"LA COMPETIVIDAD EN LA EXPORTACION DE PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS:

LA EXPERIENCIA EN MANGO"

Víctor Manuel Pulido Paredes
Inteligencia Comercial
Agronegocios

16 de junio de 2006

Agenda

Objetivo

Modelo de competitividad

Empresa IFA

El caso del Mango en Rep. Dominicana Vs el Ataulfo Mexicano

Definición del producto (desde la finca hasta la tienda de conveniencia)

El Mercado Norteamericano

Tips y recomendaciones

Conclusiones

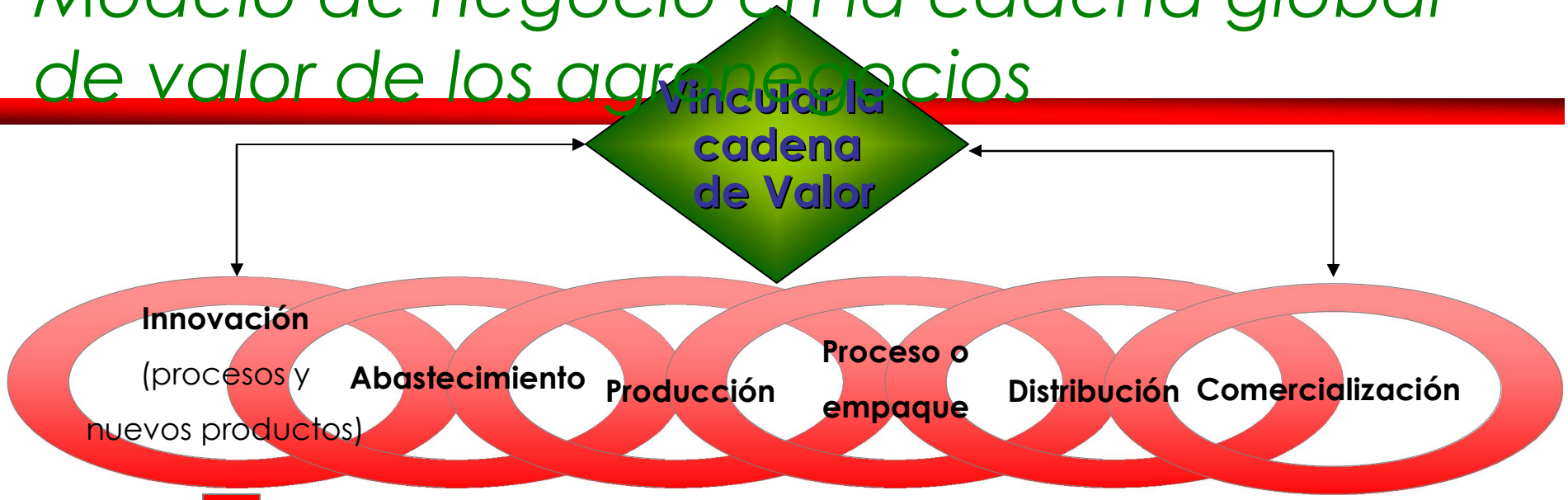
Objetivo:

- ***Conocer el modelo de competitividad sistémica de la cadena global de valor de los agronegocios***
- ***Conocer las características de una empresa IFA en los agronegocios***
- ***Aplicar los conocimientos anteriores en el sector hortofrutícola, en especial al <u>mango</u>***
  - ***Conocer la situación del mango de exportación en EUA como una oportunidad para la exportación***
    - ***Incorporar las ideas la charla a la misión del Cluster de mango en Rep. Dominicana.***
    - ***Dar los elementos básicos para realizar un programa de exportación***

Metas:

- ***Incorporar las ideas de competitividad y empresa IFA en sus huertos y empresas***
- ***Definir acciones para ser más competitivos***
- ***Reconocer las bases para incrementar la ventaja competitiva sustentable***

Modelo de negocio en la cadena global de valor de los agronegocios



- Variedades con mayor vida de anaquel y apariencia
- Diferenciación de productos
- Procesos pre y poscosecha
- Sanidad e inocuidad
- Rastreabilidad
- Innovaciones de poda

- Integración proveedores agroquímicos y de poscosecha
- Disminución de costos de insumos (agua, luz, etc.)
- Disminución de costos logísticos

Técnicas de:

- Cultivo
- Poda
- Raleo
- Cosecha
- Stress
- Financiamiento (producción, maquinaria y sist. de riego)

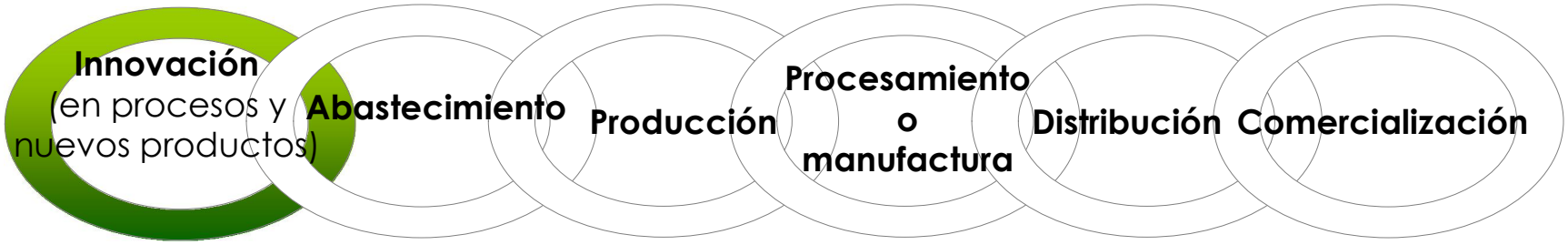
Desarrollar la industria por medio de:

- Empacadora
- Cámara hidrotérmica
- Proceso de derivados
- Sistemas de riego

- Eficientar las redes de distribución
- Disminución de costos
- Venta directa a super-mercados
- Eliminación de intermediarios

- Establecer normas para la comercialización
- Asesoría a la exportación
- Búsqueda de mercados regionales e internacionales, con mayor valor agregado

