



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UVA DE MESA CHILENA AL MERCADO ASIATICO
“TENDENCIAS Y PRÁCTICAS COMUNES DEL PROCESO EXPORTADOR”

IVANY DANIELA BUSTAMANTE LEON

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 Administrador de Negocios Internacionales.

PROFESOR GUIA: SRA. ADRIANA LATORRE VILLEGAS

Viña del Mar, Enero de 2008

Agradecimientos

A todos aquellos que estuvieron y están involucrados directa o indirectamente en mi formación personal y como profesional del comercio internacional.

A mi familia por sobre todo y amigos por el apoyo en esta etapa tan importante en mi vida.

A la Agencia de Aduanas Alan Smith y Cia por haberme dado la oportunidad de realizar mi práctica profesional en el Departamento de Exportación de Fruta.

Muchas gracias

Índice

INTRODUCCIÓN.....	06
--------------------------	-----------

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN EMPRESARIAL.....	07
-------------------------------------	-----------

Y ANTECEDENTES DE PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1 La Empresa.....	08
1.1.1 Historia Empresarial	08
1.1.2 Misión	08
1.1.3 Visión	09
1.1.4 División Administrativa y Departamentos	09
1.2 Antecedentes de Práctica.....	10
1.3 Funciones y Actividades realizadas.....	11

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTOS Y.....	15
--	-----------

EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA

2.1 Objetivo General.....	16
2.1.1 Objetivos Específicos	16
2.2 Metodología Empleada.....	17
2.3 Marco Teórico.....	19
2.3.1 Definiciones Generales	20
2.3.2 Modalidades de Venta	22
2.3.3 Términos de Comercio Internacional	24
2.4 Producción Internacional de Uva de Mesa.....	26
2.5 Principales Exportadores de Uva de Mesa.....	27
2.6 Relevancia del Sector Frutícola Nacional.....	28

2.7 Producción Nacional de Uva de Mesa.....	29
2.7.1 Hectáreas Totales de Producción de Uva de Mesa	30
2.7.2 Producción regional de Uva de Mesa	31
2.8 Exportación nacional de Uva de Mesa.....	32
2.9 Mercados de Destinos de la Uva Fresca.....	34
2.10 Principales Exportadores Nacionales.....	35

CAPITULO III

TENDENCIAS Y PRÁCTICAS COMUNES..... 36

EN EL PROCESO EXPORTADOR DE UVA DE MESA CHILENA

AL MERCADO ASIÁTICO

3.1 Panorama General.....	37
3.2 El mercado de la Fruta Fresca en Asia.....	39
3.3 Exportando a Asia.....	40
3.3.1 Acreditación ante Servicio Impuestos Internos como Exportador	40
3.3.2 Realización de Estudios de Mercado	41
De la Empresa Exportadora al Mercado de Destino	
3.3.3 Elección tipo de exportación	41
3.3.4 Acuerdo de la Compra	41
3.3.5 Negociación forma de Pago	41
3.3.6 Elección medio de transporte	42
3.3.7 Elección cláusula y modalidad de venta	42
3.3.8 Presentación mercancía ante el Servicio Nacional de Aduanas	42
3.3.9 Legalización de la operación	42
3.3.10 Pago de la mercancía y Retorno de Divisas	42
3.3.11 Publicidad y Promoción	43

3.4 Relaciones Comerciales.....	44
3.5 Total de Cajas Exportadas.....	46
3.6 Periodo de Exportación.....	51
3.7 Variedad de Uva de Mesa.....	53
3.8 Modalidad de Transporte.....	57
3.9 Tipos de Bultos Exportados.....	60
3.10 Puertos de Embarque.....	65
3.11 Puertos de Desembarque.....	69
3.12 Modalidad Documental.....	72
3.13 Valor Líquido de Retorno y Valor FOB.....	82
CAPITULO IV.....	85
CONCLUSION FINAL	
 CONCLUSIONES.....	 86
BIBLIOGRAFIA.....	97
ANEXOS.....	100

Introducción

El Informe que se presenta a continuación fue realizado en el contexto de Práctica Profesional con el fin de optar al Grado Académico de Licenciado en Negocios Internacionales Título Profesional Administrador de Negocios Internacionales de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales perteneciente a la Universidad de Valparaíso.

Para un mejor entendimiento y claridad del lector se encuentra dividido en cuatro capítulos los que se describen a continuación:

En el Capítulo I se podrán encontrar los antecedentes de la práctica profesional, una breve reseña histórica e información sobre la empresa en que se realizó la práctica profesional, descripción de las tareas y las actividades desempeñadas.

En Capítulo II se encuentra dividido en marco teórico, conceptos generales y antecedentes claves para tener un panorama de la situación actual de la Uva de Mesa chilena; producción nacional, producción internacional, mercados de destinos y principales exportadores.

En el Capítulo III se describen y caracterizan las tendencias y prácticas comunes del proceso exportador de uva fresca chilena al mercado asiático; se realiza un resumen del proceso exportador, relaciones comerciales, periodo de exportación, variedad de uva fresca exportada, entre otras tendencias.

Finalmente en el Capítulo IV se entregan las conclusiones, sugerencias y desafíos para el exportador nacional y para todos aquellos interesados en la materia.

CAPITULO I

**Descripción Empresarial y
Antecedentes de Práctica Profesional**

Descripción Empresarial

1.1 La Empresa

La Agencia de Aduanas Alan Smith y Cia es una destacada Agencia de Aduanas de la región conformada como una Sociedad de Responsabilidad Limitada y que se ubica en Prat 856 piso 11 en la ciudad de Valparaíso , siendo su representante legal el Sr. Alan Smith Tapia.

1.1.1 Historia Empresarial

Sus orígenes se remontan al año 1993 con la unión de tres Agencias de Aduanas de la zona: Agencia de Aduanas Francisco Bernet y Cia, Agencia de Exportaciones y Cabotaje Luis Paredes Matamala y Agencia de Aduanas Francisco Berna Benavides.

Esta unión se realizó con el objetivo de poder atender las crecientes exigencias de eficiencia y servicio que caracterizan a los negocios de hoy en día y de aprovechar los conocimientos y experiencias de destacados Agentes de Aduanas y nuevos socios, todo esto, con el firme propósito de consolidarse con una Agencia de Aduanas líder en el mercado.

1.1.2 Misión

Nuestra misión es gestionar el proceso de ingreso y salida del país de mercancías incluyendo todos los servicios intermedios del comercio exterior para nuestros clientes de importaciones, principalmente del segmento PYMES y , de exportación , entre los que se cuentan fruta ,agroindustria, productos del mar, forestal y minería.

1.1.3 Visión

Somos una empresa integrada a la cadena de valor del comercio exterior de nuestros clientes, otorgando soluciones ágiles, innovadoras e integrales, sin errores, personalizadas, minimizando sus costos y satisfaciendo sus expectativas.

1.1.4 División Administrativa y Departamentos

La Agencia se encuentra dividida en cinco departamentos cada uno con funciones y objetivos específicos, sin embargo, todos están enfocados con especial atención a la satisfacción de los requerimientos del cliente y relacionados al comercio internacional, administración e informática. Los departamentos son los siguientes: Departamento de Operaciones Aduaneras, Departamento de Administración y Finanzas, Departamento de Informática, Departamento de Importaciones y Departamento de Exportaciones. Este último se divide en el Departamento de Exportación Carga General y Departamento de Exportación de Fruta, siendo en éste donde se realizó la práctica profesional.

El Departamento de Exportación de Fruta es un departamento muy dinámico y activo durante dos grandes períodos o temporadas en las que se divide el año: Diciembre-Junio; Agosto-Diciembre. Durante estas temporadas se exportan mercancías tales como: uvas frescas, manzanas, kivis, carozos, cítricos, paltas entre otros.

El departamento está conformado por personas especializadas en actividades del comercio internacional y que se han desempeñado por largos años en la empresa, característica de gran importancia, ya que en las experiencias y conocimientos adquiridos a lo largo de sus carreras profesionales se fundamenta el buen desempeño que tiene el departamento en las temporadas en que el trabajo se hace más intenso.

Práctica Profesional

1.2 Antecedentes de Práctica

- **La Práctica:** La Práctica Profesional fue realizada durante una temporada de exportación exclusiva de uva fresca durante los meses de Diciembre 2006-Marzo 2007 en el Departamento de Exportación de Fruta.
- **El Cargo:** Supervisada por el Ejecutivo Comercial Sr. Christian Hansen García se destinó al puesto de Asistente Comercial del Departamento de Fruta.
- **El o los Clientes :** Como cliente principal se trabajó con un Holding Exportador llamado *GLS Internacional*, empresa consultora, que brinda información comercial y asistencia técnica a organizaciones, compañías nacionales y extranjeras especializadas en la producción, exportación y comercialización de uva fresca.

Como Broker se trabajó con una empresa llamada *CHILFRESH* empresa consultora especialista en frutas y flores que actúa como intermediario con los compradores del mercado asiático.
- **Modalidad Documental:** A cada embarque de uva fresca le corresponde una Carpeta Comercial o Carpeta Aduanera que posee un número de despacho (número interno de la agencia), número de embarque (número del cliente) y es en esta carpeta donde se guarda toda la documentación relativa al embarque.

1.3 Funciones y Actividades Realizadas

Ser Asistente Comercial del Departamento de Exportación de Fruta es ser la persona encargada de la interpretación, análisis, confección y realización de parte de la documentación aduanera pre- embarque y de toda documentación post embarque del proceso de exportación de uva fresca. Es ser un equipo con el Ejecutivo Comercial, ser un canal entre el cliente (GLS) y la Agencia y ser un aprendiz de los conocimientos y experiencias de quienes se involucran en el trabajo diario.

El proceso de exportación de uva fresca en lo que al Asistente Comercial compete comienza cuando el cliente envía el *Mandato* y termina cuando se hace la *Factura de Honorarios* y se procede a su posterior envío.

El Mandato es el documento oficial en el que el exportador le traspasa el poder a la Agencia de Aduanas para que en su nombre y representación efectúe ante el Servicio Nacional de Aduanas, todos los trámites pertinentes a la exportación de uva fresca.

Posteriormente el cliente envía el *Instructivo de Embarque*¹ y se entiende por éste a el documento oficial en el cual se dan a conocer los valores de la uva a exportar, el nombre del consignatario, la compañía naviera a utilizar, nombre de la nave, cantidad de fruta a exportar (número de cajas totales y pallets), puertos de embarque y desembarque, , entre otros, constituyéndose como información preliminar y de gran importancia ya que es a partir de este Instructivo que se confeccionará posteriormente Documento Único de Salida –Aceptación a Trámite o DUS 1.

¹ Cada *Instructivo de Embarque* posee un número correlativo tanto para el Cliente como para la Agencia.

Una vez analizado el Instructivo de Embarque se procede a la realización del Documento Único de Salida o DUS 1 utilizando un sistema computacional especialmente diseñado para la tramitación de documentación aduanera. El uso de sistemas computacionales especializados para documentación aduanera y especializada para fruta se hace fundamental a la hora de cumplir tanto con las exigencias de Servicios Públicos (Servicio Agrícola y Ganadero SAG, Aduanas, etc.), así como también, frente a los requerimientos de los clientes en la elaboración de la documentación aduanera.

Siguiendo con el proceso se entrega el DUS1 al pedidor del departamento quien es la persona encargada de la revisión y tramitación para posterior Aceptación a Trámite por parte del Servicio Nacional de Aduanas respecto de la carga de uva fresca a embarcar.

