



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.  
Escuela de Administración de Negocios Internacionales

**AJOS CHINOS:  
BÚSQUEDA Y PROCESO DE IMPORTACIÓN**

DAVID AYAMAN TORRES ENRÍQUEZ

Informe de Práctica Profesional presentada a la Carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso para optar al Grado de Licenciado en Negociaciones Internacionales, Título Profesional de Administrador de Negocios Internacionales.

Profesor Guía:  
Sr. Patricio Vicencio

Mayo 2008

## **AGRADECIMIENTOS**

*A cada persona que camino conmigo para la consecución de este objetivo, en especial mi familia y amigos.*

*A Nicolle por ser mi amiga y compañera, gracias por ser mi parasubidas, por amarrar un cordelito a mi mano cada vez que doblé por un callejón onírico y llamar a mí conciencia siempre que fuese necesario.*

*A mi padre y amigo, diamante loco que se incrusto en mi alma y que brilla en mí en cada silbido, en cada canción, en cada risa y arrebató de locura, en la alegría linda que me enseñaste y cada esfuerzo que demostraste.*

*A mi madre, por enseñarme que el amor y las personas son infinitas como las espirales en el caracol, por tu incondicionalidad, por tu sacrificio diario, por enseñarme a deletrear la palabra l-i-b-e-r-t-a-d, esa de tus historias de infancia, esa de la que eres paladina y el más bello acróstico, gracias por entregarme tus risas, tus canciones, tus desvelos y tu amistad.*

*Aya.*

# ÍNDICE

Introducción	5
Resumen Ejecutivo	6

## Capitulo Primero: Antecedentes Generales.

1.1 De la empresa	7
1.2 De la practica	8

## Capitulo Segundo: Trabajo Realizado.

2.1 Descripción del cargo	9
2.2 Trabajo realizado	10
2.3 Crecimiento de la línea de productos	11
2.3.1 Las nuevas tecnologías	11
2.3.2 La Búsqueda	12
2.3.3 La Respuesta	13
2.4 Reducción de costos	15
2.5 Aumento en la calidad	16

## Capitulo Tercero: Importación.

3.1 Aspectos generales	18
3.2 Búsqueda de nuevas oportunidades	19
3.2.1 Acercamiento al mercado, situación chilena	20
3.2.2 Elección del mercado: China	22

3.3 Búsqueda de proveedores	26
3.3.1 Jining Haijiang Trading Co. Ltd.	27
3.4 Negociación	28
3.5 Otros aspectos	30
3.6 Forma de pago	31
3.8 Packing	31
3.8 Cierre de contrato y recepción de mercadería	34
Capitulo Cuarto: Conclusiones y propuestas.	
4.1 Análisis FODA	36
4.2 Problemas detectados y soluciones propuestas	44
4.3 Conclusión	48
Bibliografía	50
Anexos	51

## **INTRODUCCIÓN**

El siguiente informe dará testimonio de la practica profesional realizada por el autor durante los mese de Octubre y Noviembre del año 2007 en Importadora MDP, empresa cuya casa matriz esta ubicada en Av. Uruguay - Valparaíso, bajo la tutela de don Álvaro Díaz, jefe de personal, y busca dar al lector una visión del trabajo realizado en el área de importaciones de la empresa, así como la experiencia personal de la primera importación real del artífice de este informe.

Es importante el mencionar el hecho de que la realización de esta práctica surge de la motivación directa del autor por una experiencia empírica en el rubro de la importación, en donde se concentran los proyectos laborales a futuro del que aquí escribe. Por lo tanto, con la realización de mis tareas en Importadora MDP, la principal búsqueda fue la de adquirir la mayor experiencia posible en el rubro, además de estar cara a cara con un proceso de importación.

## RESUMEN EJECUTIVO

Informo al lector que para la correcta comprensión y lectura del presente informe, que este se ha dividido en dos partes, que comprenderán dos etapas, como las describe el autor, una primera con información referente al proceso de investigación realizado por el autor, y una segunda parte que dará a conocer la experiencia real de importación, además de contener toda la información técnica necesaria que permitió la consecución de dicho proceso de internación. Se debe saber además que este informe ha sido dividido en cuatro capítulos, conteniendo cuando fuera necesario subcapítulos que brinden una mayor profundidad en el tema a tratar.

El capítulo primero dará al lector antecedentes generales e información referente a la práctica realizada, así como de la empresa y sus actividades.

En el capítulo segundo se buscará el informar acerca del trabajo realizado, descripción del cargo y la metodología empleada para la consecución de las metas.

Capítulo tercero recorrerá de manera más detallada la principal labor realizada y su resultado final, de modo de dar a conocer de manera puntual el recorrido que llevó al autor a iniciar y concretar un proyecto de importación.

Por último encontraremos en el capítulo cuarto las conclusiones del trabajo, análisis FODA, así como también las dificultades y soluciones encontradas a lo largo del proceso.

Se incluyen también las fuentes bibliográficas en las que el autor encontró refugio y anexos que brindaran ayuda a la comprensión del tema.

# **CAPÍTULO PRIMERO**

## **ANTECEDENTES GENERALES**

### **DE LA EMPRESA**

La Práctica profesional a informar fue realizada en Importadora MDP, empresa familiar de más de cincuenta años en el rubro de importación y líder en distribución de frutas y productos agrícolas al por mayor, principalmente provenientes de Ecuador en la región de Valparaíso.

Desde temprana edad, Importadora MDP ha sido reconocida como una empresa del rubro bananero, giro que les abrió las puertas al comercio internacional en la búsqueda permanente de calidad y bajos costos.

Con el paso de los años logra establecer fuertes lazos con el Grupo Quirola, segunda mayor empresa productora de bananos de su país, ubicada en la región ecuatoriana de Machala, capital bananera del mundo. Esta alianza se torna factor de gran importancia en el éxito del negocio y ventaja competitiva respecto a la competencia, dada principalmente por los bajos precios y alta calidad otorgados por el proveedor, que luego son transmitidos de manera directa a los clientes y consumidores finales.

La constancia en el tiempo y fuerte enfoque hacia la entrega de la mejor calidad de servicio, producto y distribución posible en su línea de productos, ha llevado a Importadora MDP a ser hoy en día la empresa líder en la distribución y venta de bananas, su producto estrella, en la quinta región de Valparaíso.

## DE LA PRÁCTICA

Como se dijo con anterioridad la practica fue realizada en una empresa de carácter familiar, por lo que la supervisión directa de la practica fue realizada por don Álvaro Díaz Díaz, jefe de personal y por sobre el de don Manuel Díaz Prieto propietario y dicha empresa.

Contó con una duración de 288 horas cronológicas distribuidas durante dos meses de trabajo en jornada completa.

Parte principal de las labores encomendadas y el tiempo empleado fue utilizado en el departamento de importaciones de MDP, en un inicio en la búsqueda de nuevos productos y sus respectivos productores en el extranjero para luego asumir la responsabilidad de contactar y negociar para finalmente asumir la tarea de “Administrador de Negocios Internacionales”, llegando incluso a realizar la importación de Ajos desde la República Popular China, estando a cargo de todo el proceso hasta su llegada a Chile.

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **DEL TRABAJO REALIZADO**

#### DESCRIPCION DEL CARGO

Las tareas asumidas dentro de MDP fueron variadas pero con un fuerte enfoque administrativo, el cual podría ser dividido en dos etapas, una primera de carácter Investigativo y una segunda etapa de Ejecución.

En la primera etapa el autor utilizó gran parte de su tiempo en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio a través de nuevos proveedores y/o productos, en una segunda etapa tuvo la posibilidad de gestionar la importación de un producto de forma integra desde la República Popular China , integrando el trabajo realizado en la primera parte, la búsqueda de proveedores, y otras labores en las que el que escribe pudo demostrar sus conocimientos teóricos y experiencias como la gestión de: negociación, clausulas de compra, formas de pago, seguros, cierre y cumplimiento de contrato, transferencias bancarias, recepción de documentos de importación, coordinación con agente de aduanas y recepción de mercadería. Dando un cierre a la segunda etapa con acciones netamente de ejecución.

En menor medida el autor participó también en labores contables, control de inventarios, operaciones bancarias más otro número de tareas según los requerimientos de la empresa.

## TRABAJO REALIZADO

Como mencionara en el punto anterior, en una primera etapa la labor principal encomendada por la empresa fue la de descubrir nuevas oportunidades de negocio en el extranjero a través de la búsqueda de nuevos productos y/o proveedores. Para lograr satisfactoriamente estas metas, fueron planteados tres puntos de referencia, que a fin de cuentas se transformaron objetivos primarios en la búsqueda, las tareas desempeñadas en esta área por lo tanto pueden resumirse en la persecución de:

- Crecimiento de la línea de productos de la empresa,
- Reducción de costos, y
- Aumento en la calidad de los productos.

Estos tres puntos auto propuestos, sirvieron al alumno como meta durante la estadía en Importadora MDP, y la consecución de los mismos como un elemento auto evaluador a lo largo de la practica.

Por esta razón es que para explicar mejor el trabajo realizado se utilizara como referencia los puntos antes mencionados y los actos realizados durante las dos etapas de la pasantía para el cumplimiento de las metas propuestas por el autor.

## CRECIMIENTO DE LA LINEA DE PRODUCTOS

Es en este objetivo donde se concentra gran parte del trabajo realizado, y que bajo la consideración del alumno, de gran importancia para lo que sería el trabajo a futuro dentro de la práctica.

Para el cumplimiento de esta primera meta, dado el poco tiempo con que se contaba, se eligió un modo de acción acorde con las necesidades y posibilidades reales tanto del autor como de la empresa, así como de aprovechar los recursos existentes y medios de comunicación de la era digital y por sobre todas las cosas Internet. Es tal la importancia que esta última herramienta desarrolló dentro del trabajo realizado para la consecución del anhelado crecimiento de línea, que se explicara con mayor detalle el método utilizado para una mejor comprensión del tema.

