientos de vistos buenos:** es importante que consulte si su producto requiere de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación. Estos deben ser tramitados antes de presentar antes de presentar la Declaración de Exportación (DEX) ante DIAN. Algunos ejemplos:
ICA (Sanidad animal y vegetal)
INVIMA (Medicamentos, Alimentos, Productos Cosméticos)
AUNAP
Ministerio de Ambiente

Secretaría de Ambiente
Agencia Nacional Minera
Ministerio de Cultura

5. **Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN:** Una vez tenga lista la mercancía y según el término de negociación –INCOTERMS-, utilizado, si es del caso, utilice un Agente de Carga (Vía Aérea) o Agente Marítimo para la contratación del transporte internacional. Llevar los siguientes documentos:
Factura comercial, lista de empaque (si se requiere), registros sanitarios o vistos buenos (sí lo requiere el producto), documento de transporte y otros documentos exigidos para el producto a exportar.
6. **Medios de pago:** Es importante tener en cuenta la forma en que el cliente pagará la exportación.
7. **Procedimientos cambiarios:** Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (bancos comerciales y demás entidades financieras).

Requisitos para exportar a Chile

Los mangos y las piñas son las frutas que tienen mayor demanda en Chile, y que Colombia puede exportar con cero aranceles. Este mismo beneficio aplica para productos como el limón tahití, la gulupa, la pitahaya y la uchuva, que cuentan con oportunidades de exportación en el país suramericano.

Requisitos para exportar a Chile

- Factura comercial original, preferiblemente en español con la siguiente información:

- Nombre y dirección del exportador
 - Nombre y dirección del consignatario
 - Número de paquetes
 - Descripción de los bienes
 - Número y fecha del “informe de importación”
 - Valores FOB o CIF, y precio unitario
- Para el envío de muestras se necesita la factura estableciendo el valor de la muestra

Términos de negociación

Incoterms

FOB (Free On Board) “Libre a bordo” Significa que el vendedor cumple con su obligación de entregar cuando las mercancías han pasado por la barandilla del barco en el puerto de envío designado. Esto significa que el comprador debe asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño a las mercancías desde ese punto. El término FOB requiere que el vendedor despache las mercancías para exportar. Este término solo se puede utilizar para el transporte marítimo o por vías navegables.

CIF (Cost, Insurance and Freight) “Costo, Seguro y Flete” Se da cuando el vendedor tiene las mismas obligaciones que con el CFR pero con la adición de que tiene que obtener un seguro marítimo contra el riesgo del comprador de pérdida o daños a las mercancías durante el transporte.

El vendedor contrata el seguro y paga la prima del seguro, el comprador debe tener en cuenta que, bajo el término CIF, el vendedor solo está obligado a obtener un seguro de cobertura mínima. El término CIF requiere que el vendedor despache las mercancías para exportar. Este término solo se puede utilizar para el transporte marítimo y por vías navegables.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

Investigación descriptiva

Teniendo en cuenta lo propuesto por Hernández Samperi, la metodología descriptiva, es de utilidad, puesto que su valor se utilizará para mostrar el contexto en el cual se efectuará la exportación de mango, buscando especificar propiedades, características de la población objetivo, con base a un análisis a realizar, en este caso, no será exploratorio, ya que el tema a investigar es bastante estudiado, además de que en la Región se presenta como un cultivo ampliamente extendido, y su explotación es algo que beneficia a su población. El estudio es de tipo descriptivo, ya que busca obtener y analizar las características más importantes de la cadena productiva del mango en la región del Alto Magdalena, en cuanto a valor agregado, impacto en el empleo, capacidad tecnológica y tiempos de cosecha, para posteriormente emitir conceptos claros que caractericen cada una de las variables de estudio y presentar estrategias encaminadas a crear ventajas competitivas en torno a esta agroindustria.

Para hacer válido este proceso, es importante realizar el análisis del mercado desde el productor para encontrar la viabilidad de exportación del mango tommy atkins hacia Chile, el cual tiene relación con los procesos de transacciones económicas internacionales. Se menciona a Procolombia, Colombia Trade, en donde se encuentra todo lo relacionado con el estado de las relaciones entre Colombia y Chile, a su vez, la información encontrada en páginas chilenas de comercio tales como ODEPA (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias), la Encuesta Nacional de Salud chilena donde muestra la población que consume frutas y verduras, elementos claves para realizar un estudio de mercado, a su vez que la página Agronet, Asohofrucol, Fedemango, y otros estudios realizados por el Ministerio de agricultura nacional, aportan información relacionada a la producción de mango, al igual que la bolsa mercantil colombiana tiene en cuenta las transacciones de los precios diarios del mango en el mercado de valores.

Se efectuará un estudio financiero con el objetivo de establecer la rentabilidad generada a partir de la exportación, teniendo en cuenta los componentes principales para su elaboración como la TIR (tasa interna de retorno) y el VPN (valor presente neto), con el fin de sustentar la rentabilidad del proyecto en pro de que se mantenga un buen flujo de caja suficiente para que pueda ser viable, utilizando un modelo de toma de decisiones financieras en hoja de cálculo.

El entorno económico será de gran importancia, ya que se analizará diferentes aspectos relacionados con la riqueza de las dos naciones PIB, la calidad de vida, las tasas de desempleo y balanza comercial que permitir evaluar el ámbito a ser desempeñado por la exportación de mango en el mercado chileno, buscando conocer como es la dinámica de los sectores económicos en Chile y su participación en las transacciones entre los dos países. Se estudiará la posición económica nacional y de Chile en comparación con otras naciones, así como también la identificación de los factores de exportación de mango de otros países principalmente los que mayor volumen de mango produzca y sean proveedores mayoritarios de Chile, para tratar de posicionar el producto colombiano en este mercado.

8. ANÁLISIS DE MERCADO

8.1 Producción mundial

Los mayores productores de mango por volúmenes en miles, lo conforman la India (18.700 toneladas), China (4.783 toneladas), Tailandia (3.701 ton), Indonesia (1.815 ton), México (2.197 ton), Pakistán (1.574 ton), Egipto (1.260 ton), Bangladesh (1.162 ton), Kenya (925 ton), Brasil (963 ton) y Perú (455 ton). Colombia ocupa el puesto número 21 de países productores de mango a nivel mundial con 243 mil toneladas al año 2012, después de Madagascar (255 ton). Fuente: FAOSTAT

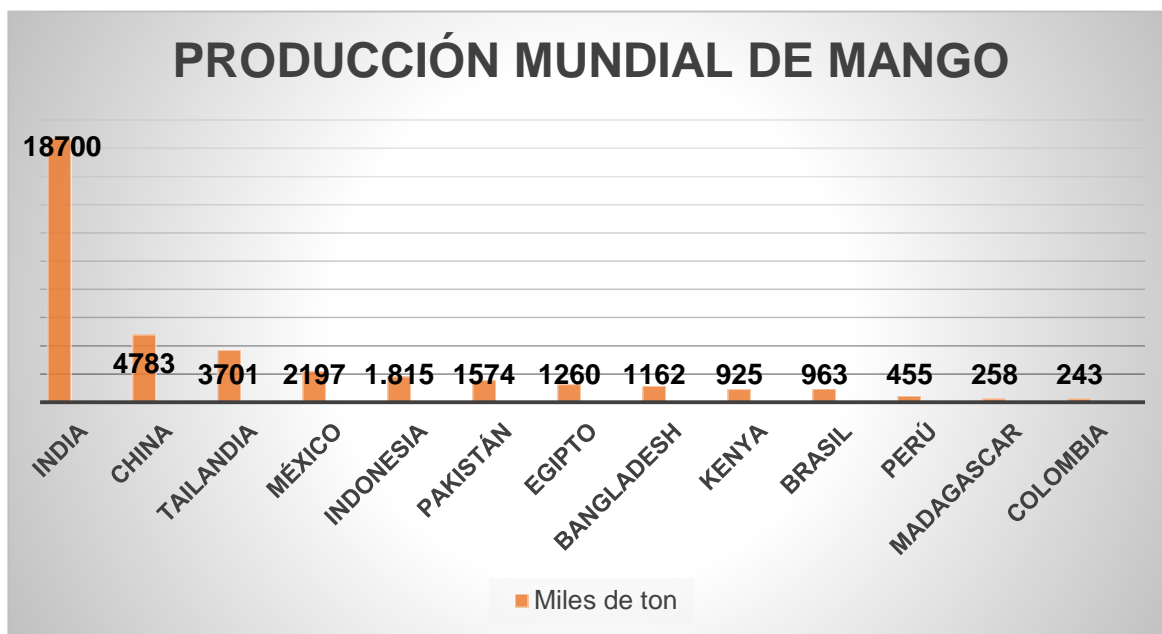


Figura 14. Producción mundial de mango

Fuente: Gráfico elaborado con información de FAOSTAT

8.2. Producción de mango en el país

La participación que tiene Colombia a nivel mundial es del 0,63% equivalente a 260.300 toneladas, de una producción a escala global cercana a 28.500.000

toneladas anuales, lo que ubica al país en el puesto 24. La cantidad de hectáreas cosechadas asciende a 26.844 al año 2017, y de siembra alcanza las 32.813 hectáreas. El rendimiento nacional es de 10,2 ton/ha, superior al promedio mundial de 9,5 ton/ha. En Colombia se distinguen tres principales zonas productoras, la región central conformada por los departamentos de Cundinamarca y Tolima de producción nacional y mercados extranjeros, cuya participación es aproximadamente 56%, luego se encuentra la región Caribe (Magdalena, Bolívar, Atlántico, Cesar y Córdoba), concentrando el 28%, y la región Occidente (Antioquia), con un 9%.

El volumen producido por la región central equivale a 66.245 toneladas por Cundinamarca y 36.310 toneladas por Tolima. Los principales mercados del mango son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Los municipios donde la producción se concentra son Anapoima, La Mesa, Mesitas del Colegio, ubicadas en la provincia del Tequendama y Tocaima localizada en la provincia del Alto Magdalena, en Cundinamarca, y Espinal y Guamo en el Tolima. Este sector genera 11.701 empleos directos, además Colombia tiene una oferta de 10,5 meses en las cuales puede ofrecer mango durante el año, siendo un factor a tener en cuenta para satisfacer las necesidades del mercado nacional, debido a la capacidad productiva, como también al mercado extranjero, teniendo potencial exportador.

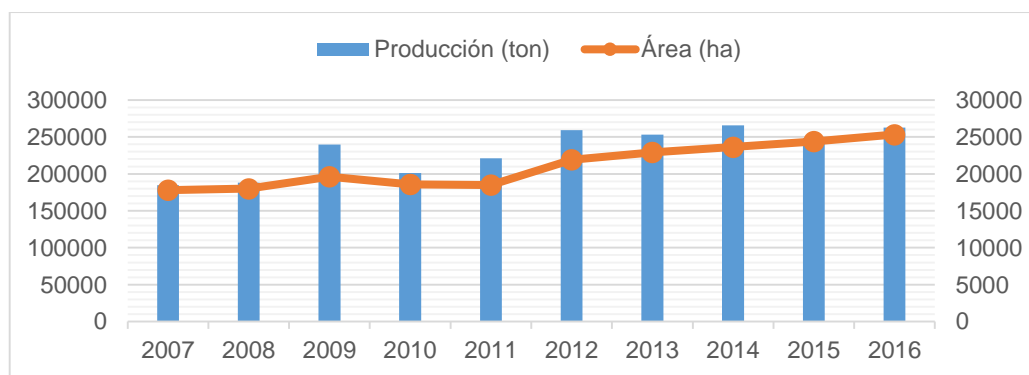


Figura 16. Producción nacional de mango

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

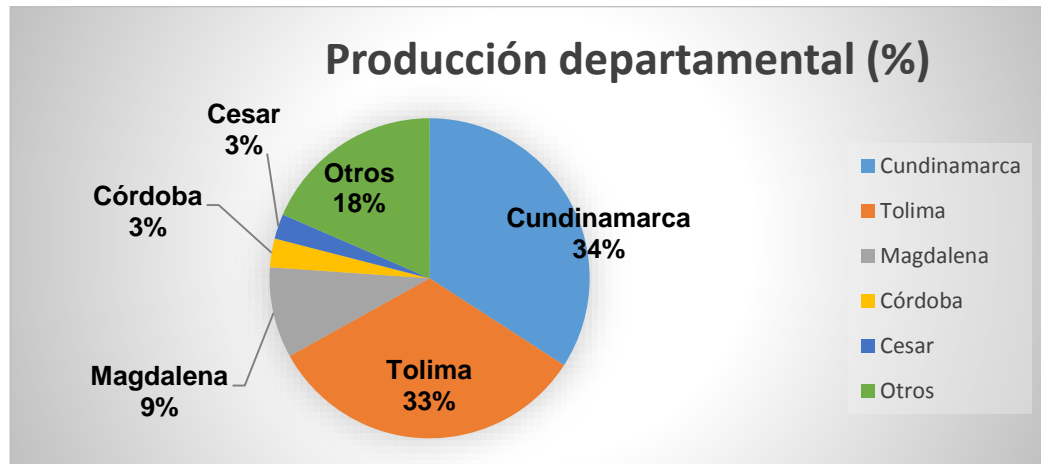


Figura 17. Producción departamental del mango

Fuente: Gráfico elaborado con información del Agronet

8.2.1 Épocas de cosecha Mundial



Figura 18. Estacionalidad del mango en los principales países productores

Fuente: Programas de transformación productiva

La mayor parte de la producción de mango a nivel mundial se encuentra dividida por la ubicación geográfica de los países productores, bien sea en el hemisferio norte (México, Pakistán, Israel, India, Guatemala, Honduras, Filipinas) en donde la

cosecha se ubica entre los meses de abril y septiembre, o en el hemisferio sur (Brasil, Sudáfrica, Perú y Ecuador) de octubre a marzo.

Tabla 1 Estacionalidad nacional del mango

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Alta	Alta	Alta	Media	Alta	Alta	Alta	Baja	Baja	Media	Alta	Alta

Fuente: Tabla elaborada con base en la información de los Programas de transformación productiva

La disponibilidad de mango en el país se encuentra en dos períodos (Noviembre-Marzo) y (Mayo-Julio), encabezado por los principales departamentos productores de mango en el país. Cundinamarca produce entre (Noviembre – Marzo) y (Junio – Julio), Tolima tiene producción en (Octubre-Diciembre) y (Abril-Mayo). Los demás meses son abastecidos por los demás departamentos.

En el mercado de mango fresco de mango rojo (Tommy) tiene dos picos de mercado que están siendo aprovechados muy bien por quienes hacen desfase de cosechas: febrero-marzo-abril y julio-agosto-septiembre. Hay ejemplos claros de que el desfase de cosechas es una alternativa que ha abierto la posibilidad de llevar la oferta al momento que se desee, lo cual constituye una ventaja. El tommy tiene cuatro meses de mal precio y ocho de buen precio. Es mejor ingresar cuando hay buen precio, eso significará ganancias, pero si se hace en la cosecha se perderá el dinero

1.1. Rendimiento de cultivo



Figura 19. Rendimiento nacional de la producción del mango

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

A nivel de productividad, es importante señalar que Colombia se encuentra entre los 30 países con mayor rendimiento por hectárea a nivel mundial, con una producción de 10,2 t/ha; el país supera el promedio mundial de 9,5 ton/ha, siguiendo la tendencia de los países pequeños productores, que presentan los más altos rendimientos por hectárea en la producción de mango.

1.1.1. Hectáreas sembradas

Las hectáreas sembradas de mango en Colombia para el año 2017 fueron de 32.813 hectáreas, presentando un aumento de 11.498 hectáreas desde el 2007, encontrándose 21.315 hectáreas en ese año. Para Cundinamarca el área de tierra destinada para esta fruta ocupa 9.408 hectáreas, aumentando 1.803 hectáreas en 10 años, teniendo en 2007 7.603 hectáreas. En el departamento del Tolima, la superficie de tierra destinada a la siembra del mango en el año 2017 alcanzó un valor de 6.502 hectáreas, pasando de 4.772 en el año 2007. Ambos departamentos representan los dos principales a nivel nacional por hectáreas sembradas.

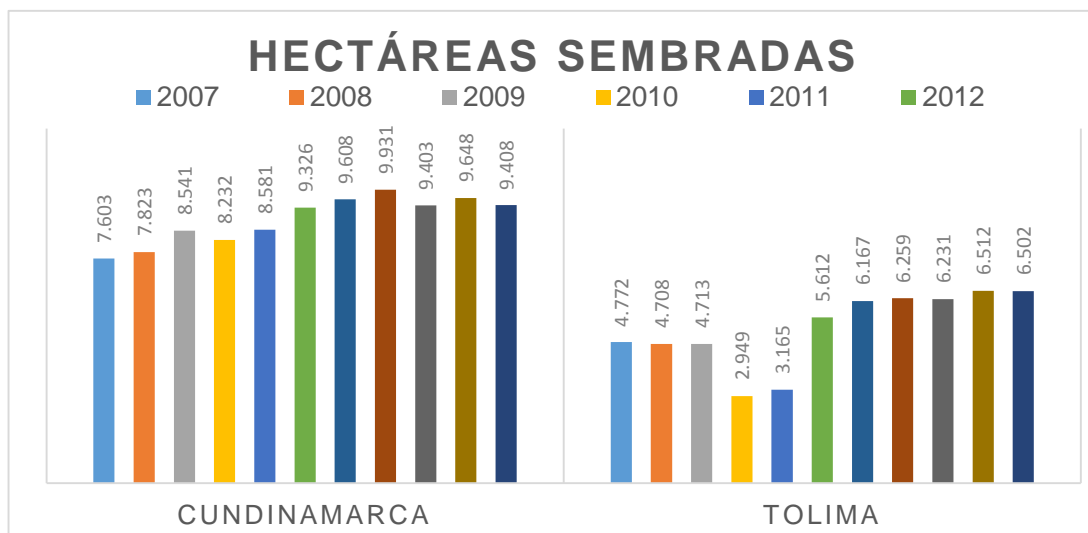


Figura 20. Hectáreas sembradas de mango

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

1.1.2. Hectáreas cosechadas

El total nacional destinado para la cosecha de mango al año 2017 fue de 26.844 hectáreas, pudiéndose encontrar al departamento de Cundinamarca como el que más extensión para este cultivo tiene ya que en el año 2017 su valor fue de 8.962 hectáreas, teniendo en cuenta el valor de 6.329 hectáreas del año 2007. El departamento del Tolima registró 6.001 hectáreas en el año 2017, iniciando una década con 4.016 hectáreas en el año 2007. Son los departamentos que más hectáreas cosechadas tienen a nivel nacional, representando el 33,39% y 22,36% respectivamente.