Confirmada la fecha de zarpe de la nave y con la información real de lo que ha sido cumplido, entendiéndose por “*Cumplido*”² toda aquella documentación respectiva al total de fruta embarcada que indique el número total de cajas, peso bruto total de la mercancía, variedad, tipo de embalaje utilizado, número totales de pallets y Planillas de Inspección del SAG, se da inicio al proceso de Ingreso de Folios al sistema computacional especialmente diseñado para el departamento. La finalidad de este ingreso es obtener la información necesaria para la realización de los siguientes documentos: Guía de Entrega de Movimiento Interno de Mercancías a Zona Primaria (GEMI), Packing List y Factura Comercial (Commercial Invoice).

² La documentación de lo que fue Cumplido provienen directamente de Recinto Portuario.

Con el zarpe de la nave e ingresada la información, proveniente de las *Guías de Despacho* , al sistema computacional se obtiene del sistema la *Relación de Guías de Embarque* , la que da cuentas del total del peso embarcado así como también el total del peso bruto. Este proceso es de gran importancia debido a que el documento se envía al Servicio Nacional de Aduanas para que haga ingreso a Zona Primaria³ .De no ser así no se podría realizar más adelante el Documento Único de Salida Legalizado o DUS 2.

El proceso documental debe realizarse con sumo cuidado y atendiendo a la limitante del tiempo ya que los documentos deben estar en destino antes de que la nave llegue al puerto de desembarque, para su posterior desaduanamiento e internación ya que cualquier atraso y/o error provocaría daños irreparables tanto a la relación del cliente con el comprador, problemas en la Aduana de destino, como así también a las características propias de la uva fresca.

Una vez confeccionados y tramitados los documentos con las entidades intervinientes (Servicio Nacional de Aduanas, Navieras, Servicio Agrícola y Ganadero, Cámara de Comercio) se pasa a la etapa de “*Espera de Visto Bueno (V°B°)*”, período en el cual el cliente revisa meticulosamente cada uno de los documentos para su aprobación o rechazo. El primer caso conduce a la preparación de la documentación para envío al extranjero mediante un Courier y en el segundo caso se deben esperar indicaciones e instrucciones de lo que debe ser cambiado.

Una excepción a este proceso se encuentra cuando se realizan embarques que tienen como destino final el mercado Asiático ya que son tres las partes involucradas en el

³ *Dependiendo del Puerto de Embarque es la Aduana a la que se deben enviar los documentos para cumplir la Zona Primaria*

proceso exportador: **Exportador** (a través de *GLS*), **Agencia de Aduanas** (*ALAN SMITH* y *CIA*) y el **Broker** (*CHILFRESH*).

Los tres funcionan como un equipo en el cual el exportador pone a disposición del broker uva fresca con determinadas características, ante lo cual este debe realizar las gestiones necesarias para encontrar un comprador en el mercado asiático para su posterior venta y la Agencia de Aduanas es la encargada de la coordinación de la parte operativa y documental para la salida legal de la mercancía del país.

La etapa de *Espera de V° B°* se prolonga por más tiempo en comparación con las exportaciones a otros destinos ya que se debe esperar la aprobación, rechazo e indicaciones tanto de parte del broker como del cliente.

Una vez aprobada la documentación se procede al envío de la documentación por Currier y la carpeta comercial queda en proceso de DUS 2, esto quiere decir, que se completa con información real el Documento Único de Salida o DUS 1 que se había confeccionado en etapas anteriores agregando información más completa y precisa de la mercancía que fue embarcada. Legalizado el DUS2 ante el Servicio Nacional de Aduanas se procede al envío de documentos al cliente por valija interna.

Como uno de los últimos pasos del proceso exportador se procede al envío de la Factura de Honorarios al cliente ya que al estar en la etapa de facturación se cobran los honorarios de la agencia, cobros por emisión de documentos, inspecciones por parte del Servicio Agrícola y Ganadero para la uva con destino Estados Unidos empezando a cerrarse el proceso documental de la carpeta comercial y junto a la Factura de Honorarios se envía el Documento Único de Salida Legalizado.

CAPITULO II



**Marco Teórico, Conceptos y Exportación de
Uva de Mesa**

Marco Teórico y Conceptos

2.1 Objetivo General

Identificar tendencias y prácticas comunes relativas al proceso de exportador de uva fresca chilena al mercado asiático, de manera tal, de que se transformen en una guía informativa con antecedentes complementarios, confiables y de libre acceso para todos aquellos interesados en la exportación de uva fresca al mercado asiático.

2.1.1 Objetivos Específicos

- Posicionar la Uva de Mesa dentro del sector exportador frutícola nacional para tener un panorama actual sobre la situación actual de la Uva de Mesa chilena.
- Describir las tendencias y prácticas comunes relativas al proceso exportador de uva fresca al mercado asiático como lo son el período de exportación, variedad de exportación, modalidad del transporte, modalidad documental, y retornos obtenidos.
- Caracterizar estas tendencias identificando sus probables orígenes, posibles ventajas y desventajas, señalando recomendaciones frente a los problemas típicos que puedan resultar de estas prácticas del proceso exportador.
- Verificar si el proceso exportador de uva fresca presenciada durante el periodo de práctica profesional se acerca a las tendencias y practicas comunes a nivel nacional.

2.1.2 Metodología Empleada

Se entenderá por tendencias y prácticas comunes a algunos de los antecedentes relativos al proceso exportador de uva fresca al mercado asiático. Antecedentes como el periodo de exportación, variedad de uva fresca, modalidad del transporte, modalidad documental y retornos obtenidos.

Los datos fueron obtenidos de la base de datos del Grupo Lexis Nexis⁴ el cual provee información a los mercados legal, empresarial, gubernamental y académico, permitiendo el acceso y búsqueda de más de tres mil millones de documentos de miles de fuentes con sistemas de punta y herramientas para administrar dichos contenidos.

Dentro de estas fuentes de información se encuentra el Documento Único de Salida Legalizado (también conocido como DUS 2) del Servicio Nacional de Aduanas, por lo tanto, la información que se presenta a continuación se respalda en este documento oficial durante las últimas tres temporadas de exportación de uva fresca al bloque asiático.

Los datos obtenidos de este documento oficial fueron clasificados y tabulados, de manera tal, de poder obtener estadísticas con información real sobre el total de uva fresca exportada durante las temporadas de exportación 2005,2006y2007. Estas estadísticas fueron la base para la determinación de tendencias de ciertas variables involucradas, ya sea en el proceso operativo de exportación de uva fresca así como también del proceso documental.

⁴ Para mas información visitar la Pagina Web <http://www.lexisnexis.cl/>

A continuación, algunas observaciones:

- Se entenderá como países que conforman el bloque asiático los siguientes: República Popular de China, República de Indonesia, Malasia, República Popular de Singapur, Reino de Tailandia y República Popular de Vietnam.
- Al hablar de mercado asiático se hará referencia exclusivamente a los seis países que conforman el bloque asiático para fines de este informe.
- Cuando se mencione el mercado de la República Popular de China se excluirá de este análisis el mercado de Hong Kong, ya que es un mercado que es analizado individualmente y su estudio no es tema de este informe.
- Los datos indicados respecto de la exportación de uva fresca con destinos a los seis países de Asia de este año son datos preliminares, puesto que, se suele realizar las estadísticas y el análisis una vez terminada la temporada de exportación.
- Debido a que existe información con distintas unidades de medidas como lo son toneladas y cúbicas, entre otras para efectos del presente informe y para facilitar el entendimiento, se optará por unidades de medida kilos netos y cajas exportadas.
- Indistintamente se mencione como vid de mesa, o uva fresca siempre se hará referencia a Uva de Mesa.

2.3 Marco Teórico

Antes de comenzar a desarrollar el tema del presente informe es necesario establecer algunos conceptos y definiciones con el fin de evitar malas interpretaciones y facilitar así el entendimiento de toda persona a la materia misma de este trabajo.

La uva fresca hasta el año antepasado era clasificada en el Arancel Aduanero Chileno en seis partidas arancelarias siendo las siguientes las únicas variedades existentes:

Códigos del Sistema Armonizado

Variedad	Código Arancelario
Variedad Thompson	08061010
Variedad Flame Seedless	08061020
Variedad Red Globe	08061030
Variedad Ribier	08061040
Variedad Crimson	08061050
Las Demás	08061090

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas

El año 2007 fue realizada una modificación y dentro de ésta, se incorporaron tres nuevas variedades y sus respectivos códigos arancelarios, sumando un total de 9 variedades y códigos arancelarios para la uva fresca.

Códigos Sistema Armonizado

Variedad	Código Arancelario
Variedad Black Seedless	0806.1060
Variedad Sugraone	0806.1070
Variedad Rubv Seedless	0806.1070

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas

2.3.1 Definiciones Generales

A continuación se ponen a disposición del lector definiciones generales obtenidas de diversas fuentes de información sobre los términos y/o clasificaciones más utilizados en el comercio internacional

1. Consignatario⁵: Persona a quien se ha enviado o embarcado una mercancía. En los embarques de carga, el consignatario es notificado mediante un aviso de llegada de la compañía transportadora.
2. Notificador⁶: Persona que mediante un aviso comunica o notifica la llegada de la compañía transportadora, y por ende de la mercancía, al consignatario.
3. Mandato⁷: Documento legal por medio del cual una persona autoriza a otra para que la represente y reemplace en diversas gestiones y trámites. Mediante este documento el exportador transfiere el poder al Agente de Aduanas para que en su nombre y representación efectúe ante el Servicio Nacional de Aduanas, las gestiones necesarias para la exportación de mercancías.
4. Instructivo de Embarque⁸: Documento emitido por el exportador en donde se consigna toda la información necesaria para gestionar correctamente la exportación de determinada mercancía, indicándose entre otras información concerniente al consignatario de la mercancía, dirección, país de destino, puerto de embarque, puerto de destino, condiciones del transporte. Cantidad de mercancía, descripción

⁵ http://www.cubaindustria.cu/contadoronline/Glosario/Glosario_c.htm

⁶ Agencia de Aduanas Alan Smith y Cia

⁷ <http://www.tramitefacil.gov.cl/1481/article-47241.html>

⁸ Agencia de Aduanas Ramón Espejo Vidal

del mismo etc., es decir, toda la información que es imprescindible para realizar y gestionar en forma correcta la exportación

5. Documento Único de Salida o DUS⁹: Documento implementado por el Servicio Nacional de Aduanas que reúne gran parte de los distintos pasos que deben realizarse para proceder a la presentación de la mercancía ante Aduana, su Autorización de Salida y Embarque, en un esfuerzo de simplificación del proceso de una exportación.
6. Conocimiento de Embarque¹⁰: Escritura privada en que el capitán y cargador reconocen el hecho del embarque de las mercancías y expresan las condiciones del transporte convenido.
7. Factura Comercial o Commercial Invoice¹¹: Documento en que consta al precio de las mercancías y que contiene una completa descripción de ellas al definir tipo, variedad, modelo, cantidad, peso, valor y la cláusula de compraventa pactada entre comprador y vendedor
8. Certificado Fitosanitario o Fitosanitary Certificate¹²: Documento normalmente exigido en exportaciones de productos silvoagropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador.

