



**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO  
DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS

ARTÍCULO ACADÉMICO QUE SE PRESENTA COMO  
REQUISITO PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO EN CIENCIAS  
EMPRESARIALES

Autor  
Paula Ivonne Ruiz Holguín

Tutor  
Gladys Ordoñez

SAMBORONDÓN, Abril del 2014

**LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE  
LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

**Página de aprobación del tutor**

# LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

Paula I. Ruiz, Universidad Espíritu Santo – Ecuador, Correo electrónico: [piruiz@uees.edu.ec](mailto:piruiz@uees.edu.ec), Facultad de Economía y Ciencias Empresariales Edificio G, Universidad Espíritu Santo, Km. 2.5 Vía Puntilla Samborondón.

## Resumen

En los últimos años se evidencia que Ecuador ha tenido un incremento en su producción de mango y sus exportaciones. Sin embargo, Ecuador destina la mayoría de dicha exportación al mercado estadounidense donde ya existe alta competencia por ganar la demanda de este producto. Generando así que el país no diversifique sus exportaciones y que al solo vender a Estados Unidos deba mantenerse con el precio que fija dicho país. Por el contrario sus países vecinos Brasil y Perú en busca de competitividad, decidieron incursionar en nuevos mercados como Japón puesto que ofrece un mejor precio y existe una demanda insatisfecha de mango. Por consiguiente esta propuesta, analizara e investigara tanto la situación actual de los exportadores de mango de la provincia del Guayas, su competitividad internacional e interés para exportar al mercado Japonés, con el fin de promover la exportación de un producto no tradicional en un nuevo mercado que se muestra mucho más rentable y que le daría al sector del mango ecuatoriano un mejor posicionamiento.

**Palabras claves:** Mango, Exportación, Japón, Ecuador, Aumento y Competitividad.

# **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

## **Abstract**

In recent years, it can be demonstrated that Ecuador has had an increase in mango production and exports. However, Ecuador sends the majority of its exportation to the U.S. market where there is already high competition to win the demand for this product. Making the country with no diversification in their mango exports and that only selling to the United States, the exportation has to maintain to a fixed price by this country. Instead its neighbors Brazil and Peru in search of competitiveness, they decided to venture into new markets like Japan because it offers a better price and an unsatisfied demand mango for fill. Therefore, this proposal analyze and investigate both the current situation of mango exporters in the province of Guayas, international competitiveness and interest to export to Japanese market, in order to promote the export of non-traditional product in a new market which is much more profitable and would give the Ecuadorian mango industry a better positioning.

**Keywords:** Mango, Export, Japan, Ecuador, Increase, and Competitiveness.

# **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

## **Introducción**

Los frutos no tradicionales como la naranjilla, piña, mora, mango, babaco, pitahaya, taxo, papaya, aguacate entre otros, han logrado posicionarse en el mercado mundial especialmente en países del primer mundo. Pero el 90% de estas frutas tropicales se producen en países subdesarrollados debido a las condiciones climáticas y de suelo. (Agronoticias de Latinoamérica y el Caribe, 2014)Es así que se pronostica que para el 2014 el mango alcanzara el 35% de la producción mundial de frutas tropicales. Siendo la región de Asia y el Pacífico los principales productores con el 69%. En la cual India es el país número uno en producir mango en todo el mundo. La segunda región es Latinoamérica con el 14% en la cual Brasil y México son los mayores productores y exportadores de mango (Agronoticias de Latinoamérica y el Caribe, 2014).

Por consiguiente, alrededor del mundo existe una gran demanda por satisfacer con estos productos llamados no tradicionales ya que se estima que la demanda de mango, piña, aguacate y papaya aumentará en un 24% para el 2014. Debido a que los volúmenes de importación de estos productos siguen creciendo, también se pronostica que sus ventas se extenderán a 3,6 millones de toneladas, dirigiéndose así la mayor parte a los principales compradores que son Estados Unidos, la Unión Europea y Japón. (Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura, 2013).

Por otra parte Ecuador es un país productor / exportador de frutos topicales tanto tradicionales como no tradicionales entre ellos el mango que es muy

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

demandado por países como Estados Unidos quien además se ha convertido en el primer destino de exportación de mango ecuatoriano seguido por Canadá.

Las exportaciones de mango en Ecuador se han incrementado en los últimos años generando ingresos al país, ya que en la campaña del 2012-2013 tuvo un incremento de 12.8% (Fundacion Mango Ecuador, 2013). Sin embargo, Ecuador solo centra su exportación de mangos a mercados tradicionales donde ya existe mucha oferta que genera precios más bajos y alta competencia, impidiendo de esta forma aumentar su producción e ingresos. A diferencia de sus países vecinos Brasil y Perú quienes han optado por incursionar en nuevos mercados como el japonés y de esta manera han logrado diversificar sus exportaciones de mango y ser competitivos (Sistema integrado de informacion de comercio exterior, 2013).

Por lo tanto, Ecuador necesita buscar acceso a un nuevo mercado no tradicional para lograr que las exportaciones de mango continuen aumentando, y no estar sujeto a un solo mercado quien ha acaparado todo el poder de compra. Por consiguiente, mediante esta investigación se propone analizar la competitividad de los exportadores de mango de la provincia del Guayas frente al mercado japonés. Para este efecto se estudiará la situación actual de los exportadores de mango del Guayas, la competitividad y el interés por incursionar en un nuevo mercado, además de analizar brevemente las importaciones de mango que realiza Japón y los resultados de que han obtenido Peru y Brasil desde que empezaron a exportar mango a Japón.

# LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

## Revisión de literatura

### El mango en el Ecuador y en el mundo

De acuerdo con la evolución del mango, este apareció por primera vez en la región de Asia, desde la India hasta las Filipinas. Es por esto que la India es uno de los mayores productores de Mango del mundo conteniendo más de 1000 variedades de este. (Palomeque Sáenz, 2005, p. 5). El mango fue introducido en América del sur por los portugueses en Brasil alrededor del siglo XVII y en América del norte por México en Hawái y California en 1800. (Duque Molina & Gomez Lucero, 2010, p. 7). Por otro lado, en el Ecuador el mango apareció aproximadamente en el año 1700 en las provincias del Guayas, Manabí y los Ríos ya que en estos lugares están los arboles más antiguos (Palomeque Saenz, 2005, p. 5). Los tipos de mangos que se cultivan en el país son *Tommy Atkins*, *Haden*, *Kent* y *Keitt*. Estas variedades comenzaron a cultivarse en 1880 ya que son muy demandadas en el mundo especialmente en países como EE.UU., Canadá, Colombia, España, México, Alemania, Nueva Zelanda, Holanda, Rusia, Chile, etc. (PRO Ecuador, 2014)

De acuerdo a las áreas cultivadas en el Ecuador, la provincia del Guayas es reconocida como la mayor superficie de cultivo de mangos con unas 7,700 hectáreas, de las cuales 6,500 Has. aproximadamente son destinadas a la exportación y las restantes son para consumo interno del país (Fundacion Mango Ecuador, 2013). Sin embargo, hace diez años en el Ecuador había 10,000 has. Cultivadas de mango para la exportación pero en la actualidad estas se redujeron a

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

las 6,500 Has. debido a que se sigue exportando a los mismos mercados tradicionales y su demanda no tiene mayor crecimiento.(HOY, 2012)

Con respecto a la producción de mangos, Ecuador en su totalidad tiene 357,194 árboles de mangos dispersos en el ámbito nacional.Obteniendo una producción de 21,588 TM de mango en el mismo año. Para el año 2011 refleja que la mayoría de árboles de mangos se encuentran en la región costa con un total de unidades de 311,659 de árboles y en producción 20,477 TM de mango. Seguido por la región Sierra que posee 25,481 árboles y tiene una producción de 1,110 TM de mango. Por último la región oriente, la cual solamente tiene registrado 55 árboles de mango y una producción de 1 TM. (INEC, 2012)

Actualmente el mango que más se produce y exporta en Ecuador es el *Tommy atkins* debido a que este es el más exportado en el mundo y solicitado por el mercado estadounidense, quienes son nuestro principal destino de exportación seguido por Canadá, la Unión Europea, México, entre otros. (Fundación Mango Ecuador, 2013). Para cumplir todos los requerimientos de estos países los productores/exportadores ecuatorianos han invertido en la mejora de sus procesos e implementación como el uso del tratamiento hidro-térmico que elimina el 99.99% la larva de la mosca del mango. De esta manera se asegura la exportación de un mango de calidad y libre de plagas.(Cabrera Macias, 2008, p. 17)

Referente al ciclo de cosecha, en el Ecuador el mango es cosechado desde la semana 40 es decir el 1 de octubre hasta la tercera semana de Enero. Por ende la comercialización y oferta exportable del mango ecuatoriano es en dichos meses. (Fundacion Mango Ecuador, 2013). En esta época la cosecha del mango nos genera una ventaja competitiva frente a los principales países



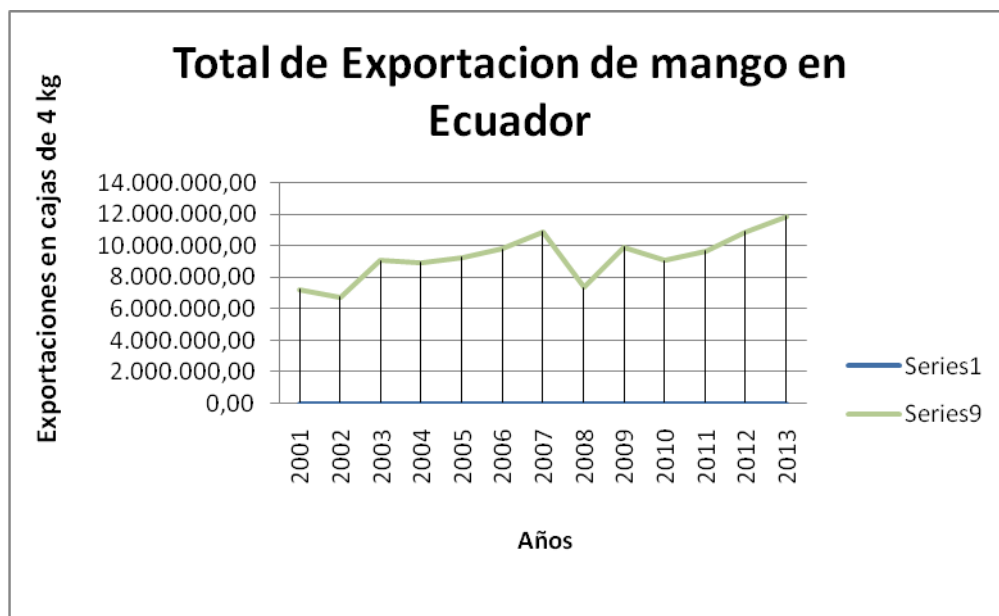
## LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

productores/exportadores de mango del mundo que son México, Brasil, India, China, Filipinas y Tailandia. Puesto que sus meses de cosechas de mango son entre abril hasta agosto (Agrobanco, 2008, p. 7). Dejando así una demanda insatisfecha, la cual Ecuador podría suplir ya que coincide con sus meses de cosecha.