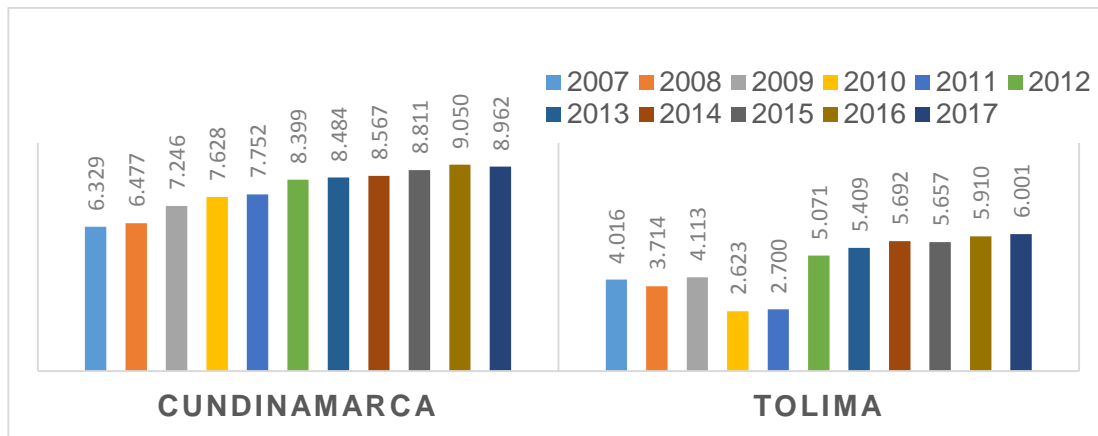


Figura 21. Hectáreas cosechadas de mango

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

1.2. Alto Magdalena

La provincia del Alto Magdalena es una región del departamento de Cundinamarca, compuesta por ocho municipios, con una población total de 242.441 habitantes según el censo del DANE en el 2010, con una superficie de 4.045 km². Es bañado por la zona alta del Río Magdalena en Cundinamarca y goza de una temperatura promedio de 23 °C a 35 °C. La cabecera provincial, es el municipio de Girardot, que cuenta con una población de 101.043 habitantes. Dentro de esta provincia se encuentran ubicados los municipios de Agua de Dios, Jerusalén, Nariño, Tocaima, Guataquí, Nilo y Ricaurte. Limita al Norte, Provincia del Magdalena Centro; al Sur Río Magdalena y el Departamento del Tolima; al Oriente, Provincia del Tequendama y Provincia del Sumapaz y al Occidente con el Río Magdalena y el Departamento del Tolima.

La región también abarca la zona tolimense estudiada en este proyecto, cuya importancia radica en que se encuentra dentro de una zona con potencial del suelo para la oferta del mango, destacándose cinco municipios por su producción relevante (Espinal, Guamo, Piedras, San Luis y Coello), siendo un factor clave para el desarrollo de un estudio para emplear un modelo tecnológico en el departamento,

con la finalidad de fortalecer el potencial. Tanto la provincia del Alto Magdalena cundinamarqués como la región del Alto Magdalena tolimense estudiada por el Ministerio de Agricultura tienen volúmenes de producción importantes.

La Provincia de Alto Magdalena se consolidará en el 2020, como el principal corredor turístico de Cundinamarca y una importante economía agroindustrial del departamento, con énfasis en la prestación de servicios de ecoturismo, turismo religioso y turismo de fin de semana y la elaboración de productos derivados del mango y los cítricos; gracias al aprovechamiento de sus condiciones climáticas, medioambientales, de infraestructura y el alto nivel de tecnificación productiva y capacitación de su personal.

1.3. Análisis de la producción de mango de la región del Alto Magdalena

El valle del Alto Magdalena está ubicado entre las cordilleras, central y oriental de Colombia; el área geográfica donde se plantea el modelo productivo de mango, se encuentra al lado izquierdo del río Magdalena, que limita al norte del valle con el río Saldaña y al sur con el río Cuello. La mayor parte de la región está por debajo de los 1000 msnm. Un análisis detallado de la producción de mango en el departamento, muestra que éste representa el 18% del área sembrada a nivel nacional, con un decrecimiento en los últimos seis años. En Tolima, el mango se encuentra sembrado en buena parte del territorio, su mayor producción se concentra en los municipios de El Espinal y Guamo, en donde el cultivo alcanza el 71.8% del total de los cultivos de los dos municipios. El cultivo de mango es una cadena agro productiva en la que el Plan de Desarrollo Departamental tiene enfoque, ya que tienden a la generación de valor agregado, promoviendo la horticultura y fruticultura acorde a las condiciones del mercado.

Alto Magdalena en Cundinamarca

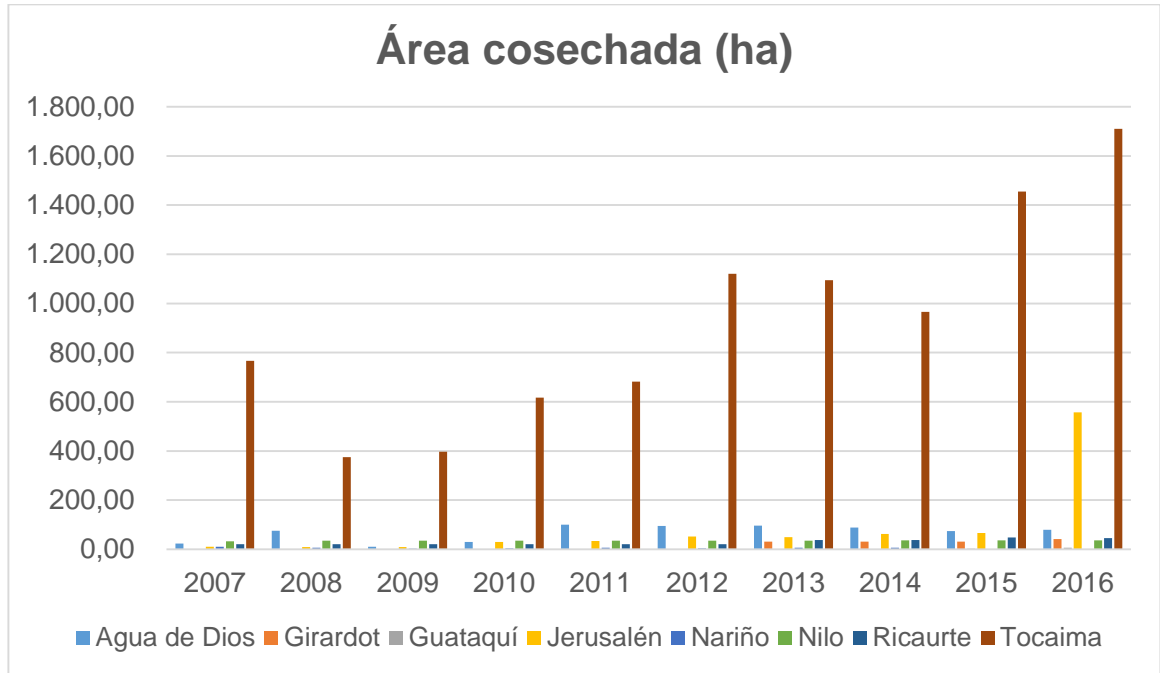


Figura 22. Área cosechada del mango en hectáreas en la Provincia del Alto Magdalena

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

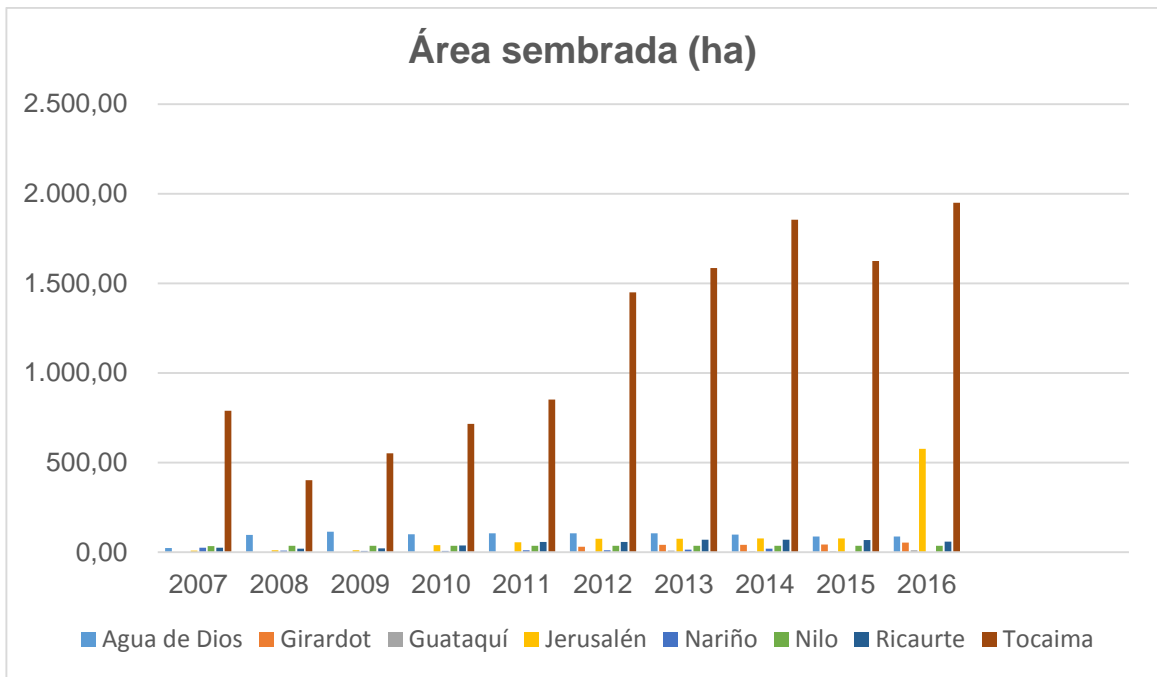


Figura 23. Áreas sembradas en hectáreas de mango en la Provincia del Alto Magdalena
Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

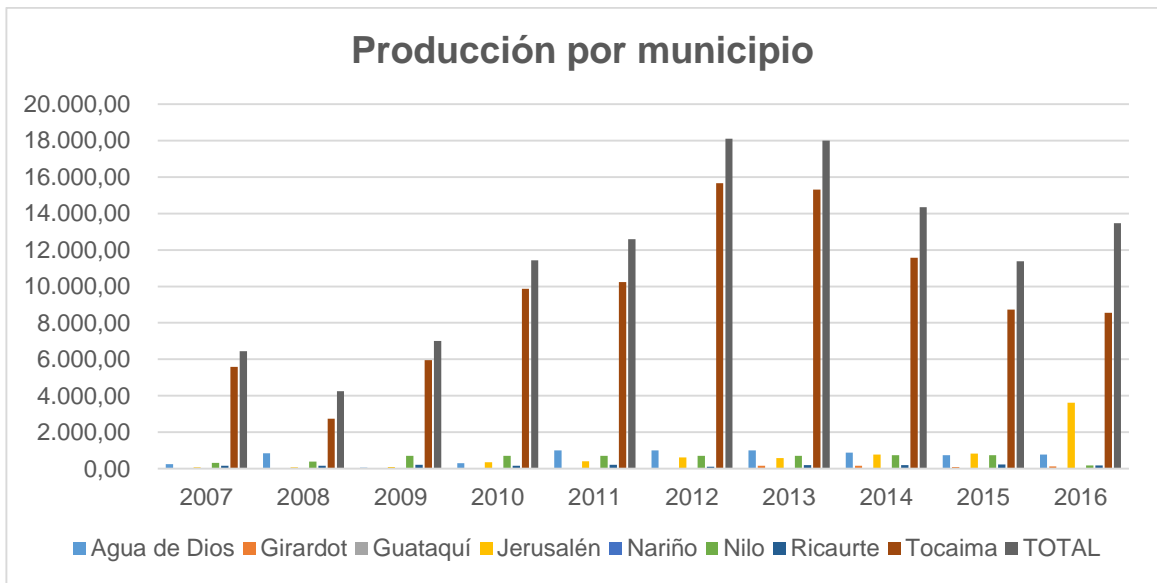


Figura 24. Producción municipal de mango en la Provincia del Alto Magdalena
Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

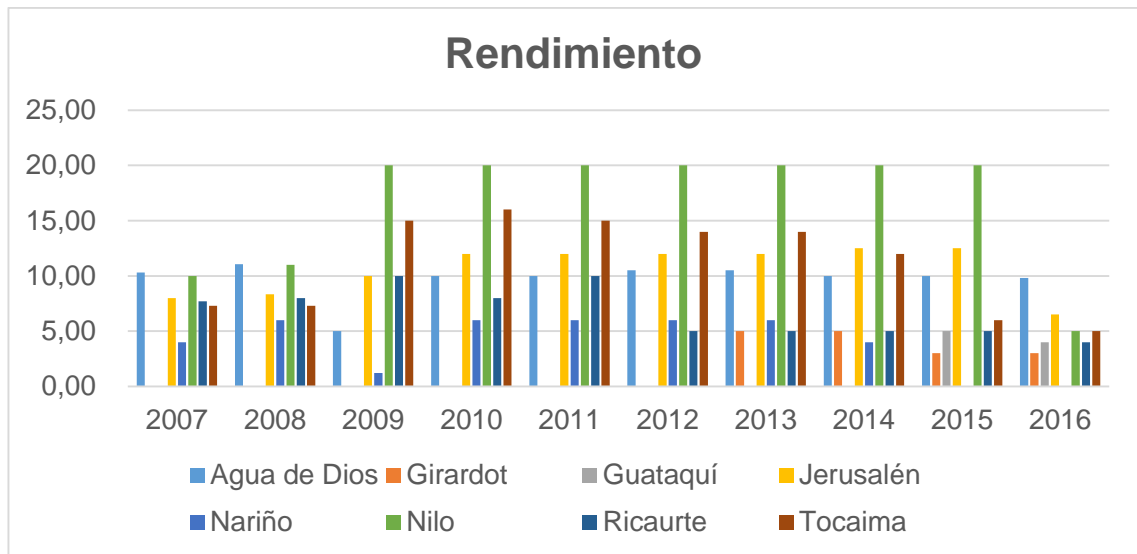


Figura 25. Rendimiento municipal del mango en la Provincia del Alto Magdalena

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

En el área cundinamarquesa se puede apreciar por medio de los gráficos, el municipio que más área cosechada y sembrada tiene es Tocaima, sumado a su elevada producción y rendimiento por hectárea, destacándose un pico de casi 16.000 toneladas en los años 2012 y 2013, y un descenso hasta las más de 8.000 toneladas en el 2016, pero aún muy por encima de los demás municipios, cuya producción no llegó a las 1.000 toneladas, a excepción de Jerusalén cuyo volumen aportó casi 4.000 toneladas en el año 2016.

Alto Magdalena Tolima

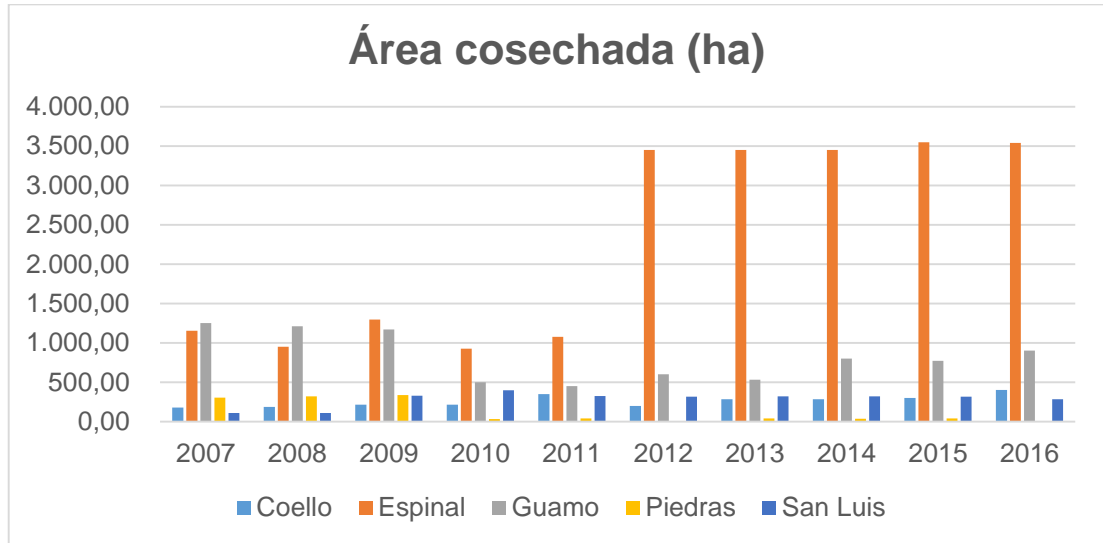


Figura 26. Área cosechada del mango en hectáreas en los principales municipios productores de mango del Tolima

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

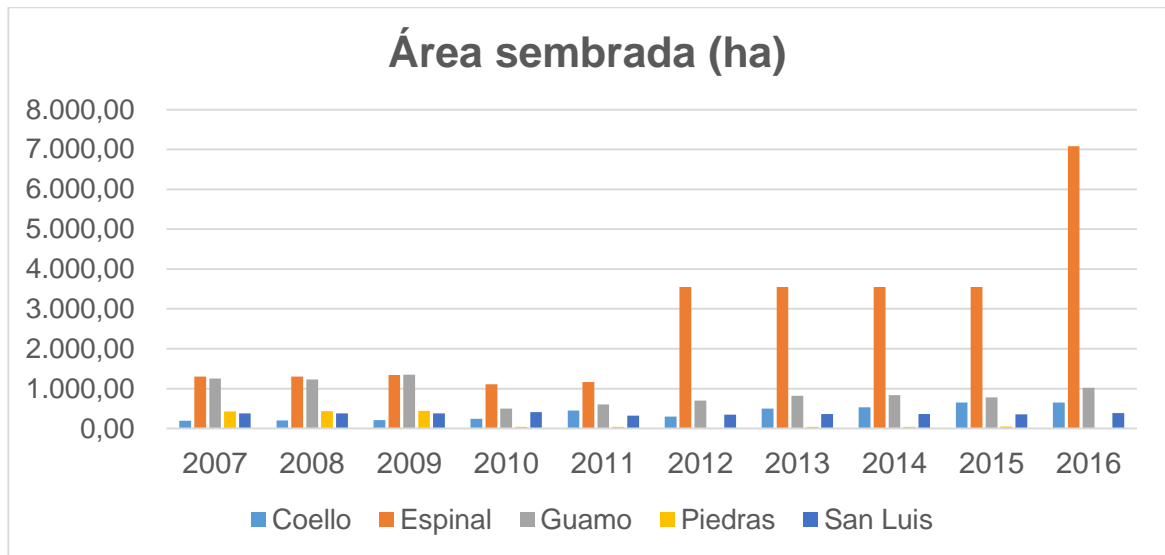


Figura 27. Área sembrada del mango en hectáreas en los principales municipios productores de mango del Tolima