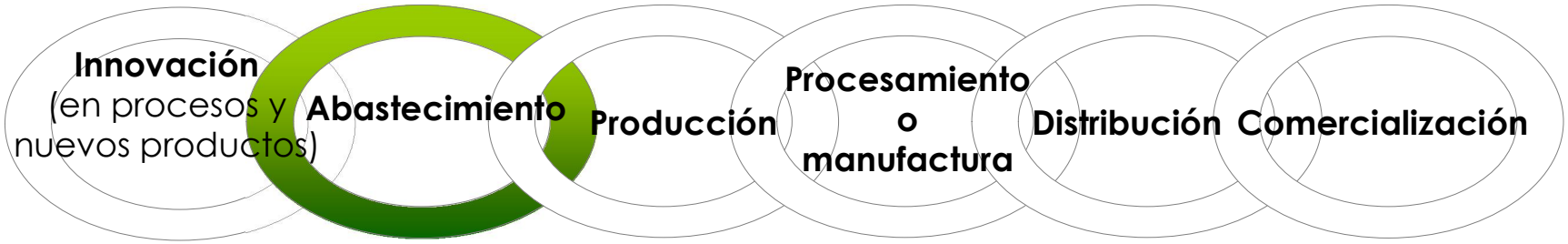
II. Innovación y desarrollo tecnológico



Acercar al IDIAF a los productores de una manera práctica

Talleres, manuales, visitas

III. Cadena de abastecimiento

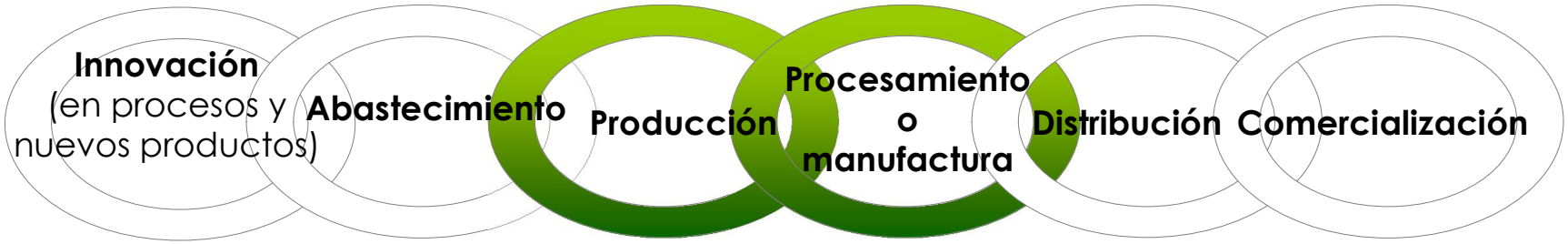


Aseguramiento de insumos agroquímicos y de empaque, Subasta de insumos

IV. La producción flexible

- **La flexibilidad productiva 3Ms:**

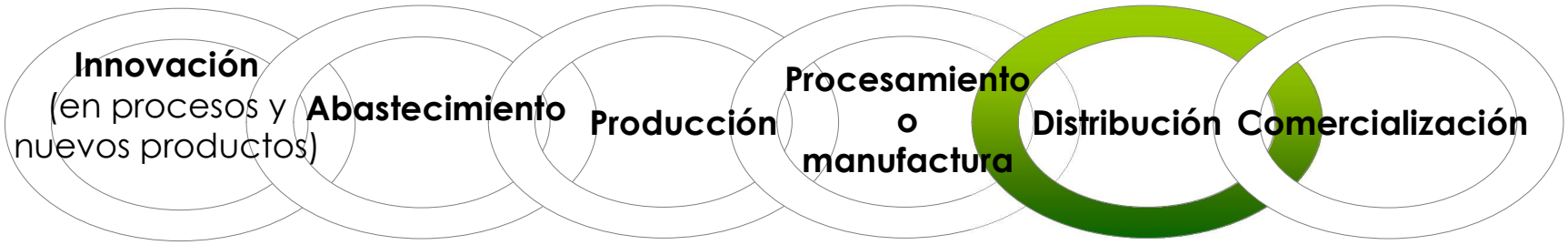
Multiproducto, Multiproceso y Multihabilidades



¿Cómo hago multiproducto si solamente tengo árboles de mango?

V. Logística y distribución

Cada vez más la Competitividad Logística es fuente de Ventaja Competitiva



Desde el abasto de insumos para la cosecha, pasando por el transporte de la huerta al empaque y hasta llegar al consumidor final

VI. Comercialización

- ***Desarrollo de inteligencia comercial que incluya todos los demás eslabones***

VII. Visión del Mango Dominicano

2015 Líder exportador centroamericano y del caribe de mangos de alta calidad para los mercado étnicos y orgánicos de EUA y la UE

VII. Estrategia de competitividad del mango dominicano

- Nicho de mercado:
  - Migrante Dominicano
  - Ubicado en NY, EUA
- Nicho de producto:
  - Mango
- Logística:
  - Aérea y marítima
  - Tiendas de conveniencia de compatriotas

Transformando la ventaja comparativa revelada en una ventaja competitiva sustentable

Colgarse de los demás Clusters

La Empresa de Clase Mundial
es una
Empresa Competitiva Sustentable IFA

- ✓ **Inteligente en la Organización**
- ✓ **Flexible en la Producción**
- ✓ **Agil en la Comercialización**

Empresa Competitiva Sustentable IFA

2

Organización Inteligente

- ✓ Aprendizaje continuo
- ✓ Innovación continua
- ✓ Capacidad de respuesta a los cambios

Capital Intelectual

Negocio Flexible y Ágil

Negocio Flexible

- Multiproducto
- Multiproceso
- Multihabilidades

Comercialización Ágil

- Producto-servicio-solución integral al cliente
- Mercado local, regional y global
- Marketing digital: 5 P's

Inteligencia Comercial

Definición del exportador, al Cliente Broker

Mango

Seasons

Some leading producing areas include:

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Florida												
Imports												

Variety/Type Descriptions

Varieties include Tommy Atkins and Keitt. Round to oval fruit; similar to pear in size. Juicy yellow-orange flesh surrounds a flat seed. Thin skin turns from green to yellow-green or yellow with red blush as the fruit ripens. Ripe mangos yield to gentle pressure and emit a fruity aroma.

Ordering Specifications

Common Packaging:
- Single-layer tray packs
- 40-lb. cartons

Grades:
No U.S. grades given.