⁹ <http://www.tramitefacil.gov.cl/1481/article-88450.html>

¹⁰ *Glosario de Términos de Comercio Exterior Servicio Nacional de Aduanas*

¹¹ *Documento Sociedad de Fomento Fabril Sofofa*

¹² *Glosario ProChile*

9. Certificado de Origen¹³: Documento particular que identifica las mercancías y en el cual la autoridad u organismo habilitado para expedirlo certifica expresamente que las mercancías a las cuales se refiere es originaria de un país determinado. Este certificado puede igualmente incluir una declaración del fabricante, productor, abastecedor o exportador o cualquier otra persona competente.
10. Certificado de Seguro o Insurance Certificate¹⁴: Documento extendido por una Compañía de Seguros o por su Agente, para establecer que una determinada mercancía está cubierta por una póliza de seguro contra los riesgos que ahí se estipulan.
11. Lista de Empaque o Packing List¹⁵: Relación escrita que acompaña a los documentos de embarques, como también a los propios bultos, en que se especifica como viene acomodada la mercancía dentro de sus envases

2.3.2 Modalidades de Venta

El Banco Central de Chile establece que toda exportación debe indicar la modalidad de venta, lo que definirá posteriormente las acciones a seguir para liquidar las divisas, efectuar retornos y emitir facturas. Cualquiera sea la modalidad que se acuerde, deberá quedar estipulada en el Documento Único de Salida, detallando las respectivas condiciones. Las ventas se pueden efectuar bajo las siguientes modalidades

12. Venta en Consignación Libre¹⁶: Es aquella en la cual el valor de la mercadería tiene un carácter meramente referencial, puesto que, ésta se envía a un agente o

¹³ *Glosario de Términos de Comercio Exterior Servicio Nacional de Aduanas*

¹⁴ *Diccionario Comunidad Solución Integral de Comercio Exterior Lexis Nexos Chile*

¹⁵ *Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales Direcon - Glosario Clase 21*

¹⁶ *Exportar paso a paso -Una Guía para Aprender a Exportar ProChile*

consignatario en el exterior para que proceda a su recepción y venta conforme a las instrucciones impartidas por el consignador o a lo convenido entre ambos. El precio definitivo de la mercadería dependerá de los precios corrientes del mercado internacional al momento de su comercialización. La factura comercial es emitida a la fecha de recepción de la liquidación del consignatario en el exterior.

13. Venta en Consignación libre con un Mínimo a Firme¹⁷: Es aquella en la cual un mínimo del valor de la mercadería es pactado bajo la modalidad de venta a firme. El valor definitivo de la mercadería queda sujeto al cumplimiento de las demás condiciones que se convengan entre el exportador y su comprador en el exterior. Se emite la factura comercial a la fecha de embarque por el valor Mínimo a Firme. Una vez fijado el precio definitivo, se deberá emitir una nueva factura por el mayor valor obtenido (saldo).
14. Venta bajo Condición¹⁸: Es aquella en la cual el valor definitivo de la mercadería queda sujeto al cumplimiento de las condiciones que se convengan entre el exportador y su comprador en el exterior. Los productos que se comercializan bajo esta modalidad son los que pueden sufrir alguna alteración durante su traslado (madera, frutas, semillas, etc.)
15. Venta a Firme¹⁹: Es aquella en la cual el valor de la mercadería no admite modificación alguna, luego que el exportador ha pactado con el comprador un precio por la mercadería que será adquirida por este último en el extranjero. La

¹⁷ *Exportar paso a paso -Una Guía para Aprender a Exportar ProChile*

¹⁸ *Exportar paso a paso -Una Guía para Aprender a Exportar ProChile*

¹⁹ *Exportar paso a paso -Una Guía para Aprender a Exportar ProChile*

factura de exportación se emite a la fecha de embarque. Esta modalidad es válida para cualquier mercadería.

2.3.3 Términos de Comercio Internacional

Los Términos de Comercio Internacional o también conocidos como Incoterms son estándares de comercio o definiciones comúnmente usados en contratos internacionales de ventas, publicados por la Cámara de Comercio Internacional, y que rigen el comercio internacional. Definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el importador y el exportador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países. Los Términos de Comercio Internacional más utilizados en los contratos de Compra-Venta Internacional entre exportadores chilenos e importadores asiáticos se detallan a continuación:

16. FOB²⁰: se entiende por FOB (Free on Board) Libre a Bordo aquel Incoterm en el cual el vendedor realiza la entrega de los bienes cuando estos pasan la borda de la nave en el puerto de embarque acordado. Esto significa que el comprador tiene que asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de los bienes desde ese punto. El término FOB requiere el vendedor prepare los bienes para la exportación. Este término puede ser utilizado solo para el transporte marítimo.
17. CFR: se entiende por CFR (Cost and Freight) Costo y flete a aquel Incoterm en el cual el vendedor realiza la entrega de los bienes cuando estos pasan la borda de la

²⁰ Cámara de Comercio Internacional CCI <http://www.iccwbo.org/incoterms>

nave en el puerto de embarque. El vendedor debe pagar los costos y flete necesario para llevar los bienes al puerto de destino acordado, sin embargo, el riesgo de pérdida o daño de los bienes así como también cualquier otro costo adicional debido a eventos que ocurran después de la entrega son transferidos del vendedor al comprador. El término CFR requiere que el vendedor prepare los bienes para la exportación. Este término puede ser utilizado solo para el transporte marítimo.

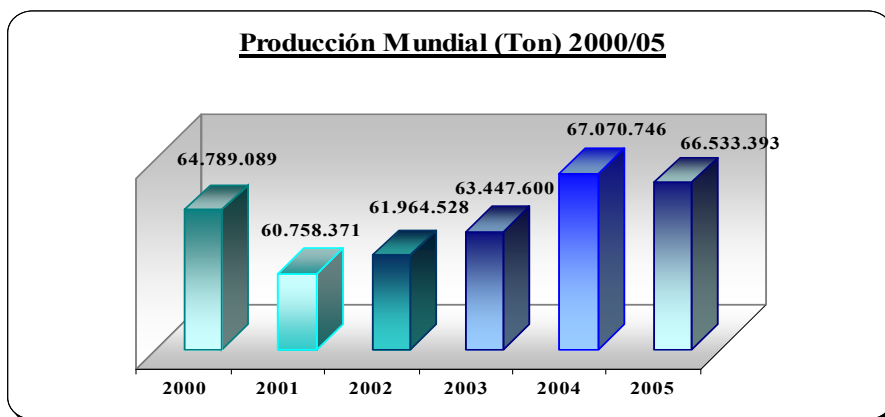
18. CIF: se entiende por CIF (Cost Insurance and Freight) Costo, Seguro y Flete a aquel Incoterm en el cual el vendedor realiza la entrega de los bienes cuando éstos pasan la borda de la nave en el puerto de embarque. El vendedor debe pagar los costos y fletes necesarios para llevar los bienes al puerto de destino acordado, sin embargo, el riesgo de pérdida o daño de los bienes así como también cualquier otro costo adicional debido a eventos que ocurran después de la entrega son transferidos del vendedor al comprador. En el término CIF se requiere que el vendedor procure un seguro marítimo en contra del riesgo de pérdida o daño de las mercancías del comprador durante el transporte. El comprador debe notar que bajo el término CIF el vendedor esta obligado a un seguro de cobertura mínima. Si el comprador deseara o necesitara obtener una mayor cobertura tiene que ser acordado expresamente al vendedor o hacer su propio arreglo para obtener un seguro extra. El término CIF requiere que el vendedor prepare los bienes para la exportación y puede ser utilizado solo para el transporte marítimo.

Exportación de Uva de Mesa

2.4 Producción Internacional de Uva de Mesa

A nivel mundial la Uva de Mesa es la fruta que concentra los mayores volúmenes de producción con volúmenes aproximados a los 40 millones de toneladas anuales. Alrededor de un 10% de este volumen se destina al consumo como fruta fresca, el resto se destina a la elaboración de vinos (blanco, rosado y tinto), además de la elaboración de otras bebidas y al consumo como fruto seco.

Durante el periodo 2000-2005 la producción tuvo altibajos, destacándose principalmente el nivel de producción alcanzado durante el año 2004 en el cual se registraron 67.070.746 toneladas producidas como se aprecia en el gráfico que se señala a continuación.



Fuente: Elaboración propia con datos FAO

2.5 Principales Exportadores de Uva de Mesa

Chile es considerado el productor número a uno a nivel mundial, situación que le ha permitido posicionarse, no tan solo a nivel de Hemisferio Sur, sino también, a nivel mundial como uno de los principales exportadores en comparación con otros países también dedicados a la exportación de uva de mesa como lo son: Sudáfrica con una participación del 14%, Estados Unidos 19%, Italia 11%, Nueva Zelanda, Australia, y otros países de la Unión Europea como Holanda, Bélgica, España y Grecia con un 6%, 3% respectivamente.

Los principales exportadores de uva fresca a nivel mundial son Estados Unidos (19%), Chile (14%), Italia (11%), Nueva Zelanda. (6%) y la Unión Europea con (3%).

Según las últimas cifras entregadas por los índices FAO de las Naciones Unidas, Chile representa el 49% de las exportaciones de fruta fresca del hemisferio sur, considerando los siguientes productos: uvas, manzanas, kiwis, paltas, ciruelas, duraznos y peras. Esto coloca a Chile como el líder en exportaciones del hemisferio sur.

Especies	H. SUR	MUNDO
Uvas de Mesa	Nº1	Nº1
Manzanas	Nº1	Nº4
Ciruelas	Nº1	Nº1
Duraznos / Nectarines	Nº1	Nº5
Peras	Nº1	Nº6
Kiwis	Nº2	Nº2
Paltas	Nº1	Nº2
Arándanos	Nº1	Nº5
Frambuesas	Nº1	Nº3

Fuente: Índices FAO (2005)

2.6 Relevancia del Sector Frutícola Nacional

La Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) en su estudio “*Exportaciones de Fruta Fresca e Industrializada período 2001-2006*”²¹ establece que dentro del sector silvoagropecuario el subsector fruta fresca e industrializada ha mantenido su participación porcentual en torno de 33% en el total de exportaciones del sector silvoagropecuario en el curso de la década del 2000. El envío de frutas frescas ha mantenido un incremento anual de 9,4% y da al producto nacional una gran importancia en el mercado internacional, ya que han transformado al país en uno de los principales productores y exportadores de uva fresca a nivel mundial.

Los resultados de los últimos tres años de exportación de fruta chilena al mercado internacional se pueden resumir en el siguiente cuadro informativo.

Valores de Exportación de Fruta al Mundo en Kilos Netos y US\$ FOB

Año	Volumen K.N.	US\$ FOB
2007	2.442.257.711	US\$ 2.342.946.246
2006	2.459.882.753	US\$ 2.255.619.522
2005	2.292.306.361	US\$ 1.957.519.045
Total	7.194.446.825	US\$ 6.556.084.813

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Dentro de la canasta exportadora de fruta fresca la fruta que registra mayor porcentaje de participación indiscutiblemente es la uva fresca.

Durante la temporada 2005 la uva fresca tuvo un porcentaje de participación del 33.47% con US\$ 655.176.701 medidos en valor FOB respecto al total de la fruta exportada.

²¹ ODEPA Oficina de Estudios y Políticas Agrarias www.odepa.cl

A su vez medidos en kilos netos exportados tuvo una participación del 31.93% con 731.999.088 kilos del total exportado.

La Uva de Mesa en el año 2006 tuvo un porcentaje de participación del 33.96 % con US\$ 766.057.702 medidos en valor FOB respecto al total de la fruta exportada y medidos en kilos netos exportados tuvo una participación del 33.16 % con 815.643.216 kilos del total de fruta exportada.

Finalmente en la temporada correspondiente al 2007 la Uva de Mesa tuvo un porcentaje de participación del 24.69 % con US\$ 578.569.578 medidos en valor FOB. Respecto al total de la fruta fresca exportada medidos en kilos netos exportados se traduce en una participación del 23.93 % con 584.421.317 kilos del total de fruta exportada.