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

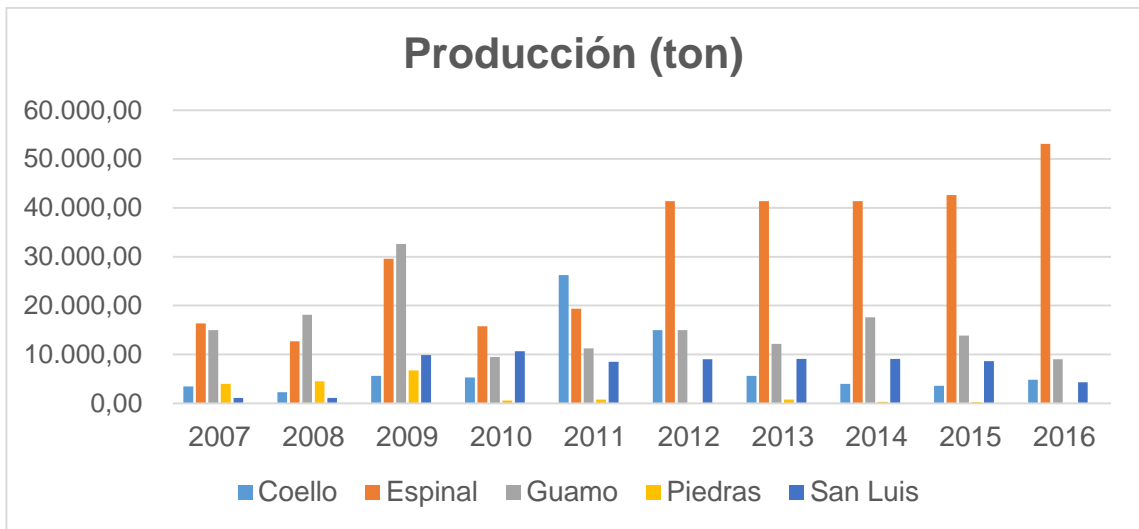


Figura 28. Producción del mango en los principales municipios productores de mango del Tolima

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

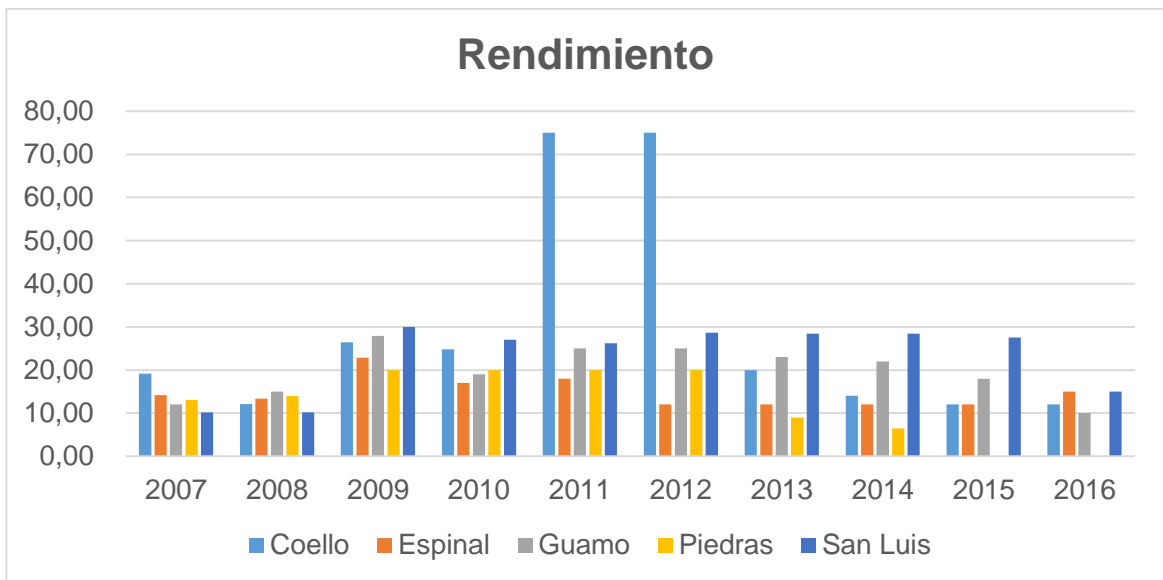


Figura 29. Rendimiento del mango en los principales municipios productores de mango del Tolima

Fuente: Gráfico elaborado con información de Agronet

En el área tolimese los municipios tuvieron más participación en la producción en el período 2007-2011, principalmente por Espinal, Guamo y Coello, con producciones cercanas a las 30.000 toneladas, para luego ser solo el Espinal el municipio que lidere la producción de mango cuyo volumen fue de alrededor de 40.000 toneladas en el año 2012, sumado a la construcción de una central de acopio en el año 2013 para almacenar la producción local, además de un continuo crecimiento hasta las 50.000 toneladas en el año 2016. También el Espinal destaca por la cantidad de área sembrada (7.080 ha) y cosechada (3.540 ha) al año 2016, superior a la de los demás municipios estudiados en este proyecto.

1.4. Demanda del Mango En Chile

1.4.1. Descripción del producto a exportar Mango Tommy Atkins

Variedades procedentes de la Florida: han sido desarrolladas a partir de variedades procedentes de India y son las más cultivadas actualmente en el mundo, pudiéndose encontrar Keitt, Edward, Tommy Atkins, Kent, Irwin, Palmer, Haden. El mango Tommy Atkins es el mejor considerado en términos de tolerancia al transporte y manipulación, resistencia a golpes y degradación, y por su vida más larga que los demás mangos en el estante de la tienda. Su elevada tolerancia a enfermedades permite que en el cultivo de Tommy Atkins se utilicen menos productos químicos. Cada 100 g de mango contiene:

Tabla 2 **Información nutricional del mango Tommy atkins**

Carbohidratos	16,4 g
Fibra	0,7 g
Vitamina A	1100 U.I.
Proteínas	0,5 g
Ácido ascórbico	80 mg
Fósforo	14 mg

Calcio	10 mg
Hierro	0,4 mg
Niacina	0,04 mg
Tiamina	0,04 mg
Riboflavina	0,07 mg

Fuente: Elaboración propia con información de la web

1.4.2. País meta

Chile es una nación suramericana ocupando una larga y estrecha sección de tierra entre los Andes y el Océano Pacífico. Su extensión territorial es 756.096 km², su población es de 18´751.405 habitantes, limitando al norte con Perú, al noroeste con Bolivia, al oeste con Argentina, al este con el Océano Pacífico y al sur con el Paso de Drake. El idioma oficial es el español, aunque se hablan también lenguas indígenas locales. La mayoría de la población afirma ser católica. Es considerada como una nación con economía estable y próspera, liderando en ciertos aspectos tales como el nivel de vida, la renta per cápita, el desarrollo humano y la globalización comparándola con otras naciones latinoamericanas. Su capital y ciudad más poblada es Santiago de Chile, encontrándose otras ciudades importantes como Valparaíso, Concepción, La Serena y Antofagasta. Su moneda es el peso chileno (CLP).

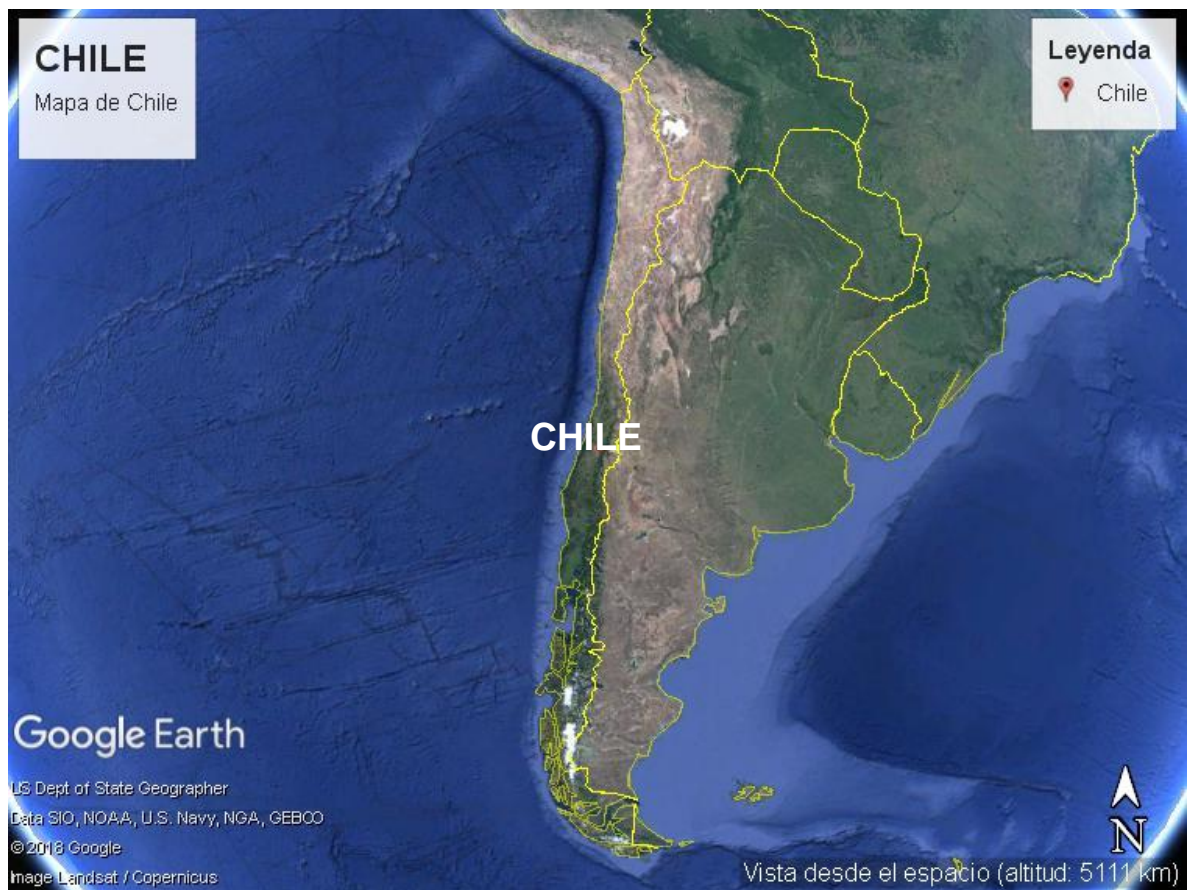


Figura 2. Mapa de Chile

Fuente: Google Earth

1.4.3. Ciudad objetivo - Santiago de Chile

Santiago es el centro industrial y financiero de Chile y genera el 45% del PIB del país. Algunas instituciones internacionales, como la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), tienen sus oficinas en Santiago. La economía fuerte y la baja deuda del gobierno están atrayendo a migrantes de Europa y los Estados Unidos. El constante crecimiento económico de Santiago en las últimas décadas lo ha convertido en una metrópolis moderna. Santiago es el centro industrial y financiero de Chile y es el hogar de la Bolsa de Valores del país, los principales bancos y gran parte de la industria de la nación. La ciudad es uno de los tres principales centros financieros de América del Sur, junto con Buenos Aires y

São Paulo. Algunas instituciones internacionales, como la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), tienen sus oficinas en Santiago. Muchos residentes de Santiago trabajan en fábricas que procesan alimentos o fabrican textiles, calzado u otros productos. Muchos otros trabajan en el gobierno y en las industrias de servicios. La metalurgia y la minería del cobre también son sectores importantes de la economía de la ciudad.

Tabla 2. PIB de la Región Metropolitana de Santiago (RMS)

Región	RMS
Agropecuario	353.883
Pesca	814
Industria manufacturera	5.324.848
Electricidad, gas y agua	796.488
Construcción	2.073.221
Comercio, restaurante y hoteles	7.245.145
Transporte y comunicación	3.082.340
Servicios financieros y empresarial	16.293.790
Servicios de vivienda	2.785.309
Servicios personales	6.004.192
Ad. Pública	1.644.059
PIB	45.758.521

Fuente: ODEPA

1.4.4. Consumo de frutas en Chile

Conforme a los datos recolectados por la Encuesta Nacional de Salud realizada entre el año 2016 y 2017, se puede identificar que el 15% de la población chilena consume frutas y verduras, siendo equivalente a 2`773.907 habitantes, pudiéndose observar un aumento en la frecuencia diaria del consumo de este apartado, puesto que en el censo realizado en el 2009-2010 el 34,8% ingería solo frutas los 7 días a la semana, comparado con el actual que ascendió a 39,8%, dentro de la semana típica de un chileno.

1.4.5. Forma de consumo

La pulpa de mango presenta un alto potencial de demanda en este mercado, a pesar de un cierto desconocimiento que existe sobre las características y bondades del producto. El consumidor de alimentos en Chile ha seguido un patrón similar al de otros países que han experimentado un fuerte crecimiento económico en la última década. Así se ha favorecido la compra de alimentos, productos procesados y comidas preparadas.

La tendencia del consumo de frutas tropicales ha favorecido la aparición de nuevos productos diseñados para su consumo directo y con mayor grado de diferenciación. La falta de tiempo entre los consumidores hace que opten por comprar productos elaborados a base de frutas. Hay que tener en cuenta que Chile registra la mayor renta per cápita de la región, razón por la que existe una demanda creciente de productos gourmet y de buena calidad. A este interés se suma el mayor consumo de frutas, como snack, en horas de la mañana y en reemplazo del pan. La compra de las frutas aumenta cuando los supermercados están cerca de clínicas, colegios y universidades.

1.4.6. Consumo per cápita

Teniendo en cuenta la cantidad recomendada por la OMS (Organización Mundial de la Salud) de 400 gramos diarios de frutas, Chile se encuentra por debajo de este valor, alcanzando solo los 166 gramos diarios, siendo catalogado por expertos como muy poco, ya que la mitad de la producción de frutas nacional es exportado.

1.4.7. Nicho de mercado

Si bien durante toda su historia, Chile ha recibido a grupos de inmigrantes de origen latinoamericano, la estabilidad política y económica de las últimas décadas ha sido uno de los factores determinantes en la entrada creciente de inmigrantes de dicho origen al país. Aunque el mayor número corresponde al de argentinos y peruanos por su cercanía con el país, también ha ingresado un buen número de bolivianos, brasileños, canadienses, centroamericanos, colombianos, cubanos, ecuatorianos,

estadounidenses, mexicanos, uruguayos y venezolanos. La mayor parte de la población inmigrante internacional nació en Perú, Colombia y Venezuela, los cuales consumen las frutas tanto en estado fresco como en conserva. El 81% de los inmigrantes internacionales que declararon residir en Chile al momento del Censo nacieron en los siguientes siete países: Perú (25,2%), Colombia (14,1%), Venezuela (11,1%), Bolivia (9,9%), Argentina (8,9%), Haití (8,4%) y Ecuador (3,7%).

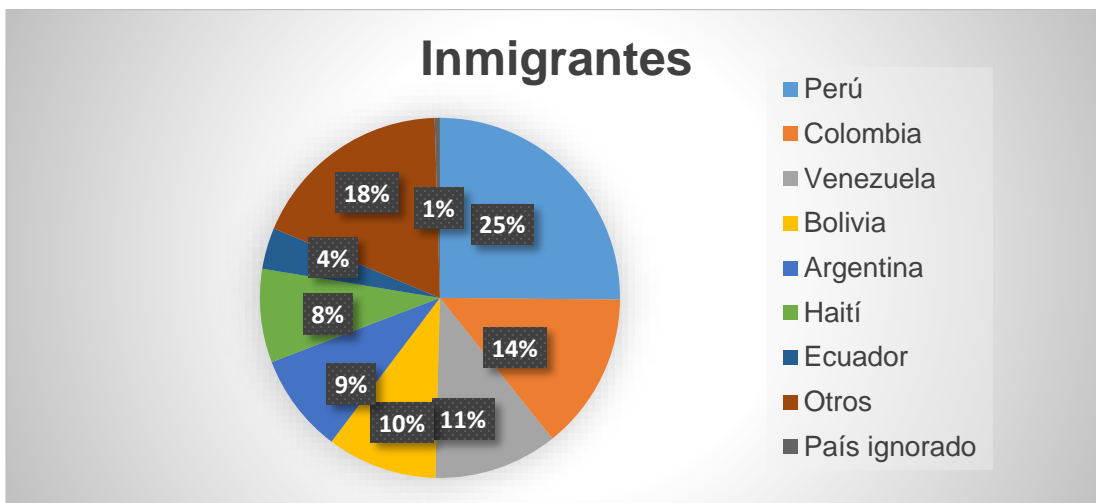


Figura 6. Porcentaje de población extranjera residiendo en Chile

Fuente: Gráfico elaborado por el autor de este proyecto con base en información del Censo nacional chileno, 2017

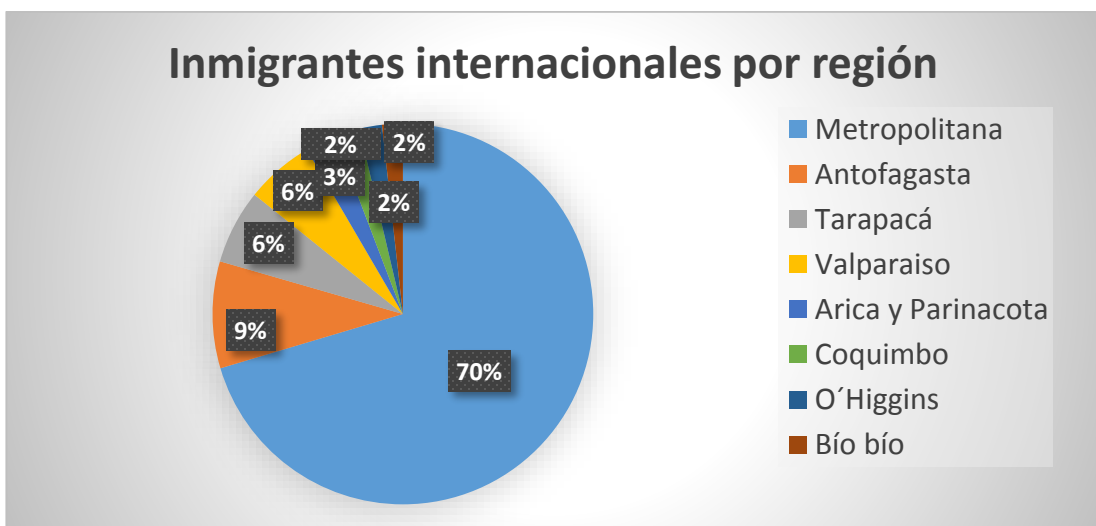


Figura 7. Inmigrantes internacionales por región

Fuente: Gráfico elaborado por el autor de este proyecto con base en información del Censo nacional chileno, 2017

La región con más porcentaje de inmigrantes según su tamaño poblacional es Tarapacá (13,7%). En tanto, 65,2% del total de la población inmigrante se concentra en la Región Metropolitana, población que consume frutas de origen tropical.