Sizes:
6, 10, 12, 14, 16, 18, & 20 count

Receiving & Inspecting

Choose mangoes that are well-shaped and free of bruises or blemishes. Unripe mangoes should be fairly firm with green skin. Ripe mangoes should give to gentle pressure; skin color should range from greenish-yellow to yellow with red blush, depending on the specific variety. Avoid shriveled or discolored mangoes or those with soft spots.

Storing & Handling

Temperature/humidity recommendation for short-term storage of 7 days or less:
60-65 degrees F/16-18 degrees C
85-95% relative humidity

Retail display tips:
Water sprinkle: No
Top ice: No

Ethylene production/sensitivities:
Produces ethylene: Yes-medium
Sensitive to ethylene exposure: Yes

Handling tips:
Handle mangoes with care to avoid bruising or damaging the fruit; do not drop shipping containers on the floor.

Nutrition Notes*

Serving Size 1/2 mango (104g)
Amount Per Serving: Calories 70,
Calories from Fat 5

	% Daily Value
Total Fat 0.5g	1%
Saturated Fat 0g	0%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 17g	6%
Dietary Fiber 1g	4%
Sugars 15g	
Protein 0g	
Vitamin A	40%
Vitamin C	15%
Calcium	0%
Iron	0%

* Where possible, data are used that have been approved by FDA. Where FDA-approved data do not yet exist, values have been selected from databases developed by PMA and its members, or from other sources, such as USDA's Handbook 8. While PMA believes use of non FDA-approved data should not result in FDA regulatory action, such a result can never be assured.

Troubleshooting

Accelerated softening or ripening of fruit:
Mangoes are sensitive to ethylene; exposure to the gas may cause premature softening or ripening of the fruit. To prevent premature softening or ripening, keep unripe mangoes away from ethylene-producing fruits or ripening rooms.

Pitting or gray discoloration of skin; uneven ripening:
These are indications of chill injury. Chill injury may also result in poor flavor. To prevent chill injury, do not store mangoes below 50 degrees F/10 degrees C.

GRAPEFRUIT

SOL AZTECA

Grapefruit

Star Ruby

Deep red meat, smooth yellow rind with red blush; seedless
1 medium grapefruit : 10 -12 sections
2/3 cup juice
3-4 tablespoons grated peel

Seasons

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Peak									●	●	●	
Medium								◗				
Low	○	○										○

Ordering specifications

Packing
18 Kg. Ctns
16 Kg. Open Top
450 Kg. Bins holding bulk

Grades:
U.S. Fancy
U.S. No. 1 - Cat 1
U.S. No. 2 - Cat 2
Differences between grades are based primarily on external appearance.

Sizes:

18 Kg. Ctns
27, 32, 36, 40, 48, 56 & 64.
16 Kg. Open Top
30, 36, 40, 44, 48 - 54's
Bin
Bulk

Receiving & Inspection
Look for grapefruit with smooth, blemish-free skins. Fruit should also be heavy for its size and well shaped. Mexican grapefruit may exhibit some regreening of the skin; this does not adversely affec internal fruit quality.

Troubleshooting

Pitting or browning of skin; watery breakdown of flesh:
These are indications of chill injury. To prevent chill injury, do not store grapefruit below 50 °F/10 °C for longer than 7 days

Skin deterioration; flesh decay:
Exposure to ethylene may accelerate skin deterioration and increase grapefruit's decay.
For best quality, keep grapefruit away from ethylene-producing fruits and ripening rooms.

Mold:
Grapefruit may show signs of mold if it is exposes to certain fungi and then stored at warm temperatures and high humidity.

Storing and Handling

Temperature: 45-50 °F / 7-10 °C
Relative humidity: 85 - 90 %
Low humidity may cause grapefruit to lose moisture.
Typical shelf life: 28-42 days
Mist: No
Water sprinkle: No
Top Ice: No
Produce ethylene: Yes-very low
Sensitive to ethylene exposure: Yes
Moderately sensitive to freezing injury.
Able to recover from one or two light freezings.
Susceptible to chilling injury, damage sometimes is not apparent until the produce is returned to a warmer temperature.

TIPS

Store grapefruit in well-ventilated area.
Keep cartons off the floor to prevent dampening from condensation of moisture in the room.

Nutrition Facts

Serving size 1/2 medium (154 g)

Amount per serving:
Calories 60 — Calories from fat 0

		% Daily Value*
Total Fat 0 g		0%
Saturated Fa	0g	0%
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	0mg	0%
Total Carbohydrate	16g	5%
Dietary fiber	6g	24%
Sugars	10g	
Protein	1g	
Vitamin A		15%

* Percent Values are based on a 2,000-calorie diet.
Source: PMA's Labeling Facts

PLU's
4288 Red

PROAGRO

Definición del empacador al exportador

100 toneladas de mango variedad *Haden* (amarillo con "chapas" rojas), embalado en cajas de carton corrugado de 4.5 kg, con tratamiento hidrotérmico que puede ser puesto FOB Santo Domingo, o CIF almacenes de Miami o NY, EUA en volumen de 1 a 5 contendores cada semana durante los meses de mayo a septiembre.

Los tamaños con los que se cuentan son 10, 12 y 14´s que van de 320 a 450 gr. por pieza.

También se pueden trabajar las siguentes presentaciones:

- **Granel, 20.4 toneladas. FOB huerta**
- **Bins de 1,050 lb, 476 Kg. FOB huerta**
- **Cajas de 35 lb, separadas por calibre. FOB huerta**
- **Empaques especiales.**

Definición del COMPRADOR al Productor

Definición de categorías o clases:

- ***Extra: Calidad Superior***
- ***Primera: Buena Calidad***
- ***Segunda: Calidad comerciable***

