

## ***RESUMEN EJECUTIVO.***

El objetivo general de la presente tesis es desarrollar un Plan de Exportación de mango Ataulfo a Estados Unidos, el producto es originario de Chiapas México y destinado a la comercializadora que esté interesada en el mismo. El Plan de Exportación se base en la realización de los siguientes análisis: Análisis cultural, económico, del mercado, finalizando con el plan de marketing.

La elección del producto se basa principalmente que es una de las frutas tropicales con mayor aceptación a nivel internacional, éste presenta ciertas ventajas entre las que encontramos: Su composición, calidad, exclusividad y diversidad de usos. Sin embargo también tiene desventajas como: Es perecedero, vulnerabilidad climática y tiene sustitutos.

Dentro del análisis del mercado se hizo una investigación acerca de la cultura y economía del mercado meta, entre los principales puntos estudiados podemos encontrar: Geografía, el sistema político, la estabilidad económica, el sistema legal, la dieta, las restricciones al comercio, los canales de distribución y los canales de comunicación.

Como características generales del mercado con relación al mango encontramos: La mayor parte del mango proviene de la importación y la demanda actual y potencial ha crecido de manera constante. El mercado presenta una serie de ventajas como lo son: Ubicación geográfica, el TLCAN, la diversificación cultural, las guías alimentarias y el impulso al comercio exterior. Al mismo tiempo el mercado presentan ciertas desventajas como los son: Las barreras no arancelarias, el idioma y los hábitos de compra.

El producto con relación al mercado nos ofrecen ciertas ventajas, entre las cuales encontramos que el mango Ataulfo es uno de los favoritos del mercado, los meses de cosecha y la publicidad que actualmente lleva a cabo el departamento de Agricultura de EUA con el fin de fortalecer el conocimiento y consumo de esta fruta. Por el lado contrario el mercado nos ofrece una desventaja que es la competencia.

Dentro del Plan de Exportación se tomarán en cuenta los siguientes puntos, los cuales son relevantes para la exportación: Empaque, etiqueta, marca, distribución del producto, transporte, documentos necesarios, Incoterm y la forma de pago. En cuanto esfuerzos de promoción y publicidad se harán dirigidos a buscar un posicionamiento dentro del nuevo mercado por medio de: Ferias Internacionales, Internet y correo electrónico.

Al hablar acerca del precio, es importante resaltar que este es estacional y es fijado a través de la oferta y demanda del producto. Basándonos en el comportamiento del mercado y meses de cosecha. Con este tema inicia el análisis financiero donde tomamos en cuenta los siguientes costos: La proyección del proyecto a 5 años toma en consideración el flujo de efectivo operacional, el gasto de capital y el capital de trabajo neto. En este mismo punto se elabora el estudio de escenarios tomamos en cuenta siguientes métodos de valuación: El valor presente neto y la tasa interna de retorno.

Finalmente se presentan las conclusiones del proyecto, donde se determina la viabilidad del proyecto. Y las recomendaciones para un mejor desarrollo del proyecto.