1.4.8. Barreras y oportunidades para el consumo de frutas y verduras

En la población chilena existen una serie de factores que limitan el consumo de frutas y verduras entre los cuales está la escasez de recursos para la ejecución de campañas publicitarias para incentivar su consumo, la presentación de estos alimentos, así como el tiempo para prepararlos. A pesar de esto, el Gobierno está a favor de incrementar su ingesta, como es el caso del programa 5 al día, patrocinado por el Ministerio de Agricultura y Salud de Chile, implementado en el año 2004, el cual busca que la población consuma 5 porciones diarias de frutas y verduras de diversos colores, para aumentar el valor nutricional de las comidas, así como también la creación para la promoción de los beneficios ligados a estos alimentos por medio de su inclusión en la dieta diaria. Otra oportunidad se podrá evidenciar en la creación de nuevas presentaciones para la comercialización por parte de los productores y distribuidores, como parte de nuevas estrategias de marketing.

1.4.9. Perfil del consumidor chileno

El crecimiento económico en Chile ha generado un crecimiento en la población consumidora de bienes, entre los cuales se destaca el notable interés de los habitantes por elegir frutas, ya que estas pueden aportar significativamente al cuidado de la salud. El precio se considera como un elemento clave para que se haga la compra, además se tendrá en cuenta otros aspectos relacionados con el producto tales como la calidad, durabilidad, tecnología, el servicio al cliente y la disponibilidad del servicio. **Fuente: Santander Trade**

1.4.10. Lugares de compra del mango en Chile

Como resultado importante además se aprecia que la gran mayoría de los encuestados realizan sus compras en los supermercados (52%), seguido de la feria¹, 35% y el 12% realiza las compras en locales de frutas y verduras.

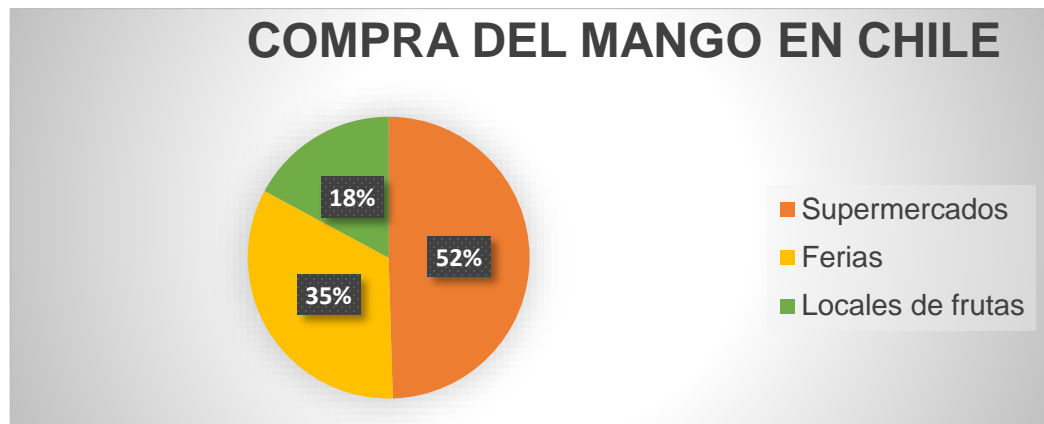


Figura 8. Lugares de compra del mango en Chile

Fuente: Gráfico elaborado con información de ODEPA

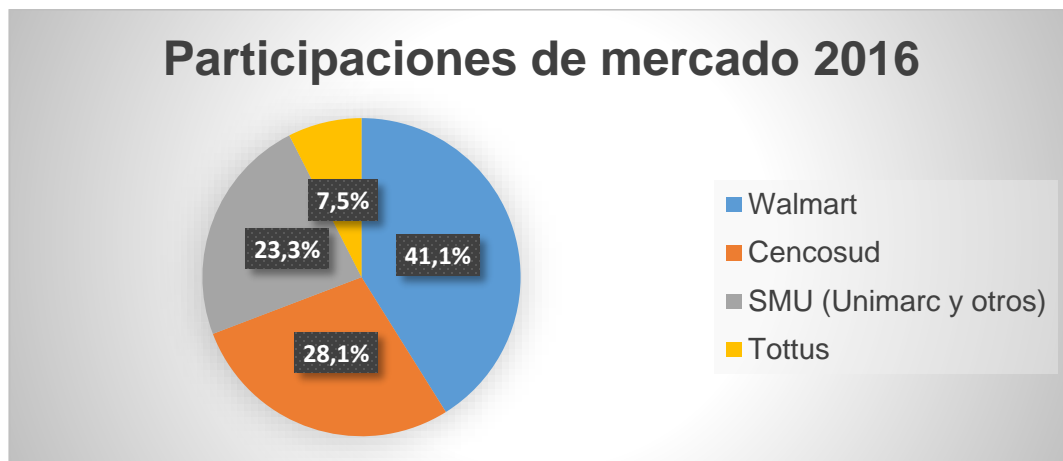


Figura 9. Participación de supermercados en el mercado chileno

Fuente: Gráfico elaborado con información del diario chileno El Mercurio

¹ Feria:

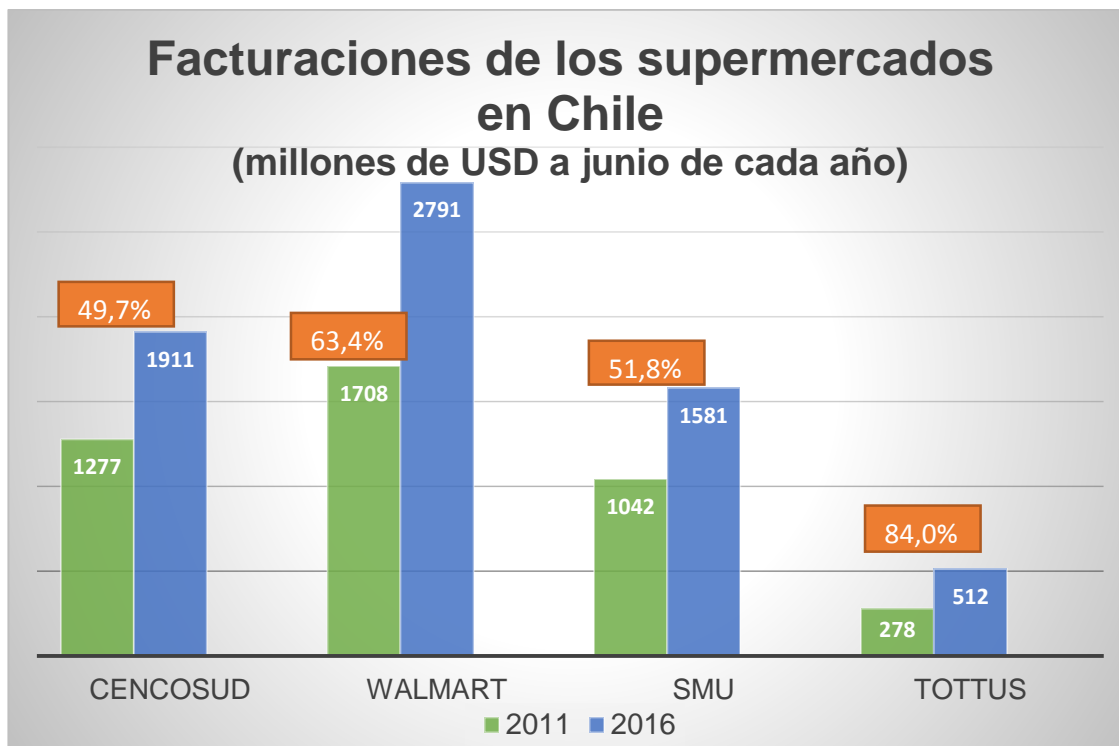


Figura 10. Participación de supermercados en el mercado chileno

Fuente: Gráfico elaborado con información del diario chileno El Mercurio

1.4.11. Compra del mango en Chile

Actualmente la mayor comercialización de la fruta y verdura corresponde al supermercado (52%). Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas. Actualmente en Chile existen cuatro actores principales, Wal-Mart Chile, Cencosud, SMU y Supermercados del Sur, los cuales representan el 88% de las ventas del sector, manteniendo cerrado el acceso a nuevos competidores de peso específico real. La sección de frutas y verduras representa en promedio un 4% de las ventas totales de los supermercados. El predominio de la distribución tradicional en frutas y verduras, no es el único ahora está el canal moderno, el cual es el del retail (Supermercados), todo este nuevo

canal está relacionado por los cambios culturales, en el perfil de los consumidores. La mayoría de las personas compran productos agrícolas en los supermercados.

Tabla 4. Frecuencia de compra por ocasión según tipo de categoría

Frecuencia de compra por ocasión según tipo de categoría		
Santiago de Chile		
	Frecuencia de compra	Gasto por Ocasión
Prod. Agropecuarios	35	\$ 4.414 CLP
Vinos	4,5	\$ 2.273 CLP
Carnes	16,9	\$ 4.621 CLP
Frutas	14,3	\$ 1.277 CLP
Verduras	18,9	\$ 2.800 CLP

Fuente: Gráfico elaborado con información de ODEPA

1.4.12. Importaciones chilenas de frutas tropicales

Acorde con los datos suministrados por el Servicio Nacional de Aduanas, las importaciones de frutas de origen tropical aumentaron alrededor de 600% (seis veces) en los últimos 3 años; encabezado por los plátanos verdes, el coco, mangos, maracuyá, etc. El incremento se basa más que todo por la fuerte migración en el país, cuya demanda oscila entre los 1,1 millones en 2014 a casi 8 millones en el 2017.

Importación de frutas por parte de Chile

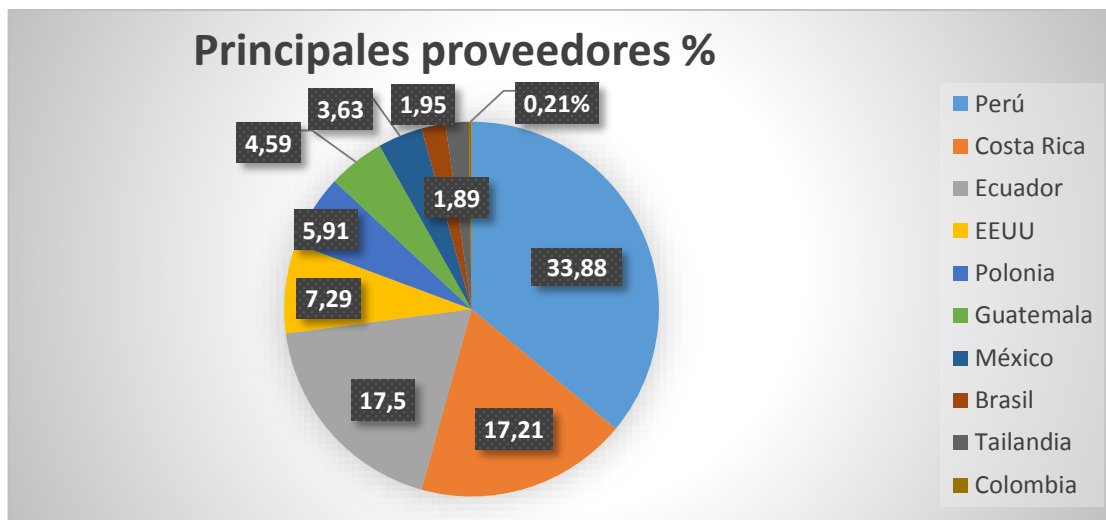


Figura 5. Participación de países proveedores de mango a Chile

Gráfico elaborado por el autor de este proyecto

Los principales proveedores de mango en Chile se concentran mayoritariamente por Perú 33,88%, Costa Rica 17,21% y Ecuador 17,5%. Colombia representa el 0,21% de participación en las importaciones de mango a Chile, aunque las relaciones comerciales entre los dos países es buena, además de que las variedades más demandadas en Chile por Perú son las Haden y Kent, siendo las Tommy atkins y ataulfo producidas en pequeños volúmenes, a partir del mes de Septiembre. Costa Rica es otro productor importante de mango Tommy atkins y kent, aunque la comercialización es entre Febrero y Abril. Ecuador presenta una estacionalidad se da entre Octubre y Enero.

1.4.13. Descripción de la cadena de frutas y verduras

La cadena principal de la distribución de frutas y verduras se encuentra compuesta por: producción primaria → intermediarios comerciales → ferias mayoristas → ferias libres y locales tradicionales de venta al detalle, como se verá, es predominante en este mercado, aunque la dinámica de crecimiento y penetración de los supermercados puede alterar esta situación a mediano o largo plazo.

Los supermercados cuentan con dos tipos de proveedores de productos hortofrutícolas frescos: productores agrícolas y empresas comercializadoras, aunque la distinción no siempre resulta tan clara.

1.4.14. Canales de distribución

Cantidad de supermercados en Chile: 1.157

Las personas que acuden a estos sitios van por productos de marca propia, si hacen la importación de forma directa.

Los principales supermercados son Walmart, Jumbo, Unimarc y Bigger.

Las características de los distribuidores es la presencia nacional con una completa operación logística a nivel nacional, con una gran fuerza de ventas y vehículos propios.

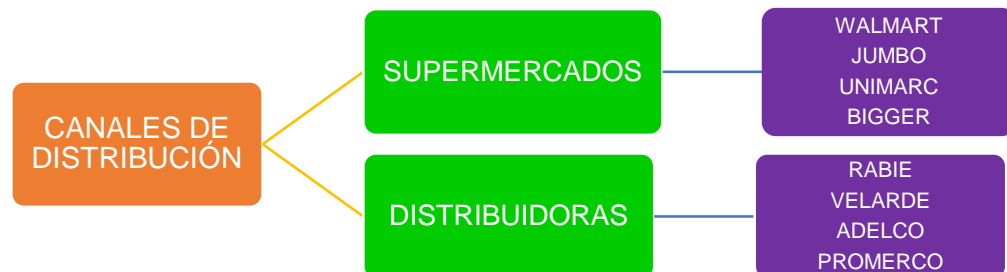


Figura 11. Principales canales de distribución en Chile

Fuente: Gráfico elaborado con información suministrada por Colombia Trade

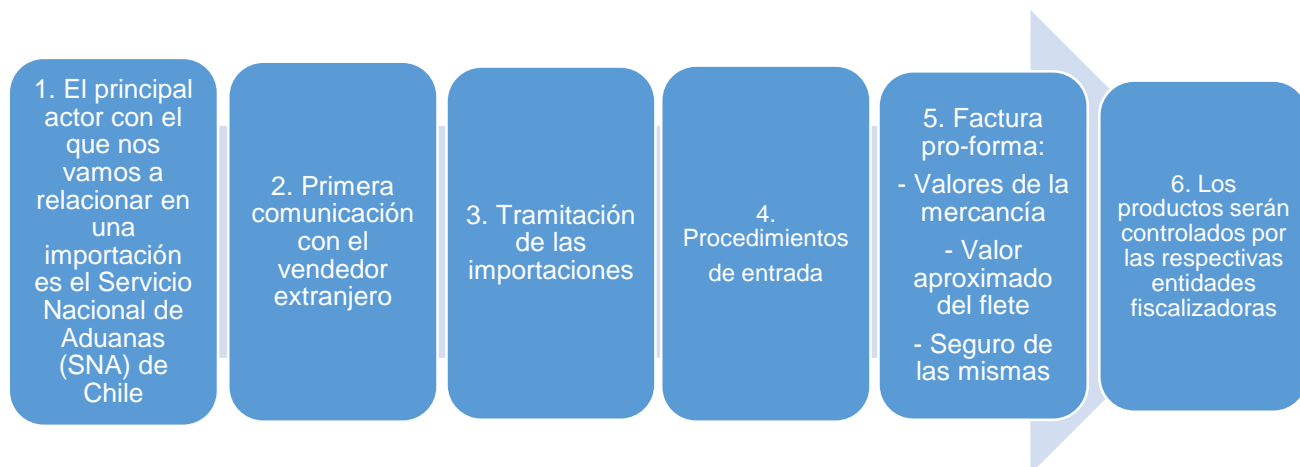


Figura 12. Guía chilena para importar productos

Fuente: Gráfico elaborado con información del Servicio Nacional de Aduanas de Chile

1.5. IMPORTACIONES

1.5.1. Tramitación de las importaciones

- Procedimientos de entrada

Se debe tener presente que algunos productos se comercializan a través de representantes o distribuidores en Chile, por lo que se debería iniciar el contacto a este nivel. Generalmente en la primera compra, se solicita una Factura Pro Forma, a fin de tener un valor aproximado del pedido.

1.5.2. Factura Pro-Forma

Se solicita la factura Pro-Forma, la que contiene:

- Valores de la mercancía
- Valor aproximado del flete
- Seguro de las mismas

El producto será controlado por las instituciones fiscalizadoras que correspondan:

1.5.3. Instituciones fiscalizadoras de importaciones de frutas

- Servicio Agrícola Ganadero (se pueden encontrar productos de origen vegetal y/o animal, artesanías y otros)

1.5.4. Requisitos impuestos por el Servicio Agrícola Ganadero (SAG)

- Deben ser declarados por el/la pasajero/a en la “Declaración jurada conjunta ADUANA-SAG,” posteriormente ser verificados por el/la inspector/a SAG.
- Los productos a ingresar deben estar en su envase original de fábrica, sellados herméticamente y que la rotulación permita identificar su contenido y las condiciones exigidas, una vez el inspector haya verificado estos requerimientos.
- Entre los productos que pueden ingresar se encuentran:
 - Vegetales congelados
 - Frutas y hortalizas cocidas, confitadas, en almíbar y en conservas
 - Jugos y pulpas de frutas frescas

1.5.5. Intermediarios

Con carácter general, las importaciones se realizan prestando la documentación respectiva ante el Servicio de Aduanas, a través de un Agente de aduana. El agente de aduana asesorará a lo largo de todo el proceso, pero se hace cargo únicamente de la parte de legislación aduanera en destino. Al realizar este trámite se debe tener en cuenta que no se requerirá la intervención de un agente de aduanas en los siguientes casos:

1 - Si el valor de las mercaderías NO supera los US \$ 1.000 valor FOB

El trámite lo podrá hacer personalmente el importador ante la Aduana respectiva, en forma simplificada. En este caso el importador debe presentar los siguientes documentos:

- a) Conocimiento de embarque original o documento que haga sus veces, según la vía de transporte.
- b) Factura comercial.

- c) Poder notarial del dueño o consignatario para un despacho determinado, en los casos en que la persona
- d) Vistos buenos o certificaciones cuando procedan.

Tampoco será necesaria la intervención de un Agente de Aduanas en los siguientes casos:

- a) Importación de mercancías que lleguen junto con el viajero, consignadas a un tercero, siempre que su valor FOB facturado no exceda de US \$ 1.000 y pertenezcan a una sola persona natural o jurídica.
- b) Importación de mercancías transportadas por la empresa de correo rápido por un valor FOB de hasta US \$ 1.000 facturados.
- c) Importación de mercancías ingresadas en Isla de Pascua, procedentes del extranjero o de Zonas Francas, tengan o no carácter comercial, por un valor FOB hasta US \$ 1.000 facturado.