## LAS NUEVAS TECNOLOGIAS

El día tres de enero del año 2006 la World Wide Web (WWW) cumplió uno de sus hitos, lograr mil cien millones de usuarios alrededor del mundo conectados a una caldera única en la historia del hombre de información, comunicación, entretenimiento y de los más variados temas que afectan al ser humano en todos sus aspectos y facetas. Tomando en cuenta entonces la cantidad de usuarios navegantes, la masiva penetración, rápida llegada y su gran potencial como herramienta de Marketing no parece extraño que no tardaran en

aparecer nuevos esquemas de negocios basados en esta tecnología y que a través de nuevos y antiguos métodos permitieran el acercamiento y el intercambio comercial de cualquier tipo entre un gigantesco número de compradores que por un interés u otro se asomara a esta gigantesca vitrina virtual con otro sin fin de proveedores dispuestos a ofrecer sus productos en esta nueva ventana a disposición del consumidor.

## LA BUSQUEDA

Dentro de esta gigantesca gama de posibilidades nacidas y a estas alturas incluso algunas criadas en la WWW, destaca para este caso en particular un modelo de gran utilidad para el autor, a continuación se relatara la experiencia vivida.

Dadas las condiciones en las que tuvo que ser desarrollada la práctica, uno de los factores preponderantes para el correcto desempeño y logro de las metas mencionadas con anterioridad fue sin duda el factor tiempo. En un comienzo y desde la incorporación del autor a MDP se le encargo la cotización de un número de productos en los mercados internacionales. Dada la inexperiencia en el rubro del agro hubo que entrar en contacto con agregados comerciales, oficinas de promoción de exportaciones de distintos países a través de sus directorios de exportadores, información publicada en la prensa e internet, rankings de producción mundial por países y empresas, en resumen, todo lo necesario para recopilar la información suficiente que permitiera el acercamiento a un proveedor confiable, que fuera sinónimo de calidad y viable desde un punto de vista logístico. Este método de investigación resulto tener muy buenos resultados, y fue posible realizar contactos

comerciales con empresas proveedoras como Coopar S.A. y Casarone Agroindustrial S.A. productores y exportadores de arroz en Uruguay, de frijoles en Bolivia, KeyPerú productores de cebolla en Perú, AMB exportadores de mijo en Argentina, y otro pequeño número de intentos fallidos.

Debido al entusiasmo con lo que los encargados de la empresa empezaron a requerir información, precios, proveedores y productos tanto del rubro agrícola como de otros más diversos, surgió la necesidad de encontrar un método de búsqueda más rápido y global que la búsqueda descrita con anterioridad, pero sin comprometer la calidad de los productos ni la seriedad de los proveedores. En esta nueva búsqueda surgió la idea de recurrir a las bondades informáticas antes descritas y los resultados fueron más que convincentes.

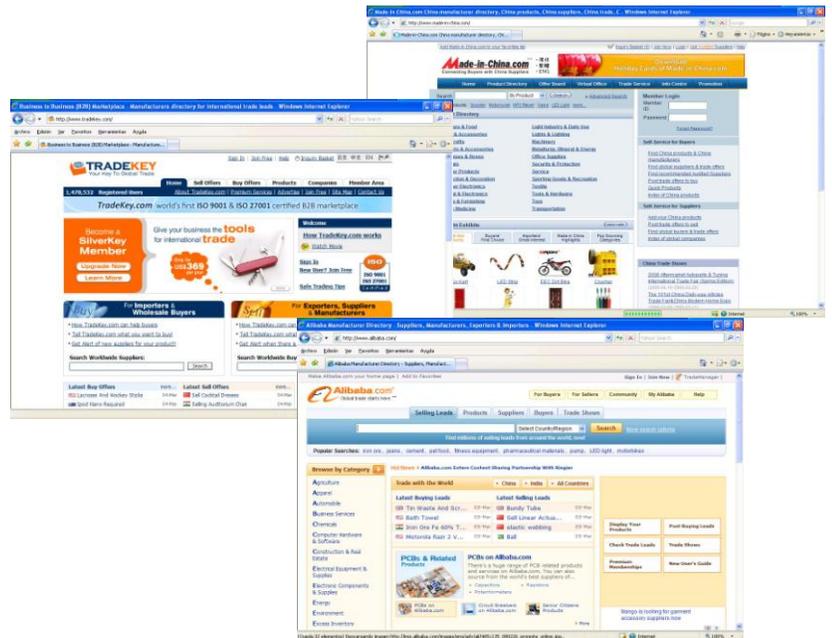
#### LA RESPUESTA: EL B2B

Dentro de la gran gama de posibilidades de negocio existentes en el ciberespacio la que mejor respuesta dio a las necesidades surgidas en el momento descrito fue el conocido modelo de comercio electrónico Business to Business (o B2B por su sigla en inglés), y más específicamente a través de portales B2B, sitios web que reúnen un gran número de oferentes de productos y servicios de la más variada índole, resumiendo en un solo lugar información de las empresas, contactos, referencias, listas de productos, imágenes de los productos, y toda la información relevante necesaria para la búsqueda de un producto o

servicio en especial, así como el detalle de los demandantes, y sus preferencias de búsqueda.

Solo por nombrar algunos sitios usados por el autor y que mejores resultados le brindaron se encuentran:

- www.Made-in-China.com,
- www.Alibaba.com,
- www.Tradekey.com,
- www.Kompass.com



Todos portales dedicados a las actividades mencionadas de un portal B2B, permitieron contactar y establecer relaciones comerciales de muy buena manera, de forma rápida y confiable.

La gran versatilidad de estos sitios fue de especial importancia a la hora de conseguir los objetivos propuestos durante la práctica dentro del tiempo limitado de la misma, ofreciendo una la oportunidad de realizar un gran número de cotizaciones en el tiempo que antes tomaba una.

## REDUCCION DE COSTOS

Luego de conocer la metodología empleada para de una manera más eficiente obtener los resultados propuestos, surge a simple vista la reducción de costos que significo el nuevo sistema, tan eficiente como el aplicado en una primera instancia pero usando una pequeña parte de los recursos que anteriormente significaba pudiendo llevar un costo variable a ser visto como un costo fijo en una simple cuenta mensual uniforme. Por otra parte, la internalización de los procesos de importación traducidos en el ingreso del autor a la compañía, trajeron consigo el ahorro de los gastos propios de la externalización y contratación de un servicio externo de búsqueda y gestión con proveedores e importación, obteniendo la empresa un mayor control sobre todas las etapas que recorre el proceso de nacionalización de las mercaderías, facilidad a la hora de buscar nuevos proveedores, entrar de lleno en la búsqueda de precios más competitivos en distintos mercados sin la necesidad de “amarrarse” con un proveedor específico o con un tercero que controle el proceso y del cual se puede generar un grado de dependencia si no se tiene el suficiente cuidado.

Todo lo anterior nombrado represento una disminución en los costos de importación de la empresa y un beneficio al concentrar al interior de la misma todos los procesos y ejercer un mayor control sobre el proceso.

## AUMENTO EN LA CALIDAD

El aumento de la calidad de los productos fue sin duda uno de los puntos más ambiciosos difíciles de poder realizar principalmente dados los antecedentes que se han dado a conocer a través de este informe, en primer lugar la falta de experiencia en el rubro agrícola, rubro de por si complejo, dada la naturaleza perecedera y delicada de las mercaderías, el alto grado de know-how dado por la experiencia y la larga espera que requiere el ver el estado final de la mercadería desde el inicio de una negociación hasta su venta, generalmente pudiendo verse el estado final de esta en su punto de madurez, momento en que ya es tarde para dar pie atrás.

Es por esto que se considera este punto uno de los aspectos más difíciles de evaluar dentro del desempeño del alumno en MDP y de los tres puntos auto impuestos como meta personal el que más trabajo tomo en el momento de medir de manera concreta los resultados dadas las horas contadas de la práctica, si bien se logro la expansión de la línea de productos y se pudieron realizar con éxito las gestiones pertinentes faltaron muchas horas más de práctica para poder comprender el rubro y el negocio, como también para ver resultados empíricos en la búsqueda de una mejora en la calidad.

Esta autocrítica sin duda sirvió para aprender que el rubro del comercio internacional está lleno de situaciones como esta y que se requiere de tiempo para conocer una industria y el sinfín de detalles relacionados a la producción.

Con todo esto no se quiere decir que durante la gestión realizada se hayan nacionalizado productos defectuosos o de baja calidad, al contrario, durante el proceso de importación

descrito en este informe los resultados finales fueron más que satisfactorios, solo que no se dio la posibilidad de contribuir con una mejora en la calidad de los demás productos trabajados por la importadora, los cuales también fueron tomados como meta del autor.

## **CAPITULO TERCERO**

### **IMPORTACION**

#### **ASPECTOS GENERALES**

El siguiente capítulo entra en la etapa que se ha llamado de ejecución, describiendo y desarrollando los pasos seguidos para concretar la importación de Ajos frescos refrigerados desde la República Popular China y sus resultados finales.

Vale la pena decir el sentimiento de nerviosismo y alta responsabilidad al estar a cargo de todo el proceso, pero que sin duda alguna, la profunda formación entregada en las aulas cumplió con todas las expectativas, pudiendo demostrar y ganar un espacio en la empresa conversando, aprendiendo y aportando a personas con años de experiencia en materia de importaciones.

Para el desarrollo de este capítulo se ha tomado la decisión de narrar de una forma técnica el proceso vivido, he dejado de lado por lo tanto distintas herramientas, métodos y formas de concretar las distintas variaciones que puede tomar un negocio con una empresa en el extranjero no por ser menos importantes, sino, por la dirección que tomo toda la importación en el caso particular del autor, con un negocio y proveedor en particular.

A continuación empezaré con el primer paso, la selección de un buen proveedor, pero antes me parece pertinente presentar los antecedentes que llevaron a tomar la decisión de importar ajos entre el gran número de productos existentes, así como el país y aspectos técnicos del ajo para facilitar la comprensión del resto del capítulo.