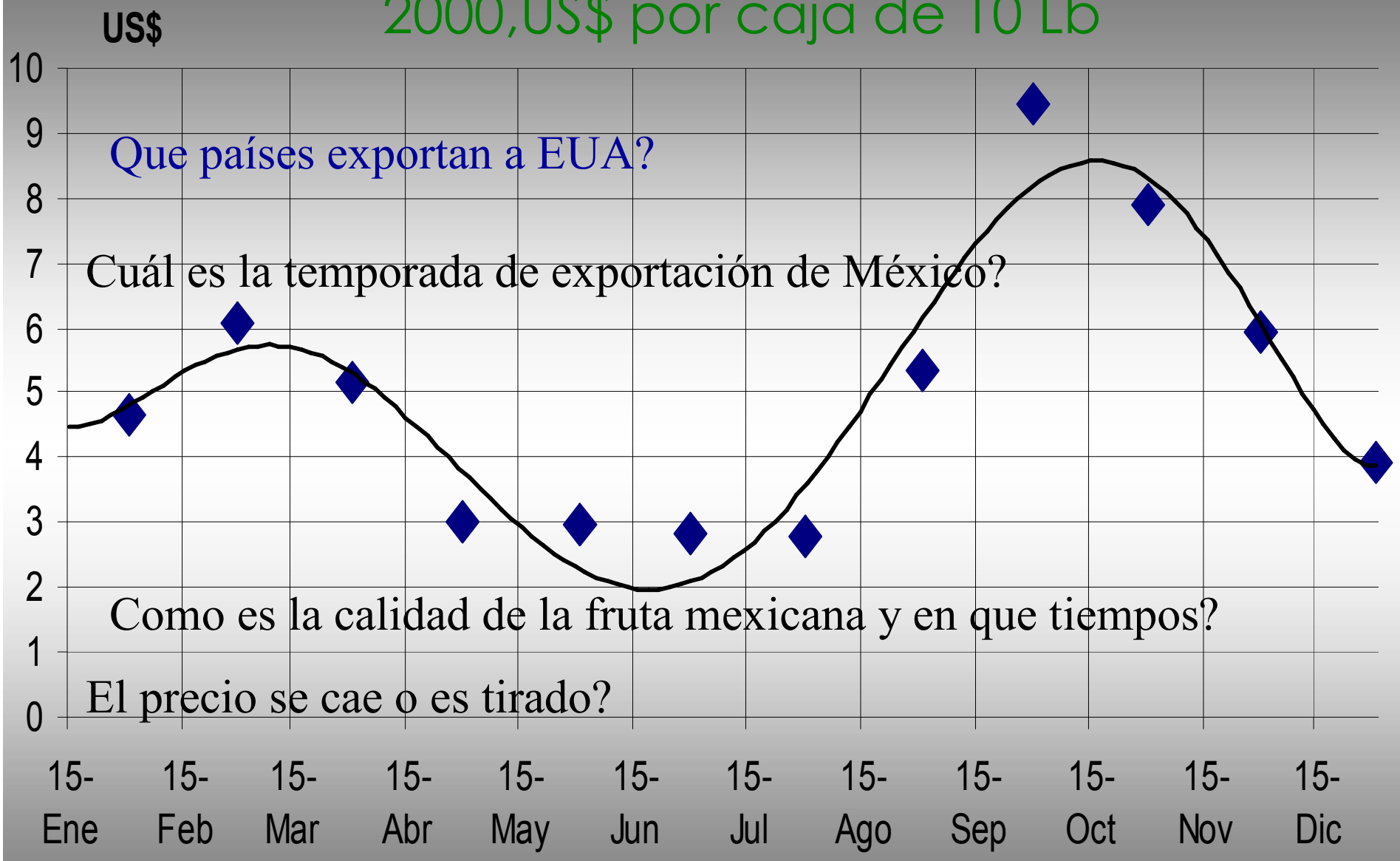
Requerimientos mínimos del producto

- ***Firme***
- ***Fresco en apariencia***
- ***Limpio***
- ***Libre de manchas y golpes, daños de hoja, plaga***

Definición del COMPRADOR al Productor 2

- Requerimientos de calidad
  - Apariencia
  - Forma
  - Color
  - Defectos
- Tamaño
- Tolerancia
- Presentación
- Etiquetado

Comportamiento de los Precios de Mango durante 2000,US$ por caja de 10 Lb



Que países exportan a EUA?

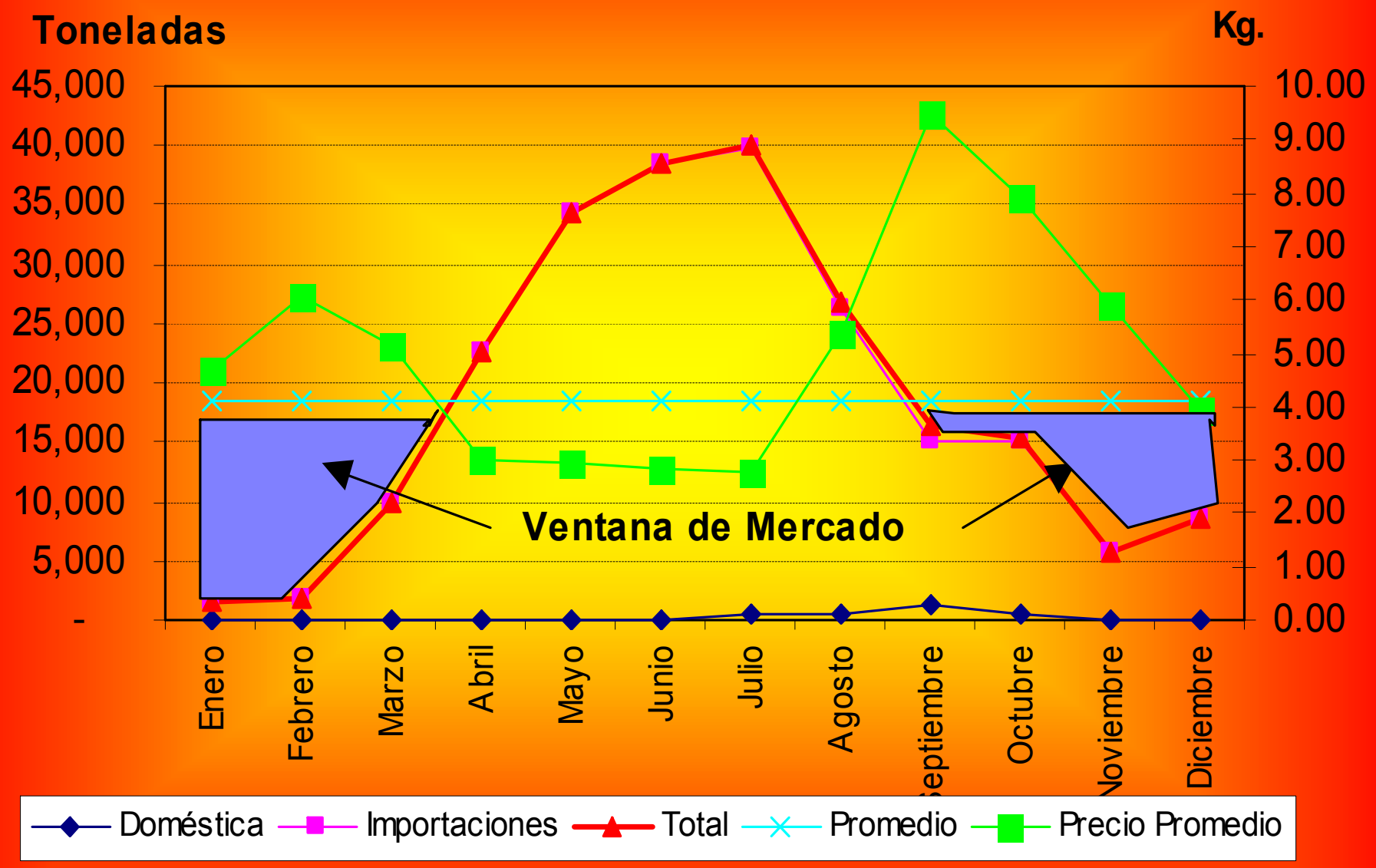
Cuál es la temporada de exportación de México?