### Exportaciones del mango ecuatoriano

Según los datos obtenidos de las exportaciones de mango ecuatoriano entre el periodo 2001 al 2013 se han ido incrementado hasta llegar a los 11'850,488 de cajas de 4 kilos exportadas al exterior. Solamente en el periodo 2007-2008 debido a la crisis financiera de los Estados Unidos la exportación descendió a 7'377,498 ya que el principal destino de Ecuador es Estados Unidos representando el 85% de las exportaciones.(Fundacion Mango Ecuador, 2013)

El aumento de estas exportaciones se debe a que se ha mejorado la calidad de producción de esta fruta además que existe más control y prevención de plagas por parte de los productores. Sin embargo, la cosecha tiene mucho que ver con factores climatológicos como los cambios de temperatura y las diferentes lluvias para poder tener éxito en obtener una producción de calidad(El Universo, 2013).



## LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

Figura 1. *Gráfico lineal de las exportaciones de mango en Ecuador.*

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de (Fundacion Mango Ecuador, 2013).

MERCADO DE DESTINO	2013-2014	%Por Destino
ESTADOS UNIDOS	10,073,020.00	85.00%
EUROPA	434,725.00	3.67%
CANADA	783,759.00	6.61%
MEXICO	269,280.00	2.27%
NUEVA ZELANDA	142,560.00	1.20%
CHILE	89,760.00	0.76%
OTROS	57,384.00	0.48%
TOTAL	11,850,488.00	10.00%

Tabla#1 *Exportaciones totales de mango ecuatoriano en cajas de 4 Kg por destino.* Nota. Porcentaje mayor de exportación por destino = 85% De Estados Unidos, fuente:(Fundacion Mango Ecuador, 2013)

### Competitividad del sector exportador de mango del Guayas

La competitividad es “La habilidad de una nación para crear y mantener un entorno que sustente una mayor creación de valor para sus empresas y más prosperidad para sus habitantes” (World Competitiveness Yearbook , 2013). También se la define como “La habilidad de un país para alcanzar altas y

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

sostenidas tasas de crecimiento del producto per cápita” (World Economic Forum, 2013)

Referente al sector exportador del mango se puede analizar su competitividad por cuatro puntos como la dotación del país, la naturaleza de la demanda interna, la existencia de una estructura productiva y las condiciones prevalecientes en el país con relación a las materias de creación, organización y manejo de las empresas. (Duque Molina & Gomez Lucero, 2010).

Basándose en estos conceptos se puede destacar que entre los factores productivos del Ecuador (capital, fuerza, trabajo y recursos naturales) se tiene una ventaja ya que las propiedades del suelo y recursos naturales nos dan beneficios al momento de cultivar y cosechar, el único limitante es que el periodo de cosecha que solo dura entre octubre a enero. Respecto a la fuerza de trabajo se cuenta con la mano de obra preparada y lista aunque un limitante son la falta de personas especializadas y científicos que proporcionen mejoras en la producción y cosecha del mango. Por último, los exportadores han implementado inversiones en cuanto al capital físico en sus empresas o empacadoras y cuentan con un soporte de la fundación mango Ecuador que actuaría como un capital humano puesto que actúa como un organismo tanto de control de cumplimientos de los estándares internacionales y de ayuda para el incremento en la productividad del sector del mango (Duque Molina & Gomez Lucero, 2010).

En cuanto a la competitividad del sector exportador del mango ecuatoriano frente a otros países exportadores se puede deducir que en el sistema de calidad y control de rechazo del mango para exportación Ecuador tiene un alto rechazo porque las empacadoras del producto no cuentan con la tecnología necesaria y

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

cuidados para que el fruto no se maltrate, entonces aunque el país tenga todos los certificados fitosanitarios en regla, el producto no se encuentra en óptimas condiciones (Velasco, 2010).

Otro factor de competitividad es los procedimientos de cultivo y cosechas en los cuales el Ecuador para poder tener un rendimiento estable y una etapa óptima en su producción necesita tanto de sus recursos naturales, los cuales ya posee y generan una ventaja; y los insumos agroquímicos más la tecnología utilizada que es donde Ecuador se encuentra en desventaja puesto que los insumos agroquímicos no brindan un servicio óptimo debido a su falta de calidad, mientras que en la tecnología solo las empresas grandes poseen maquinarias importadas que aseguren la calidad de la producción del mango (Duque Molina & Gomez Lucero, 2010). Sin embargo con lo referente al tratamiento hidro-térmico del mango para la eliminación de plagas y cumplimiento con los requisitos ambientales Ecuador si se encuentra alineado en su mayoría con las normas internacionales y sus requerimientos (Alvarez Savedra, 2009).

Por último, en lo concerniente a logística interna los exportadores necesitan de la implementación de economías de escala en el transporte y la contratación de empresas empacadoras que asegure el cuidado y calidad que se le da al mango. También se debe de tener velocidad en la entrega del producto puesto que Ecuador se retrasa en los tiempos de entrega del producto restándole competitividad, en su mayoría esto es debido a los incumplimientos de tiempos de las navieras. Actualmente los países más veloces del mundo en la entrega y distribución del mango son Brasil y México quienes se toman un tiempo promedio

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

de seis a quince días dependiendo del destino (Duque Molina & Gomez Lucero, 2010).

### **Estrategia de apertura hacia nuevos mercado, una herramienta de crecimiento en las exportaciones**

Ecuador está en la necesidad de expandir sus mercados de exportación y entrar en nuevos mercados así lo asegura el titular del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca Javier Ponce, quien reconoció que el sector manguero nacional es uno de los más competitivos que hay en el país. Sin embargo se mantiene en los mismos mercados tradicionales. (El Telégrafo, 2012)

En Efecto, Bernardo Malo Cordero, presidente del directorio de la Fundación Mango Ecuador explico que Ecuador exporta anualmente entre 9 a 11 millones de cajas de mango, de cuatro kilos cada una, que representan cerca de 25 millones de dólares. En el cual la mayoría de las exportaciones se dirige al mercado estadounidense, donde la población latina y asiática son los mayores consumidores. (Agencia publica de noticias del Ecuador y Suramérica Andes, 2012, p. 2) Por lo tanto se está dejando de lado el mercado asiático en el cual existen millones de consumidores potenciales de los cuales podríamos obtener ganancias al ofrecer el producto (Agencia pública de noticias del Ecuador y Sudamérica Andes, 2012).