Respecto a su producción la uva fresca es producida entre las ciudades de Copiapó hasta Temuco, con una disponibilidad iniciada a mediados de Noviembre y terminando aproximadamente en el mes de Agosto del año siguiente.

La superficie plantada bordea las 150.000 hectáreas, con una producción que se divide en Uva de Mesa y para uso vitivinícola (vinos y piscos) superando los 1,3 millones de toneladas, siendo los principales mercados de destinos de la uva de exportación lo constituyen los mercados de Estados Unidos y en Europa Holanda e Inglaterra.

2.7 Producción Nacional de Uva de Mesa

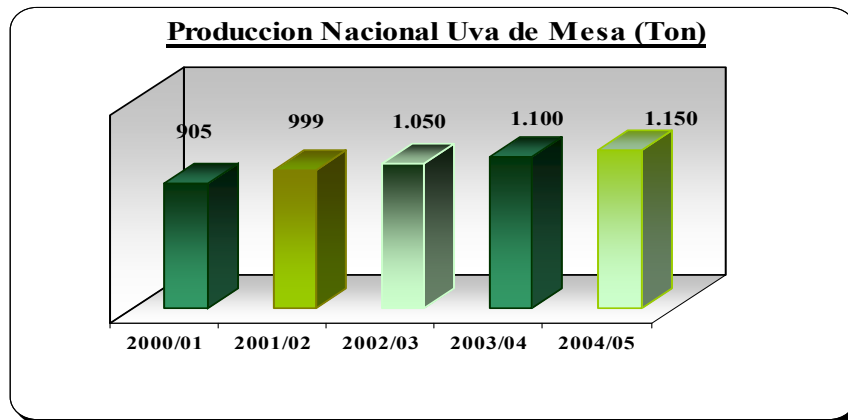
El gran desempeño que ha tenido nuestro país en el escenario internacional de Uva de Mesa, se debe principalmente a resultados de excelentes condiciones internas de clima, de suelos y fitosanitarias.

Las características geográficas propias de Chile lo condicionan como un país con excelentes territorios para la producción frutícola, ya que se crean condiciones naturales de aislamiento de plagas y virus por la diversidad climática que impera en la región: el Desierto de Atacama en la Zona norte, la Cordillera de los Andes al Este, el Océano Pacífico al Oeste y Campos de Hielo al Sur. Esta diversidad permite tener condiciones de suelos muy heterogéneos a lo largo del país, dando la posibilidad de cultivar y producir gran cantidad de cepas las que se adaptan a las condiciones más extremas: frío en las mañanas y noches y calor intenso en las tardes condicionantes que se traducen en la obtención de un producto con características propias y de gran reconocimiento a nivel internacional.

2.7.1 Hectáreas Totales de Producción de Uva de Mesa

El cultivo de uva en Chile se extiende desde Copiapó hasta Temuco, territorios que reúnen un total de 175.365 hectáreas de vides de las cuales, 53.426 son hectáreas para el cultivo de Uva de Mesa y el resto 121.939 hectáreas son para el cultivo de uva que se destinará posteriormente a la producción de vino y de pisco, según información obtenida de la Oficina de Estudios y Planificación Agraria ODEPA.

Se puede observar que la producción total de vides se ha incrementado gradualmente a lo largo del tiempo, con la incorporación de mejores y mayores terrenos de cultivo a lo largo del país, destacándose la producción obtenida durante la temporada 2004/05, la que aumentó alcanzando un total de 1.150 toneladas de uva.



Fuente: Elaboración propia con datos de ODEPA

2.7.2 Producción por Regiones de Uva de Mesa

La Región de Atacama y la Región de Coquimbo tienen una alta participación en la producción de Uva de Mesa. La Zona Central de Chile (Región de Valparaíso - Metropolitana- Región del Libertador Bernardo O' Higgins²²), contribuye con dos tercios del total de fruta fresca y la Zona Sur destaca por la producción de manzanas y berries.

Durante la temporada correspondiente al año 2006 la producción de Uva de Mesa por regiones²³ (medida en toneladas) registró los siguientes volúmenes:

- La Zona Norte representada por la Región Atacama tuvo una producción de 113.399 toneladas.
- La Zona Centro comprendidas por la Región Coquimbo, Región Valparaíso y Región Metropolitana concentraron una producción de 152.646, 171.709 y 159.388 toneladas respectivamente.

²² El mayor volumen de producción de uva fresca se concentra en la VI Región en Rancagua

- A medida que se avanza hacia la Zona Sur la Región del Libertador Bernardo O’ Higgins tuvo una producción de 210.413 y finalmente la Región del Maule produjo 2.166 toneladas.

2.8 Exportaciones chilenas de Uva de Mesa

Hacia finales de los años 60 y hasta principios de los años 90 existía una relación positiva entre los volúmenes exportados y el precio obtenido por la Uva de Mesa, puesto que, mientras mayores eran los volúmenes exportados mayores eran los precios que se conseguían en los mercados de destinos. Fue a principios de los años 80 cuando el país comenzó a exportar Uva de Mesa al mercado estadounidense. Ya a principios del año 2000 se pasó a comercializar más de 140 millones de cajas de distintas variedades de cepas a más de 50 mercados alrededor del mundo.

El volumen exportado de uva fresca al mundo ha ido variando paulatinamente a lo largo del tiempo. Como un ejemplo de esta situación se puede señalar que en el transcurso de las temporadas 2005-06 se registró un aumento del 10.25 % y durante las temporadas 2006-07 se produjo una disminución del - 39.56 % en el total exportado como se señala en el siguiente cuadro informativo.

Evolución Volumen de Exportaciones de Uva de Mesa en Kilos Netos

Año	2005	2006	2007
Uva de Mesa	731.999.088	815.643.216	584.421.317

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Respecto del valor de las exportaciones de uva en valor FOB también se puede visualizar un comportamiento variable con aumentos del 14,47% durante las temporadas 2005-06 y una disminución del - 32,41% durante las temporadas 2006-07 en el total exportado.

Evolución Valor de Exportaciones de Uva de Mesa en US\$ FOB

Año	2005	2006	2007
Uva de Mesa	655.176.701	766.057.702	578.569.578

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Durante la temporada 2005 la uva fresca chilena exportada con destino a los seis países asiáticos China, Indonesia, Malasia, Tailandia, Singapur y Vietnam representó un 5.08% del total de uva fresca exportada con US\$ 6.905.518,37 medidos en valor FOB y medidos en kilos netos representó un 1.06 % con 7.781.508 kilos netos.

Por su parte durante el 2006 representó un 1.79 % del total de uva fresca exportada con US\$ 13.698.540 medidos en valor FOB, lo que además medido en kilos netos se tradujo en un 1.78 % con 14.528.975 kilos netos.

Finalmente la uva fresca chilena exportada durante el 2007 representó un 2.19% del total de uva fresca exportada con US\$ 12.659.991 medidos en valores FOB y medidos en kilos netos representó un 0.25 % con 14.172.063 kilos netos.

2.9 Mercados de Destinos de Uva de Mesa

La fruta fresca chilena accede a un número importante de países y por ende a millones de consumidores que experimentan hace años ya un cambio en la dieta alimenticia la que se enfoca en una alimentación más sana y natural, tendencia que ha contribuido a la búsqueda y demanda de fruta con las mejores propiedades, atributos y de la más alta calidad, escenario que se vislumbra como una buena oportunidad que los exportadores chilenos de fruta fresca y especialmente de uva fresca debieran aprovechar.

Durante la temporada 2005 la uva fresca tuvo 73 destinos de exportación, en el 2006 se accedió a 72 destinos y durante la temporada 2007 se alcanzaron los 81 mercados de destino de exportación, en la cual Malasia ocupó la posición número 28, Indonesia la posición 33, Vietnam la posición 40, Tailandia la posición 42 y Singapur la posición 50. Los principales destinos de exportación de uva fresca durante la presente temporada se señalan a continuación.

Principales Destinos de Exportación de Uva de Mesa 2007

Nº	Nombre	Volumen	%	FOB	%
1	Estados Unidos	296.740.369	51	295.673.393	51
2	Holanda	61.483.797	11	42.488.223	7
3	México	31.899.409	5	35.452.654	6
4	Reino Unido	33.005.717	6	32.399.830	6
5	Corea del Sur	21.682.356	4	27.384.540	5
6	Rusia	20.327.684	3	21.609.967	4
7	España	10.714.269	2	10.989.767	2
8	Hong Kong	9.449.611	2	8.646.007	2
9	China	9.899.275	2	8.398.071	1
10	Taiwán	6.415.562	1	8.052.742	1

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

2.10 Principales Exportadores Nacionales

La industria de fruta fresca chilena se caracteriza por tener más de 7.800 productores, 250.000 hectáreas de cultivo y 518 empresas exportadoras, que envían más de 75 especies de fruta a más de 100 países en todo el mundo. La exportación de fruta fresca chilena se encuentra en manos de alrededor de 19 empresas que concentran más de un 55% del total de la fruta comercializada en el mercado internacional y que exportan volúmenes superiores a los 2.2 millones de cajas por separado en cada temporada.

Si bien existen alrededor de 53 empresas exportadoras de uva fresca al mercado asiático el escenario se repite ya que son las grandes empresas las que manejan casi la totalidad del volumen exportado.

Algunas de las principales empresas frutícolas y exportadoras chilenas que realizaron exportaciones de uva fresca con destino a los países asiáticos durante la temporada correspondiente al año 2007 se mencionan en el cuadro informativo que se presenta a continuación.

Principales Exportadores Nacionales de Uva de Mesa 2007

Nº	Nombre	Volumen	%	FOB	%
1	Contador Frutos S.A.	2.783.151	20	2.100.552	17
2	Dole Chile S.A.	953.152	7	1.201.189	9
3	Exportadora Río Blanco S.A.	743.904	5	758.878	6
4	Exportadora Chiquita Chile Ltda.	575.689	4	659.891	5
5	Desarrollo Agrario S.A.	829.600	6	622.842	5

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

CAPITULO III



**Tendencias y Prácticas Comunes en el Proceso
de Exportación de Uva Fresca al Mercado
Asiático**

3.1 Panorama General

La apertura comercial que ha tenido Chile en especial con países del bloque asiático²⁴ puede significar que éstos sean vistos en un futuro no muy lejano como mercados alternativos o mercados no tradicionales, en lo que se refiere a la exportación de uva fresca nacional.

Más de la mitad de la producción nacional de uva fresca para exportación se destina al mercado de Estados Unidos y con la realidad que vive el país actualmente con un tipo de cambio Dólar/Peso Chileno extremadamente bajo y si el mercado cambiario sigue con las mismas tendencias se podría pensar que los retornos obtenidos por los exportadores nacionales también mantendrían esta tendencia a la baja. Tomando en consideración además que cada vez son más altos los costos de producción y con la variabilidad en las condiciones ambientales que afectan directamente la producción y su calidad se desarrolla un escenario de incertidumbre para el sector frutícola nacional.

Por estas razones, en estos meses que comienza el periodo de exportación puede que los exportadores visualicen algunos países del bloque asiático como mercados viables previo estudio correspondiente para la diversificación de la producción nacional de exportación.

Lo anterior hace necesario que exportadores frutícolas nacionales o potenciales exportadores de uva fresca tengan un conocimiento o entendimiento al menos de cada

²⁴ *Tratado de Libre Comercio Chile-Corea (Vigencia 1 de Abril de 2004). Tratado de Libre Comercio Chile-República Popular de China alternativos o (Vigencia 1 de Octubre de 2006). P4 Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica con Nueva Zelanda, Singapur, Brunei Darussalam y Chile (Vigencia 18 de Noviembre de 2006). Tratado de Libre Comercio Chile –Japón (Tramitación Parlamentaria)*

una de las variables del proceso exportador para que este se desarrolle exitosamente y como visualicen como nuevos mercados principalmente asiáticos están surgiendo como mercados destinos de la uva fresca chilena.