Como es la calidad de la fruta mexicana y en que tiempos?

El precio se cae o es tirado?

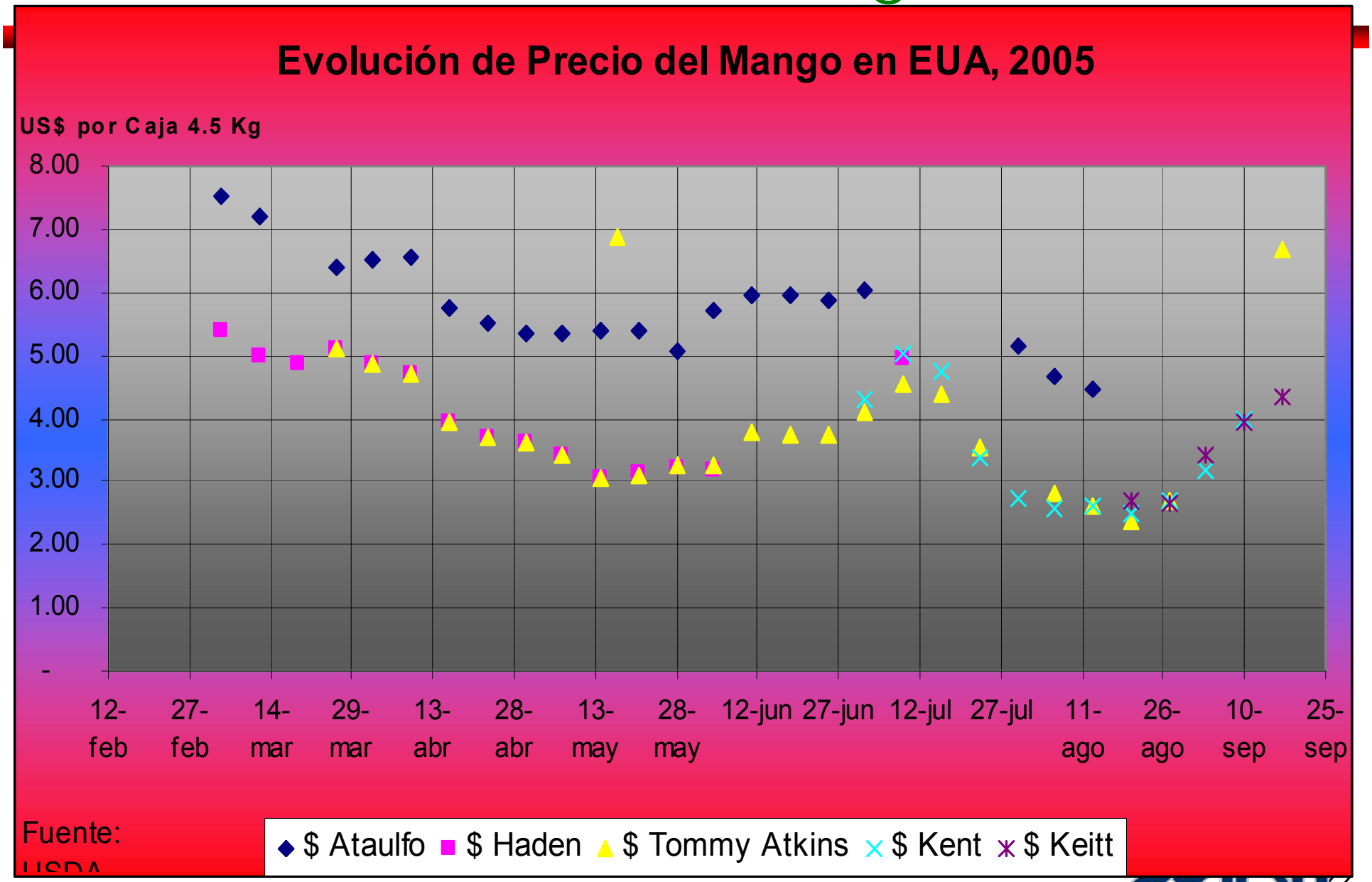
Fuente:PPROAGRO con datos del USDA

Comportamiento Mensual del Consumo de Mango en el Mercado de EUA en el 2000



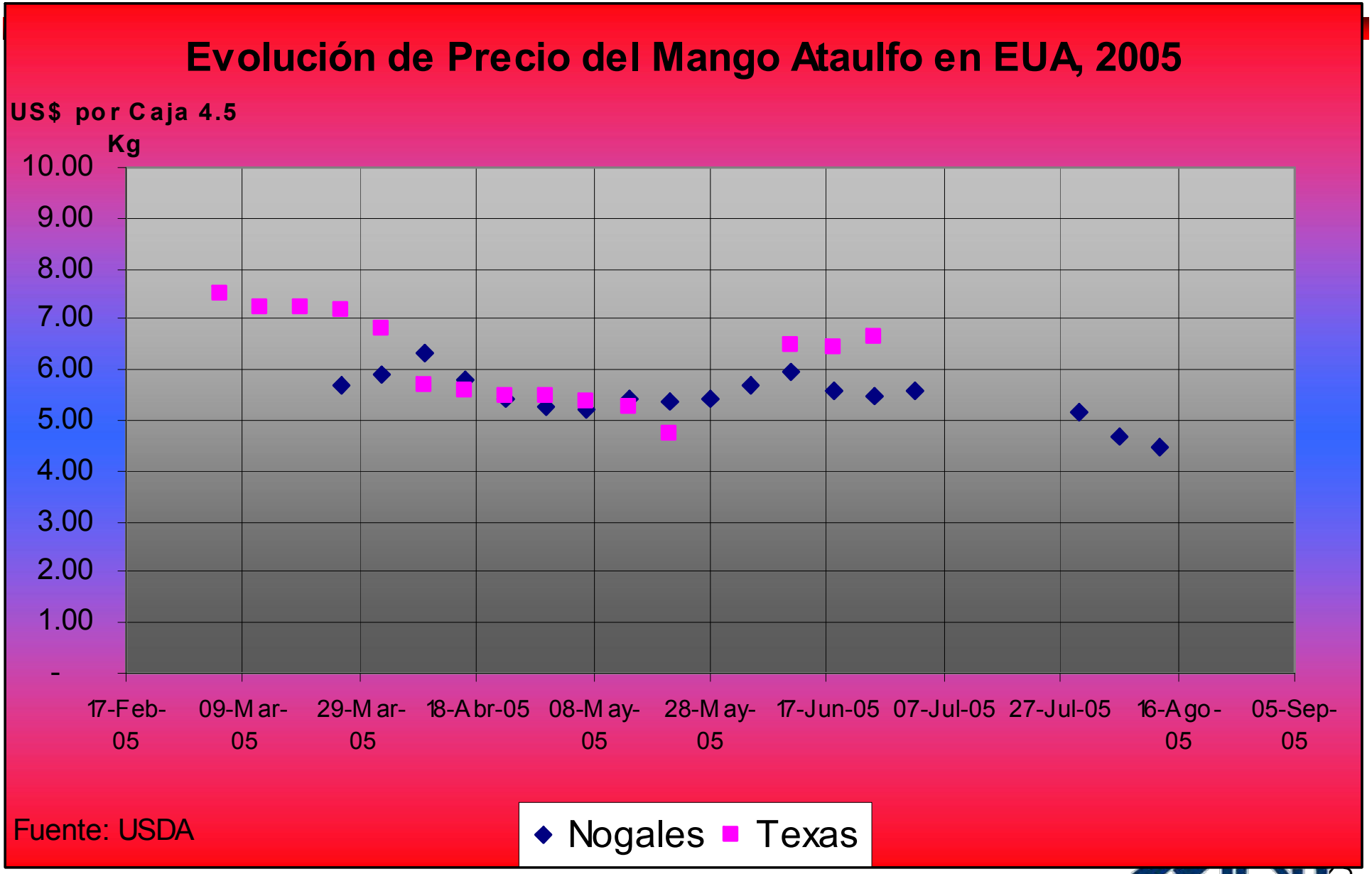
Fuente: FAO / USDA

Evolución de Precio del Mango en EUA, 2005



Fuente: USDA

Caso de Éxito?