Esto conlleva que a pesar de que se ha incrementado la exportación de mango en Ecuador, no se ha extendido nuestros destinos de exportación a diferencia de Perú y Brasil que actualmente exportan mango a Japón y han logrado entrar a este mercado no tradicional. Para esto ellos desarrollaron una

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

logística y estrategias comerciales con el trabajo de sus gobiernos para introducirse poco a poco y comenzar a vender el mango en Japón. Además de que ellos organizaron a los exportadores y cumplieron las exigentes normas niponas tanto en las empresas empacadoras de este fruto, como los altos estándares fitosanitarios requeridos por Japón. (HOY, 2012)

Por consiguiente, después de dos años, los resultados de la exportación de mango a Japón por Perú han sido positivos ya que se han incrementado. El presidente de la Asociación Peruana de Exportadores de Mango (APEM) Juan Rivera dijo que “los diferentes envíos a Japón aún son de volúmenes pequeños porque ingresamos a ese mercado hace dos años, pero esperamos que en las próximas dos temporadas lleguemos a exportar más toneladas.” (Pymex, 2012, p. 5) Efectivamente, Perú está logrando ese objetivo ya que para el 2014 que será la 4ta campaña de exportación a Japón Juan Rivera señaló que “Se estima exportar 1.200 toneladas a dicho mercado” corroborando de esta manera el aumento de las exportaciones de mango al destino japonés. (Agronoticias de Latinoamérica y el Caribe, 2014)

Por otro lado, Brasil también se está abriendo camino en el mercado nipón con su mango de exportación de la variedad *Kentt*. Puesto que desde el 2009 comenzaron las exportaciones a este destino después de que las autoridades japonesas y sus inspectores supervisaron el tratamiento hidrotermal del mango y aprobaron los procedimientos de los investigadores brasileños. (Lombana, 2009)

En consecuencia estos resultados nos muestran que Ecuador también tiene las mismas posibilidades para triunfar en un mercado no tradicional como Japón. Bernardo Malo (El Telégrafo, 2012) también cree que podemos llegar hacia el

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

mercado asiático ya que si se pudo entrar al mercado norteamericano en el que son muy estrictos, el mercado Japonés es un reto que se puede lograr.

### **Japón: Nuevo destino, mayor crecimiento en la exportación**

Según el último censo de Japón realizado en el 2010, la población de Tokio para este año es 8'949,447 habitantes (World Population Review, 2013), siendo así una de las ciudades más pobladas del mundo. Además para el 2013 obtuvo un PIB de 4.729 trillones de dólares logrando ubicarse como la quinta potencia del mundo (CIA WORLD FACTBOOK, 2014).

Japón es un país en el cual 73% de su PIB está constituido por servicios, el 25.6% por su industria y solamente el 1.1% por la agricultura (CIA WORLD FACTBOOK, 2014). Ocasionando así, una gran demanda por productos agrícolas y frutas sobretodo piña, melón, aguacate, mango, etc. (PROCOMER, 2014).

De acuerdo con Takuji Tomono (Fresh Plaza, 2011) representante de la agencia de cooperación internacional de Japón explico que existe una alta demanda de frutos como el café, cacao y mango que no se está satisfaciendo durante todo el año, y que a pesar de que existe mucha oferta y competencia en el mercado mundial, se debe plantear una estrategia para satisfacer esa demanda insatisfecha de Japón y desarrollar el comercio internacional. Debido a que afirmo que “Los japoneses quieren frutos tropicales y están listos para pagar mucho dinero si los productos que pueden ofrecer son buenos” (Fresh Plaza, 2011).

Con respecto al consumo del mango, Japón se ubica como el noveno país importador de mango en el mundo, siendo México, Tailandia e India sus proveedores principales (Sistema integrado de informacion de comercio exterior, 2013).

**LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

Nº	País	Total de Importaciones 2012 (En millones USD)
1	<a href="#">Estados Unidos</a>	401.98
2	<a href="#">China</a>	154.80
3	<a href="#">Países Bajos</a>	171.64
4	<a href="#">Alemania</a>	119.72
5	<a href="#">Reino Unido</a>	89.71
6	<a href="#">Canadá</a>	69.62
7	<a href="#">Hong Kong</a>	75.79
8	<a href="#">Francia</a>	72.29
9	<a href="#">Japón</a>	48.30
10	<a href="#">Bélgica</a>	38.77
11	<a href="#">Otros Países (123)</a>	374.66

Tabla#2 *Países importadores de mango del mundo.*

Fuente: (Sistema integrado de información de comercio exterior, 2013)

Nº	País	Total de Exportaciones a Japón 2012 (En millones USD)
1	México	1,278.32
2	Tailandia	1,050.09
3	India	927.17
4	Filipinas	790.14
5	Brasil	299.78
6	Perú	334.42
7	Australia	52.34
8	Estados Unidos	59.65
9	China	3.43
10	República Dominicana	7.34
11	Otros Países (5)	26.84

Tabla#3 *Países exportadores de mango a Japón*



## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

Fuente: (Sistema integrado de informacion de comercio exterior, 2013)

De acuerdo a la aplicación Trademap y las estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Japón importa el 42% de mango de Latinoamérica, en el cual México le exporta el 32.17% de mangos, seguido por Perú con el 5.42%, Brasil con el 3.43% y por ultimo República Dominicana con el 0.98%(Centro de comercio internacional, 2013).