#### BUSQUEDA DE NUEVAS OPORTUNIDADES: AJO

Para ser franco la idea del producto surgió desde el interés demostrado por dueños de la compañía en el producto en cuestión. Grandes cantidades de información tuvieron que ser revisadas para el reconocimiento del país indicado en busca siempre de la mejor relación calidad/precio. Argentina y Brasil aparecieron en un inicio como un potencial proveedor, los avalaba su cercanía geográfica y volúmenes de producción, pero al estudiar de mejor manera el mercado y la posición chilena reconocí que las verdaderas oportunidades estaban en el oriente, como será analizado a continuación.

#### ACERCAMIENTO AL MERCADO: SITUACION CHILENA

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la producción de ajo en Chile (figura 1) se ha mantenido constante en los últimos años luego de una tendencia a la baja en la producción a comienzos del año 2.000. Esta baja se explica principalmente por la baja sufrida en el sector exportador, luego de años de bonanza a fines de la década de los noventas, que se vio terminada

principalmente por el aumento de la competitividad en la oferta debido al auge argentino y brasilero como competidor directo en el mercado mexicano, hasta ese momento destino de la mayor parte de las exportaciones chilenas, y sumado a la fuerte entrada de el ajo chino en los mercados americanos y mundiales, para finalmente encontrar la estabilidad actual en las cantidades cosechadas y producidas como apreciamos en los cuadros.

Figura 1: Área Cosechada en Chile Periodo 2001-2006 (hectáreas/año)

Año	Producción Tons.	Área Hectáreas	Productividad 1.000 tn/hc
1998	16.000	2.580	6
1999	19.581	2.758	7
2000	21.000	3.142	7
2001	21.500	3.235	7
2002	21.000	3.100	7
2003	20.000	2.900	7
2004	19.500	2.800	7
2005	18.500	2.700	7
2006	19.500	2.800	7
2007	19.500	2.800	7

Elaborado por autor. Fuente: FAO

El cambio en la situación mexicana y la irrupción de China en los mercados internacionales provoco una fuerte recesión en el sector exportador de ajo chileno que se tradujo como es de suponer en un aumento de la oferta en el mercado interno reduciendo los precios y reduciendo el atractivo del cultivo. Por otra parte la importación de ajos principalmente desde China desemboco en una disminución aun mayor en los precios, marcando un lineamiento de acción para los productores nacionales para poder competir con el gigante asiático.

La evolución y cambios en el mercado queda en manifiesto al ver el avance de las importaciones en desmedro de las exportaciones chilenas (Figura 2) en un plazo de diez años.

Figura 2: Cuadro Comparativo importaciones v/s exportaciones Chilenas de Ajo periodo 1997-2007 (miles de tons.)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Impo.	0,37	1,33	1,36	1,5	0,59	2,31	3,56	4,05	5,72	6,2	6,94
Expo.	5,93	4,12	12,76	11,07	10,47	11,17	11,44	7,54	5,6	4,44	3,81
Balanza	5,56	2,79	11,4	9,57	9,88	8,86	7,88	3,49	-0,12	-1,76	-3,13

Elaborado por autor, Fuente: SNA.

Tendencia fuerte que se ha mantenido con los años llegando el 2005 a ser prácticamente las mismas cantidades, demostrando una tendencia clara al aumento del consumo de ajo importado, cambio en las preferencias que queda demostrado en un creciente un déficit comercial desde el año 2005 hasta el pasado año 2007, situación que dada la tendencia posiblemente se repetirá en el futuro.

#### ELECCIÓN DEL MERCADO: CHINA

De un total de 6.939,9 toneladas de ajo que ingresaron al país el último año 2007 China participo con 6.662 toneladas representando un 95,84% del total de las exportaciones de ajo hacia Chile, dejando solo el 4,16% restante a otros países productores como se aprecia en la figuras 3 y 4.

Figura 3:

**Importaciones de Ajos, frescos o refrigerados desde el Mundo a Chile**

Código SACH 07032000

Período anual desde 1998 hasta 2007

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Valor en miles de dólares CIF</b>													
1998		3,4	42,5	184,8	73,2	172,1	19,2	48,6	18,1	152,1			713,9
1999	5,8	3,8		60,8	174,9		50,3	149,1	232,5	31,5	76	15,1	799,8
2000	3,9				81,4	74,5	137,5	223,9	93	66,3	83,2	18,3	781,9
2001		0,1	7,4	2,2	42,2		255,1	95,1	119,5	121,7	12,2		655,5
2002	57,9	31,4	78,4	126,2	16,9	68,4	384,7	225,1	171,7	120,8	51,6	42,6	1.375,60
2003	76,9	52,7	100,2	172,2	172,8	102,5	188,3	157,4	240,5		0	51,6	1.315,20
2004	53,6	47,5	33	153,8	146,5	253,2	155,8	272,3	224	131	127,9	175,7	1.774,40
2005	35,5	187,1	176,7	192,4	327	299,4	37,4	193,2	420,7	445	284,5	232,4	2.831,40
2006	22,8	265,8	66,5	345,6	227,2	293,3	85,4	656,3	245,5	450,2	227	170,1	3.055,60
2007	90,3	262,9	199,9	466	531,7	388,3	331,3	531,7	323,3	122,7		47,2	3.295,10
2008	230,7	251,4	224,5										706,7
<b>Volumen en toneladas</b>													
1998		6,5	80,4	376,4	256,9	255,4	52,5	91,9	22,2	142,9			1.285,20
1999	25	27		150	154,2		64,4	336	398,3	52	124	24	1.354,90
2000	6				150	150	235,2	455,5	191,4	140	146	24	1.498,20
2001		0	2,3	1	51,5		286,3	171	209,1	264,7	33,6		1.019,40
2002	115,3	25	149,5	227,9	26	101,2	718,7	480,4	434,8	323,7	138,9	98,7	2.840,10
2003	168	136,1	276	471,5	446	286	555	440	677,6		0,5	103	3.559,70
2004	102	104,4	50,5	312,7	291,8	540,5	358,5	717,5	571	340	246,5	413,5	4.048,90
2005	73,5	382,5	377,5	384,5	665,7	561	78,5	359	867,3	748	574,8	511,5	5.583,80
2006	49	533,3	147	766,8	363,8	522,2	147,8	1.402,40	543,2	942,9	437,5	347,2	6.203,10
2007	153,8	428,9	378	847,8	961	789,8	853,9	1.172,60	875	347,5		131,8	6.939,90
Fuente: elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas.													
Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).													

Figura 4:

**Importaciones de Ajos, frescos o refrigerados desde China**

Código SACH 07032000

Período anual desde 1998 hasta 2007

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
<b>Valor en miles de dólares CIF</b>													
1998						119,9		38,8	18,1	149,4			326,3
1999							33,5	149,1	219,8	31,5	76	15,1	524,9
2000	3,9				81,4	74,5	121,2	211,7	91,2	64,6	83,2	18,3	749,8
2001							116,3	95,1	81,9	13			306,4
2002			78,4	124,9	16,9	64,6	317,7	141,4	163,6	76,2	20,4	22,9	1.027,00
2003	9,9	17,8	95,1	162	158,5	102,5	188,3	157,4	237,1			51,6	1.180,30
2004	44,1	37,5		129,8	121,8	253,2	155,8	272,3	211,5	127	127,9	175,7	1.656,60
2005	35,5	187,1	176,7	192,4	324,4	299,4	37,4	193,2	420,7	436,6	281,2	197,4	2.782,00
2006	22,8	248,1	66,5	345,6	225,7	293,3	85,4	656,3	192,9	450,2	227	170,1	2.983,70
2007	90,3	128,5	130,4	466	531,2	388,3	331,3	531,2	322,7	122,7		47,2	3.089,70
<b>Volumen en toneladas</b>													
1998						120		47,9	22,2	137,9			328
1999							48,5	336	389,3	52	124	24	973,8
2000	6				150	150	222	444	174,5	124	146	24	1.440,50
2001							194,5	171	147,1	24,5			537,1
2002			149,5	225,5	26	100,5	651,2	301,4	412,8	179	52	50	2.147,90
2003	25	51,5	251	438	434	286	555	440	665			103	3.248,50
2004	78	76		257	230	540,5	358,5	717,5	535	312	246,5	413,5	3.764,50
2005	73,5	382,5	377,5	384,5	665	561	78,5	359	867,3	723,5	565,8	433,5	5.471,60
2006	49	483,3	147	766,8	362,7	522,2	147,8	1.402,40	464,6	942,9	437,5	347,2	6.073,40
2007	153,8	256,9	279	847,8	960,8	789,8	853,9	1.169,90	871,5	347,5		131,8	6.662,50
Fuente: elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).													

Esta marcada tendencia hacia el producto chino no es al azar. Como podemos ver en la figura 5, China es el líder mundial en el cultivo y producción de ajo en el mundo, incluso duplicando la producción de su más cercano competidor. Presenta una superficie cultivada de ajos que se ha ido incrementando con los años respondiendo a los aumentos en la demanda interna e internacional (Figura 6). Pudiendo mantener estándares de costos muy

por debajo de sus competidores más cercanos, incluso haciendo viable su exportación a destinos lejanos como Chile, casos en los que incluso asumiendo la totalidad de sus costos de internalización y nacionalización sigue siendo atractivo desde un punto de vista comercial.

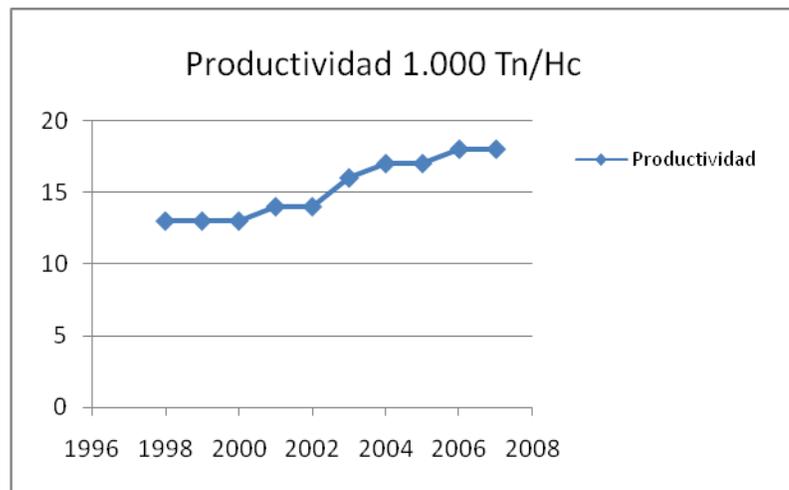
Figura 5: Ranking de Producción Mundial de Ajo, año 2005.