Fuente: USDA

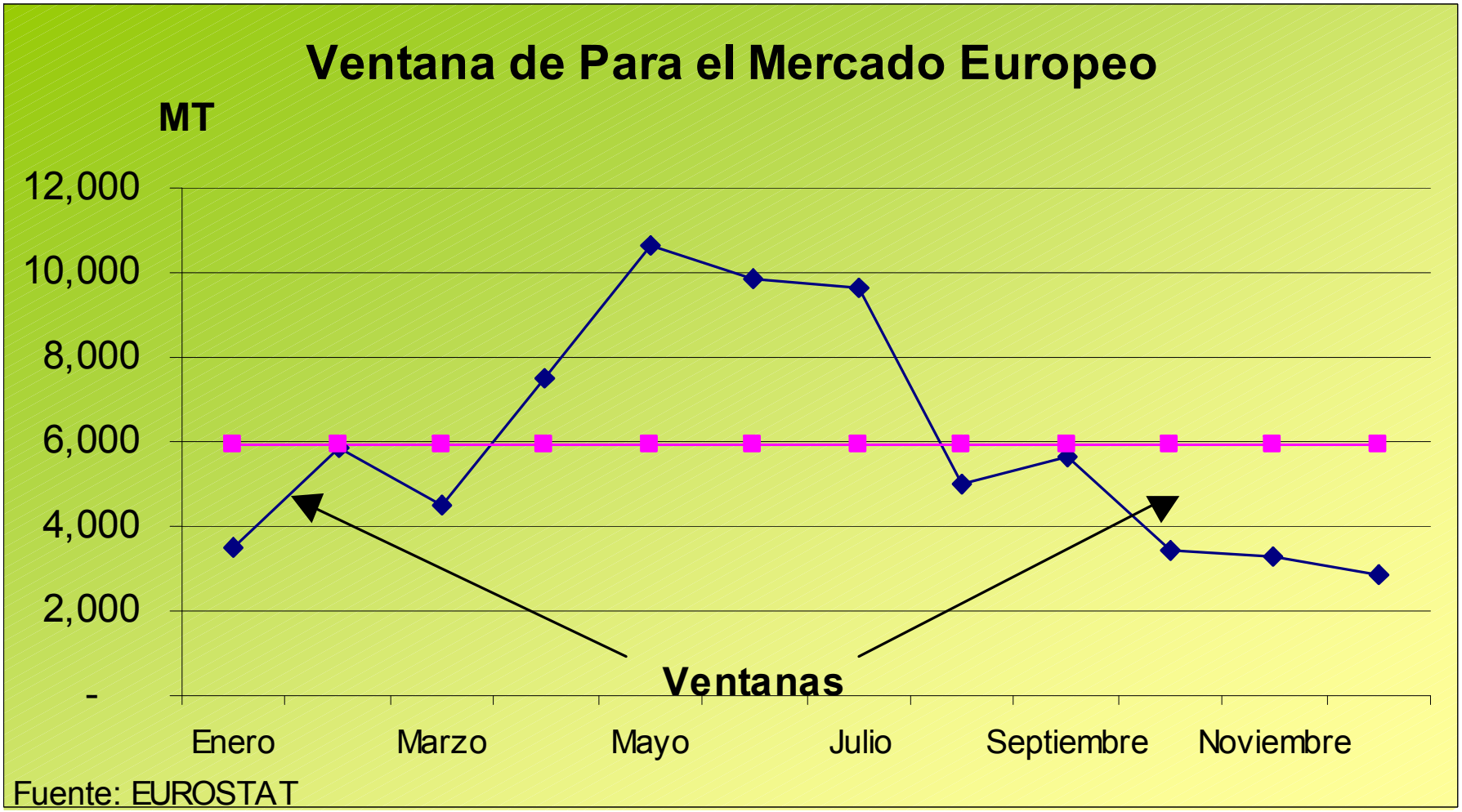
Características del mercado en EUA

- De 1998 al 2000 el mercado de EUA pasó de 11.5 mil toneladas anuales a 40 mil anuales como volumen máximo mensual.
- De igual forma el precio máximo pasó de US$14 a US$6 en febrero y los mínimos se mantienen en julio 2.65 y 2.77 respectivamente en 98 y 2000
- Elásticidad de la demanda .....
- En septiembre se mantienen puntos altos de cotización pero ahora caen más rápido.....
- El consumidor conoce más y mejor el producto
- Las promociones en las recauderias se dan de 2 y hasta 3 piezas por US$1
- Es necesario educar a la gente en la forma de conocer las diversas variedades y sus propios grados de madurez

Características del mercado en EUA

- Reconocer temporadas
- Establecer promociones, degustaciones e incluso enseñar a la gente como comer el mango
- Incursionar con nuevas variedades tempranas o tardías, no muy fibrosas, educando al consumidor a que las variedades verdes son dulces
- La variedad *Ataulfo* ha tenido bastante éxito
- En el medio ya no se le tiene confianza a los tratamientos en huerta contra la mosca de la fruta.
- Importaciones concentrado en el verano, ventas de mercado concentradas en el invierno.
- EUA es un gran consumidor, pero de verano?????
- El consumo realizado durante el invierno es para establecer políticas de tiendas de "*All year Arround"* y el mango tiende a ser un *comodity* como lo son los plátanos y las naranjas.
- Mercado canadiense interesante, más laxo
- Mercado para supermercado y fresh cut
- México es el principal oferente para el mercado de EUA