### **Requisitos para realizar exportación de mango al mercado japonés**

Japón es uno de los países más exigente en cuanto los estándares y normativas que deben cumplir los productos que entran a su territorio. Para esto posee tres organismos reguladores que supervisan y ejecutan su cumplimiento. Entre ellos están el ministerio de agricultura, pesca y ciencias forestales, el ministerio de labor, salud y bienestar, y la comisión para la inocuidad alimentaria.(Sistema integrado de informacion de comercio exterior, 2013)Del lado de Ecuador existen dos entes reguladores en este caso sería Agrocalidad y el Ministerio de industrias y productividad, por lo tanto las entidades de Japón y de Ecuador tienen que tener los mismos estándares de exportación de mango para que Japón proceda con la certificación del producto.(Agrocalidad, 2014)

En el caso de Perú el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) quien vendría a ser Agrocalidad en Ecuador, ha desarrollado un excelente trabajo en la revisión del mango exportado a Japón, es por eso que desde este año el ministerio de agricultura de Japón ha decidido dejarlos a cargo de toda la operación puesto que anteriormente los que certificaban la exportación eran los

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

inspectores japoneses pero ahora serán oficiales peruanos quienes certificaran. (Agronoticias de Latinoamérica y el Caribe, 2014)

En cuanto a los requisitos fitosanitarios y sanitarios, para poder ingresar productos alimenticios a Japón se debe contar con la certificación JAS (Japanese Agricultural Standards) debido a que esta garantizara el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japoneses. Para obtener este tipo de certificación los exportadores deben acudir a un certificador japonés en su país de origen para que califique la empresa y pueda ser certificada con el JAS (Sistema integrado de información de comercio exterior, 2013).

### **Relaciones comerciales entre Ecuador y Japón**

De acuerdo a la Cámara de Industrias de Guayaquil no existe actualmente ningún acuerdo comercial entre Ecuador y Japón ya que los únicos acuerdos comerciales que posee Ecuador son con la comunidad Andina, Mercosur, México, Cuba, Venezuela y Guatemala. (Camara de Industrias de Guayaquil)

Sin embargo según ProEcuador Japón mantiene vigente el “*Trato Preferencial* Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)” el cual concede un trato preferencial a países en desarrollo como Ecuador en las medidas arancelarias. Generando así una reducción o eliminación de aranceles en productos textiles y agrícolas (PRO Ecuador).

Por otro lado Japón también brinda un programa internacional llamado JETRO cuyo objetivo es fomentar la industria de alimentos orgánicos de Sudamérica promoviendo la importación de productos orgánicos originados de

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

Sudamérica hacia Japón. Este programa ayuda a los exportadores sudamericanos con capacitaciones sobre las oportunidades de mercado y requisitos o normativas para exportar a Japón. Además impulsan a los exportadores a participar en ferias Japonesas para mostrar sus productos a futuros compradores o consumidores (Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón).

# **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

## **Metodología**

### **Diseño de la Investigación**

El enfoque que tiene este proyecto es cualitativo porque dará a conocer la competitividad y situación actual de los exportadores de mango de la provincia del Guayas además de su interés por incursionar en el mercado Japonés también se discutirá las relaciones y acuerdos vigentes entre Ecuador y Japón, y la demanda existente de Japón por el mango. El tipo de investigación es descriptivo porque estudiara a un grupo específico de exportadores y expertos en el tema. Además, será un estudio transversal ya que la información y datos del tema de investigación se los recopilara durante los meses de noviembre 2013 hasta marzo del 2014. Mientras que el focus group a los exportadores y expertos en el tema se realizó en el mes de marzo del 2014.

### **Población y Muestra**

Para realizar el focus group se seleccionó a seis personas que intervienen directamente en la exportación de mango.

Entre ellos se eligió al director de la fundación mango

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

Ecuador Johnny Jara, Ricardo Chiriboga director de la empresa Pilot, al agrónomo Carlos Luces, Soledad Navarrete Ing. de comercio exterior de la empresa Duraexport, Luis Alfredo Zambrano jefe de exportación de Tropical fruit y a Maria Jose Bohorquez directora de exportaciones de Bresson.

### **Instrumento de recolección de datos, técnicas y entorno donde se realizaran.**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó información bibliográfica tanto primaria como secundaria, la cual se obtuvo de la base de datos de la Universidad Espíritu Santo, así como también de internet. Respecto a datos estadísticos, indicadores socioeconómicos e indicadores de comercio exterior; fueron extraídos de bases de datos del gobierno Ecuatoriano como el de otros gobiernos y del centro de comercio internacional.

Además de esta investigación de escritorio, se realizó un tablero de discusión en el cual hubo ocho preguntas sobre la exportación del mango a un nuevo destino y el interés que tienen hacia el mercado japonés, además de su competitividad como exportadores. Se citó a la muestra seleccionada el día lunes 24 de Marzo 2014 y se realizó en las oficinas de la fundación mango Ecuador gracias a la ayuda del director Johnny Jara quien reunió a dichos colaboradores.

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

### **Análisis de Resultados**

De acuerdo a los resultados que expuso el tablero de discusión se pudo evidenciar que en Ecuador existe suficiente producción del mango para poder satisfacer y abastecer mercados no tradicionales como el japonés porque el mercado de exportación de Ecuador es alrededor de unos doce millones de cajas de mangos los cuales se podrían distribuir a un nuevo destino.