Si el valor de las mercancías supera los US \$ 1.000 valor FOB

En este caso el importador debe contratar un Agente de Aduanas en el caso de que el desaduanamiento de las mercancías deba ser encomendado a este profesional, el importador deberá entregar a éste los documentos de base que se requieren para confeccionar la Declaración de Ingreso, la que se podrá ser presentada al servicio vía internet. Respecto de los documentos de base, es necesario precisar, que existen algunos que son obligatorios para toda la importación con carácter comercial, y otros documentos que se requieren sólo en determinadas ocasiones.

1.5.6. Documentos obligatorios:

8.6.6.1 Declaración de Ingreso: comprende todas las operaciones relacionadas con el ingreso de mercaderías extranjeras y nacionales a Chile y refunde en un único formulario los diferentes destinos aduaneros:

- Importación.

- Admisión Temporal.

- Admisión Temporal para el perfeccionamiento activo (se aplica a mercancías que ingresan al país con objeto de someterse a un proceso de transformación y ser exportadas).

- Almacén particular o depósito (se exigirá respecto de aquellas mercancías que por su naturaleza son autorizadas a ser transportadas a la bodega del importador mientras se realiza la importación definitiva y se pagan los derechos).

- Reingreso (se aplica a mercancías chilenas que han sido exportadas, para su reparación o similar, para ser reimportadas posteriormente al país).

- Importación de Pago simultáneo (operación simplificada para las mercancías que no requieren de un Agente de Aduanas). El formulario incluye además, el giro o comprobante de pago, en el que se hacen constar todos los derechos aduaneros e impuestos a pagar. Puede ser presentada ante el Servicio Nacional de Aduanas vía Internet.

- **Conocimiento de embarque original:** carta de porte o vía aérea, que acredite el dominio de la mercancía por parte del consignatario

- **Factura comercial original:** que acredite la mercancía objeto de compraventa y sus valores.

- **Poder notarial del importador a un tercero:** para que realice el despacho en caso que no intervenga un Agente de Aduanas.

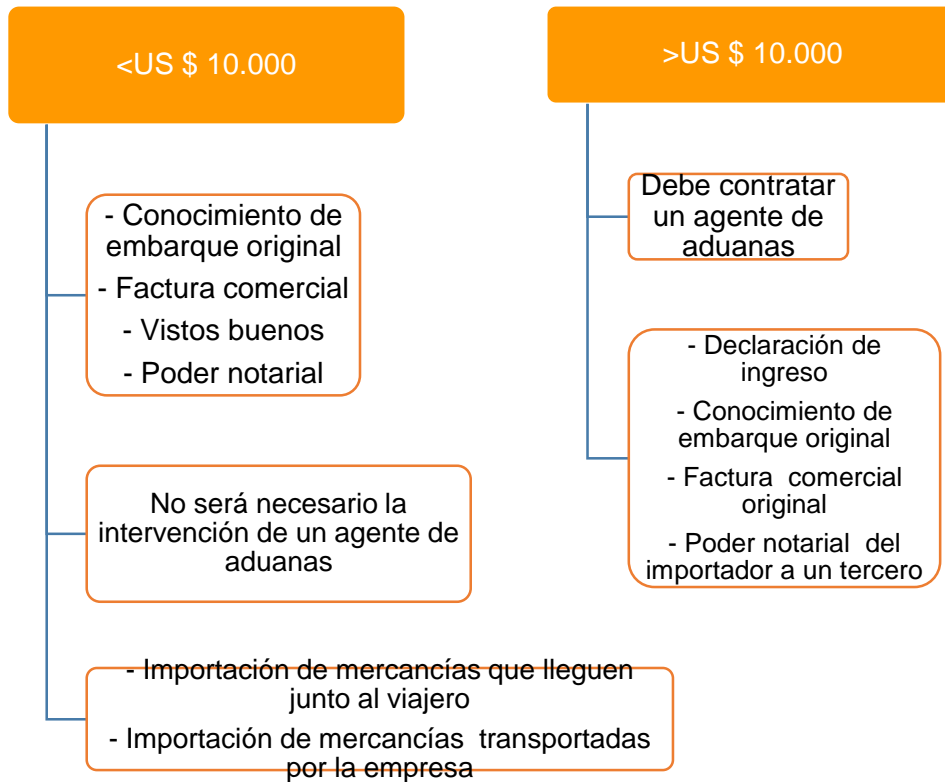


Figura 13. Documentos obligatorios para exportar

Fuente: Gráfico elaborado con información del diario chileno El Mercurio

8.6.6.2. Productos que requieren certificación previa

El Ministerio de Salud es el encargado de dictar las normas técnicas en cuanto a producción, distribución y comercialización de alimentos (ingredientes permitidos y sus concentraciones, declaración de información nutricional, tolerancia de residuos de plaguicidas permitidos y normas de etiquetado). El procedimiento de importación requiere dos tipos de trámite ante la Autoridad Sanitaria de la Región Metropolitana.

1.- Se debe solicitar un Certificado de destinación aduanera y en segundo lugar se debe obtener la autorización de uso y disposición.

2.- Previo a esta última solicitud, la Secretaria Regional de Salud de la Región Metropolitana, inspeccionará y/o someterá a análisis de laboratorio dichos productos para comprobar que cumplen con la normativa sanitaria vigente.

Acuerdo de Libre Comercio Colombia – Chile

Es una relación comercial entre las dos naciones suramericanas, cuya fecha de suscripción fue el 27 de noviembre de 2006, y su fecha de vigencia entró a regir a partir del 8 de mayo del 2009. El Acuerdo tiene como objetivos centrales el establecimiento de un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos; la liberación total de gravámenes y eliminación de las restricciones de las importaciones originarias de los mismos, entre los cuales se puede encontrar al mango cuyo arancel es de 0%, presentando una gran oportunidad para los exportadores colombianos.

El libre comercio exige economías fuertes y estables, con Estados capaces de legitimar los acuerdos, de forma que los cambios que implica la apertura de los mercados y la libertad de los flujos de capital se manifiestan en mayor inversión y empleo. Chile es el segundo inversionista suramericano en Colombia y el tercero latinoamericano superado por México y Brasil. Colombia es el quinto inversionista suramericano de Chile después de Perú, Venezuela, Brasil y Ecuador

Tabla 3. Precios mayoristas de mango/Kilo (Pesos nominales con IVA)

Año	2015	2016	2017	2018	2019	Var. 2019 2018	Var. 2019	%
Promedio anual (\$ CLP)	1.707,19	1.884,86	1.626,41	1.359,30	1.235,75 (Ene)	15,31	-7,30	

Fuente: Gráfico elaborado con información de ODEPA

El precio promedio del mango en los principales puntos mayoristas de la Región Metropolitana oscila entre 1.359,3 CLP en el año 2018 y 1.884,86 CLP en el año 2016.

1.6. CUENTAS NACIONALES CHILE 2017

1.6.1. Tomado del Banco central de Chile

Durante el año 2017, el PIB nacional creció 1,5%, observándose una incidencia positiva en la mayoría de las zonas geográficas, con excepción del Norte Grande que cayó, reflejando el desempeño de la región de Antofagasta. En términos de incidencia, destacaron la Región Metropolitana y la zona Sur. Esta última aumentó su aporte en el total nacional, lo que se atribuye principalmente a la expansión de la región de Los Lagos, que mostró un crecimiento de un 7,1%. Dentro de las regiones que mostraron mayor dinamismo, destacaron Arica y Parinacota, Los Lagos y Aisén, con tasas de crecimiento de un 7,9%, 7,1% y 6,2% respectivamente

1.6.2. Mango procesado en Chile

Tabla 7. Importaciones de mango procesado en Chile

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% promedio crecimiento
Valor (miles de US\$)	381,9	377,0	666,5	782,4	855,9	1.065,6	1241,1	22,45
Volumen en (KG netos)	288.990,7	300.622,4	472.558,7	650.802,1	757.194	1.026.299,8	1.280.940,7	29,27

2. ESTUDIO ECONÓMICO

Cifras 2018	COLOMBIA	CHILE
PIB (miles de millones de US\$)	337	300
Crecimiento PIB real (%)	2,8	4,0
Crecimiento PIB real estimado para 2019 (%)	3,6	3,25-4,25
Población (miles de personas)	50	18,6
PIB per cápita (PPA)(US\$)	15.021	25.891
(Exportaciones + Importaciones)/PIB	33%	55.5%
Turismo 2017 (ingreso al país)	4.027	6.450
	Colombia invierte en Chile	Chile invierte en Colombia
Inversión recíproca 2017 (millones de US\$)	3.901	19.000

COMERCIO DE COLOMBIA	2013	2014	2015	2016	2017	Crec prom anual 2013-2017
Exportaciones de bienes (miles de millones de US\$)	59	55	36	31	38	-10%
Importaciones de bienes						

• Monto importado (miles de millones de US\$)	59	64	54	45	46	-6,1%
• Volumen de importaciones (2000=100)	394	435	424	399	-	0,4%
• Participación en el total mundial	0,31%	0,34%	0,33%	0,28%	0,26%	

Comercio bilateral Colombia-Chile	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Crecimiento prom. anual 2018/2013
Intercambio comercial	2.591	2.038	1.664	1.540	1.885	2.142	-3,7%
Exportaciones FOB	866	902	785	742	702	722	-3,6%
Total exportaciones mineras	42	11	1,4	6,5	0,04	0,04	-76%
• Total exportaciones de cobre	41	9,1	0	5,7	0	0	-100%
• Total exportaciones resto de minería	1,4	1,5	1,4	0,8	0,0	0,04	-52%
Total de exportaciones de celulosa	37	34	23	23	20	30	-4,4%

Total exportaciones no mineras ni celulosa	767	858	760	713	632	692	-2,5%
Total importaciones (CIF)	1.725	1.136	679	796	1.185	1.419	-3,8%
Total importaciones (FOB)	1.559	1.003	790	717	1,063	1,265	-4,1%
Saldo balanza comercial	-693	-101	-5,2	26	-360	-543	-
Exportaciones de servicios	157	145	135	159	88	-	-14%

Fuente: DIRECON

Acuerdo	Estado del tratado	Fecha acuerdo	Vigente desde	Alcance
Colombia-Chile	Vigente	27 de nov. de 2006	8 de mayo de 2009	Tratado de Libre Comercio
Alianza Pacífico	Vigente	6 de junio de 2012	20 de julio de 2015	Mecanismo de integración profunda

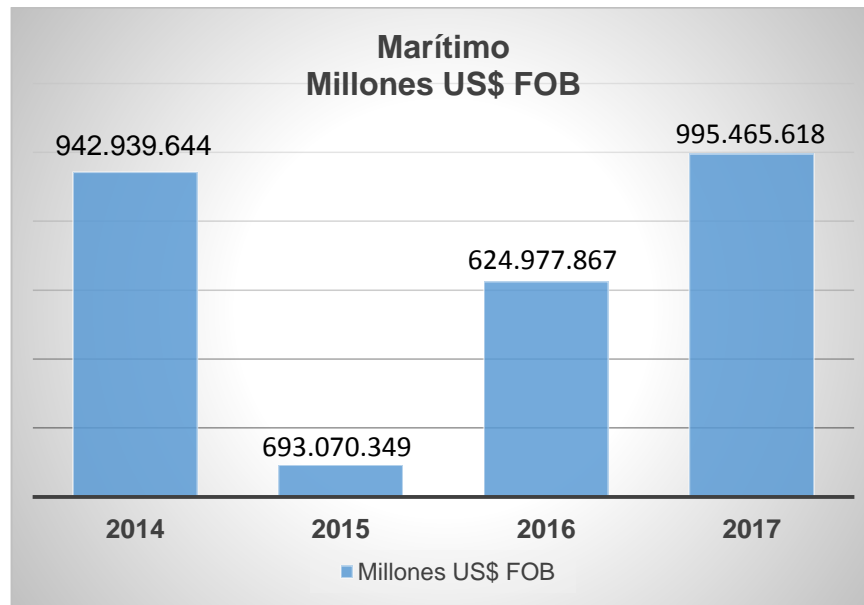
Fuente: Organización Mundial del Comercio

Sector	Miles de USD FOB		Variación	Part. % 2018
	2017	2018		
Total	1.037.405	1.180.345	14,7%	100,0%
Minero-energéticos	535.982	703.652	31,3%	59,1%
	501.423	486.693	-2,9%	40,9%

No minero-energéticos				
Agrícolas	18.949	22.605	19,3%	1,9%
Agroindustriales	101.617	110.390	8,6%	9,3%
Industriales	380.858	353.698	-7,1%	29,7%

Fuente: Tabla elaborada con base en datos del Ministerio de Industria y Comercio de Colombia recopilados del DANE-DIAN

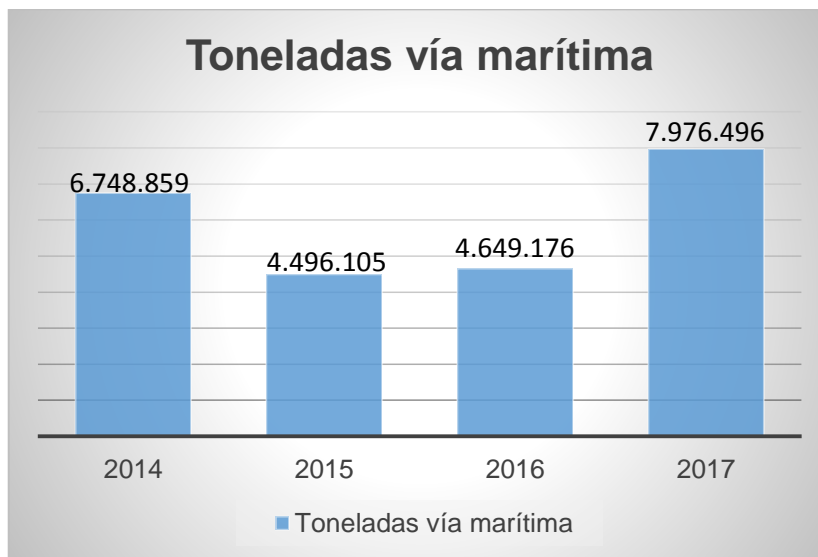
2.1. Logística de transporte



Fuente: DANE

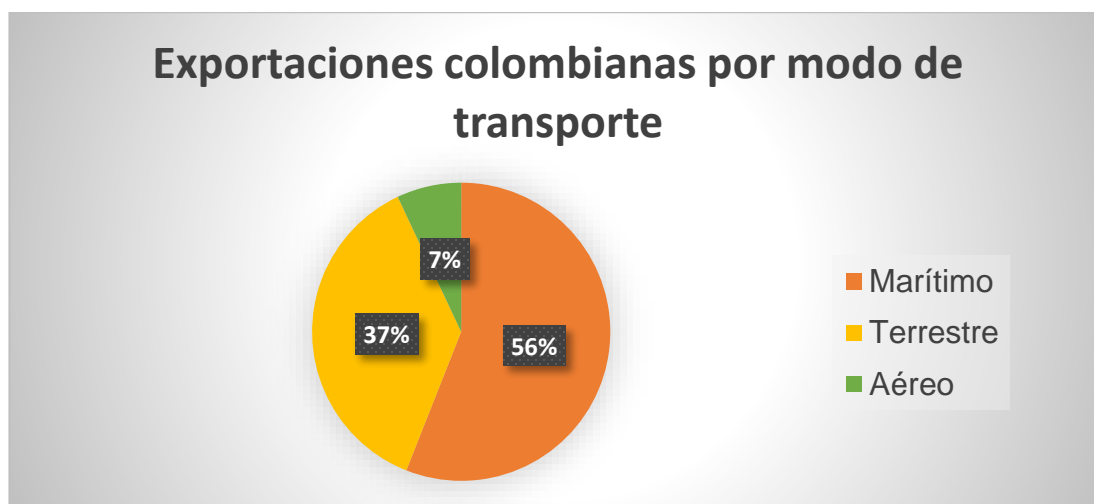
Los valores en precios FOB de millones de US\$ son relativamente altos como lo evidencia el gráfico, en donde se aprecia que en el año 2014, US\$ 942.939.644 fueron contabilizados por exportaciones vía marítima, teniendo en cuenta que para el año 2017, este valor aumentó a US\$ 995.465.618. En contraparte, la comercialización vía aérea registró valores menores registrándose los US\$ 45.924.216 en el año 2014 alcanzando los US\$ 41.939.322 en el año 2017,

por concepto del valor de las exportaciones, notándose una reducción en las mismas.



Fuente: DANE

El principal medio de transporte usado para exportar a Chile desde Colombia es el barco, como se puede evidenciar en la información brindada por el DANE, la cantidad enviada anualmente varía entre valores de 6.748.859 en el año 2014 a los 7.976.496 en el año 2017, siendo cantidades superiores si se compara con el transporte aéreo, que registran 1.791 toneladas en el año 2014 hasta las 1.846 toneladas en el año 2017.



Fuente: Legiscomex

2.1.1. Puerto de Buenaventura

La ciudad costera de Buenaventura tiene uno de los mayores puertos del continente, contando casi el 60% de todas las importaciones y exportaciones marítimas de Colombia. Se encuentra en la costa suroccidental del país, permitiendo la distribución y la recepción de bienes hacia y desde la costa occidental de los Estados Unidos, Ecuador, Perú y Chile, además debido a su localización estratégica sobre la costa del Océano Pacífico, también se conecta con otros puertos ubicados más lejos, tales como los del Oriente Asiático y Australia. El puerto tiene una infraestructura especializada para el manejo de los contenedores, productos a granel sólido, líquido y multipropósito, con una disposición de 14 muelles de atraque, comparado con el de Tumaco, que es más cercano teniendo tan solo 2 muelles de atraque. El terminal especializado para contenedores cuenta con una línea de atraque de 830 metros de longitud, y una capacidad para almacenar 19.298 contenedores de 20 pies o 9.649 contenedores de 40 pies. Se movilizaron 577.870 toneladas en contenedores de 40 pies, en términos de exportación por el puerto de Buenaventura.