El periodo de exportación, variedad de uva fresca, modalidad de transporte y documental ,entre otros, son algunas de las variables que se deben considerar como previas al proceso exportador como antecedentes y parte fundamental del estudio de mercado necesario para identificar las potencialidades restricciones, ventajas y desventajas que pueda presentar cada país del mercado asiático .

Lo anterior hace necesario conocer más en detalle determinados aspectos del proceso exportador de uva fresca al mercado asiático, sin embargo, no se pudo encontrar alguna fuente de información confiable, en detalle y de libre acceso que proveyera de información a todos aquellos involucrados, ya sea directamente o indirectamente al proceso exportador.

Es por esta razón que se pone a disposición información real sobre las tendencias de algunas de las variables involucradas en el proceso exportador y colaborar así al difícil proceso de toma de decisiones para el exportador nacional en lo que se refiere al comercio internacional.

3.2 El Mercado de la Fruta en Asia

Según datos obtenidos de Fedefruta en Asia en el mercado de la fruta fresca existen determinadas características decisivas al momento de elegir una fruta: en primer lugar el dulzor, en segundo lugar la baja acidez, en tercer lugar la jugosidad, en cuarto lugar el color y finalmente el calibre. El embalaje y buena presentación de la fruta también son características de gran importancia.

Además del consumo diario la fruta fresca es utilizada como regalo en festividades y para fiestas tradicionales y poco a poco se van adquiriendo tendencias de consumo más “americanas” por la influencia de países como Estados Unidos lo que podría aumentar el consumo de este tipo de alimentos.

De los seis países asiáticos objetos de este informe el que destaca por sobre los demás es la República Popular de China, con una población que supera los 1.300 millones de habitantes y un ingreso per cápita que bordea los US\$ 2.500, transformándose así en un importante destino para los exportadores nacionales gracias a la contra estación y a la buena imagen que ha logrado la industria los últimos años.

Según datos obtenidos del Diario La Estrategia el principal producto exportado por Chile en estos momentos es la uva de mesa, que es la que tiene cerca del 53% del mercado; después sigue EE.UU., Perú y Nueva Zelanda.

Los principales consumidores de fruta son personas de alto nivel económico y juventud educada, quienes conocen los beneficios en salud y, además, se muestran preocupados por mantenerse saludables y delgados.

La fruta chilena tiene buena aceptación ya que Chile es reconocido por la buena calidad de sus productos frutícolas, y la fruta llega en buenas condiciones a destino, sin embargo, se llega al consenso de que se requiere un mayor esfuerzo publicitario y mejorar la presentación de la fruta (presentación mediante envases llamativos) para elevar el consumo y reafirmar la buena aceptación y prestigio que tiene la fruta nacional en el mercado asiático. Se recomienda a los empresarios ir al mercado de destino a promover sus productos y desarrollar con los importadores estrategias específicas para ingresar al mercado.

3.3 Exportando a Asia

Si se pretende iniciar el proceso de internacionalización mediante exportaciones ya sean directas o indirectas (con el uso de un intermediario) que tengan como destino Asia el proceso por completo debe ser planificado con gran rigurosidad ya que la manera de hacer negocios en Asia difiere mucho de la forma de hacer negocios en Occidente. Determinadas actitudes físicas o verbales que en occidente son aceptadas y entendidas como tal en oriente podrán ser percibidas con un significado completamente diferente al dado en nuestra cultura.

Los pasos para iniciar el proceso exportador se detallan a continuación:

3.3.1 Acreditación ante el Servicio de Impuestos Internos como exportador

Cualquier persona de tipo Jurídica y Natural ya sea extranjera o nacional puede serlo. Respecto a restricciones de mercancías no existen requisitos para las salidas legales o exportación legal de mercancía nacional, es decir la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas.

3.3.2 Realización de Estudios de Mercado a la Empresa Exportadora y al Mercado Destino

Es importante manejar información sobre la empresa respecto a infraestructura, recursos financieros y tecnológicos, personal idóneo, informes de producción entre otros, con el fin de comprobar si este concuerda y puede abastecer la demanda del mercado destino. Existen instituciones públicas y privadas que podrán proveer del perfil o información del consumidor del mercado destino respecto a edad, gustos, situación económica, etc.

3.3.3 Elección tipo de exportación

Una vez que estos estudios avalen su exportación se deberá definir la forma de ingreso al mercado elegido, ya sea a través de franquicias, licencia, Joint Venture, exportación directa, exportación indirecta, etc.

3.3.4 Acuerdo de la Compra

Hace referencia al envío de la oferta por parte del exportador al importador o cliente, siendo una forma el envío de muestras, lo cual permite apreciar la calidad de los productos enviados.

3.3.5 Negociación forma de Pago

Una opción es la de Acreditivo, lo cual permite q las mercancías sean pagadas una vez enviadas tan pronto el exportador cumpla con las condiciones o requisitos del documento Acreditivo. El acreditivo funciona cuando el comprador obliga a su banco que está en el país donde se realiza la importación a pagar a un tercero que es el exportador a través de un banco comercial ubicado en el país del exportador.

3.3.6 Elección medio de transporte

Por su forma de ahorrar en costos el medio marítimo es el más idóneo para cargas que tienen destinos lejanos.

3.3.7 Elección cláusula y modalidad de venta

Existen los Términos de Comercio Internacional o Incoterm a elección, sin embargo, se debe elegir aquel que se encuentre acorde a las necesidades y recursos disponibles tanto para el exportador como para el importador. La modalidad de venta podría ser Consignación Libre, Bajo Consignación, Consignación Mínimo a Firme, A Firme.

3.3.8 Presentación mercancía ante el Servicio Nacional de Aduana

El Agente de Aduanas será el encargado de legalizar el trámite de exportación de mercancías ante el Servicio Nacional de Aduanas, a través de la confección y posterior aceptación y legalización del Documento Único de Salida Legalizado. Además el Agente de Aduanas deberá ser el encargado de la confección, tramitación, V° B° y aprobación de toda la documentación aduanera necesaria para la exportación de mercancías.

3.3.9 Legalización de la operación

Se realiza mediante el Documento Único de Salida Legalizado o también conocido como DUS2.

3.3.10 Pago de la mercancía y Retorno de Divisas

Para recibir el pago el exportador deberá ir a su banco elegido que esta en el país exportador, presentar la documentación y si este banco encuentra todo en orden pagará

al exportador, para luego enviar la documentación al banco elegido por el importador quien pagará la importación a este banco, quien enviará el dinero al banco que está en el país exportador, es decir, el elegido por el exportador. En el caso de que los exportadores hayan realizado ventas o exportaciones por un valor de US \$5.000.000 millones de dólares anuales se deberán informar al Banco Central de Chile quien presentará una nómina que contiene los exportadores que deben cumplir con esta obligación para esto se deberá tener en cuenta: La modalidad de venta, total de las divisas obtenidas, señalar la existencia de anticipos por parte del comprador junto con el saldo que quede restante si es que se pagó este anticipo

3.3.11 Publicidad y Promoción

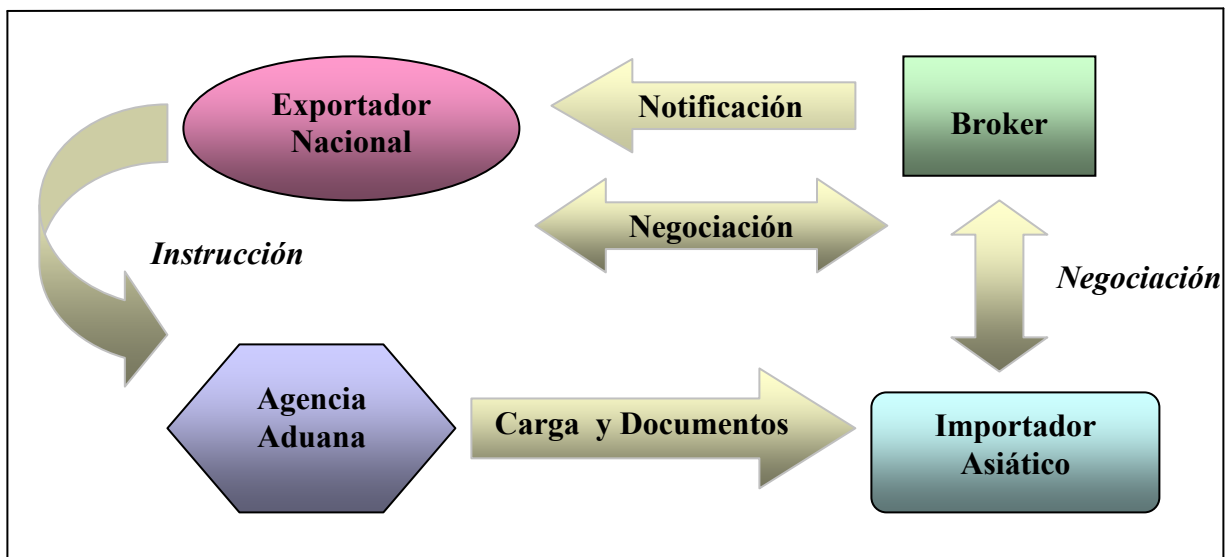
Dar a conocer al mercado de destino y al consumidor las características de la mercancía se hace muy necesario ya que acorde a las características, calidad y presentación en este caso de la fruta fresca el consumidor podrá decidir cual comprar y cual no. Destacar la calidad, inocuidad y beneficios mediante medios de comunicación masiva, ferias internacionales o visitas directas al importador son instancias que deberán ser consideradas por el exportador. Existen varios esfuerzos por parte del gobierno para apoyar este punto mediante Ferias Internacionales organizadas por ProChile y el concepto de Imagen País.

3.4 Relaciones Comerciales

En la práctica la comunicación con los compradores asiáticos se realizó mediante la utilización de un broker o intermediario, quien es el encargado de las relaciones comerciales con la contraparte asiática, trabajando con un consignatario y un notificador.

Debido a la falta de conocimiento sobre el mercado asiático y por no poseer las capacidades técnicas, de recursos, idiomáticas al exportador le es incapaz desarrollar las relaciones comerciales por si mismo, por lo que, utiliza un broker.

El flujo de comunicación exportador-broker se desarrollaba de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos de Agencia de Aduanas Alan Smith

El exportador le informa al broker que quiere vender uva fresca en el extranjero. El Broker dependiendo de las características de la mercancía disponible contacta a algún comprador asiático.

El broker como su nombre en inglés lo indica actúa solo como intermediario en las relaciones comerciales, puesto que, la mercancía sigue siendo propiedad del exportador nacional. El vende a nombre del exportador la uva fresca en el extranjero.

El intermediario y el comprador negocian las formalidades propias del negocio estableciendo el contrato de compra-venta internacional y acuerdan entre otras cosas la cantidad de uva requerida, variedad, modo de envío, forma de pago, precio, etc. Todo esto siempre bajo la supervisión y aprobación del exportador.

Una vez finalizada esta etapa de negociación el exportador procede con la instrucción e información para que el Agente de Aduanas empiece a hacer las gestiones necesarias para a salida legal de la mercancía del país dentro de los plazos establecidos.

Todas las etapas del proceso operativo y documental de exportación se ponen a la espera de Visto Bueno, es decir, esperan la aprobación o rechazo por parte del exportador y del broker, debido a que se debe coordinar rigurosamente para que todo el proceso culmine exitosamente.