Ventana del mercado Europeo

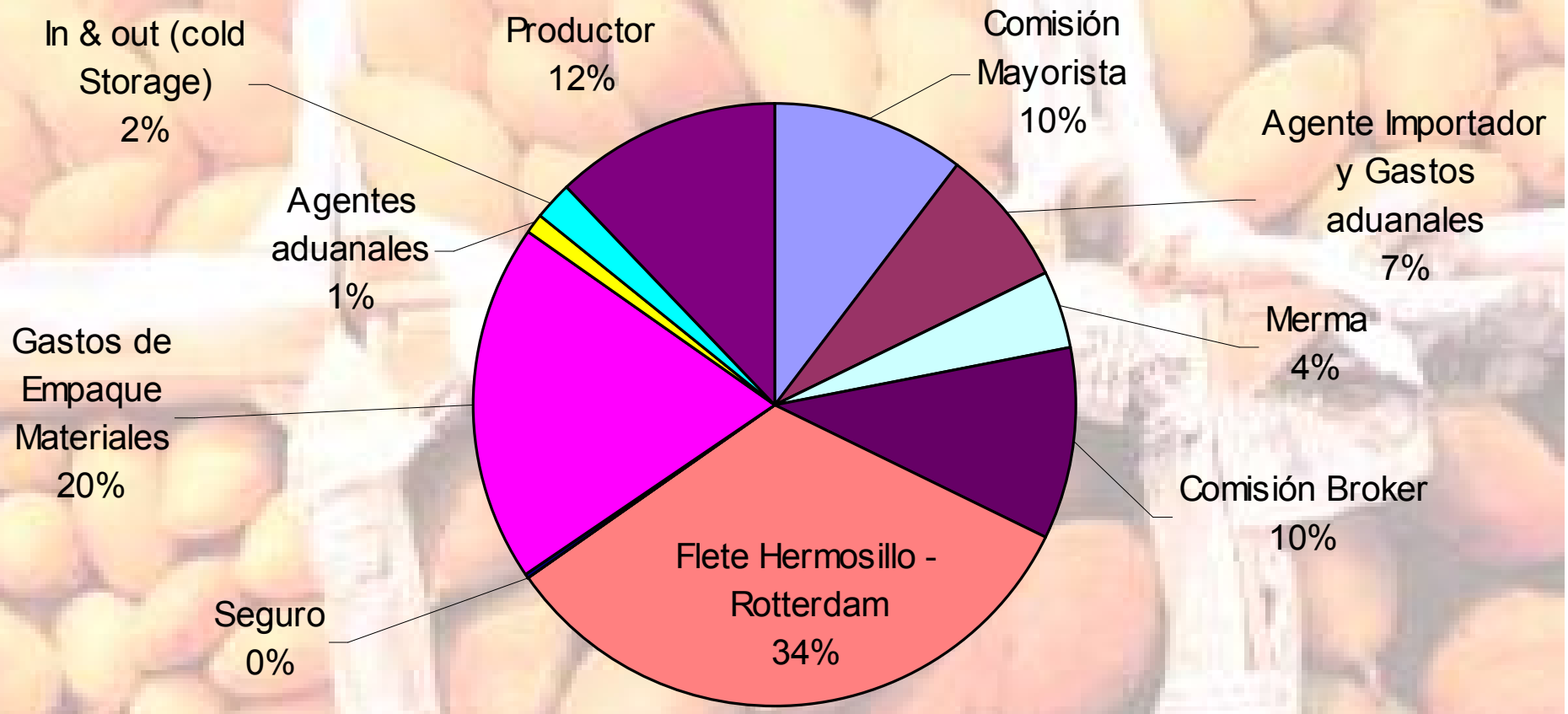


Integración Del Precio Mayorista En Europa

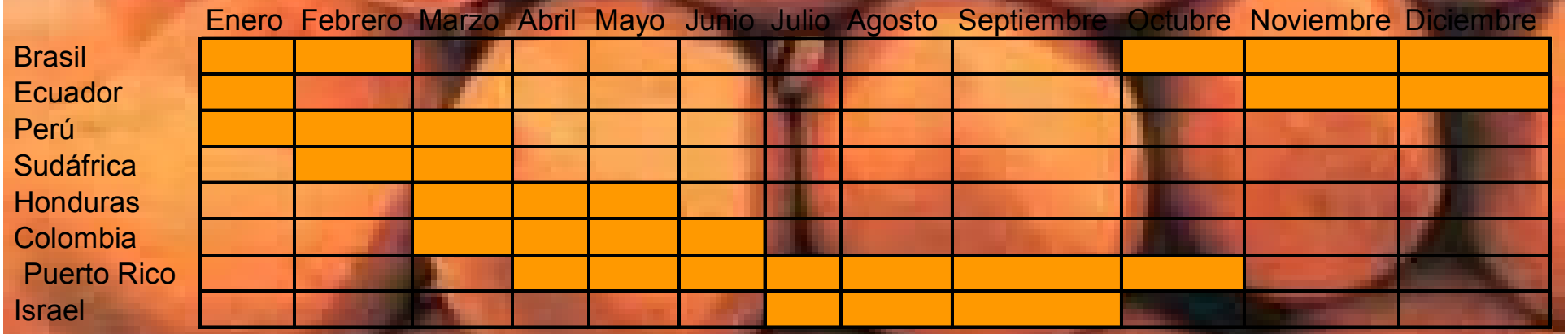
Caja de Mango de 4.5 Kg

Precio Mayorista		US$/Caja	USD 8.00
Menos comisión Mayorista	10%	0.8	7.2
Menos Agente Importador y Gast	8%	0.58	6.62
Arancel	0.00%	0	6.62
Merma	5%	0.33	6.29
Comisión Broker	13%	0.79	5.5
Flete Hermosillo - Rotterdam		2.57	2.93
Venta Distribuidor F.O.B. Hermosillo		US$/Caja	2.7
Seguro	1%	0.03	2.67
Gastos de Empaque Materiales		1.48	1.19
Agentes aduanales		0.1	1.09
In & out (cold Storage)		0.15	0.94
Productor		0.94	USD 0.94

Integración del Precio de Venta de Mayorista en Europa por Caja de Mango de 4.5 Kg



Disponibilidad por Origen en UK



Fuente: Minor & Willis Ltd.

Tendencias del Mercado En Europa

- El mercado inglés está creciendo entre el 30 y 40% anualmente, este año llegarán a US$20.
- Las recauderias han empezado a promover el mango con "buy one get one free".
- En UK se adquieren mangos desde febrero procedentes de Perú, Sudáfrica y Ecuador, en marzo de Colombia y Honduras; y durante abril de Puerto Rico
- En las ofertas educan al cliente enseñándole la diferencia entre las variedades muy y poco fibrosas, como reconocerlas maduras y su forma de consumir.
- Los consumidores han asimilado que las variedade verdes son más jugosas, como la *Kent* y la *Keitt.*
- En Francia las variedades Kent y Keitt son más populares debido a la población asiática que las distingue como más sabrosas.