Ranking	País	Producción (M\$1000)	Producción (MT)
1	China	8.490.020	11.093.500
2	India	385.910	500.000
3	Corea, República de	270.137	350.000
4	Estados Unidos de América	182.890	236.960
5	Federación de Rusia	177.519	230.000
6	Egipto	125.094	162.077
7	España	112.145	145.300
8	Argentina	110.166	142.735
9	Ucrania	105.739	137.000
10	Myanmar	93.390	121.000
11	Tailandia	84.900	110.000
12	Turquía	76.796	99.500
13	Corea, Rep Pop Dem	73.323	95.000
14	Brasil	68.284	88.471
15	Rumania	58.791	76.172
16	Bangladesh	56.343	73.000
17	Etiopía	54.799	71.000
18	Irán, Rep Islámica de	54.027	70.000
19	Cuba	46.309	60.000
20	Pakistán	43.145	55.900
Fuente: FAO			

Figura 6: Área Cultivada/Producción de Ajo en China periodo 1998-2007

Año	Producción M de Tons.	Área Hectáreas	Productividad M tn/hc
1998	5.874.297	457.321	13
1999	6.189.496	487.828	13
2000	7.489.321	559.833	13
2001	7.897.258	584.924	14
2002	9.083.241	627.428	14
2003	10.080.948	632.350	16
2004	10.596.559	637.250	17
2005	11.084.194	647.250	17
2006	11.587.000	657.250	18
2007	11.587.000	657.250	18

Elaborado por autor. Fuente: FAO



Luego de descubrir el nivel de posicionamiento chino mas sus elevados niveles de producción y calidad, y esto sumado a los bajos precios dejaron al descubierto la respuesta a las interrogantes, la tendencia es clara como es posible de ver en las tablas y sin dudas para la consecución de las metas era necesario competir con lo mejor entregando la mayor utilidad posible a la empresa. El resultado de esto entonces fue la decisión de buscar un

proveedor chino para entablar una negociación, como ya se disponía de información suficiente, había que empezar a buscar.

## BUSQUEDA DE PROVEEDORES

En el capítulo anterior fue relatada la metodología empleada para la búsqueda de proveedores, por lo a continuación se remitirá a nombrar que en el caso de los ajos, el proveedor fue encontrado luego de contactar un buen número de proveedores, en distintas ciudades de la R.P. China, cotizar las distintas ofertas, precios, variedades, calidades y diámetros que estos ofrecían.

Afortunadamente se logró obtener respuesta e interés de un gran número de estas empresas, muchas de las cuales sirvieron más adelante para seguir comparando precios y no bajar la guardia, para luego pasar a la etapa de selección, después de averiguar datos de las empresas y establecer lazos de confianza, ubicación geográfica importante a la hora de buscar menores costos evitando fletes innecesarios, disponibilidad de stock y cotizaciones formales para las cantidades requeridas.

Al terminar este proceso la empresa que entregó una mayor ponderación respecto a los factores considerados como importantes fue Jining Haijiang Trading Co. Ltd., ubicada en la región China de Jining, Shandong. Empresa con la que mantuve una comunicación constante, con la que logré establecer confianza mutua para en un periodo no muy extendido entrar en la etapa de negociación.

## JINING HAIJIANG TRADING CO. LTD.: BREVE RESEÑA



En Fotografía: parte de la planta productiva de Jining Haijiang Trading Co. Ltd.

Empresa productora y exportadora de productos agrícolas ubicada en la provincia de Jining Shandong, China y que opera desde el año 1986. Dentro de su oferta exportable encontramos una amplia gama de productos y sus distintas variedades destacando: jengibre, pomelo, camote, cebolla manzana, maní, ajo

entre otros productos del reino vegetal, siendo esta empresa para el jengibre y el ajo uno de los mayores exportadores a nivel mundial. Entre sus principales ventajas se encuentra su gran stock, capaz de satisfacer pedidos durante todo el año y no solo de manera estacional, brindando confianza a la hora de realizar los pedidos y dando la posibilidad de negociar reducción de precios por cantidades anuales.

En palabras de Jenny, encargada de ventas para Latinoamérica y nexa entre mi persona y Jining Haijiang:

“Nuestra compañía ha estado exportando ajo por mas de 20 años. Tenemos nuestra propia planta de producción y cámaras frigoríficas. El ajo es nuestro principal producto, existen más de 600 compañías exportadoras de ajo en China y la nuestra ha ocupado el lugar número 10 por los últimos 5 años. Operamos completamente acorde con las reglas

EurepGap<sup>1</sup> y hemos ganado una buena reputación vendiendo ajos de primera calidad a los menores precios.

Las cantidades de ajo que exportamos bordean 30.000 t/m por año. Nuestras reservas en cámaras bordean los 5.000 t/m. El valor total de nuestras exportaciones en un año llega a los US\$17.000.000, repartidos en mercados europeos, americanos, africanos y asiáticos.”

## NEGOCIACION

Luego de entablar comunicación y fortalecer la confianza con la empresa proveedora, entramos en una etapa más marcada por los intereses de cada parte, la negociación.

Parte muy importante para la consecución de objetivos comunes a esta altura fue la creación de lazos de confianza hilados desde un primer momento, lo que permitió que ambas partes coincidiéramos en una postura ganar-ganar para obtener un resultado beneficioso para ambas empresas.

En primer lugar y para incrementar la confianza de parte del proveedor, no se enfocaron los esfuerzos de manera directa en una mejora insuperable como una gran reducción de precios para el primer envío, sino más bien se miró la negociación en términos de relación a largo plazo, lo que permite aumentar de gran manera la disposición de la contraparte así como de poder proponer condiciones más ambiciosas para la parte que represento el autor basado en el beneficio mutuo a lo largo del tiempo. Para lograr lo antes planteado el alumno propuso que los precios fueran descendiendo de manera gradual a manera de “cuadro de

---

<sup>1</sup> Norma de control referida al cumplimiento de buenas prácticas agrícolas, velando por la sanidad de los alimentos y el rastreo de los productos, pudiendo rastrear el origen del producto hasta la parcela de la finca donde fue producido. Sin embargo, también se refieren a los requisitos sobre el uso de plaguicidas, la seguridad de los trabajadores, el cumplimiento de las leyes laborales nacionales, etc.

desgravación” con rebajas no tan significativas en un comienzo pero que a modo de pensar del que escribe en el momento surcaban la huella de un buen camino a futuro.

Se debe rescatar que Haijiang maneja precios menores a los promedios de mercado, por lo que no existía una gran presión sobre el autor para la obtención de menores precios, y a la vez demostrando el interés real de una larga relación comercial con la contraparte.

El resultado de ese paso de negociación fue notable. En el primer pedido realizado por el alumno mientras duro su práctica, el precio por tonelada métrica de ajo ascendía a los \$450 US. Gracias a la negociación se logro un precio de \$435 US para el segundo envío, y un precio de \$410 US en el tercer envío, precio que es mantenido hasta la fecha en otros pedidos posteriores y pese al aumento generalizado en el precio del ajo a lo largo de los meses, en especial durante enero y llegando a su máxima durante febrero, fecha en que se da inicio al festival de la primavera, evento que genera un fuerte aumento de la cantidad demandada en el mercado domestico chino y la paralización parcial de la mano de obra por el carácter festivo de esta tradicional y milenaria fiesta.

En resumidas cuentas, cuarenta dólares por tonelada métrica de ahorro a la fecha de enero del 2008 en comparación a el primer envío, multiplicado por 2600 cajas o 26 toneladas métricas que transporta un contenedor de 40 pies representa un ahorro de \$1.040 US en el precio Costo, Seguro y Flete (CIF) por contenedor enviado tras la gestión del autor demostrando que el camino empezado y la metodología utilizada durante la negociación llego a buen puerto y gratamente ayudo en la consecución de la reducción de costos auto propuesta.

## OTROS ASPECTOS

Si bien ya se había avanzado en la negociación, faltaban otros aspectos importantísimos y necesarios para cerrar el negocio, estipular condiciones de envío, packing, seguros, formas de pago, etc., puntos que en su mayoría existen para generar un respaldo a las partes implicadas en el comercio internacional y establecer un acuerdo mutuo en las condiciones de la operación.

Por políticas de la empresa la cláusula de compra usada fue la de Costo, Seguro y Flete “CIF”, figura usada en gran medida en el comercio internacional y que facilita en cierta manera la gestión para el importador recibiendo la responsabilidad de la carga una vez que esta ha tocado puerto de destino, en mi caso Valparaíso, corriendo por cuenta del vendedor la contratación del seguro marítimo, flete, gastos de exportación, gastos aduaneros de exportación, costo de empaque, embalaje y envío de documentos.

Por otra parte con la amplia experiencia de Haijiang en el rubro de la exportación más conversaciones con el agente de aduanas se pudo llegar de manera muy rápida a los requerimientos fitosanitarios impuestos por el S.A.G.<sup>2</sup>, asegurándonos de esta manera que la mercancía pudiera entrar al país sin problemas y evitar fumigaciones en destino, multas o la simple devolución de la mercancía.

---

<sup>2</sup> N°\_1478\_/ VISTOS: Lo dispuesto en la Ley N° 18.755, Orgánica del Servicio Agrícola y Ganadero, modificada por la Ley N° 19.283, el Decreto Ley N° 3.557 de 1980, sobre Protección Agrícola, las Resoluciones del Servicio Agrícola y Ganadero N°s 350 de 1981, 1659 de 1994; los Decretos de Agricultura N°s 156 de 1998 y 92 de 1999, Véase Anexo 1.