3.5 Total de Cajas Exportadas

En los últimos tres periodos de exportación analizados con destino al mercado asiático se registraron un total de 5.275.889 millones de cajas exportadas las que se exportaron durante los casi seis meses de temporada (Enero –Junio de cada año), alcanzando el pick en el periodo comprendido entre los meses de Marzo y Mayo.

Si se realizara un desglose por cantidad de cajas de uva fresca por país sin lugar a dudas destaca la Republica Popular de China como principal destino ya que (de los seis países que para efectos de este informe conforman el mercado asiático) es el país que registró la mayor cantidad de cajas exportadas con un total de 2.922.722 cajas de uva fresca.

Por su parte en segundo lugar se encuentra Indonesia con 963.613 cajas exportadas, en tercer lugar Malasia con 768.538 cajas, en cuarto lugar Singapur con 239.153 cajas, en quinto lugar Tailandia con 200.018 cajas y finalmente en sexto lugar Vietnam con 181.845 cajas de uva fresca exportadas como se señala en el cuadro a continuación.

Total de Cajas Exportadas de Uva de Mesa al Mercado Asiático

País de Destino	Cajas 2005	Cajas 2006	Cajas 2007
China	492.498	1.024.376	1.405.848
Indonesia	332.313	498.880	132.420
Malasia	198.432	342.706	227.400
Singapur	49.680	130.533	58.940
Tailandia	49.152	94.914	55.952
Vietnam	33.684	80.273	67.888

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Una comparación en base al total exportado a estos seis destinos demuestra que el mercado más atractivo es el mercado chino ya que por si solo representa el 55% del

total exportado, por su parte, los cinco países asiáticos restantes representan en conjunto el 45% del total de uva fresca exportada.

El conocimiento e información disponible sobre china como mercado destino de la uva fresca nacional, tendencias del consumidor, estudios de mercados y ayuda de entidades gubernamentales y privadas para potenciar el comercio con países del bloque asiático parecieran ser factores fundamentales para el exportador nacional a la hora de optar por un mercado asiático como destino de la producción nacional.

El indiscutible cambio en la dieta alimenticia enfocada en una alimentación más saludable debiera ser aprovechado como un incentivo para investigar sobre la real viabilidad para cada empresa de transformar a este mercado no tradicional²⁵ en un mercado para diversificar la producción de uva fresca de exportación.

La garantía y ventaja frente a otros competidores que presenta el hecho de ser uno de los pocos países que cuentan con un Protocolo Sanitario para la Exportación de Uvas a la República Popular de China (firmado en Septiembre de 2004) colaboran a generar una buena imagen de Chile como un país serio y preocupado por las condiciones fitosanitarias de los productos que exporta. Además no se puede dejar de mencionar si no es el mayor factor clave, una de los principales condicionantes que propiciaron el aumento del número de cajas exportadas al mercado chino el Tratado de Libre Comercio Chile-China que ha potenciado el sector exportador y dentro de este el de la fruta fresca chilena

²⁵ Para efectos del presente informe se entiende por mercado no tradicional todo aquel que no incluya los mercados conformados por Estados Unidos y países del continente Europeo.

El gran aumento de cajas de uva fresca exportadas durante la temporada del 2006 se puede explicar principalmente por la entrada en vigencia el 18 de Noviembre de 2005, del TLC Chile-China a solo dos meses de comenzar la temporada de exportación de uva fresca. Una comparación entre el total de cajas exportadas en el año 2005 y en el 2006 indica que con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio las exportaciones de uva fresca medidas en cajas totales exportadas aumentaron en alrededor del 52%.

A modo general el Tratado de Libre Comercio Chile-China establece en el ámbito agrícola que más de un 66% de los productos agrícolas no pagarán arancel en un plazo máximo de 5 años .Junto a esto en un plazo de 10 años se desgravarán adicionalmente el 28% de los productos agrícolas y solo un 5% quedará en la lista de exclusiones.

El arancel para la uva fresca chilena antes de la entrada en vigencia del TLC era de un 13%, sin embargo, con la entrada en vigencia disminuyó a 11.7 % en el primer año y actualmente se encuentra en un 9.1% para las nueve variedades detalladas en el Arancel Aduanero Chileno. Se espera que la condición arancelaria para la uva fresca y todas sus variedades cambie y beneficie a los exportadores nacionales de aquí a 7 años más en que la rebaja arancelaria será completa.

Calendario de Desgravación Arancelaria productos agrícolas

Años	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Arancel	9.1%	7.8%	6.5%	5.2%	3.9%	2.6%	1.3%	0

Fuente: ProChile

Por su parte los otros países que conforman el mercado asiático, también registraron un gran incremento en el número total de cajas exportadas durante el periodo 2005/06

siendo Singapur y Vietnam los países que registraron mayor alza con un 62% y 58% respectivamente. Tailandia experimentó un aumento del 48%, Malasia un 42% e Indonesia un 33%.

Hasta la fecha solamente Singapur mantiene un Acuerdo Estratégico con Chile que es el P4, con el resto de países, exceptuando a Indonesia, se encuentran en fase de negociaciones y estudios de factibilidad con el fin de poder concretar en un futuro cercano acuerdos comerciales que se traduzcan principalmente en desgravación arancelaria y facilitación de acceso a mercados asiáticos para que los productos chilenos y entre éstos la uva fresca puedan ingresar a esos nuevos mercados con aranceles muy bajos o inexistentes en un periodo de tiempo determinado.

Actualmente los aranceles para la uva fresca en los destinos ya mencionados se señalan en el siguiente cuadro informativo.

Desgravación Arancelaria productos agrícolas

País	Indonesia	Malasia	Singapur	Tailandia	Vietnam
Arancel	5%	5%	0%	0%	5%

Fuente: ProChile

El país que ha experimentado el mayor aumento en el total de cajas exportadas es Singapur como consecuencia principalmente de la entrada en vigencia del P4, con el cual todos los productos chilenos ingresan al país asiático con arancel cero.

No obstante de la importancia que tiene el mercado chino dentro del mercado asiático se destacan de igual forma las exportaciones a los otros mercados no tradicionales como lo son Vietnam, Singapur o Tailandia, los cuales a pesar de no estar consolidados como

mercados de exportación de uva fresca chilena y de los cuales existe muy poca información como mercados destinos de la uva fresca nacional han experimentado importantes aumentos en el total de cajas exportadas. A modo de ejemplo hacia Vietnam en el transcurso de estos tres años se ha aumentado en un 50% la cantidad de cajas exportadas, hacia Singapur un 16% y hacia Tailandia un 12%.

Por su parte Indonesia y Malasia se ven como mercados más conocidos a los que se accede con una mayor cantidad de uva fresca, ya que en conjunto totalizaron 1.732.151 cajas exportadas lo que representa alrededor del 32% del total exportado a aquellas naciones en el periodo analizado.

Pareciera ser que el desconocimiento y falta de información relacionados a los requisitos de exportación de uva fresca, tendencias de consumo, estudios de mercados y acceso a estos mercados pueden ser la causa de esta incipiente exportación que se está llevando a cabo.

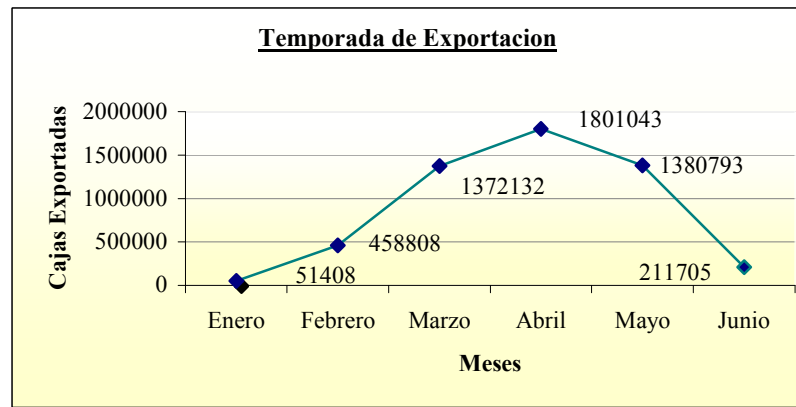
3.6 Periodo de Exportación

Si bien es cierto la temporada de exportación de fruta fresca comienza a principios de Noviembre y termina a mediados de Marzo el periodo de exportación de uva fresca empieza generalmente entre los meses de Febrero y Junio de cada año.

Durante los casi cinco meses de temporada de exportación la cantidad de cajas de uva fresca exportada aumenta considerablemente empezando con envíos de pequeñas cantidades de cajas en los meses de Enero y Febrero alrededor de 500.000 cajas , situación que cambia abruptamente en el periodo comprendido por los meses Marzo-Mayo en los cuales se alcanzan los 4.500.000 de cajas exportadas para posteriormente en el mes de Junio registrar una baja de alrededor de 200.000 cajas poniendo fin al periodo de exportación de uva fresca nacional.

La uva fresca chilena en el mercado asiático se genera como respuesta inmediata de la contra estación, es decir, se pone a disposición del mercado un producto que en el mercado interno principalmente por razones geográficas y ambientales no se puede ofrecer a los consumidores.

La temporada generalmente comienza en el mes de Febrero (existiendo excepciones en la cual se empieza en el mes de Enero) en el cual se registran pocas cantidades de cajas de uva fresca y a medida que avanzan los meses la cantidad exportada aumenta drásticamente. Los meses en que se registran la mayor cantidad de embarques y la mayor cantidad de cajas exportadas corresponden a los meses de Marzo y Abril de cada año como lo muestra el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

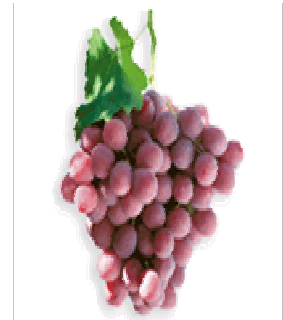
La temporada de exportación de Uva de Mesa con destino a la República Popular de China comienza generalmente en el mes de Febrero de cada año, siendo una excepción la temporada 2007 en la que los embarques comenzaron en el mes de Enero y terminaron en el mes de Junio. Igualmente la temporada de exportación de uva fresca para los cinco países restantes comienza también en el mes de Enero y termina a mediados del mes de Junio, en el cual se observa un incremento gradual de los embarques a estos los países que conforman el bloque asiático.

La producción de uva fresca destinada a exportación está estrechamente relacionada con la disponibilidad que presenta la uva. Dependiendo de la variedad es la disponibilidad que tiene para exportación y generalmente es desde mediados de Noviembre de un año hasta aproximadamente Agosto del año siguiente. La variedad que se encuentra presente durante el mayor periodo de tiempo es la Red Globe, seguida por la Ribier y por el contrario las variedades de menor duración son la Perlette y Red Seedless.

3.7 Variedad de Uva de Mesa

En Chile se pueden encontrar ocho variedades de uvas rojas: Christmas Rose, Crimson Seedless, Emperor, Flame Seedless, Red Globe, Rouge, Ruby Seedless, Tudor Premium Red, siendo la variedad de Uva de Mesa que registra mayores exportaciones al mercado asiático la variedad Red Globe .

La variedad Red Globe es una uva de color rojo, rojo vino, rosa o roja violácea con semilla de forma esférica y con un tamaño grande de 24 a 28 Mm. de diámetro ecuatorial. Posee un sabor neutro con una piel gruesa resistente y fácil de desprender. Presenta una buena conservación en planta, muy buena conservación frigorífica y es resistente al transporte.