LPI	Puntaje	Puesto
	3,25	46
Aspectos evaluados		
Eficiencia aduanera	3,19	35
Calidad de la infraestructura	2,77	63
Competitividad de transporte internacional de carga	3,30	43
Competencia y calidad en los servicios logísticos	2,97	56

Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	3,50	34
Puntualidad en el transporte de carga	3,71	44

Fuente: The World Bank 2016

3. ESTUDIO FINANCIERO

Para tener en cuenta el análisis financiero se tuvieron las variables tales como el precio cotizado en la Bolsa Mercantil Colombiana, el estudio técnico y administrativo, para poder determinar la rentabilidad del proyecto

3.1. Precio del mango en Colombia

El precio que arroja las transacciones comerciales realizadas en la Bolsa Mercantil Colombiana al día 11 de abril del 2019 para un kilogramo de mango a nivel nacional son de (\$2.540)





Mínimo: \$1.106




Promedio: \$2.540

Máximo: \$ 3.349

3.2. Estudio técnico

Para que una planta despulpadora pueda operar, necesitará la siguiente maquinaria
Introducción para el jurado del equipamiento necesario para la producción y exportación de mango

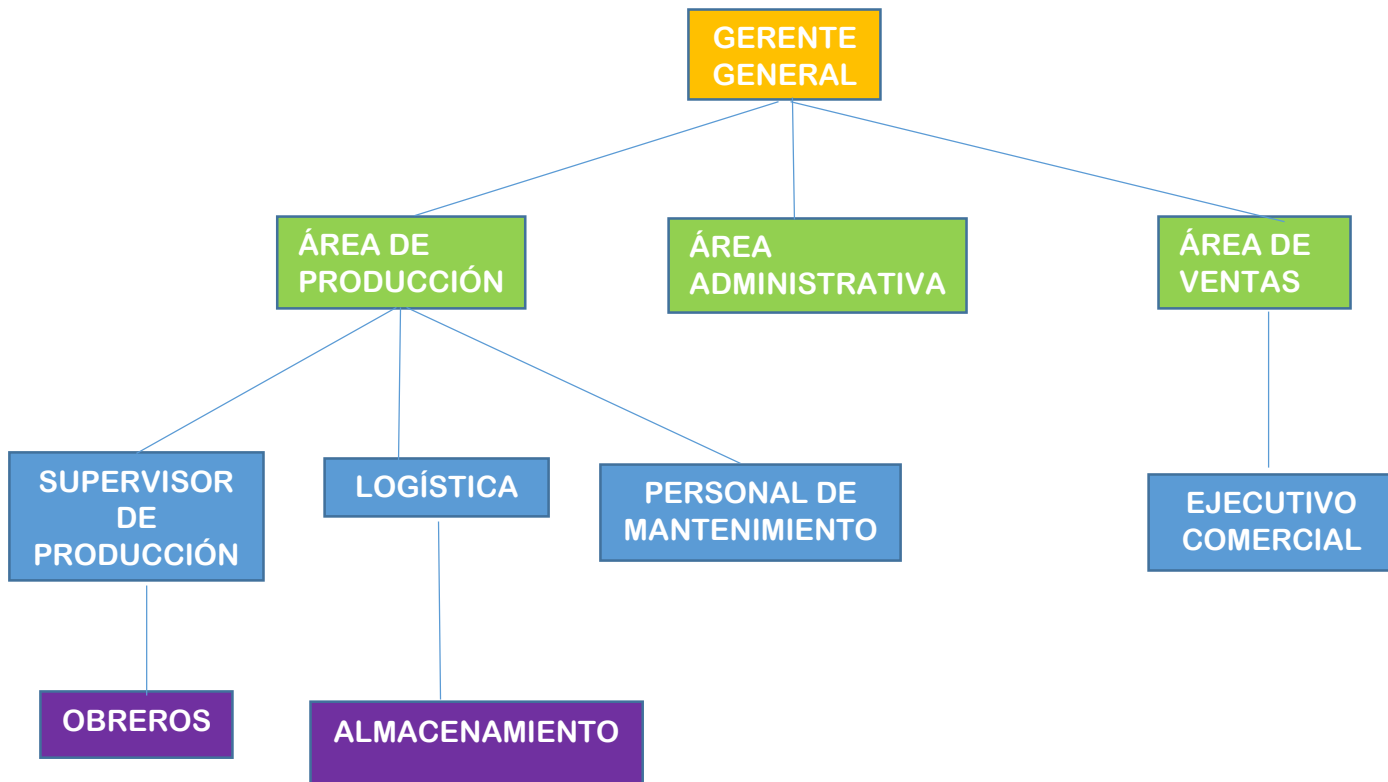
ITEM	DESCRIPCIÓN
 <p data-bbox="703 323 862 390">Báscula electrónica</p>	<p data-bbox="919 289 1461 537">La báscula electrónica tiene una dimensión de 60X80 cm, cuenta con una capacidad de 600 kg, es de acero inoxidable, pantalla LED y necesita 110 V</p>
 <p data-bbox="691 667 883 751">Banda transportadora</p>	<p data-bbox="919 642 1461 890">La banda transportadora tiene una longitud de 5 mts, está hecha de PVC, tiene un ancho de banda de 500 mm (50 cm), el soporte y el chasis es una lámina de acero inoxidable</p>
<p data-bbox="386 982 737 1016">Lavadora de inmersión</p> 	<p data-bbox="919 928 1461 1176">La capacidad de la lavadora de inmersión es de 400-500 kg/hora, el material es de acero inoxidable, la longitud total es de 2.000 mm (2 mt). La altura de descarga es de 960 mm.</p>
 <p data-bbox="646 1444 863 1478">Despulpadora</p>	<p data-bbox="919 1390 1461 1638">La capacidad de la despulpadora es de 800-900 kg/hora, el material es de acero inoxidable, el voltaje es de 220/440. El largo total es de 1,35 mts, la altura total es de 1,27 mts</p>

	<p>El cuarto frío modular presenta una capacidad de 12 toneladas (12.000 kg), tiene una capacidad de congelación del 80% y una capacidad de refrigeración del 20%. Tiene un largo de 6 mts, ancho de 4 mts y alto de 3 mts.</p>
 <p style="text-align: center;">Refractómetro</p>	<p>Refractómetro mecánico con compensación de temperatura para medir soluciones de muy baja concentración en Brix. El refractometro mecanico lo puede adquirir aquí en nuestra tienda online.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para frutas, zumos, aceites, lubricantes - Rango: 0 ... 10 % Brix - Resolución: 0,1 % - Precisión: ± 0,1% - Compensación automática de temperatura
	<p>La capacidad que presenta la escaldadora es de 400-500 kg/hora, el material es de acero inoxidable, mide 4 metros, consume 220 V</p>

Balance de insumos por actividad

Balance de Insumos por Actividad mensual				
Descripción	Unidad	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total
Agua potable	M3	14.400	\$ 605	\$ 8.716.939
Energía	KW	19.584	\$ 414	\$ 8.111.715
TOTAL				\$ 16.828.654

ORGANIGRAMA



IDENTIFICACION DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • NOMBRE DEL CARGO: 	<ul style="list-style-type: none"> • GERENTE GENERAL
<ul style="list-style-type: none"> • DEPENDENCIA: 	<ul style="list-style-type: none"> • ADMINISTRATIVA
<ul style="list-style-type: none"> • NUMERO DE CARGOS: 	<ul style="list-style-type: none"> • UNO
<ul style="list-style-type: none"> • CARGO DEL JEFE INMEDIATO: 	<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIADOS
<ul style="list-style-type: none"> • SOLICITA REPORTES Y REPORTA A: 	<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>El Gerente General será el Representante Legal de la Sociedad y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales. El gerente general es el responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad. • Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día. • Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • NOMBRE DEL CARGO: 	<ul style="list-style-type: none"> • GERENTE DE MERCADEO
<ul style="list-style-type: none"> • DEPENDENCIA: 	<ul style="list-style-type: none"> • ADMINISTRATIVA
<ul style="list-style-type: none"> • NUMERO DE CARGOS: 	<ul style="list-style-type: none"> • UNO
<ul style="list-style-type: none"> • CARGO DEL JEFE INMEDIATO: 	<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIADOS
<ul style="list-style-type: none"> • SOLICITA REPORTES Y REPORTA A: 	<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Un gerente de mercadotecnia realiza muchas tareas destinadas a desarrollar e implementar las estrategias de mercadotecnia a corto y largo plazo de su empleador. El amplio alcance de esta tarea requiere que interactúe en gran medida con varios departamentos de su empresa, incluidos investigación y desarrollo, fabricación, cadena de suministro, ventas y, en algunas industrias, legal y de cumplimiento.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Consiste en elementos visuales, como un logotipo y, a veces, sonidos, como la música utilizada en un anuncio de televisión o radio, una marca es la imagen que se le viene a la mente cuando los clientes piensan en una empresa. Aunque cada uno de los productos y servicios de una empresa puede ser de marca, generalmente hay una marca corporativa que abarca toda la organización. • En un esfuerzo por ayudar a su empleador a seguir siendo competitivo en el mercado, un gerente de marketing realiza una multitud de investigaciones 	

destinadas a asegurar el punto de apoyo de la empresa en la industria. Él puede realizar investigaciones de clientes mediante la implementación de encuestas y grupos de enfoque de alojamiento.

- En muchos entornos, un gerente de marketing representa a su empleador en los medios. Concede entrevistas en un esfuerzo por promover nuevos productos, servicios o iniciativas. Él representa a la empresa en eventos benéficos y otros eventos que tienen lugar en toda la comunidad.

IDENTIFICACION DEL CARGO	
• NOMBRE DEL CARGO:	• JEFE DE PRODUCCIÓN
• DEPENDENCIA:	• ADMINISTRATIVA
• NUMERO DE CARGOS:	• UNO
• CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	• ASOCIADOS
• SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:	• ASOCIADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Involucrarse en la planificación, coordinación y control de los procesos de fabricación. Se asegurará de que los bienes y servicios se produzcan de manera eficiente y que la cantidad correcta se produzca con el costo y el nivel de calidad correctos.</p>	

FUNCIONES ESENCIALES

- Supervisar el proceso de producción, elaborando un cronograma de producción;
- Asegurar que la producción sea rentable;
- Decidir qué recursos se requieren;
- Redactar un calendario para el trabajo;
- Estimar los costos y establecer los estándares de calidad;
- Monitorear los procesos de producción y ajustar los horarios según sea necesario;
- Ser responsable de la selección y mantenimiento de los equipos;
- Monitorear los estándares de productos e implementar programas de control de calidad;

IDENTIFICACION DEL CARGO

• NOMBRE DEL CARGO:	• OPERARIO DE PRODUCCIÓN
• DEPENDENCIA:	• ADMINISTRATIVA
• NUMERO DE CARGOS:	• CUATRO
• CARGO DEL JEFE • INMEDIATO:	• ASOCIADOS
• SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:	• ASOCIADOS

OBJETIVO PRINCIPAL

Asegurar de que el equipo se mantenga en buenas y seguras condiciones de trabajo. Inspeccionar el equipo para identificar cualquier reemplazo, mal funcionamiento y reparación, y realizar un mantenimiento regular del equipo para garantizar la capacidad de producción y la calidad.

FUNCIONES ESENCIALES

- Supervise la maquinaria
- Inspeccionar productos terminados
- Comprender los plazos
- Requisitos físicos: debido a que se paran de pie durante un tiempo prolongado y necesitan doblarse, levantarse, cargarse y estirarse para realizar sus tareas, los operadores de producción deben tener la capacidad y la resistencia adecuadas.

IDENTIFICACION DEL CARGO

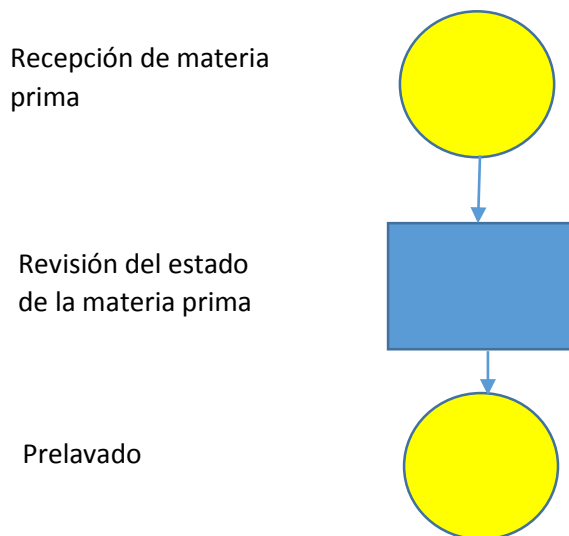
• NOMBRE DEL CARGO:	• CONTADOR
• DEPENDENCIA:	• ADMINISTRATIVA
• NUMERO DE CARGOS:	• UNO
• CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	• ASOCIADOS
• SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:	• ASOCIADOS

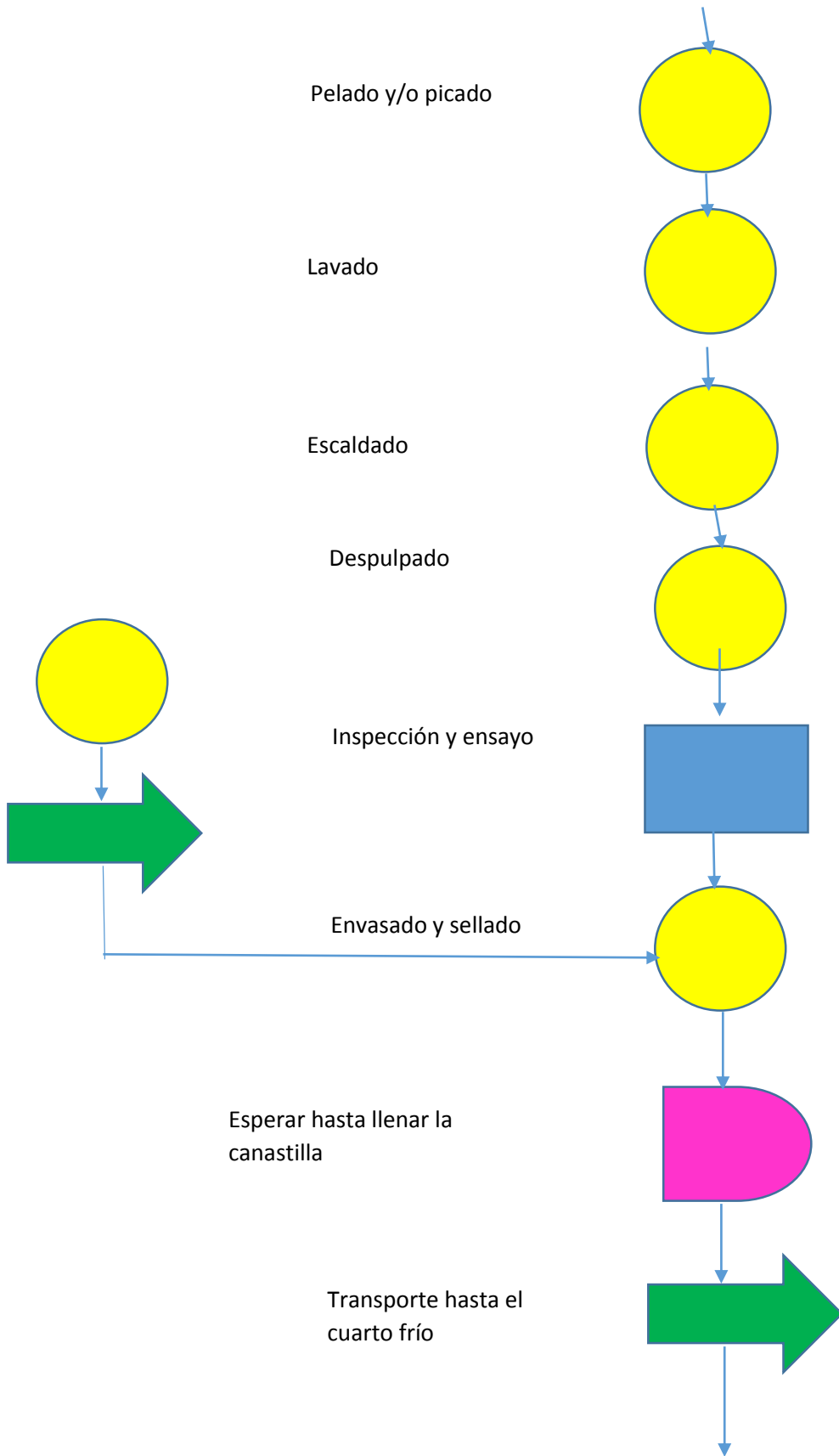
OBJETIVO PRINCIPAL
Proporciona información financiera a la gerencia mediante la investigación y el análisis de datos contables; preparando informes. Prepara informes financieros especiales recopilando, analizando y resumiendo información y tendencias de la cuenta.
FUNCIONES ESENCIALES
<ul style="list-style-type: none"> • Prepara entradas de activos, pasivos y cuentas de capital compilando y analizando la información de la cuenta. • Documenta transacciones financieras ingresando información de la cuenta. • Recomienda acciones financieras mediante el análisis de las opciones contables. • Resume el estado financiero actual mediante la recopilación de información; preparar el balance, estado de pérdidas y ganancias, y otros informes. • Fundamenta las transacciones financieras mediante la auditoría de documentos.