## FORMA DE PAGO

En esta materia se debe reconocer el temor surgido en un comienzo por la forma de pago exigida por el proveedor, que fue la siguiente: un 30% vía transferencia bancaria (T/T) por adelantado y luego el 70% T/T luego del envío de un juego de copias con la documentación del embarque.

Método riesgoso desde el punto de que el pago es realizado de manera integra sin tener acceso a la documentación original, pudiendo en el peor de los casos significar grandes pérdidas en caso de recibir copias falsas de la documentación o ser víctima de cualquier tipo de engaño.

Consiente de esto y tras haber averiguado muy bien a la empresa proveedora y recibir la aprobación de los términos exigidos por parte de mis superiores cerré ese episodio en espera de recibir las copias originales en orden, hecho que sucedió a cabalidad tras el pago del 70% en la segunda instancia poniendo fin a los temores.

## PACKING

Lo anteriormente nombrado en materia de negociación, facilito la negociación de otros factores importantes para la empresa como el empaque. Para facilitar la comprensión diré que existen varias formas de vender ajo, así como variedades y tamaños, los cuales serán nombrados a continuación:

-Para variedad Ajo Blanco es común encontrar dos grandes subdivisiones de tipo, estas son:

- Ajo Blanco Normal (Normal White Garlic)
- Ajo Blanco Puro (Pure White Garlic)

Ambas presentan diferencias de calidad y precio, siendo la variedad pura la que presenta un mayor calidad y presentación dada su blancura sin líneas moradas, asumiendo también un mayor costo que puede superar en algunos casos los US100 por t/m, de baja comercialización y consumo en Chile dado su alto precio queda relegado a un segundo plano en el mercado nacional en comparación a la variedad normal, que presenta tonos morados en sus cascaras interiores pero de igual calidad a un precio inferior, haciéndolo atractivo desde un punto de vista comercial para el segmento masivo del mercado.

Para ambos tipos existen diferencias de precio respecto al diámetro de la cabeza de ajo, variando desde los 4.0cm a/4.5cm a/5.0cm a/5.5cm a/6.0cm a/6.5cm y superior, siendo en Chile la medida más común la de 5.5-6.0cms.

Respecto al embalaje este también juega un rol a la hora de determinar el precio, variando desde un precio menor en carga suelta y aumentando según los requerimientos del comprador separándose en dos grupos, carga suelta y embalaje pequeño existiendo gran variedad a la hora de elegir la presentación como vemos en la figura 7. En Chile no existe una tendencia clara al respecto, siendo adquirido de forma suelta o en cajas dependiendo el destino de la mercancía, tipo de almacenamiento, punto de venta y necesidades del segmento objetivo.

Figura 7: Formas en que se presenta el ajo para su venta.

<u>Empaque Suelto:</u>	<u>Empaque Pequeño:</u>
10 kg/caja;	500 gr/malla, 10 mallas /caja;
10 kg/malla/caja;	500 gr/malla, 20 mallas /caja;
10 kg/malla;	250 gr/malla, 20 mallas /caja;
20 kg/malla.	250 gr/malla, 40 mallas /caja
	500 gr/malla, 20 mallas /malla;
	500 gr/malla, 40 mallas /malla;
	250 gr/malla, 40 mallas /malla
	3 u/malla, 10kg/caja.

Para el caso de MDP la elección del embalaje fue de mallas en cajas de cartón de 10kg, decisión tomada en consideración de la manipulación y almacenamiento del producto en las cámaras frigoríficas de la empresa, factor determinante a la hora de reducir las mermas, minimizar la capacidad ociosa en bodegas y mantener un orden en el inventario.

Otra de las decisiones tomadas respecto al packing fue el diseño del embalaje, generando por primera vez en la empresa un producto con marca e imagen propia, parte fundamental para los planes de crecimiento y posicionamiento futuro de la empresa. El nuevo embalaje así como la mercadería puesta en bodegas es mostrada a continuación (fig. 8).

Figura 8: Fotografías Packing.



#### CIERRE DEL CONTRATO Y RECEPCION DE LA MERCANCIA

Con todos los puntos nombrados anteriormente debidamente conversados, aclarados y acordados, se procedió a la petición del contrato de compra-venta y factura proforma para cerrar el proceso de negociación y esperar a la realización de los pagos bajo las condiciones antes señaladas. Quedando luego esperar la recepción de la mercadería, hecho que fue materializado cerca de 35 días después de haber cerrado la negociación (Fig. 9).

El contenedor y la mercadería fueron recibidos de manera óptima y según lo estipulado en el contrato y la negociación, hecho que pone fin a la gestión del alumno de manera exitosa y con una gran experiencia aprendida.

Figura 9: Mercancía una vez recibida en bodegas.



Como Anexo dejo copia de toda la documentación correspondiente experiencia de importación, en donde se podrá corroborar la información entregada por el autor en este informe.

## **CAPITULO CUARTO**

### **CONCLUSION Y PROPUESTAS**

En el presente capítulo nos acercaremos a los problemas detectados al interior de la empresa durante la duración de la práctica y las soluciones propuestas por el alumno, para esto se ha realizado un análisis FODA, del cual se rescatarán tanto los valores positivos que podrán ser tomados en cuenta por la empresa para el futuro, así como los aspectos más débiles, que serán analizados luego con una solución propuesta.

#### **ANALISIS FODA**

##### **FORTALEZAS**

- Alianza estratégica con grupo Quirola.

Alianza forjada por los años y la confianza mutua, y que hoy permite a MDP competir en un rubro difícil y volátil de por sí como es el oficio bananero, representa en gran medida el éxito del negocio dados los bajos precios y alta calidad en comparación a la competencia. Por otra parte es posible decir que MDP es hoy en día la única empresa en Chile con esta ventaja dado el mercado objetivo de las exportaciones del grupo Quirola concentradas casi en un cien por ciento en Europa.

- Experiencia.

MDP cuenta con cerca de cincuenta años en el rubro, y esta es sin dudas una de las principales fortalezas de la empresa y una de las principales barreras de entrada para la competencia. El alto grado de know-how manejado por los dueños y el personal de mayor antigüedad es un factor diferenciador en un negocio en el que se trabaja con productos de origen vegetal y de carácter perecedero con una corta vida.

- Posicionamiento.

Hoy en día MDP es la principal empresa importadora y distribuidora de bananos en la quinta región y la de segundo tamaño a nivel nacional, esta posición le permite competir de buena manera con la poca competencia y llegar a los distintos mercados mayoristas con un fuerte reconocimiento de la marca Quirola.

- Canales de distribución.

A través de los años MDP ha aprovechado las oportunidades y ha ampliado sus puntos de venta en la región, estando hoy presente en los principales puntos distribución mayorista y ferias, en donde distribuye a sus clientes. Siendo de esta forma una empresa con amplios y variados canales de distribución que le permite lograr grandes volúmenes de venta.

- Control.

Al ser una empresa de carácter familiar y de tamaño reducido, en personal e instalaciones facilita el control dentro de las instalaciones y puntos de venta, pudiendo mantener certeza sobre pedidos, inventarios, ingresos y egresos, facilitando la gestión del negocio y reduciendo los costos de operación.

## OPORTUNIDADES

- Búsqueda de nuevos mercados.

Este es un punto que no ha sido descuidado por la empresa, pero que aún puede ser explotado, por ejemplo abriendo nuevos puntos de venta o ampliando los ya existentes a regiones cercanas como la cuarta, metropolitana o sexta, ampliando el mercado de la empresa punto no menor dadas las expectativas de crecimiento de la compañía en el mediano-largo plazo, y para lo cual cuentan con los recursos económicos propios para realizar una inversión en esta materia.

- Nuevos canales de distribución.

Ha habido esfuerzos por parte de la empresa en este sentido pero que no se han concretado. Se puede identificar como una excelente oportunidad de negocios la distribución a cadenas de supermercados de la región ofreciendo como principal ventaja comparativa la cercanía geográfica de los distintos supermercados en comparación al

único distribuidor existente hasta el momento que reparte desde santiago a las distintas regiones.

- Expansión de la línea de productos.

Con el trabajo realizado por el alumno quedo demostrada la capacidad de la empresa por ampliar su línea de productos aprovechando la capacidad ociosa presente en las distintas sucursales. Este punto es y debe ser analizado en mayor detalle por la empresa para la consecución de los objetivos de expansión de la misma y aumento en la participación de mercado de la firma.

- Creación de Marca.

Otra oportunidad no explotada por la empresa es la explotación de una marca, elemento que generara diferenciación de la competencia y posicionamiento en el consumidor final, que recibe un producto sin mayor imagen que la de Quirola, en el caso de los bananos, o incluso nula en el resto de la línea de productos a excepción del ajo importado por el autor que se comercializa como fue descrito en el capitulo tercero con la imagen corporativa de MDP.

## AMENAZAS

- Situación internacional.

Como una empresa dedicada al comercio internacional MDP no esta ajena a cambios en la situación política o económica de la región o el mundo, contingencias como el reciente conflicto entre Ecuador, Colombia y Venezuela que casi desemboca en un conflicto bélico, tipo de cambio elevado, crisis económicas en distintos países con impacto directa en los países del cono sur y resto del mundo, crisis sociales y políticas que no son raras en Ecuador ponen en alerta las utilidades e incluso en el peor escenario la continuidad del intercambio con la nación del norte, de donde proviene el principal producto de la empresa.

- Plagas y enfermedades

Incluso hoy en día con todos los avances existentes es difícil y costoso para los productores de banano el proteger sus cultivos de plagas que podrían afectar la producción de banano de manera seria, enfermedades como el Mal de Panamá, o pestes como la Sigatoka del Banano, Sigatoka Negra y Sigatoka Amarilla tienen el potencial de acabar con haciendas completas de no ser controlada. Si bien los esfuerzos del gobierno y productores son amplios la posibilidad real de contagio aún existe y que han generado en el pasado perdidas gigantescas a nivel nacional, afectando de manera directa los niveles de exportación y por ende la estabilidad del negocio de MDP.