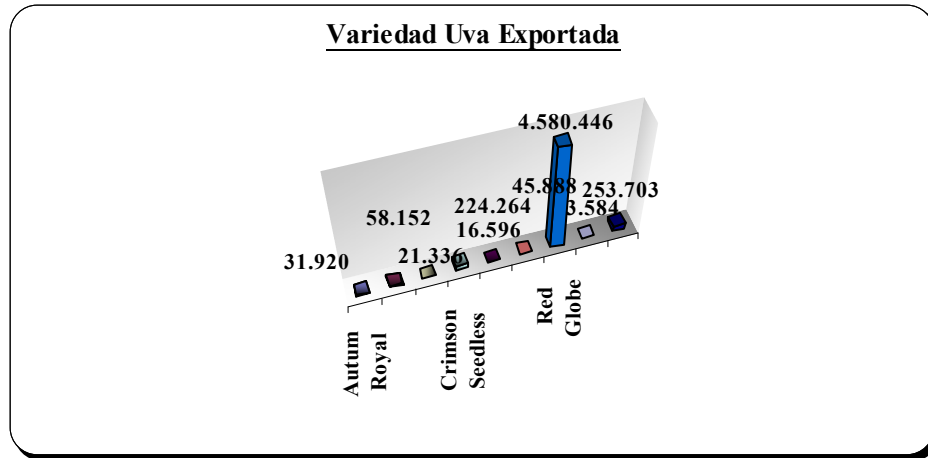


Fuente www.uvademesa.cl

No presenta problemas fitosanitarios, pero es sensible a la sobrecarga de frutos ya que se resiste al vigor. Posee gran atractivo visual por su color y tamaño, lo que le hace muy solicitada en el mercado.

Según estudios de ProChile: "La uva Red Globe chilena es reconocida en el mercado chino como un producto de buena calidad en lo que a frescura, tamaño y firmeza se refiere". En cuanto al color, que en definitiva es donde los locales muestran más exigencias, el exportador chileno debe estar conciente que mientras el color de la uva Red Globe sea más cercano al color rosado, más apreciada será dentro de los importadores locales".

Alrededor del 87% de los envíos corresponden a esta variedad, situándose en segundo lugar la variedad Crimson Seedless, que es una uva que no presenta semillas y de color rosado oscuro. Tiene una pulpa crujiente y firme, de sabor agridulce.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Independientemente si se optara por cualquiera de estos seis mercados la variedad Red Globe es la que registra mayor índice de exportaciones como se detalla a continuación:

País de Destino	% Participación Red Globe
China	88%
Indonesia	95.91%
Malasia	80.45%
Singapur	52.53%
Tailandia	86.63%
Vietnam	90.85%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

En el caso particular de la República Popular de China se puede evidenciar que durante el año 2005 se exportó casi exclusivamente variedad Red Globe con un 97% del total

exportado. Ya en la temporada 2006 se registró una mayor diversidad en la canasta exportadora ingresando variedades blancas y negras como lo son Thompson Seedless y Autumn Royal. En el 2007 ingresaron más variedades blancas como es la variedad Calmeria, sin embargo, se mantiene la preferencia por la exportación de variedades rojas. En el caso de Indonesia al igual que China durante el 2005 se registraron exportaciones casi exclusivamente de la variedad Red Globe con un 94.10%. En el 2006 y 2007 se registró el ingreso de variedades blancas como la Thompson Seedless, sin embargo, casi el 94.91% del total exportado en las últimas tres temporadas de exportación corresponden a la variedad Red Globe.

Malasia sigue con la tendencia anterior de la preferencia por la variedad Red Globe ya que se exportó un 86.46% durante las últimas tres temporadas de exportación, sin embargo, empezó a tomar más participación otra clasificación dentro del código arancelario 08061090 que son todas aquellas variedades rojas, blancas y negras que no poseen clasificación propia.

Singapur durante la temporada 2005 exportó un 63,67% de uvas rojas divididas en Red Globe y Flame Seedless. También empezó a tomar mayor importancia la clasificación Varios amparada en el código arancelario 08061090 con una participación del 37.98%, por lo que, sería interesante investigar a que variedades se refieren debido a que en el Documento Único de Salida Legalizado no se especifica esta información.

Tailandia es un caso especial ya que durante el año 2005 se registraron envíos exclusivamente de la variedad Red Globe incorporándose hacia el 2006 la variedad

Thompson Seedless una uva blanca alargada, sin semillas y de color verde claro, conocida por su textura crujiente y jugosa y por su dulce sabor, pero con un porcentaje de participación mínimo del 2.5% del total exportado.

Finalmente Vietnam registró exportaciones en su gran mayoría de Red Globe con una participación del 90.85% del total exportado en las tres temporadas. El resto de uva fresca se clasifica en el código arancelario Varios.

Sin lugar a dudas que fue durante la temporada de 2006 en la que se experimento la mayor variedad en la oferta exportadora de uva fresca con la incorporación de variedades blancas como lo es la Thompson Seedless, variedad roja como lo son la Flame Seedless y Regal y la variedad negra como lo es la variedad Autumn Royal. El total de los envíos registrados durante las temporadas puede ayudar a establecer claramente una tendencia en las variedades requeridas de uva fresca chilena en el mercado asiático, ya que se destaca el hecho de que se requiere principalmente uva de variedad roja con o sin semillas que sea de la más alta calidad, y con excelentes características de sabor, textura y presentación. Éste por sobretodo uno de los principales ítems a los que se les debe poner atención cuando se enfoca al mercado asiático. La buena presentación de un producto en el que cada envase contenga una etiqueta con la información y las identificaciones en inglés a cerca del origen de la Uva de Mesa que indiquen: productor, central frutícola, exportador y Región es de suma importancia para el consumidor final.

3.8 Modalidad de Transporte

El transporte marítimo es utilizado por ser un medio de transporte que permite transportar grandes volúmenes de cargas a largas distancias en el mundo entero.

Actualmente, el transporte marítimo moviliza más del 80% del comercio exterior de Chile, siendo los mercados más importantes aquellos que se encuentran ubicados en la región Asia-Pacífico, seguida por Norteamérica, Sudamérica y Europa.

El transporte de un gran número de contenedores cada temporada con importantes volúmenes de uva fresca con destino a países tan lejanos geográficamente como lo son China, Malasia y Tailandia entre otros obligan a los exportadores a elegir el transporte marítimo como la forma mas viable de poder lidiar con el alto costo logístico que representa el transporte a destinos tan lejanos.

La selección de determinada compañía de transporte suele estar en estrecha relación con la ruta de la nave, a la disponibilidad de espacio dentro de ésta y al costo del transporte integrado por el flete y por los gastos previos y posteriores al embarque (carga, descarga, estiba, desestiba, etc.)

Actualmente existe una gran cantidad de compañías transportadoras presentes en los puertos más importantes del país como lo son Valparaíso y San Antonio los puertos más utilizados para la salida de uva fresca del país.

Para efectos de este informe las compañías de transportes más utilizadas, entendiéndose por esto, aquellas que transportaron la mayor cantidad de cajas de uva fresca con destino a Asia fueron las siguientes:

➤ **Hamburg Sud**

Frecuencia: Quincenal

Tipo de Carga: Carga suelta y contenedores

Ruta: América del Norte y del Sur, Europa, Asia, África del Este y del Sur

➤ **Compañía Sudamericana de Vapores CSAV**

Frecuencia: Semanal

Tipo de Carga: Contenerizada, Pallets con fruta y lácteos.

Ruta: México-Colombia-Perú-Chile-Argentina-Panamá-Ecuador-Corea del Sur-República Popular de China-Japón-Estados Unidos

➤ **Compañía Chilena de Navegación Interoceánica. CCNI**

Frecuencia: Quincenal

Tipo de Carga: Carga suelta y contenedores

Ruta: México-Malasia-Corea del Sur –Japón-Estados Unidos-Panamá-Ecuador-Perú-Chile.

➤ **P & O NEDLLOYD**

Frecuencia: Quincenal

Tipo de Carga: Contenerizada

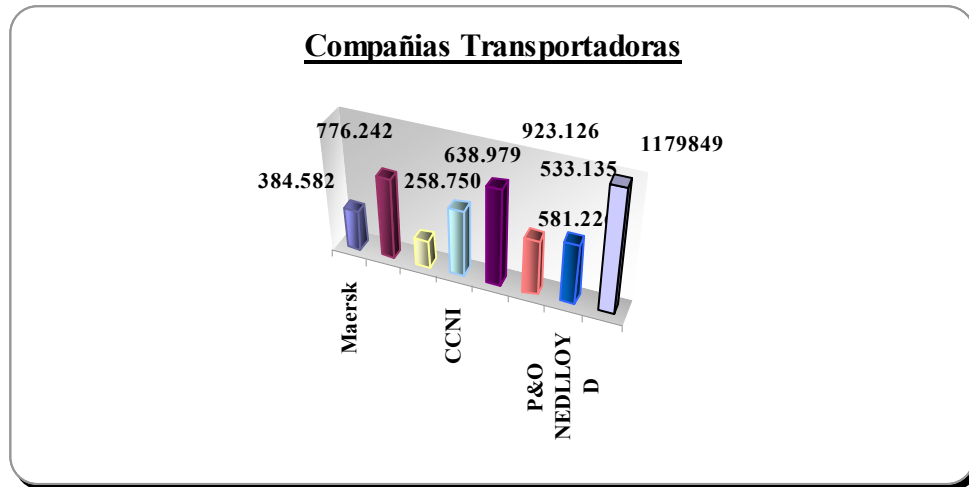
Ruta: República Popular de China-Corea del Sur-Japón-Colombia-Ecuador-Perú-Estados Unidos-Chile-Nueva Zelanda-Australia-México.

➤ **Mitsui Osaka Line MOL**

Frecuencia: Mensual

Tipo de Carga: Contenerizada

Ruta: Asia- Tokio -Yokohama, Osaka, Kobe, Los Ángeles, Oakland,- Bangkok. Medio Este-Rusia-África-América del Sur y Nueva Zelanda.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Uno de los principales puntos a considerar es la ruta de la nave y el puerto de destino siendo los destinos más usuales para estas las compañías transportadoras el Puerto de Hong Kong en la República Popular de China.

3.9 Tipos de Bultos Exportados

Cuando se hace mención al bulto se entiende por éste a todo aquel material utilizado para que el transporte de la uva fresca se desarrolle de la mejor forma rescatando las características propias de la fruta fresca de forma de que llegue en las mejores condiciones posibles a destino.

La decisión del tipo de embalaje a utilizar en la exportación de uva fresca se ve influenciada por el país destino de la uva fresca , por la cláusula de Compra-Venta entre exportador y comprador en la cual quedan establecidos los requerimientos del comprador y entre estos el tipo de embalaje a utilizar y por el material que posea las mejores características para que la uva no sufra ningún daño como golpes y temperaturas extremas , de manera tal, de que llegue en las mejores condiciones posibles a su destino, siendo muy importante además, que el embalaje a utilizar sea apropiado para las etapas del proceso de Packing, estiba, y paletización.

La República Popular de China es clasificada como un mercado cuarentenario por el Servicio Agrícola y Ganadero por el cual se debe utilizar embalaje con medidas de resguardo contra mosca de la fruta y se entenderá como aquel que impide que ejemplares de este Tefrítido ingresen o salgan del elemento resguardado. Para ello se pueden utilizar:

- Bolsas de polietileno u otro material, en que las perforaciones deben tener un diámetro máximo de 1,5 mm.
- El uso en la unidad pallet de malla mosquitera.

- El uso de polifilm de polietileno en la unidad pallet, excepto para USA.