También se afirmó que si se considera a Japón como un mercado sumamente atractivo debido a que es uno de los países más poblados del mundo y que existe una alta demanda por el mango. Además es un país que paga muy bien a los exportadores productores si se da una excelente calidad. Pero que existen varios motivos por los cuales no se ha exportado, como por ejemplo que no hay apertura para este mercado ni acuerdos bilaterales. Otro motivo es que para entrar al mercado japonés es necesario tener un ARP (Análisis de Riesgo de Plagas) debido a que todas las frutas que son propensas a plagas cuarentenarias como la mosca de fruta que afecta al mango necesitan tener este análisis para poder ser exportadas, el cual lo debe realizar Agrocalidad y el estado quienes a su vez trabajan en conjunto con sus homólogos en Japón.

De acuerdo a Johnny Jara y los demás colaboradores los principales problemas que han impedido que Ecuador exporte frutos al mercado Japoneses que los gobiernos, cancillerías y la oficina comercial de Ecuador en Japón no están impulsando y dando seguimiento a estos proyectos de exportación para crear

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

relaciones bilaterales entre los países y quitar las barreras arancelarias. Actualmente los únicos que están impulsando el mercado japonés son la fundación mango Ecuador desde hace 10 años se están haciendo estudios requeridos por Japón para poder introducir nuestro producto a este mercados.

En cuanto a lo referente a la competitividad de los exportadores frente al mercado japonés, se afirmó que los exportadores si se encuentran preparados para cumplir con los requisitos de calidad de dicho mercado puesto que actualmente cumplen todos los requisitos impuestos por los mercados europeos, americanos y el de Nueva Zelanda.

Por otro lado se obtuvieron ciertos resultados relevantes, tales como que la mayoría de los exportadores si están dispuestos a exportar a Japón a pesar de que actualmente no existen acuerdos bilaterales con Ecuador; y que de ser el caso ellos están dispuestos a invertir en mejoramientos de procesos para poder cumplir los requisitos del mercado japonés.

Sin embargo cuando se les pregunto cuáles de las siguientes razones influyen más en no exportar mango al mercado japonés se encontró que el factor que más influye en los exportadores es la falta de acuerdos comerciales y preferencias arancelarias entre Ecuador y Japón, más no la falta de conocimiento sobre requisitos y certificados de exportación para Japón.

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

### **Discusión y Conclusiones**

El 85% de la oferta del mango se dirige a Estados Unidos, mostrando así que el incremento en la producción de mangos de los últimos años ha sido solo vertical mas no horizontal es decir ha creado una demanda inelástica. En la cual Estados Unidos aunque tiene una fuerte demanda de mango, cuenta con muchos países que compiten entre sí por exportarle este producto, por ende a más oferta la demanda disminuye y así mismo los precios. Así mismo estamos sujetos a la economía estadounidense puesto que si esta tiene una crisis, el sector del mango ecuatoriano tendrá pérdidas y viceversa. Además, es importante acotar que Ecuador no renovó las preferencias arancelarias con Estados Unidos por lo tanto ya no es un mercado tan atractivo para los exportadores como lo era antes.

De acuerdo a los resultados obtenidos la situación actual de los exportadores es buena puesto que cuentan con una gran producción para abastecer nuevos mercados solo se trata de diversificar y comenzar a destinar la producción de mango a otros mercados y no solo a Estados Unidos. De esta manera se podría sostener las exportaciones del mango en caso de que la demanda del mango en Estados Unidos tenga una caída o que la economía del país sufra una recesión. Además que se podría comercializar el mango con un mejor precio en otros mercados y con preferencias arancelarias para los exportadores.

Otra característica del gremio exportador es que al haber logrado entrar al mercado americano y europeo pudieron mejorar sus procesos tanto de cosecha y de tratamiento de la fruta para que se encuentre libre de plagas. Logrando así



## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

cumplir con los requisitos internacionales para la exportación del mango de calidad. Todas estas implementaciones que han realizado en los últimos años les brindan una ventaja competitiva al sector exportador de mango ya que les facilita la entrada en nuevos mercados. No obstante, cuando se busca incursionar hacia nuevos mercados que solo buscan una calidad óptima en los productos como es el caso de Japón se necesita de más inversión en lo que respecta al desarrollo de la calidad del producto y para Ecuador esto en definitiva provoca una barrera de acceso ya que aún tiene problemas con el rechazo de la fruta a ejercer Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el proceso de recolección y empaquetado, siendo así un limitante a corto plazo.

Por otro lado, la calidad de la fruta producida y exportada hacia el mercado japonés no representa una barrera de acceso dado que el mercado peruano inició sus operaciones de exportación de la fruta a Japón desde el 2011 y maneja similares condiciones de calidad que el mercado ecuatoriano y ha logrado cumplir durante los últimos tres años con la certificación japonesa. Es decir que desde el 2014 el mango exportado por Perú al mercado nipón ya no será controlado por los inspectores japoneses sino que toda la certificación de calidad será dada por los inspectores peruanos.

Por el contrario lo que se necesita es desarrollar un marco de comercio a partir de acuerdos bilaterales para de este modo crear vínculos comerciales con este mercado, no comenzaran a exportar hasta que las cancillerías y el control de calidad de cada país logren tener un acuerdo bilateral de exportación. Sin embargo la fundación mango Ecuador como soporte de los exportadores actualmente se encuentra realizando un estudio de calidad requerido por Japón para dar un

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

impulso a este mercado, además que se está apoyando con los modelos de exportación que realizaron Perú y Brasil

Por otro lado en cuanto a la demanda de mango de Japón se puede deducir por todos los datos estadísticos antes expuestos, que es sumamente alta y que esto a su vez ocasiona un mejor precio para el mango de exportación. Así mismo, se debe mencionar que los periodo de exportación/cosecha de los principales países que le exportan mango a Japón como es el caso de México, India, Filipinas, Tailandia, China y Estados Unidos, no coinciden con el periodo de Ecuador. Por lo tanto esto genera una ventaja para los exportadores ecuatorianos al tener un mercado desabastecido del mango con una demanda insatisfecha que ellos podrían suplir.