- Competencia.

En la actualidad existe una baja competencia para MDP en la región, estado que se podría ver alterado por la entrada de nuevos competidores establecidos principalmente en Santiago en la región. Por otro lado el surgimiento de nuevas empresas en el mercado local que pudieran superar las barreras de entrada a la industria podrían afectar las utilidades que mantiene la empresa hasta el día de hoy, y que son los cimientos de los planes expansionistas de la compañía.

## DEBILIDADES

- Dependencia a grupo Quirola.

Si bien un punto similar fue tratado como una fortaleza, vale rescatar el riesgo que existe de depender de un solo proveedor, quedando expuesto el negocio a distintos escenarios negativos como quiebres de relación o diferencias entre las partes, huelgas o cese de actividades en un país de naturaleza política y social que la historia ha demostrado inestable y la baja atención a nuevas ofertas de negocios de nuevos proveedores ecuatorianos que pudiera aprovechar la competencia.

- Problemas de diseño de la empresa.

Una de las principales falencias de MDP es la ausencia de un diseño al interior de la empresa, existiendo una ausencia de departamentos o encargados de áreas como administración, marketing, finanzas, recursos humanos, en desmedro de las áreas operaciones y venta. Si bien durante la estadía del alumno al interior de la empresa se le manifestaron los deseos de cubrir esas falencias, estos deseos no se han llevado a la realidad, dificultando a ojos del autor los planes futuros de la empresa.

- Resistencia al cambio.

La debilidad explicada en el punto anterior puede tener su génesis en la resiliencia al cambio del principal dueño de la empresa, comprensible desde el punto de vista que ha llevado la empresa por más de cuarenta años con métodos que hasta la fecha parecen funcionar muy bien pero que presentan detalles que podrían ser mejorados con la ayuda de la implementación de un sistema de gestión o diseño de la empresa como fue nombrado con anterioridad, cambios a los que se presenta una negativa poco acorde a los tiempos actuales, tamaño actual de la empresa y proyecciones futuras.

- Cultura organizacional, Comunicación, Motivación y liderazgo.

Al poco internarse en MDP se puede sentir el como afecta la cultura organizacional al desempeño de los trabajadores, principalmente debido a los malos tratos sufridos por algunos de los empleados, de corte psicológico y llegando al plano físico en contadas ocasiones, constantes amenazas de despido sin motivos legales, constantes discusiones

o diferencias entre dueños y empleados que no son saldadas sino con reprimendas verbales en donde al no existir un encargado de personal quedan sin defensa. Estos hechos claramente marcan un problema serio de liderazgo que afecta por lo general, existiendo excepciones al interior de la empresa, y que acarrear serios problemas motivacionales que afectan de manera directa la productividad de los trabajadores.

- Problemas de estimación de demanda.

Dentro de la línea de productos de MDP se cuenta con una sección de granos y legumbres, siendo en esta sección en particular y con ciertos productos que se notan problemas al momento de estimar la rotación de las existencias, contando con productos que superan el año de almacenamiento, expuestos al deterioro por el paso propio del tiempo generando capital ocioso que en ocasiones termina engrosando la fila de las mermas, significando perdidas para la empresa.

## PROBLEMAS DETECTADOS Y SOLUCIONES PROPUESTAS

En el análisis FODA realizado en el punto anterior quedan claramente identificados problemas al interior de la empresa, es por esto que se tomaran los puntos descritos en el punto Debilidades como el problema y a continuación se les intentara dar solución.

- Dependencia a grupo Quirola.

Propuesta:

Contar con planes de contingencia frente a cualquier dificultad con proveedores o elementos ajenos al control de las partes. Para lograr esto creo necesaria la integración al equipo permanente de la empresa a un encargado del comercio exterior con dedicación a la negociación, búsqueda de proveedores y nuevos productos, reduciendo el riesgo de quedar sin aprovisionamiento y haciendo más fácil el acceso a información como precios en los mercados internacionales.

Por otra parte la dependencia y única relación con un solo productor puede generar una ceguera frente a los competidores, cayendo en la creencia de que se tiene la mejor relación precio/calidad, sin estar al tanto de las oportunidades que ofrece el mercado mundial y a la larga perder terreno en el mercado solo por no prever una situación de estas características.

- Problemas de diseño de la empresa.

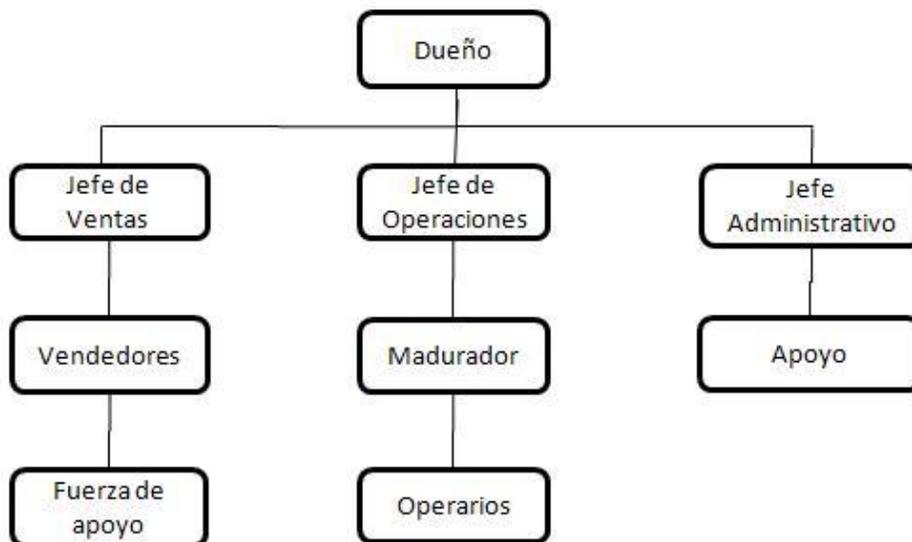
Propuesta:

Al parecer la solución es simple, la creación de un planeamiento dentro de la empresa, capacitación o/y la integración de personal capacitado a cargo de las distintas tareas propias del rubro.

Lo anterior permitirá a MDP poder realizar de manera más fidedigna una planificación estratégica basada en las opiniones y el trabajo de los empleados de cada área, reduciendo la incertidumbre al querer mirar a futuro y trayendo todos los beneficios que esto trae.

Por otra parte el enfoque en las aéreas de operaciones y venta que lleva en este momento MDP deja satisfecho a los dueños pero no ofrece ninguna garantía en el mediano-largo plazo, ni sobre el futuro y planificación de la compañía, temas solucionables como se ha dicho con el reclutamiento ó capacitación.

A continuación se ofrece un organigrama que podría ayudar a la solución del problema dado tomando en cuenta las limitantes de la empresa y su capacidad actual.



- Resistencia al cambio.

Propuesta:

Al parecer del autor este es un problema que es difícil de solucionar, como lo es tratar de cambiar a personas que tienen sus métodos y que les han dado resultado en el tiempo. En base a esto la solución que plantea el autor pasa por la inserción gradual de cambios que puedan entregar resultados en el corto plazo de manera de curtir las defensas y optimizar los procesos productivos, es decir con resultados casi inmediatos para luego profundizar y cubrir las demás necesidades de la empresa.

- Cultura organizacional, Comunicación, Motivación y Liderazgo.

Propuesta:

La solución vista por el alumno frente a esta situación pasa por el reconocimiento del trabajador como un elemento importante dentro de la empresa generando instancias de reconocimiento de las labores que equiparen las intimidaciones y fomenten la auto motivación, tratar de encontrar vía conversación una salida al conflicto sin que signifique inseguridad ni incertidumbre respecto a su situación en la empresa.

Otros factores que podrían solucionar el problema de motivación pueden ser, la generación de mayor grado de confianza entre la jefatura y los trabajadores, capacitación, incentivos económicos por metas de ventas o crecimiento y una mayor empatía de parte del alto mando que pudiera mejorar de igual manera el problema comunicacional y de liderazgo existente.

- Problemas de estimación de demanda

Propuesta:

Si bien este no es un problema mayoritario si afecta por la cantidad de capital y capacidad ocioso que posee la empresa. La solución a esto pasa a opinión del alumno por la integración de personal capacitado capaz de estimar la demanda del periodo y de mantener un control sobre las existencias y adquisiciones, de manera de liberar bodegas y contar solo con lo estimado para el periodo estudiado, reduciendo mermas y maximizando el uso de las instalaciones.

## CONCLUSION

La estadía del autor en MDP marco una experiencia enriquecedora en muchos aspectos. El recibir la responsabilidad de liderar todo un proceso de importación represento un reto del que se rescata la mayor parte de este informe, y que gratificadamente dejo conforme al alumno, sus superiores en la empresa y a los consumidores, marcando una etapa muy importante en la formación profesional del que escribe.

En torno a la empresa, el futuro les traerá retos importantes dada su etapa de crecimiento y planes de posicionamiento a mediano-largo plazo, por lo que deberá resolver problemas de diseño al interior de la compañía para adaptarla a los nuevos escenarios que esta encarando.

Por otra parte el óptimo nivel mostrado en las áreas operaciones y ventas, sumado al amplio conocimiento del rubro jugara un papel diferenciador frente a la competencia dado el alto nivel de know-how manejado y que representa una fuerte barrera de entrada a posibles futuros competidores.

En rigor se puede distinguir que el potencial que presenta la empresa es alto, por lo que las futuras tomas de decisiones marcaran un rol importantísimo en el desempeño y desenlace de las proyecciones de los dueños. El aprovechar ese potencial de manera correcta escapa por el momento a las atribuciones del autor pero sin duda su correcto uso serán los cimientos de una empresa mayor.