IDENTIFICACION DEL CARGO	
• NOMBRE DEL CARGO:	• SECRETARIA
• DEPENDENCIA:	• ADMINISTRATIVA
• NUMERO DE CARGOS:	• UNO
• CARGO DEL JEFE • INMEDIATO:	• ASOCIADOS

<ul style="list-style-type: none"> • SOLICITA REPORTES Y REPORTA A: 	<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Como Secretario asumirá el deber de apoyo administrativo y administrativo a fin de optimizar los procedimientos de flujo de trabajo en la oficina. Ayudará a colegas y ejecutivos ayudándolos con la planificación y distribución de información.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Contestar llamadas telefónicas y redirigirlas cuando sea necesario • Administre la agenda diaria / semanal / mensual y organice nuevas reuniones y citas • Preparar y difundir correspondencia, memos y formularios • Archivar y actualizar la información de contacto de empleados, clientes, proveedores y socios externos • Apoyar y facilitar la realización de informes periódicos 	

3.3. Diagrama del proceso de elaboración de la pulpa de mango tommy





Almacenamiento para la venta

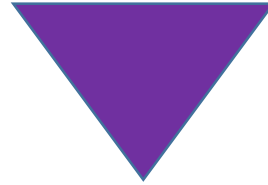


Figura 30. Diagrama de flujo de proceso

Fuente: Gráfico elaborado con base en la información encontrada en la web



EMPAQUETADO Y SELLADO



ROTULADO



ALMACENAJE EN CUARTO FRÍO



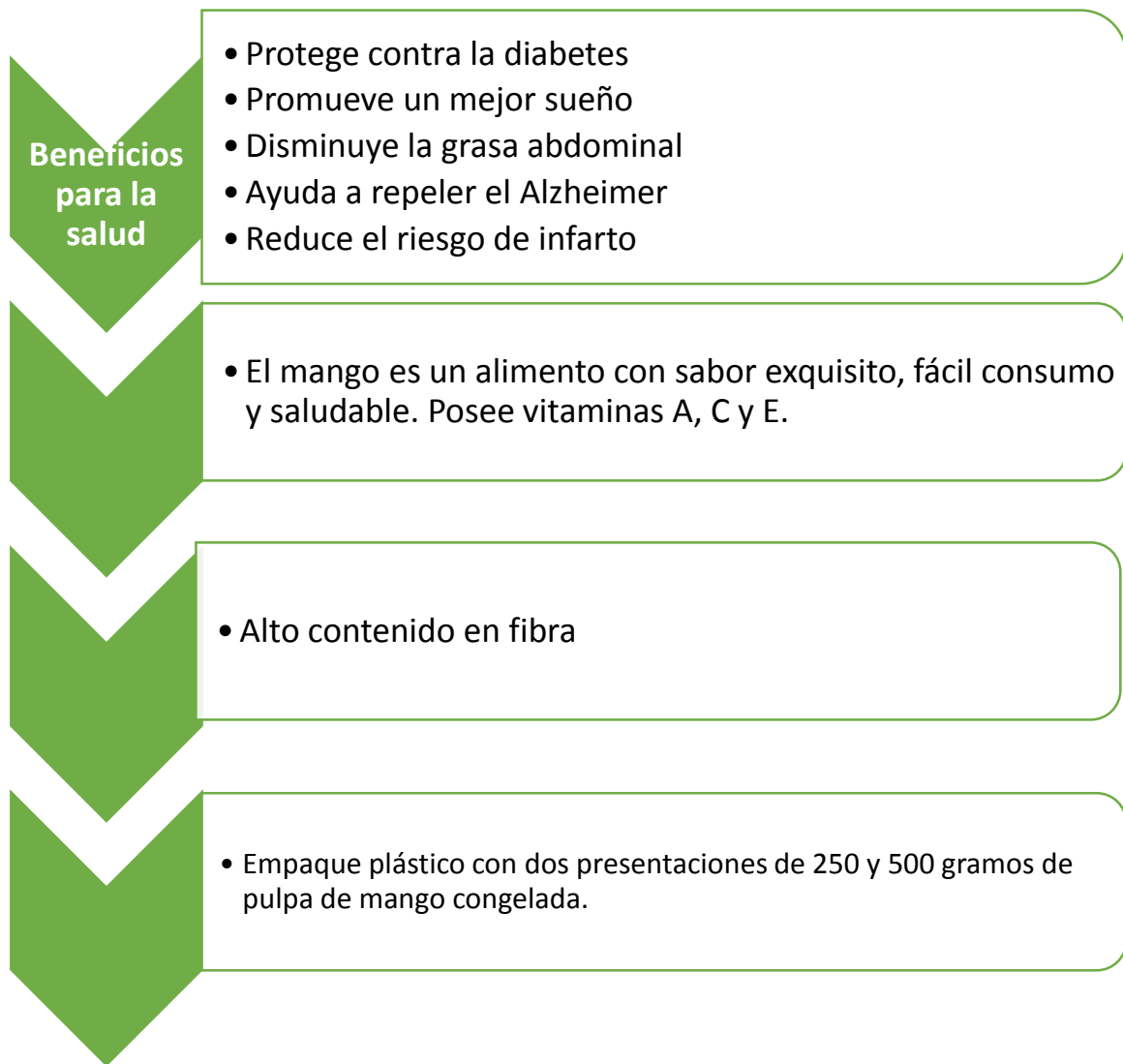
Figura 31. Proceso de transformación del mango tomy

Fuente: Gráfico elaborado con base en la web

3.4. PRODUCTO

El producto elaborado en base al mango tommy atkins será la pulpa de mango, que se va a distribuir en el mercado de la ciudad de Santiago de Chile. La presentación que comúnmente se encuentra disponible en los principales puntos de comercio es de 335 gramos y 500 gramos.

Para hacer el producto atractivo al consumidor chileno, las presentaciones elaboradas por Multimangos serán de 250 gramos y 500 gramos.



3.5. PRECIO

Para determinar el precio del producto, se necesita hallar el costo de la transformación que sufre el mango tommy para emplear su pulpa, teniendo en cuenta insumos, mano de obra, el rendimiento que se obtiene al retirar la parte comestible del mango, los costos indirectos de fabricación y el margen de utilidad.

Tabla 6. Precios de la pulpa de mango

Presentaciones de la pulpa de mango tommy	Precio mercado chileno (\$ CLP/COP)	Precio empresa (\$ CLP/COP)
250 gramos	\$ 2.619 CLP (\$ chilenos) \$ 12.351 COP (\$ colombianos)	\$ 1.488 CLP (\$ chilenos) \$ 7.000 COP (\$ colombianos)
500 gramos	\$ 5.232 CLP (\$ chilenos) \$ 24.702 COP (\$ colombianos)	\$3.190,5 CLP (\$ chilenos) \$ 15.000 COP (\$ colombianos)

Fuente: Tabla elaborada con base en información de Walmart Chile y Tottus Chile

Fuente: Tabla elaborada con base en información extraída de ODEPA

Las importaciones de la partida arancelaria 20079959 correspondientes a las demás preparaciones de mango, presentaron un notorio crecimiento en el período seleccionado 2012 a 2018, con un crecimiento promedio de 22,45% para el valor en miles de US\$, iniciando en el año 2012 con un valor de 381,9 miles de US\$ para concluir en 1.241 miles de US\$ en el año 2018. De igual forma la cantidad demandada de esta partida arancelaria presentó un crecimiento sostenido promedio de 29,27%, comenzando con 288.990,7 Kg netos en el año 2012 aumentando a 1.280.940,7 Kg netos en el año 2018.

3.6. Unidades a vender

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021	2022	2023	2024
Mangotástico	250					
Pulpa de mango	GRAMOS	90.000	94.500	99.225	104.187	109.397
Mangotástico	500					
Pulpa de mango	GRAMOS	45.000	47.250	49.613	52.094	54.699

En el primer pedido de exportación al año 2020 del producto de pulpa de mango con nombre comercial Mangotástico con tamaños de 250 gramos, el cual se enviará 90.000 paquetes a Chile, teniendo un incremento del 5% anual, por lo tanto aumentará consecutivamente a los 5 años proyectados.

La presentación de 500 gramos tendrá un pedido de 45.000 paquetes, incrementándose 5% anual para los demás años proyectados.

3.7. Materia prima empleada

Se hará la compra de 60.000 kilogramos de mango tommy atkins de las fincas ubicadas en la región analizada del Alto Magdalena, a un precio cotizado en la Bolsa Mercantil Colombiana de 2.541 de los cuales 35% de la cantidad comprada se desechará, ya que corresponde a la parte no comestible del mango (cáscara y

semilla), restando la pulpa restante (65% del producto en bruto) que se usará para la elaboración del producto Mangotástico en sus presentaciones 250 gr y 500 gr.

También se empleará azúcar y ácido cítrico, elemento usado para ayudar a la conservación de insumo alimenticio.

Chile posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 24 puertos que están habilitados para el manejo de diferentes tipos de cargas, lo que permite que el 95% del comercio con el exterior. Los principales puertos son: Antofagasta, Arica, Chañaral, Coquimbo, Iquique, Puerto Montt, Punta Arenas, San Antonio, San Vicente y Valparaíso.

El puerto de San Antonio es uno de los más utilizados por Colombia para la comercialización internacional.

3.8. Puerto de San Antonio

Es un puerto localizado en la ciudad costera de San Antonio, siendo el puerto más grande por manejo total de carga, y el más ocupado de la costa occidental de Suramérica. Sirve también para la recepción de las mercancías con destino a la ciudad de Santiago de Chile, debido a su cercanía de 113 km, tomando un tiempo de aproximadamente 2 horas entre las dos ciudades, ya que el otro puerto más cercano el de Valparaíso, está más retirado 240 km y tarda aproximadamente más de 3 horas en llegar. El puerto posee 4 terminales, uno para carga general, otro para carga a granel, el tercero para químicos, y el último especializado en contenedores y ácido sulfúrico. Tuvo un promedio de transferencia de carga de 12,5 millones de toneladas en el promedio 2009-2017.

ORIGEN	DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO DIRECTO (DÍAS)	FRECUENCIA
Buenaventura	San Antonio	7	Semanal

3.9. Embalaje

Para el embalaje, se utilizarán cajas con medidas de 31.2 cm de largo, 40.8 cm de ancho y 12.1 cm de alto.

El container para el proceso exportador es un Refeer de 40 pies, el cual tiene una medida exterior de 12.19 metros de alto, 2.44 metros de ancho y 2.59 metros de alto. Es el contenedor más usado para el envío de productos agroindustriales, el volumen total es de 58.70 m³, y la capacidad es de 30.400 kilogramos.

Para el envío de las 45.000 unidades del primer año de pulpa de mango, se enviará un pedido de 80 cajas, en las cuales en algunas irán 7 paquetes de 500 gramos y 14 paquetes de 250 gramos, totalizando un total de 21 paquetes por caja. En otras irán 28 paquetes de 250 gramos, y 14 paquetes de 500 gramos, con el objetivo de utilizar la capacidad que tienen las cajas. Para esto se necesitará enviar anualmente un total de 80 contenedores, enviando las 80 cajas en cada uno de los contenedores.

Cantidad de cajas empleadas	Unidades de pulpa de mango de 250 gramos	Unidades de pulpa de mango de 500 gramos
40 cajas	14 paquetes	7 paquetes
40 cajas (20 cajas utilizadas solo para las presentaciones de 250 gr y las otras 20 cajas para la presentaciones de 500 gr)	28 paquetes	14 paquetes

3.10. Clasificación arancelaria de la pulpa de mango congelada

Producto	Partida	Subpartida	Tasa base	Categoría de desgravación
Pulpa de mango congelada	0811	0811 90 91 90	15%	A desgravación inmediata

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Las estrategias promocionales más importantes son las participaciones en feria, análisis de medio, publicidad en supermercados, etc.
- Las campañas enfocadas en la salud de los consumidores, la calidad, la inocuidad, el valor nutricional de las frutas, teniendo en cuenta distribuidores y consumidores
- Los descuentos a los productos también son efectivos en la adquisición del producto.
- Negociaciones con los principales distribuidores de frutas y verduras del mercado chileno.

CANVAS

<p>8. Socios claves</p> <p>PROCHILE PROCOLOMBIA ODEPA CAMARA DE COMERCIO COLOMBO CHILENA</p>	<p>7. Actividades claves</p> <p>Exportación de pulpa de mango hacia Chile</p>	<p>1. Propuesta de valor</p> <p>Producto de origen tropical, pulpa de mango empaquetado en presentaciones de diferente tamaño a bajo precio</p>	<p>4. Relación con clientes</p> <p>Recepción del pedido y distribución, al igual que descuentos</p>	<p>2. Segmentos de mercado</p> <p>Población de origen extranjero principalmente de países consumidores, y personas de clase media.</p>
<p>9. Estructura de costos</p> <p>Materia prima, gastos administrativos, personal, maquinaria, distribución.</p>		<p>3. Canales</p> <p>Supermercados y ferias</p> <p>5. Modelos y fuentes de ingresos</p> <p>Venta al mayor y detal de pulpa de mango de diferentes presentaciones.</p>		

3.11. ANÁLISIS FINANCIERO

Estado de Flujo de Fondos del Proyecto en 5 años

Descripción Rubros	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Total Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 1.305.000.00	\$ 1.418.208.75	\$ 1.541.246.39	\$ 1.674.961.15	\$ 1.820.274.42
Total Costos y Gastos Operacionales	\$ -	\$ 1.038.824.11	\$ 1.111.104.91	\$ 1.192.493.66	\$ 1.280.495.49	\$ 1.375.669.20
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ -	\$ 266.175.88	\$ 307.103.83	\$ 348.752.72	\$ 394.465.66	\$ 444.605.22
Gastos Financieros		\$ 36.906.226	\$ 34.005.863	\$ 30.619.248	\$ 26.664.861	\$ 22.047.515
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 229.269.66	\$ 273.097.96	\$ 318.133.47	\$ 367.800.80	\$ 422.557.70
Menos Impuesto de Renta 33%		\$ 75.658.988	\$ 90.122.329	\$ 104.984.048	\$ 121.374.264	\$ 139.444.043
UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 153.610.67	\$ 182.975.63	\$ 213.149.43	\$ 246.426.53	\$ 283.113.66
Más Aportes Sociales	100.000.000					
Más Préstamos Recibidos	244.285.700					
Más Depreciación		\$ 26.133.533	\$ 26.133.533	\$ 26.133.533	\$ 26.133.533	\$ 26.133.533
Más Amortizaciones Diferidos		\$ 3.000.000	-	-	-	-
Menos Amortización Capital Préstamos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		17.299.928	20.200.292	23.586.906	27.541.293	32.158.640
FLUJO NETO DE FONDOS	\$ 344.285.70	\$ 165.444.27	\$ 188.908.88	\$ 215.696.05	\$ 245.018.77	\$ 277.088.55

RESUMEN PARA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Flujo de Caja	\$ 165.444. 279	\$ 188.908.8 80	\$ 215.696. 057	\$ 245.018. 777	\$ 277.088. 556
----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Valor Presente del Flujo Neto	\$ 138.890. 129	\$ 133.134.8 12	\$ 127.614. 813	\$ 121.696. 441	\$ 115.535. 840
--------------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

VPN	\$ 292.586. 335				
------------	-----------------------	--	--	--	--

TIR	25,7%				
------------	-------	--	--	--	--

Utilidad Operacional	\$ 266.175. 888	\$ 307.103.8 31	\$ 348.752. 727	\$ 394.465. 662	\$ 444.605. 220
-----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Margen Operacional	20,4%	21,7%	22,6%	23,6%	24,4%
---------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Utilidad Neta	\$ 138.249. 606	\$ 164.678.0 75	\$ 191.834. 488	\$ 221.783. 883	\$ 254.802. 296
----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Margen Neto	10,6%	11,6%	12,4%	13,2%	14,0%
--------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Valor Activo	\$ 865.837. 679	\$ 1.185.661 .261	\$ 1.545.041 .360	\$ 1.948.714 .135	\$ 2.400.743 .765
---------------------	-----------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Rentabilidad del Activo	30,7%	25,9%	22,6%	20,2%	18,5%
--------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Estado de Resultados proyectado a 5 años					
Descripción Rubros	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ingresos por Ventas de Productos Manufacturados	\$ 1.305.000.000	\$ 1.418.208.750	\$ 1.541.246.393	\$ 1.674.961.159	\$ 1.820.274.425
Ingresos por Ventas de Mercancías no Fabricadas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos Operacionales	\$ 1.305.000.000	\$ 1.418.208.750	\$ 1.541.246.393	\$ 1.674.961.159	\$ 1.820.274.425
Costo de Materia Prima Directa	\$ 159.819.075	\$ 173.683.380	\$ 188.751.303	\$ 205.126.909	\$ 222.922.946
Costo de Mano de Obra Directa	\$ 58.307.530	\$ 60.348.293	\$ 62.460.483	\$ 64.646.600	\$ 66.909.231
Costo de Materia Prima Indirecta	\$ 612.000.000	\$ 665.091.000	\$ 722.794.929	\$ 785.502.666	\$ 853.649.704
Costo de Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 27.061.833	\$ 27.445.593	\$ 28.153.285	\$ 28.885.746	\$ 29.643.843
Costos de Mercancía no Fabricada por la Empresa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costos de Producción y Venta	\$ 857.188.438	\$ 926.568.266	\$ 1.002.160.000	\$ 1.084.161.922	\$ 1.173.125.724
Utilidad Bruta	\$ 447.811.562	\$ 491.640.484	\$ 539.086.393	\$ 590.799.238	\$ 647.148.701
Gastos Operacionales de Administración	\$ 100.373.977	\$ 101.249.689	\$ 104.640.051	\$ 108.149.076	\$ 111.780.916
Gastos Operacionales de Ventas	\$ 79.798.498	\$ 81.823.764	\$ 84.230.416	\$ 86.721.300	\$ 89.299.365
Total Gastos Operacionales	\$ 180.172.474	\$ 183.073.453	\$ 188.870.466	\$ 194.870.375	\$ 201.080.281
Utilidad Operacional	\$ 267.639.088	\$ 308.567.031	\$ 350.215.927	\$ 395.928.862	\$ 446.068.420
Más OTROS INGRESOS					
Arrendamientos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Menos OTROS EGRESOS					
Gastos Financieros	\$ 35.745.916	\$ 32.936.738	\$ 29.656.597	\$ 25.826.534	\$ 21.354.354
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 231.893.172	\$ 275.630.292	\$ 320.559.330	\$ 370.102.329	\$ 424.714.067
Menos Impuesto de Renta 33%	\$ 76.524.747	\$ 90.957.996	\$ 105.784.579	\$ 122.133.769	\$ 140.155.642
Utilidad Después de Impuestos	\$ 155.368.425	\$ 184.672.296	\$ 214.774.751	\$ 247.968.560	\$ 284.558.425
Reserva Legal 10%	\$ 15.536.843	\$ 18.467.230	\$ 21.477.475	\$ 24.796.856	\$ 28.455.842
UTILIDAD NETA	\$ 139.831.583	\$ 166.205.066	\$ 193.297.276	\$ 223.171.704	\$ 256.102.582

Balance General Clasificado Projectado a 5 Años

Descripción Rubros	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Disponible	\$ 10.000.000	\$ 358.467.361	\$ 570.012.709	\$ 809.409.812	\$ 1.080.382.465	\$ 1.385.894.999
Inventario de Materias Primas	\$ 122.715.000	\$ 238.487.861	\$ 364.304.018	\$ 501.035.953	\$ 649.630.389	\$ 811.116.287
Cuentas por Cobrar		\$ 108.750.000	\$ 118.184.063	\$ 128.437.199	\$ 139.580.097	\$ 151.689.535
Total Activo Corriente	\$ 132.715.000	\$ 705.705.222	\$ 1.052.500.790	\$ 1.438.882.965	\$ 1.869.592.951	\$ 2.348.700.821
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificaciones	\$ 36.480.000	\$ 36.480.000	\$ 36.480.000	\$ 36.480.000	\$ 36.480.000	\$ 36.480.000
Maquinaria y Equipo	\$ 61.880.000	\$ 61.880.000	\$ 61.880.000	\$ 61.880.000	\$ 61.880.000	\$ 61.880.000
Equipos de Oficina	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000
Muebles y Enseres	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 3.280.000	\$ 3.280.000	\$ 3.280.000	\$ 3.280.000	\$ 3.280.000	\$ 3.280.000
Flota y Equipo de Transporte	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000	\$ 77.000.000
Depreciación Acumulada		\$ -24.670.333	\$ -49.340.667	\$ -74.011.000	\$ -98.681.333	\$ -123.351.667
Total Prop. Planta y Equipo	\$ 180.290.000	\$ 155.619.667	\$ 130.949.333	\$ 106.279.000	\$ 81.608.667	\$ 56.938.333
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 3.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Diferido	\$ 3.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 316.005.000	\$ 861.324.889	\$ 1.183.450.123	\$ 1.545.161.965	\$ 1.951.201.618	\$ 2.405.639.154
Bancos Nacionales		\$ 19.565.206	\$ 22.845.348	\$ 26.675.411	\$ 31.147.591	\$ 36.369.540
Proveedores Nacionales		\$ 308.727.630	\$ 451.282.613	\$ 606.207.511	\$ 774.572.783	\$ 957.544.449
Cuentas por Pagar		\$ 854.615	\$ 884.527	\$ 915.485	\$ 947.527	\$ 980.691
Impuesto de Renta por Pagar		\$ 76.524.747	\$ 90.957.996	\$ 105.784.579	\$ 122.133.769	\$ 140.155.642
Total Pasivo Corriente	-	\$ 405.672.198	\$ 565.970.484	\$ 739.582.986	\$ 928.801.670	\$ 1.135.050.322
Bancos Nacionales	\$ 236.605.500	\$ 200.284.265	\$ 177.438.918	\$ 150.763.507	\$ 119.615.916	\$ 83.246.376
Total Pasivo a Largo Plazo	\$ 236.605.500	\$ 200.284.265	\$ 177.438.918	\$ 150.763.507	\$ 119.615.916	\$ 83.246.376
Total Pasivo	\$ 236.605.500	\$ 605.956.464	\$ 743.409.402	\$ 890.346.493	\$ 1.048.417.586	\$ 1.218.296.698
Aportes Sociales	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Utilidades Acumuladas		\$ -	\$ 139.831.583	\$ 306.036.649	\$ 499.333.925	\$ 722.505.629
Reserva Legal Acumulada		\$ -	\$ 15.536.843	\$ 34.004.072	\$ 55.481.547	\$ 80.278.403
Reserva Legal		\$ 15.536.843	\$ 18.467.230	\$ 21.477.475	\$ 24.796.856	\$ 28.455.842
Utilidad del Ejercicio		\$ 139.831.583	\$ 166.205.066	\$ 193.297.276	\$ 223.171.704	\$ 256.102.582
TOTAL PATRIMONIO	\$ 100.000.000	\$ 255.368.425	\$ 440.040.721	\$ 654.815.472	\$ 902.784.032	\$ 1.187.342.457
PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 336.605.500	\$ 861.324.889	\$ 1.183.450.123	\$ 1.545.161.965	\$ 1.951.201.618	\$ 2.405.639.154