- Holanda reexporta exitosamente a lsa Rep. Checa y a Polonia

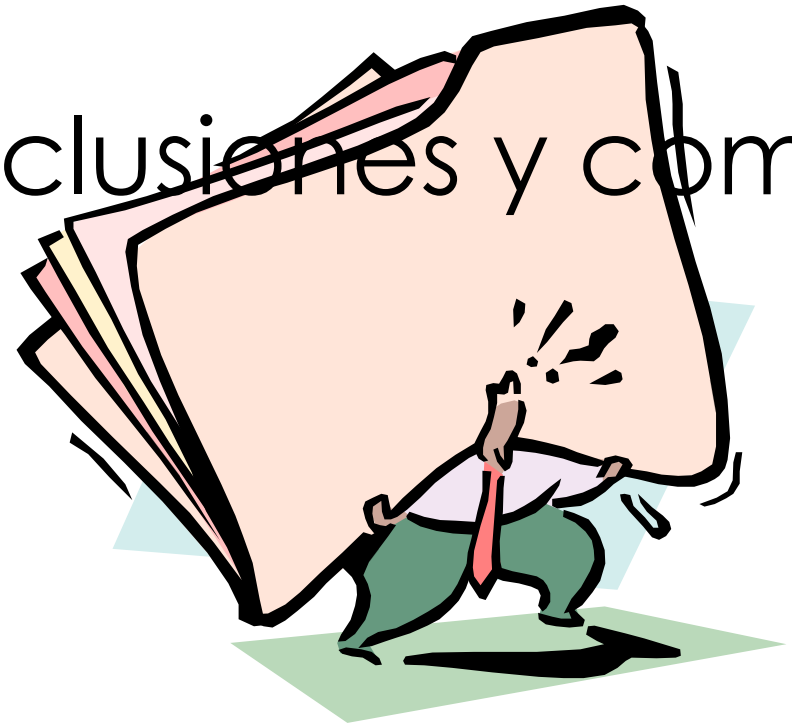
Tendencias del Mercado En Europa

- Brasil envia su fruta a Rotterdam y de ahí se mueve a UK, Francia y Alemania.
- La temporada brasileña dura 9 meses, sin embargo solo se envia fruta de agosto a noviembre.
- Sudáfrica envia apx. 2.5 millones de cajas anualmente.
- SA cosecha *Tommy* de diciembre a marzo, cuando cambia a *Kent* y *Keitt,* sin embargo se siente con sobreoferta en enero.
- Se considera un mango maduro "*Ripe & Ready"* al que cumple con
    - Maxima densidad 65°
    - Brix mínimos de 13°
    - Color de la pulpa de 0.7
- Los suizos evitan los mangos de piel verde y fibrosos.

Tendencias de la industria...

- Factores determinantes de la compra de frescos
  - 44% por el precio
  - 8% Valor
  - 3% vida de anaquel
  - 2% Apariencia
  - 3% Sabor
  - 2% Seguridad
  - 1% Valores nutrimentales
- El 3% de los consumidores planea hace una compra orgánicos

Tips y recomendaciones

- Establecer programas de ventas
- Buscar un mercado para las 2 en el ámbito nacional, y fresh cut y terceras para jugos, yougurt y otras industrias.
- Preocuparse por toda la cadena de comercialización
- Utilizar cajas con información nutrimental y condiciones de madurez y forma de consumirse
- Darle seguimiento y rastreabilidad a la fruta
- Tener un seguimiento continuo de precios
- Tener contacto previo y para formalizar programa antes y después de cada temporada.
- Snack

Conclusiones y comentarios