## BIBLIOGRAFIA

- Oficina de estudios y políticas agrarias Ministerio Chileno de Agricultura:  
<http://www.odepa.cl>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación:  
<http://faostat.fao.org>
- Página oficial Jining Haijiang Trading Co.:  
<http://www.garlicsupplier.com>
- Información del Ministerio Relaciones Exteriores:  
<http://www.chileinfo.com>
- Servicio Nacional de Aduanas:  
<http://www.aduana.cl>

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

Resolución SAG N° 1478/2001 Para el Ingreso de Ajos importados desde la República Popular China.

**SERVICIO AGRICOLA Y GANADERO  
DIRECCIÓN NACIONAL**

**ESTABLECE REQUISITOS PARA EL  
INGRESO AL PAIS DE BULBOS DE  
*Allium sativum* DESTINADOS A SEMILLA  
O CONSUMO PROCEDENTES DE LA  
REPUBLICA POPULAR CHINA**

**Santiago, 26 junio 2001**

**HOY SE RESOLVIO LO QUE SIGUE:**

N°\_1478\_\_\_\_/ VISTOS :Lo dispuesto en la Ley N° 18.755, Orgánica del Servicio Agrícola y Ganadero, modificada por la Ley N° 19.283, el Decreto Ley N° 3.557 de 1980, sobre Protección Agrícola, las Resoluciones del Servicio Agrícola y Ganadero N°s 350 de 1981, 1659 de 1994; los Decretos de Agricultura N°s 156 de 1998 y 92 de 1999, y

**CONSIDERANDO:**

1. Que se ha realizado el análisis de riesgo de plagas para el ingreso de bulbos de ajos, para semilla o consumo, procedentes de la República Popular China, con la información fitosanitaria internacional conocida por el Servicio.
2. Que es función del Servicio Agrícola y Ganadero prevenir el ingreso de plagas al territorio nacional.
3. Que el Servicio está facultado para establecer requisitos fitosanitarios para el ingreso de dichas mercaderías.
4. Que el Servicio debe velar por la aplicación de los principios de trazabilidad establecidos en la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

**RESUELVO :**

1. Los bulbos de ajo (*Allium sativum*) procedentes de la República Popular China, destinados a semilla o consumo deben estar amparados por un Certificado Fitosanitario Oficial emitido por la autoridad competente del país de origen.
2. Los bulbos de ajo (*Allium sativum*) destinados a semilla o consumo, deberán estar libres de suelo y con las raíces recortadas.
3. Solo podrán ingresar al país los bulbos de ajo (*Allium sativum*) destinados a semilla o consumo, por los puertos habilitados según Decretos de Agricultura N°s 156 de 1998 y 92 de 1999.
4. El material de embalaje usado, si es de madera, deberá estar libre de corteza y daños provocados por insectos.
5. Los envases deben ser nuevos, resistentes a la manipulación y al transporte.

6. Cada unidad de embalaje (saco, caja, etc.), deberá indicar en idioma español o inglés la siguiente información: país de origen, provincia de origen, nombre de la especie y de la variedad, nombre del exportador, fecha de embalaje.
7. Al arribo al país, los inspectores del Servicio destacados en el puerto de ingreso, verificarán el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios y con la documentación requerida resolverán su internación.
8. Los requisitos establecidos en la presente Resolución entrarán en vigencia 60 días después de su publicación en el Diario Oficial.

Anótese, comuníquese y publíquese

**LORENZO CABALLERO URZUA**  
**DIRECTOR NACIONAL**

## Anexo 2

Contrato de Venta, Factura Proforma y Documentación de importación.



# JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

## Sales Contract

No: 2007C150

Date: NOV.13,2007

The Buyer: MDP Import co.

The Seller: JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD  
Maolin BLDG 7, 6F., Mingzhu Garden, Keyuan Road,  
Jining, Shandong, China

Tel: \_\_\_\_\_

Tel: 0086-537-2601819

Fax: \_\_\_\_\_

Fax: 0086-537-2365058

This sales contract is made out as per the following terms and conditions mutually confirmed by both parties:

(1)Goods	(2)Size	(3)Packing	(4)Quantity	(5)Unit Price	(6)Amount
CHINESE NORMAL WHITE GARLIC	5.5CM-6CM	10KGS/CTN	26MTS	CIF VALPARAISO USD450/MT	USD11700

(7)Total Value: SAY U.S.DOLLARS ELEVEN THOUSAND SEVEN HUNDRED ONLY

(8)Total Quantity: 26MTS, 1X40HR' (9) Quantity Allowance: ±5%

(10)Shipping Date: WITHIN TWO WEEKS AFTER RECEIVING DEPOSIT

(11)Port of Loading: QINGDAO,CHINA (12)Port of Destination: VALPARAISO,CHILE

(13)Payment: T/T 30% DEPOSIT WITHIN 2 DAYS AFTER CONFIRM THE ORDER, BALANCE 70% BY AFTER FAX B/L BEFORE ARRIVAL,

#### (14)Documents Required

- A. Commercial Invoice   B. Bill of Lading   C. Phytosanitary Certificate   D. Packing List  
E. Certificate of Origin   F. Insurance Policy   G. Fumigation Certificate

#### (15)Claim Clause:

- A. In case of quality and quantity discrepancy, claim should be lodged by buyer within 7days after arrival of goods at the port of destination.  
B. When open the containers, if find quality questions, please notice local ship line and insurance company to inspect goods together.  
C. Provide sufficient pictures and survey report of Recognized Public Surveyors agreed to by the Sellers for quality questions; if it is necessary, the buyer should provide the survey report from the third-part Inspection Bureau.  
D. If picking up the goods over two weeks after arrival, the sellers should not be hold responsible for any quality matters.  
E. It is understood that the Seller shall not be liable for any discrepancy of the commodity shipped due to causes for which the insurance company, other transportation organization or post office are liable.

#### (16) Remark

- A.The garlic bulbs (Allium sativum) coming from China for consumption must be covered by an Official Phitosanitary Certificate issued by the corresponding authority.  
B.The garlic bulbs (Allium sativum) coming from China for consumption must be free of soil and all the roots must be cut off.  
C.Each package (mesh bag, carton, etc.) must show in English or Spanish language the following information: Origin country, origin province, name of specie and variety, name of exporter and date of packing.

**The Buyer**

**济宁海江贸易有限公司**  
**JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD**

**The Seller**  
**張景科**

# 济宁海江贸易有限公司

山东省济宁市科苑路明珠花园小区茂林 7#楼东一单元 601 室

JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

Maolin BLDG 7, 6F., Mingzhu Garden, Keyuan Road, Jining, Shandong, China

## 形 式 发 票

### PROFORMA INVOICE

致:

TO: MDP Import co.

发票编号:

INVOICE NO: 2007-C150

日期:

DATE: NOV.13,2007

装由:

SHIPPED PER SS/MV:

合同号:

CONTRACT NO:2007C150

装运港:

FROM: QINGDAO,CHINA

目的港:

TO: VALPARAISO,CHILE

唛头 Marks	品名及规格 Description	数量 Quantity	单价 Unit Price	总值 Amount
N/M	CHINESE NORMAL WHITE GARLIC 5.5CM-6CM 10KGS/CTN	26MTS	CIF VALPARAISO USD450/MT	USD11700
PAYMENT: T/T 30% DEPOSIT WITHIN 2 DAYS AFTER CONFIRM THE ORDER, BALANCE 70% BY AFTER FAX B/L BEFORE ARRIVAL				

TOTAL VALUE:SAY U.S.DOLLARS ELEVEN THOUSAND SEVEN HUNDRED ONLY

# 济宁海江贸易有限公司

山东省济宁市科苑路明珠花园小区茂林 7#楼东一单元 601 室

## JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

Maolin BLDG 7, 6F., Mingzhu Garden, Keyuan Road, Jining, Shandong, China

### SHIPMENT'S ADVICE

Supplier: JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD

Consignee: MANUEL DIAZ PRIETO Y CIA LTDA

Reference:2007-C150

B/L No.:7TAOKU1231

Name of vessel: BEI JIANG 740E

Sailing date: NOV.28,2007

'ETA' date:JAN.04,2007

Transporter: HAMBURG SUD

Total quantity loaded: 26MTS

Net weight:26000KGS

Gross weight:27000KGS

Total quantity per container:26MTS

Packing material: CTNS

Details of goods: CHINESE NORMAL WHITE GARLIC 5.5CM

Size specification per container: CHINESE NORMAL WHITE GARLIC 5.5CM

Container No.: SUDU5250275

济宁海江贸易有限公司  
JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD

張東科

2007-11-28

ORIGINAL

# 济宁海江贸易有限公司

山东省济宁市科苑路明珠花园小区茂林 7#楼东一单元 601 室

## JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

Maolin BLDG 7, 6F., Mingzhu Garden, Keyuan Road, Jining, Shandong, China

### 发 票

### COMMERCIAL INVOICE

致:

发票编号:

TO: MANUEL DIAZ PRIETO Y CIA LTDA.