En conclusión, los exportadores de mango si muestran competitividad e interés al momento de incursionar en un nuevo mercado, y los resultados expuestos previamente corroboran que el mercado Japonés si es accesible y rentable para Ecuador. Pero el limitante principal para esta investigación es que mientras no exista una apertura del mercado por parte de la cancillería o las oficinas comerciales de Ecuador en Japón, los exportadores no se motivaran a dirigir sus exportaciones a dicho mercado.

### **Recomendaciones**

En lo que me concierne, después de haber visto los resultados positivos que han obtenido Perú y Brasil en el mercado japonés puedo inferir que Japón es un destino tentativo para Ecuador y que le generara tanto incrementos en su producción de mango como incrementos en sus ganancias. Es por esto que los exportadores deberían:

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

- Gestar presión al gobierno para que agilite los tramites en la apertura del mercado Japonés para que se pueda poner en marcha este proyecto.
- Comenzar en conjunto con la fundación mango Ecuador una medición de la calidad actual del mango y lo que necesitaría para cumplir requerimientos de calidad de Japón.
- Prestar atención a la demanda insatisfecha de Japón en la época de Octubre a Enero puesto que ellos serían los futuros clientes.

# LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

## Bibliografía

- Agencia publica de noticias del Ecuador y Suramerica Andes. (30 de Agosto de 2012). *Andes*. Recuperado el 05 de octubre de 2013, de <http://www.andes.info.ec/pt/node/5840>
- Agrobanco. (2008). *Agrobanco*. Obtenido de Areas de desarrollo del cultivo del mango: [http://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/3\\_cultivo\\_del\\_mango.pdf](http://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/3_cultivo_del_mango.pdf)
- Agrocalidad. (2014). *Agrocalidad*. Recuperado el 02 de 03 de 2014, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-sanidad-vegetal/>
- Agronoticias de Latinoamerica y el Caribe. (2014). Obtenido de <http://www.fao.org/agronoticias/agro-noticias/detalle/en/c/209279/>
- Alvarez Savedra, K. V. (2009). *Repositorio de la ESPOL*. Obtenido de Estudio de factibilidad para exportacion de mango fresco al mercado frances: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7328/1/37409\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7328/1/37409_1.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Buen desempeño de las Exportaciones ecuatorianas No Tradicionales*. Guayaquil.
- Cabrera Macias, M. (2008). *Modelo para la evaluacion de desempeno medio ambiental de una planta productora de mango*. Obtenido de Espol: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6954/8/3.%2520TESIS.pdf>
- Camara de Industrias de Guayaquil. (s.f.). *Camara de Industrias de Guayaquil*. Recuperado el 27 de 03 de 2014, de [http://www.industrias.ec/archivos/documentos/acuerdos\\_comerciales.pdf](http://www.industrias.ec/archivos/documentos/acuerdos_comerciales.pdf)
- Centro de comercio internacional. (2013). *Centro de comercio internacional*. Obtenido de Trademap: Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|392|||080450|||6|1|1|1|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|392|||080450|||6|1|1|1|1|2|1|1)

## LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

- CIA WORLD FACTBOOK. (2014). *CIA WORLD FACTBOOK*. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html>
- Duque Molina, A. R., & Gomez Lucero, L. A. (04 de febrero de 2010). Analisis y aplicacion de normas internacionales para mejorar la competitividad en la produccion y exportacion de mango hacia Alemania. Guayaquil, Ecuador.
- El Telegrafo. (23 de septiembre de 2012). El mango nacional busca conquistar a Japón con su sabor. *El Telegrafo*.
- El Universo. (7 de Febrero de 2013). Exportación de mango subió 12,8% durante última cosecha. *El Universo*, págs. S-N. Obtenido de Exportación de mango subió 12,8% durante última cosecha.
- Fresh Plaza. (08 de 09 de 2011). *Fresh Plaza: noticias del sector de frutas y verduras*. Obtenido de Japón aumenta demanda de frutas criollas: [http://www.freshplaza.es/article/55657/RD-Jap%F3n-aumenta-demanda-de-frutas-criollas#Scene\\_1](http://www.freshplaza.es/article/55657/RD-Jap%F3n-aumenta-demanda-de-frutas-criollas#Scene_1)
- Fundacion Mango Ecuador. (2013). *Fundacion Mango Ecuador*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.mangoecuador.org/plantas-exportadores.php>
- HOY. (23 de Agosto de 2012). El mango reúne a productores y exportadores internacionales.
- INEC. (2012). *Ecuador en cifras*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>
- Kortbech-Olsen, R. (1996). Tropical Fruit Products: A well Established Market . *International Trade Forum-3*, S-N.
- La agroindustria exotica esta de moda. (11 de 2013). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <http://www.urosario.edu.co/biblioteca/>
- Lombana, J. (2009). *Fresh Plaza: noticias del sector de frutas y verduras*. Obtenido de <http://www.freshplaza.es/article/8723/Brasil-va-a-exportar-mango-Kent-a-Jap%F3n>
- Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón. (s.f.). *Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón*. Recuperado el 27 de 03 de 2014, de <http://www.eumed.net/rev/japon/00/jap-ecu.htm>

## LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

- Organizacion de las naciones unidas para la Alimentacion y la Agricultura. (2013). *Agronoticias America Latina y el Caribe*. Recuperado el 05 de Octubre de 2013, de [http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/it/?dyna\\_fef%5Buid%5D=159358](http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/it/?dyna_fef%5Buid%5D=159358)
- Organizacion de las naciones unidas para la Alimentacion y la Agricultura. (2013). *Agronoticias America Latinay el Caribe*. Recuperado el 05 de Octubre de 2013, de [http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/it/?dyna\\_fef%5Buid%5D=159358](http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/it/?dyna_fef%5Buid%5D=159358)
- Palomeque Saenz, L. (Agosto de 2005). Incidencia del tratado de libre comercio en los productos no tradicionales del sector agricola caso mango ecuatoriano. Quito.
- PRO Ecuador. (2014). *PRO Ecuador instituto de promocion de exportaciones e inversiones*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>
- PRO Ecuador. (s.f.). *PRO Ecuador instituto de promocion de exportaciones e inversiones*. Recuperado el Octubre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>
- PROCOMER. (2014). *Portal estadistico de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.procomer.com/contenido/articulos/jap%C3%B3n-aumenta-demanda-de-frutas.html>
- Pymex, E. (10 de Julio de 2012). *Pymex*. Recuperado el 05 de Octubre de 2013, de <http://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/las-exportaciones-de-mango-al-mercado-de-japon>
- Salazar Diaz, D. (2012). La agroindustria exotica esta de moda. *Industria alimenticia*, 50-54.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2012). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el Octubre de 2013, de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)
- Sistema integrado de informacion de comercio exterior. (2013). *Sistema integrado de informacion de comercio exterior*. Recuperado el 27 de 03 de 2014, de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_japon.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf)

## **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

The Japan containers and packaging recycling association. (03 de 2014). *The Japan containers and packaging recycling association*. Obtenido de <http://www.jcpra.or.jp/tabid/603/index.php>

Universidad Tecnologica Equinoccial. (2013). Estudio de mercado del mango. *Estudio de mercado del mango*.

Universo.com, E. (2013). Las cuatro decadas de Ecuador viviendo del petroleo. *America Economia*, S-N.

Velasco, M. (2010). *Repositorio de la ESPOL* . Obtenido de DISEÑO DE UNA PLANTA EMPACADOR PARA MANGO: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1609/1/3196.pdf>

World Competitiveness Yearbook . (2013). *World Competitiveness Yearbook* . Obtenido de <http://www.imd.org/news/World-Competitiveness-2013.cfm>

World Economic Forum. (2013). *WEF Global Competitiveness Report*. Obtenido de <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

World Population Review. (2013). *World Population Review*. Recuperado el 16 de 11 de 2013, de <http://worldpopulationreview.com/tokyo-population-2013/>

## LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”

### Anexos

#	Exportador	Total de mangos en cajas de 4 kilos	%
1	Durexporta	\$ 2.971.878,00	25,08
2	Ricaberto	\$ 1.704.040,00	14,38
3	Pivano	\$ 1.104.273,00	9,32
4	Refin	\$ 932.063,00	7,87
5	Bresson	\$ 912.505,00	7,7
6	Especialcorp	\$ 611.114,00	5,16
7	Agrivicsa	\$ 485.760,00	4,1
8	Blix	\$ 447.483,00	3,78
9	Del sur fruit	\$ 423.187,00	3,57
10	Plantein	\$ 344.690,00	2,91
11	Ariegra	\$ 327.360,00	2,76
12	Sembriexport	\$ 318.074,00	2,68
13	Pilot	\$ 271.512,00	2,29
14	Exofrut	\$ 262.908,00	2,22
15	Diana Navarro	\$ 179.520,00	1,51
16	CIA. AGR. GAN	\$ 179.463,00	1,51
17	Somecet	\$ 142.560,00	1,2
18	JMW Tropical	\$ 86.260,00	0,73
19	Mercargo	\$ 42.144,00	0,36
20	Ubesa	\$ 36.960,00	0,31
21	Luis Roman	\$ 32.857,00	0,28
22	Semango	\$ 12.757,00	0,11
23	Frutainnovsa	\$ 10.560,00	0,09
24	Frutalandia	\$ 10.560,00	0,09
	<b>Total</b>	<b>\$ 11.850.488,00</b>	<b>100%</b>

Tabla#4 Total de mangos en cajas de 4 kilos exportados por empresas del Guayas

Las 9 primeras empresas suman un total de \$9'592.303.00 cajas de 4 Kg en el periodo 2013-2014 de un total de 11'850.488 cajas y representan el 80% de exportaciones.

Fuente: (Fundacion Mango Ecuador, 2013)



# **LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

**Formato tablero de discusión:**

## **UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO**

**Integrantes del tablero de discusiones:**

**Fecha:**

- 1. ¿Además de abastecer a los mercados tradicionales como Estados Unidos, ¿Considera que tenemos suficiente producción del mango para satisfacer mercados no tradicionales como el japonés?**
- 2. ¿Considera que Japón es un mercado atractivo para la exportación del fruto?**
- 3. ¿Cuáles considera que sean los motivos por los cuáles las empresas exportadoras del Guayas no ven a Japón como un mercado atractivo para la comercialización del mango?**
- 4. ¿Cuáles son los principales problemas, que a su juicio, han impedido que Ecuador exporte frutos al mercado Japonés?**
- 5. ¿Existe algún acuerdo comercial, beneficio o apoyo que brinde Ecuador a los exportadores de mango que quieren incursionar en el mercado asiático?**
- 6. ¿Si se comenzaría a exportar a Japón cree usted que los exportadores de mango están preparados para cumplir todos los requisitos de calidad del mercado Japonés?**
- 7. ¿Cuál de las siguientes razones influyen más en la decisión de NO exportar mango a Japón?**
  - Falta de conocimiento sobre requisitos y certificados de exportación para Japón
  - Falta de acuerdos comerciales o preferencias arancelarias entre Ecuador y Japón
  - Falta de interés por exportar a un nuevo mercado

**LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EXPORTADOR DE MANGO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS FRENTE AL MERCADO JAPONÉS”**

- 8. ¿Conociendo que Perú y Brasil actualmente se encuentran exportando mango a Japón, existe alguna iniciativa de parte de la Fundación Mango Ecuador para promover la exportación de este fruto hacia dicho mercado?**