**Liquidación Mensual de
Nómina de Empleados**

Ítem	Departamento	Cargo	Sueldo Básico	Días Laborados	Devengados				
					Salario	Auxilio de Transp	Horas Extras	Comisiones	Total
1	Administración	Gerente comercial	\$ 2.571.303	30	3.085.564	-			3.085.564
2	Administración	Contador	\$ 1.714.202	30	1.714.202	100.429			1.814.631
3	Administración	Secretaria	\$ 1.285.652	30	1.285.652	100.429			1.386.081

4	Ventas	Jefe de ventas	\$ 1.714.202	30	1.714.202				
5	Ventas	Vendedor	\$ 1.285.652	30	1.285.652				
6	Ventas	Vendedor	\$ 1.285.652	30	1.285.652				
7	Producción MOD	Técnico en mantenimiento	\$ -	30	-	100.429			100.429
8	Producción MOD	Operario	\$ 1.028.521	30	1.028.521	100.429			1.128.950
9	Producción MOD	Operario	\$ 1.028.521	30	1.028.521	100.429			1.128.950
10	Producción MOD	Operario	\$ 1.028.521	30	1.028.521	100.429			1.128.950
11	Producción MOD	Operario	\$ 1.028.521	30	1.028.521	100.429			1.128.950

Administración	6.085.417	200.858	-	-	6.286.275
Ventas	4.285.505	-	-	-	-
Producción MOD	4.114.085	502.145	-	-	4.616.230
Producción MOI	-	-	-	-	-
Totales	14.485.007	703.003	-	-	10.902.505

CONCLUSIONES

- Con base en los estudios presentados en este proyecto de viabilidad, se puede concluir que es rentable para una empresa exportadora de la región comercializar el insumo de pulpa de fruta hacia el mercado chileno.
- La pulpa de fruta es la forma de consumo más utilizada en Chile, de acuerdo a lo que se analiza de esta investigación, siendo un producto listo para el consumo.
- La región analizada tiene potencial para suplir a la demanda tanto nacional como internacional, aunque se están haciendo esfuerzos para mejorar la calidad del mango, con el objetivo de posicionar a Colombia entre los ocho primeros exportadores del mango a nivel mundial, debido a que pertenece a la región central productora de mango y concentra la mayor producción nacional.
- La población chilena tiene una tendencia a elegir productos saludables y naturales, adquiriendo cada vez más conciencia de consumir esta clase de alimentos, con el fin de mejorar la calidad de vida.
- Las exportaciones por vía marítima son las más empleadas para el envío de productos alimenticios, debido a que cuenta con mayor capacidad para transportar productos, además de que el comercio entre Colombia y Chile se ve favorecido por el Acuerdo comercial que exime del pago del arancel a las frutas de origen tropical, fortaleciendo las relaciones bilaterales entre ambas naciones.

RECOMENDACIONES

- Para alcanzar uno de los objetivos primordiales propuestos por la cadena productora de mango, es necesario tener en cuenta los controles fitosanitarios que requiere la manipulación del mango, ya que a partir de allí, se mejorará la calidad del producto, permitiendo tener más competitividad.
- Implementar planes de desarrollo tecnológico, ya que se han hecho buenos estudios respecto a los aspectos tecnológicos en cuanto al cultivo del mango, aunque es necesario desarrollarlos, debido a que si se completan satisfactoriamente, dará paso a la mejora de la competitividad en la región.
- Es necesario revisar los procedimientos para asegurar la calidad, teniendo en cuenta los requisitos que se postulan en las Buenas Prácticas Alimenticias, BPA.
- Los productores deben tener en cuenta el desarrollo de los subsectores de la cadena productiva del mango, por medio de las asociaciones regionales junto al incentivo de la cultura empresarial enfocada en este sector productivo.
- Con el propósito de generar más alianzas estratégicas dentro de este gremio, es importante promover este tipo de asociación entre las diferentes partes de los eslabones que conforman la cadena productiva, como sucede con los proyectos asociativos de carácter regional, aumentando la asistencia técnica

(ICA, CORPOICA, FNFH, ASOHOFRUCOL), el empaque, la financiación y el comercio.

- En base a la estrategia de introducción y posicionamiento en el mercado internacional, el acceso comercial que tiene Chile a otros países está más consolidado, permitiendo a Colombia, por medio de este proceso de exportación alcanzar una cuota de participación mayor, para lograr cumplir con los objetivos previstos de llegar a más consumidores, que adquieren productos desde Chile, debido a los acuerdos comerciales.

ANEXOS

FLETE EN CHILE

ruta ESPINAL – SANTIAGO

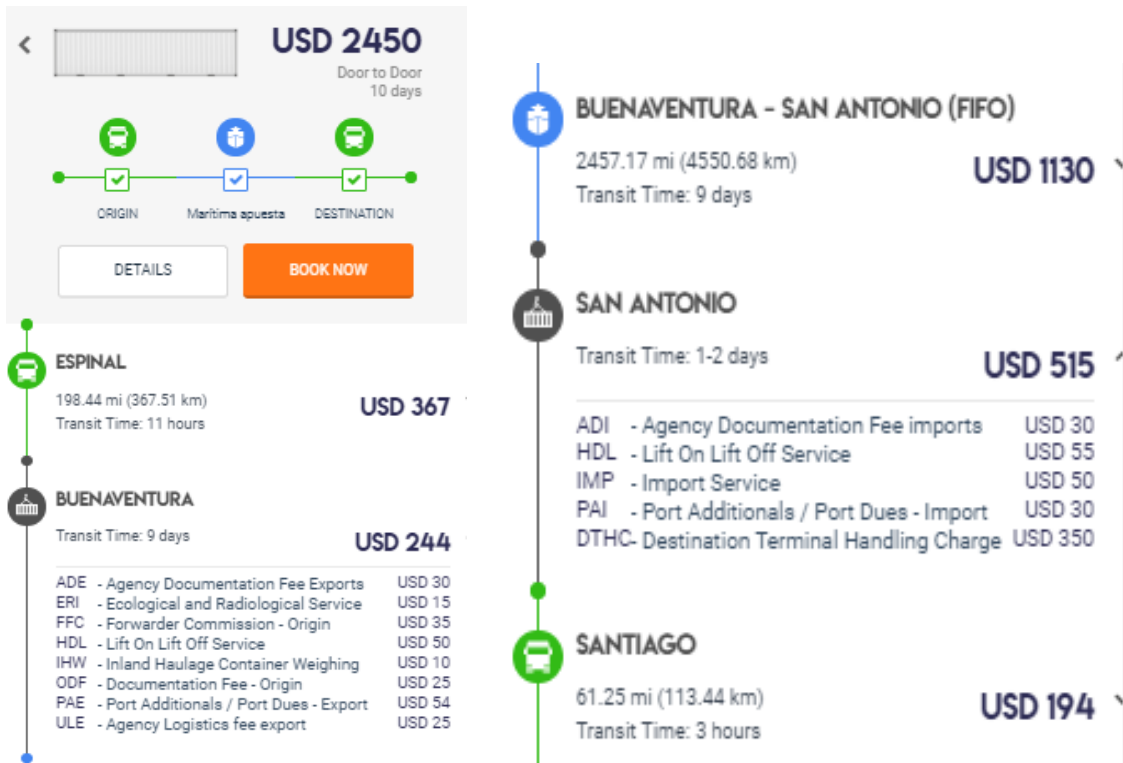


Figura 3. Costos flete de exportación marítima

Fuente: Sea Rates

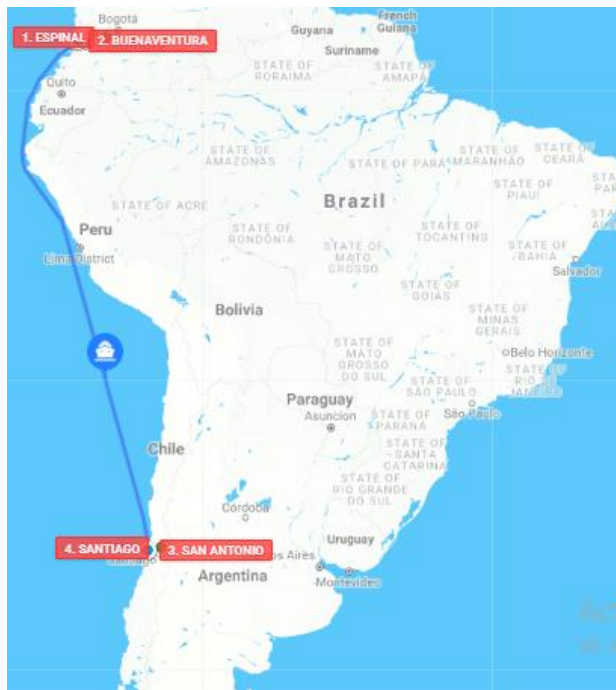


Figura 4. Ruta exportadora marítima Colombia-Chile

Fuente: Sea Rates

Objetivo: Esta encuesta tiene como propósito averiguar las oportunidades de exportación exitosa de mango al mercado chileno, teniendo en cuenta la empresa FEDEMANGO

<p>1. DATOS GENERALIDADES NOMBRE Y APELLIDO: Lenar Lozano CARGO: Gerente de Fedemango SEXO F__ M_X_ ESTADO SOCIOECONÓMICO: ALTO NIVEL DE ESCOLARIDAD</p>
<p>2. INFORME DE LA ACTIVIDAD A INVESTIGAR Tipo de producto Mango Tommy Atkins CIU A011701 Producción especializada de mango Volumen de residuos</p> <p>1) Cuánto mide el área o terreno donde está la producción del mango tommy? Al año 2017 A nivel nacional fueron 32.813 ha sembradas y 26.844 ha cosechadas. En el Tolima fueron 6.502 ha sembradas y 6.001 ha cosechadas En el Espinal fueron 3.592 ha sembradas y 3.592 ha cosechadas</p>

2) ¿Ha habido crecimiento del tamaño del área destinada a este cultivo?

Si. Durante los últimos 10 años ha habido un crecimiento en el área destinada a este cultivo tanto en Colombia, como a nivel departamental y municipal

3) ¿Cuál es el número de productores que se dedican a esta actividad registrados en Fedemango?

2.601 productores

4) ¿Cuál es el costo de exportación para el mango?

Caja: \$3,64 USD ó \$9.100 COP

Kilo: \$0,91 USD ó \$2.275 COP

5) ¿Cuántos predios registrados hay en el Tolima, Cundinamarca y a nivel nacional?

En el Tolima existen 12 fincas, mientras en Cundinamarca hay solo 1 y a nivel nacional son en total 50

6) ¿Cuántas empresas se encuentran autorizadas para exportar?

En Colombia hay 50 fincas certificadas para exportar mango, mientras en el Tolima solo 12 cuentan con ello

7) ¿A quién le vende usted la producción de mango tommy?

Intermediario

A la plaza de mercado

Vende la cosecha

Otro X ¿A quién? Ninguno, ya que Fedemango es una agremiación y solo asesora

8) ¿Qué se debe tener en cuenta para la selección de productos a exportar?

Una matriz atractivo y competitividad de frutas, en donde se analice los ingresos por hectárea, el rendimiento, el consumo mundial, etc.

9) ¿Cuál es el rendimiento promedio de la producción?

13 ton/ha

10) Considera que es rentable la producción de mango tommy atkins? SI X NO

11) ¿Cuál es el potencial de desarrollo de los departamentos de Cundinamarca y Tolima?

Mercado nacional + exportación

12) ¿Los pequeños productores se benefician de la comercialización del producto?

Si, debido a la poca tecnificación del riego, la falta de asistencia técnica, la escasez de crédito, el incumplimiento en el pago a los productores por parte de los intermediarios sumado a una baja rentabilidad para los pequeños productores

13) ¿Cuándo cosecha usted los mangos?

Los mangos se pueden cosechar verde maduros y terminarse de madurar posteriormente logrando buena calidad.

Los índices de madurez usados para el mango son: tamaño y forma del fruto, cambio de color externo de verde a amarillo o de verde ligero a verde oliva dependiendo del cultivar

14) ¿Qué especies de mango cultiva?

Mariquiteño, Chancleto, Vallenato, de azúcar, Tommy, Yulima y Keitt

15) ¿A cuánto asciende la producción de mango en el departamento?
Para el Tolima alcanzó 56.193 toneladas

16) ¿Cómo se clasifica el volumen de mangos usados para exportación?
Las frutas que se destinan a la exportación se clasifican por tamaño, eliminándose todas aquellas que sobrepasen los niveles máximos de daños y defectos que son tolerados por la planta empacadora para preservar la calidad de sus productos en el extranjero y de esta forma mantener su mercado.

3. PROPUESTA

¿Considera usted factible la idea de exportar mango tommy atkins colombiano hacia Chile?

Sí es factible ya que el mercado de frutas tropicales se encuentra en expansión, y el mango es una fruta muy cotizada en Chile, ya que no lo produce, pudiendo Colombia satisfacer esta demanda.

El mercado chileno es muy rentable y brinda oportunidades a los productos que se van a introducir al mercado sobre todo si son naturales. Para Colombia no hay arancel sobre este producto, y hay 2 acuerdos comerciales vigentes con Chile.

- El árbol de mango requiere de mucho cuidado en cuanto a fertilización e irrigación suficiente en sus primeros estadios de desarrollo y la floración
- El mango es una fruta que requiere de cuidados en la cosecha ya que cuando está sazona es muy susceptible a daños por golpes.
- En la planta de procesamiento no requiere de muchos tratamientos para asegurar su calidad al llegar al mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- **PROCOLOMBIA** (27 de Octubre del 2014). *Chile aumenta interés por las frutas exóticas y tropicales colombianas*. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agricola/chile-aumenta-interes-por-las-frutas-exoticas-y-tropicales-colombianas>
- **MINISTERIO DE AGRICULTURA** (Noviembre del 2012). *Acuerdo de competitividad cadena productiva del mango*. Recuperado de: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Mango/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/004%20-%20D.C.%20-%20Acuerdo%20Competitividad%20Cadena%20Mango.pdf>
- **AGRONET** (2019). *Estadísticas agropecuarias*. Recuperado de: <https://www.agronet.gov.co/Paginas/inicio.aspx>
- **PORTAFOLIO** (2011). *El mango, un producto con mucho potencial exportador*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/mango-producto-potencial-exportador-434974>
- **AGRONEGOCIOS** (Octubre del 2015). *Producción de mango en Colombia puede crecer cerca de 36%*. Recuperado de: <https://www.agronegocios.co/agricultura/produccion-de-mango-puede-crecer-36-2621672>
- **ASOHOFrucOL** (Septiembre-Octubre 2012). *El mango rico en desafíos*. Recuperado de: <http://www.asohofrucol.com.co/archivos/Revista/Revista25.pdf>

- **ASOHOFRUCOL** (2012). *Situación actual y perspectivas de la cadena de mango*. Recuperado de: http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_217_Situaci%C3%B3n%20actual%20y%20perspectivas%20de%20la%20cadena%20Productiva%20del%20Mango%20en%20Colombia.pdf
- **PROCHILE** (2018). *Compradores internacionales*. Recuperado de: <https://www.prochile.gob.cl/>
- **ODEPA** (2018). *Estadísticas y comercio internacional*. Recuperado de: <https://www.odepa.gob.cl/estadisticas-del-sector/comercio-exterior>
- **SERVICIO AGRÍCOLA Y GANADERO** (2018). *Ingreso o salida de Chile- productos de origen vegetal*. Recuperado de: <http://www.sag.gob.cl/ambitos-de-accion/productos-de-origen-vegetal>
- **MINISTERIO DE SALUD** (2017). *Encuesta Nacional de Salud 2016-2017*. Recuperado de: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/11/ENS-2016-17_PRIMEROS-RESULTADOS.pdf
- **SANTANDER TRADE** (2019). *Perfil del consumidor chileno*. Recuperado de: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor>
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS** (2017). *Estimaciones y proyecciones de la población de Chile 1992-2050*. Recuperado de: <https://www.censo2017.cl/descargas/proyecciones/metodologia-estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion-chile-1992-2050.pdf>

- **ASOHOFRUCOL, CORPOICA (2013).** *Modelo tecnológico para el cultivo del mango en el Valle del alto Magdalena en el Departamento del Tolima.* Recuperado de: www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_264_MP_Mango.pdf
- **NAMAKFOROOSH, M. N, (2005).** *Diseño de la investigación/tipos de estudio. Metodología de la investigación.* Segunda edición.
- **HERNÁNDEZ S. R, (2005).** *Propósitos y valor de los diferentes alcances de las investigaciones.* Metodología de la investigación. Sexta edición
- **TOVAR Y ZAMUDIO, (2011).** *Composición de la pulpa de mango.* Proyecto empresa industrial procesadora y comercializadora de frutas fruka.
- **BALLESTEROS D. M, (2012).** *Propuesta a los pequeños productores del municipio de La Mesa para la creación de una cooperativa comercializadora de mango.* Recuperado de la biblioteca de la Universidad de Cundinamarca.
- **DURÁN HERNÁNDEZ Y SILVA SERRANO (2010).** *Estudio de viabilidad para la creación de una comercializadora de repuestos para vehículos Chevrolet NKR, Kía y Hyundai en Girardot.* Recuperado de la biblioteca de la Universidad de Cundinamarca