INVOICE NO:2007-C150

AV.URUGUAY 125 PILASTRA

日期:

44,VALPARAISO,CHILE

DATE:NOV.13,2007

装由:

合同号:

SHIPPED PER SS/MV: BEI JIANG 740E

CONTRACT NO:2007C150

装运港:

目的港:

FROM: QINGDAO

TO: VALPARAISO

唛头 Marks	品名及规格 Description	数量 Quantity	单价 Unit Price	总值 Amount
N/M	CHINESE NORMAL WHITE GARLIC 5.5CM-6CM 10KGS/CTN	26MTS	CIF VALPARAISO USD450/MT	USD11700

TOTAL VALUE: SAY U.S. DOLLARS ELEVEN THOUSAND SEVEN HUNDRED ONLY

济宁海江贸易有限公司  
JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

張東科

ORIGINAL

济宁海江贸易有限公司

山东省济宁市科苑路明珠花园小区茂林 7#楼东一单元 601 室

JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD

Maolin BLDG 7, 6F., Mingzhu Garden, Keyuan Road, Jining, Shandong, China

装 箱 单

唛头:

发票编号:

SHIPPING MARK:

INVOICE NO:2007-C150

日期:

N/M

DATE:NOV.13,2007

集装箱号 CONTAINER NO.	品名及规格 DESCRIPTION	数量 QUANTITY	净重 NET WEIGHT IN KG	毛重 GROSS WEIGHT IN KG	尺码 MEASUREMENT
UDU5250275	CHINESE NORMAL WHITE GARLIC 5.5CM-6CM 10KGS/CTN	2600CTNS	26000KGS	27000KGS	56CBM
SAY: TWO THOUSAND SIX HUNDRED CTNS ONLY					
济宁海江贸易有限公司 JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD 					

**ORIGINAL**

1. Exporter JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD		Certificate No. <b>CCPIT 065792126</b>  020170970006/00250 <b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b> OF <b>THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA</b>		
2. Consignee MANUEL DIAZ PRIETO Y CIA LTDA				
3. Means of transport and route FROM QINGDAO TO VALPARAISO BY SEA		5. For certifying authority use only		
4. Country / region of destination CHILE				
6. Marks and numbers  N/M	7. Number and kind of packages; description of goods TWO THOUSAND SIX HUNDRED (2600) CTNS OF CHINESE WHITE GARLIC *****	8. H.S.Code 070320	9. Quantity 26000KGS	10. Number and date of invoices 2007-C150 NOV. 13, 2007
11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in China and that they comply with the Rules of Origin of the People's Republic of China.		12. Certification It is hereby certified that the declaration by the exporter is correct.		
  杨金霞 JINING, CHINA ..... NOV. 14, 2007 Place and date, signature and stamp of authorized signatory		   JINING, CHINA ..... NOV. 14, 2007 Place and date, signature and stamp of certifying authority		

# Bill of Lading

Multimodal Transport  
or Port-to-Port Shipment

# HAMBURG SÜD

www.hamburgsud.com

Shipper <b>JINING HAIJIANG TRADING CO., LTD</b> MAOLIN BLDG 7, 6F., MINGZHU GARDEN KEYUAN ROAD, JINING, SHANDONG, CHINA		B/L No. (also to be used as payment ref.) <b>SUDUN74716069231</b>		Booking No. <b>7TAOKU1231</b>	
Consignee (Not negotiable unless consigned to order) <b>MANUEL DIAZ PRIETO Y CIA. LTDA.</b>		Export References <b>LLOYDS LIST:1234567</b> <b>INTEL: TAKU1231</b>			
Notify Party (See cl. 12) <b>MANUEL DIAZ PRIETO Y CIA. LTDA.</b>		Forwarding Agent-References			
Place of Receipt* <b>QINGDAO, CHINA</b>		Pre-carriage by*		Port and country of origin	
Port of Loading <b>QINGDAO, CHINA</b>		Ocean Vessel Voyage <b>BEI JIANG 740E</b>		Originals to be released at <b>QINGDAO, CHINA</b>	
Port of Discharge <b>VALPARAISO, CHILE</b>		Place of Delivery*		Freight payable at <b>QINGDAO, CHINA</b>	
				Mode Load Area <b>CY</b>	
				Mode Disch. Area <b>CY</b>	

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Marks & Nos.	Cont./Seal Nos.	No. of Pkgs.	Description of Pkgs. and Goods	Gross Weight	Measurement
--------------	-----------------	--------------	--------------------------------	--------------	-------------

1 - 40' CONTAINER - SHIPPER'S LOAD, STOW, COUNT, WEIGHT AND SEAL

N/M	2600	CARTONS CHINESE WHITE GARLIC TEMP: -2°C VENT: CLOSED HUMI: 65% INTENDED M.VSL/VOY: CCNI BUSAN 748E VIA BUSAN	27000.000 KGS	56.000 M3
-----	------	--	---------------	-----------

Container	Seal Numbers	Tare	Type	Packages	Cnt.Ld.
SUDU5250275	1266149	05000	40'RH	2600	FCL/FCL

SHIPPERS LOAD & COUNT & SEAL &  
STOW  
FREIGHT PREPAID  
\*SHIPPERS OBLIGATION TO AFFIX  
HIGH SECURITY/BOLT SEAL\*

LIBRARY COPY 01/07/07

**ORIGINAL**

Page: 1 of 1 Bill Item No.	Total No. of Pkgs. 1	Declared value (See clause 17)	No. orig. B/L 11.07
-------------------------------	-------------------------	--------------------------------	------------------------

RECEIVED for shipment as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The Goods to be delivered at above mentioned Port of Discharge on Place of Delivery, whichever applies, SUBJECT TO terms and conditions contained on reverse side hereof, to which Merchant agrees by accepting the Bill of Lading.  
 IN WITNESS WHEREOF the number of original bills of Lading stated on this side and to this clause have been signed, one of which being accomplished, the other

Place and date of issue  
**QINGDAO, CHINA**  
**28.11.07**

Signed as Agent for  
**HAMBURG SÜD**  
 ON CARRIER

QINGDAO GRAND OCEAN SHIPPING CO. LTD.



1. Scope of Cover  
**OCEAN MARINE CARGO CLAUSES**  
 CHINA PACIFIC PROPERTY INSURANCE CO., LTD.  
 中国太平洋财产保险股份有限公司

3. All Risks  
 Flood

Aside from the risks covered under the F. P. A. and W. A. conditions as above, this insurance other than the final destination named in the Policy shall cover the insured goods as to be forwarded to goods from the carrying vessel at such port or place.

(2) If the insured goods are to be forwarded to other destination, this insurance shall terminate in

**CHINA PACIFIC PROPERTY INSURANCE CO., LTD.**

客户服务电话: 95500

(本页为保单续页, 单独出具无效)

(This page is attached to the policy and separate issuance is invalid)

AJIN150242070000930X

**货物运输保险附页**  
**attachment**

**承保条件 CONDITIONS:**

Deductible: RMB1000 or 10% of loss, whichever higher / s.o.a. (include total loss)

Covering All Risks including damage arising from the breakdown of the refrigerating machinery as per Clauses for Frozen Products (1/1/1981) of China Pacific Property Insurance Co., Ltd. Including War Risks and Strike Risks as per Ocean Marine Cargo War Risks Clauses (1/1/1981) and Cargo Strike Clauses (1/1/1981) of China Pacific Property Insurance Co., Ltd.

INSTITUTE CYBER ATTACK EXCLUSION CLAUSE  
 INSTITUTE RADIOACTIVE CONTAMINATION, CHEMICAL, BIOLOGICAL, BIO-CHEMICAL AND ELECTROMAGNETIC WEAPONS EXCLUSION CLAUSE  
 THIS FULL SET OF INSURANCE POLICY IS ISSUED IN ONE ORIGINAL AND ONE COPY

**THE FIRST ORIGINAL**

第1页, 共1页

中国太平洋财产保险股份有限公司济宁中心支公司  
 CHINA PACIFIC PROPERTY INSURANCE CO., LTD. JIANGSU BRANCH  
 山东分公司

山东省济宁市中区光河路109号

272000

保单公司信息 Insurer Information 0637-95500 地址: Address 李双莲 张玲 邮编: Postal code 电话: Tel 56 537 3153911 传真: Fax	中国太平洋财产保险股份有限公司 CHINA PACIFIC PROPERTY INSURANCE CO., LTD. YU GUO ZHONG 张丽娟 授权签发 AUTHORIZED SIGNATURE 2007-11-27 (公司盖章 Stamp)
--	--



中华人民共和国出入境检验检疫  
ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE  
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

ORIGINAL

植物检疫证书  
PHYTOSANITARY CERTIFICATE

编号 No.: 370800207025135

发货人名称及地址 Name and Address of Consignor		JINING HAIJIANG TRADING CO.,LTD MAOLIN BLDG 7,6F.,MINGZHU GARDEN,KEYUAN ROAD,JINING ,SHANDONGCHINA	
收货人名称及地址 Name and Address of Consignee		MANUEL DIA Z PRIETO Y CIA. LTDA.	
品名 Name of Produce	GARLIC	植物学名 Botanical Name of Plants	Allium sativum L.
报检数量 Quantity Declared	-26000-KGS	标记及号码 Mark & No. N/M	
包装种类及数量 Number and Type of Packages	-2600-CTNS		
产地 Place of Origin	JINXIANG,CHINA		
到达口岸 Port of Destination	VALPARAISO,CHILE		
运输工具 Means of Conveyance	BY VESSEL	检验日期 Date of Inspection	21 NOV.,2007

兹证明上述植物、植物产品或其他检疫物已经按照规定程序进行检查和/或检验，被认为不带有输入国或地区规定的检疫性有害生物，并且基本不带有其他的有害生物，因而符合输入国或地区现行的植物检疫要求。

This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described above have been inspected and/or tested according to appropriate procedures and are considered to be free from quarantine pests specified by the importing country/ region, and practically free from other injurious pests; and that they are considered to conform with the current phytosanitary requirements of the importing country/region.

杀虫和/或灭菌处理 DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT

日期 Date	***	药剂及浓度 Chemical and Concentration	***
处理方法 Treatment	***	持续时间及温度 Duration and Temperature	***

附加声明 ADDITIONAL DECLARATION

THE GOODS IS FREE OF GLOBODERA ROSTOCHINENSIS;GLOBODERA PALLIDA ;DITYLENCHUS DIPSACI; DITYLENCHUS DESTRUCTOR;APHELENCHOIDES RITZEMABOSI;MAMESTRA BRASSICAE;DYSPESSA ULULA.

\*\*\*\*\*



签证地点 Place of Issue JINING 签证日期 Date of Issue 25 NOV.,2007

授权签字人 Authorized Officer 签名 Signature

本证书签发人及检验检疫机构及其官员或代表不承担签发本证书的任何法律责任。No financial liability with respect to this certificate shall attach to the entry-exit inspection and quarantine authorities of the P. R. of China or to any of its officers or representatives.

R 2422640

[e-S- (2000.1.1)]