Por su parte Malasia, Singapur, Tailandia y Vietnam son clasificados como mercados no cuarentenarios por el Servicio Agrícola y Ganadero debiendo ser utilizado embalaje con medidas de resguardo contra mosca de la fruta entendiéndose por este a aquel que impide que ejemplares de este Tefrítido ingresen o salgan del elemento resguardado. Para ello se pueden utilizar:

- Bolsas microperforadas.
- Cajas con bolsas de polietileno sin perforaciones
- Pallet cubierto con malla mosquitera.
- Pallet cubierto con polifilm de polietileno.
- Cajas sin bolsas, para contenedores consolidados en origen y con despacho SAG. Estos contenedores no podrán ser abiertos ni desconsolidados a nivel de los puertos de embarque.

Para el embalaje de la uva fresca las mallas microfiltradas, cajas de madera, cartón y plástico, y contenedores se insertan en esta descripción pudiendo ser clasificadas además en tres tipos de packing diferentes: packing primario, secundario y terciario.

Se entenderá por Packing Primario al que está en contacto directo con la mercancía embalada, por Packing Secundario al que se encuentra envolviendo el packing primario y finalmente el packing terciario al que envuelve a los anteriores.

Packing primario para uva fresca serian las bolsas especiales para racimos denominadas “polybags” las que poseen perforaciones para mejorar la ventilación de éstas y disminuir su proceso de maduración.

Packing secundario serian las cajas en las que se transporta la uva fresca, existiendo tres tipos de cajas para exportación: cajas de madera, cajas de cartón y cajas plásticas. Según las características propias de cada material cartón, madera y plástico se suelen utilizar las primeras para aquellos envíos que tengan un destino cercano como puede ser Estados Unidos en la que la nave demora en llegar aproximadamente 14 días al puerto de desembarque. Se utilizan cajas de plástico en aquellos envíos que tienen un destino un poco más lejano como es Europa en la que la nave demora en llegar aproximadamente 23 días al puerto convenido entre el exportador y el importador y finalmente se utilizan cajas de madera en aquellos envíos en que el destino es más lejano en que la uva debe permanecer más días en el contenedor dentro de la nave, expuesta a mayor probabilidades de daños y descomposición como es el caso de los embarque a Asia en que la nave demora en llegar aproximadamente 30 días al puerto de desembarque. Las estadísticas muestran que la uva fresca exportada fue embarcada un 31.17% en cajas de cartón, seguidas por un 37.10% en cajas de maderas y finalmente un 31.73% en cajas de plástico.

Tipos de Bultos	Cajas Exportadas
Cajas de Cartón	1.644.826
Cajas de Madera	1.957.164
Cajas de Plástico	1.673.899
Total	5.275.889

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Finalmente por packing terciario se encuentra el contenedor, el que está en estrecha relación con el tipo de mercancía a embarcar.

Existen diversos tipos de contenedores: contenedores comunes o dry para el transporte de carga seca y general, refrigerados integrales o reefer para el transporte de cargas que requieren temperaturas constantes bajo cero con generador propio, insulados phortole o conair para el transporte de carga que necesita temperaturas constantes, sin generador propio y open top para el transporte de cargas pesadas con dimensiones extras.

Previamente al embarque de la uvas , deben ser sometidas a un tratamiento de frío en tránsito, en contenedores refrigerados, de acuerdo a lo establecido en el Protocolo de Requisitos de Exportación de Uva Fresca desde Chile a República Popular de China²⁶ , no existiendo protocolos específicos para los cinco países restantes respecto al tratamiento de uva fresca chilena antes de embarque

La unidad básica de medida suele ser entre 2.160 y 2.280 cajas de uva fresca por contenedor. Esta cantidad de cajas puede variar, sin embargo, generalmente se envían más de 2.000 cajas por contenedor.

En cada contenedor se ubican aproximadamente 20 pallets y en cada uno de estos últimos se posicionan entre 108 y 114 bolsas de uvas frescas

Cuando se elabore el Documento Único de Salida se deberá especificar la modalidad o tipo de bulto a embarcar. Si bien es cierto que la mercancía es transportada en

²⁶ Chile es representado por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) , a su vez República Popular de China esta representado por la Dirección General de Cuarentena, Inspección , Supervisión de Calidad (AQSIQ)

contenedor se hace una diferencia al mencionar cuando la mercancía es embarcada en contenedor y cuando se embarca como carga suelta.

Se entenderá por carga embarcada en contenedor aquella que ingrese a recinto portuario en contenedor y se entenderá por carga suelta aquella mercancía que sea transportada o consolidada al contenedor en recinto portuario.

La elección del tipo de cajas utilizadas responde directamente a lo acordado entre el comprador y el vendedor y además se toman en cuenta las características específicas de la uva y son por estas razones que la mayoría de fruta fue transportada utilizando cajas de madera, ya que éstas son las que mantienen las mejores condiciones para que la uva fresca llegue en su mejor condición al destino.

3.10 Puertos de Embarque

Actualmente Chile cuenta con 36 puertos de Norte a Sur de los cuales 26 se encuentran en manos de inversionistas privados y 10 en manos estatales como resultado de la incorporación en el año 1998 del nuevo sistema portuario orientado a impulsar y dinamizar el proceso de inversión en infraestructura, tecnología y gestión portuaria, y promover la competencia del sector , lo que hizo necesario contar con el mayor equipamiento portuario posible como los son grúas y proyectos para ampliar muelles y sitios de atraque, además de la mejor tecnología relacionada al eficiente manejo de la carga contenedorizada y a granel en la logística nacional e internacional.

Dentro de esta reestructuración portuaria y para los diez puertos que se encuentran bajo la supervisión del Estado se destaca la concesión que se concede a sólo 1 operador para un área del puerto por un plazo definido de años. Éste recibe el nombre de Terminal, y su licitación puede ser de 20 a 30 años, lapsus que dependerá de la cantidad de obras que realice y de los niveles de transferencia y calidad de servicio que entregue. Es el caso del monoperador TPS en Valparaíso y STI en San Antonio.

Ambos puertos se destacan como tendencias en la exportación de uva fresca chilena hacia los seis países asiáticos debido a que durante los últimos tres años de exportación de uva fresca las estadísticas señalan que se han transformado en los principales puertos de embarque con destino al mercado asiático por excelencia.

El Puerto de Valparaíso es administrado por la Empresa Portuaria Valparaíso (EPV), siendo su objetivo la explotación, desarrollo y conservación del Puerto de Valparaíso,

así como los bienes que posee a cualquier título, incluidas todas las actividades conexas inherentes al ámbito portuario e indispensable para su debido cumplimiento.

Por su parte el Puerto de San Antonio es administrado por la Empresa Portuaria San Antonio EPSA. En el puerto existen dos Terminales el primero licitado a la empresa San Antonio Terminal Internacional S.A. (STI) y el segundo a la empresa Puerto Panul S.A.

Como fue mencionado anteriormente los principales Puertos de Embarque chilenos para el proceso de exportación de uva fresca con destino al mercado asiático fueron el Puerto de Valparaíso y el Puerto de San Antonio, sin embargo, también se registraron embarques fruteros en el Puerto de Coquimbo y en el Puerto de Lirquén.

La gran utilización de aquellos puertos (Valparaíso y Coquimbo) se justifica en gran medida en el hecho de que la zona central concentra más del 50% de la actividad económica del país y dentro de estas regiones se encuentran los terrenos más fértiles y con mejores condiciones para el desarrollo de la producción nacional de fruta fresca. Viñedos, plantas productoras y packing de uva fresca se encuentran concentrados en la zona y el acceso a puertos como Valparaíso y San Antonio se hace más expedito.

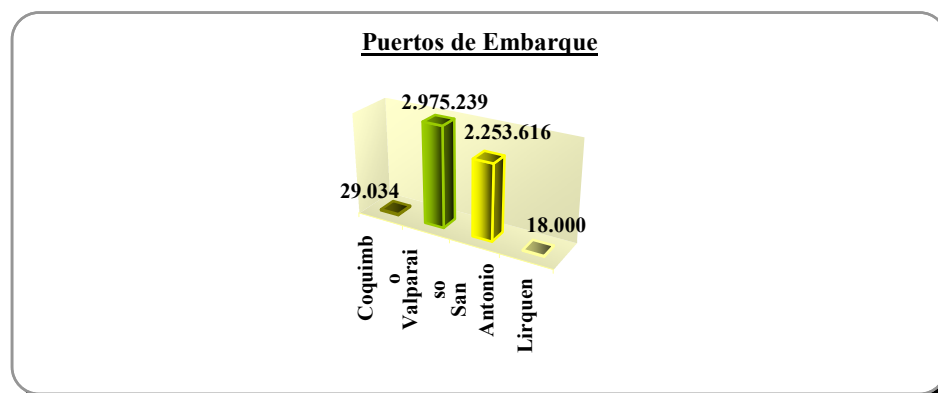
El Puerto de Coquimbo por su ubicación geográfica privilegiada (en la península de la ciudad de Coquimbo) permite ofertarse los 365 días del año, evitando cierres de puerto por inclemencia de temporales. Durante la temporada de exportación de uva fresca concentró tan solo el 0.55 % de la carga exportada al mercado asiático, siendo utilizado

principalmente como un puerto alternativo a los de Valparaíso y San Antonio en la exportación de uva fresca.

Al igual que el puerto de Coquimbo la ubicación del Puerto de Valparaíso lo transforma en un puerto fundamental y clave para el desarrollo exportador nacional, ya que se constituye como un punto de entrada y salida de cargas desde y hacia la cuenca del Pacífico.

Durante el periodo analizado concentro un 56.39 % de la carga exportada con destino al mercado asiático transformándose en el principal puerto de embarque para la uva fresca. Por su parte el Puerto de San Antonio es el Terminal portuario más cercano a la ciudad de Santiago. Durante el periodo concentró un 42.71% de la carga exportada con destino a los seis países asiáticos, lo que dio paso a que se transformara en el segundo puerto de embarque de mayor utilización en la exportación de la uva fresca.

Como se muestra en el grafico más de la mitad de los embarques de uva fresca se realizaron mediante el Puerto de Valparaíso, el que actualmente se encuentra en un gran proceso de Reestructuración Portuaria con el fin de ayudar y poner a disposición de sus clientes la mejor y más moderna infraestructura portuaria del país.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Ubicado en la bahía de Concepción, VIII Región de Chile el Puerto de Lirquén cuenta con accesos terrestres y ferroviarios que permiten conectar en forma expedita y segura los principales centros de consumo y producción de la industria agrícola, forestal y salmonera del país. Respecto su utilización se puede inferir que al igual que el Puerto de Coquimbo es utilizado como un puerto alternativo en el proceso de exportación de uva fresca ya que por el solo se embarcó el 3.4% de la uva fresca.

3.11 Puertos de Desembarque

El bloque conformado por los seis países asiáticos reúnen más de 30 posibles puertos a los cuales pueden llegar como destinos las compañías transportadoras, sin embargo este escenario se reduce considerablemente pues uno de los principales destinos, la República Popular de China, tiene restringido el acceso de uva fresca chilena. Según el Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Uva de Mesa desde Chile a República Popular de China existen solamente ocho puertos de desembarques, ubicados a lo largo de la costa china, que están autorizados para hacer el ingreso. Estos puertos son: Beijing, Dalian, Taijin, Shanghai, Nanjing, Guangzhou, Shenzhen y Haikou.

Para los cinco países restantes no existen requisitos de ingreso para la uva fresca chilena pudiendo actuar como puertos de desembarque alrededor de 14 puertos.

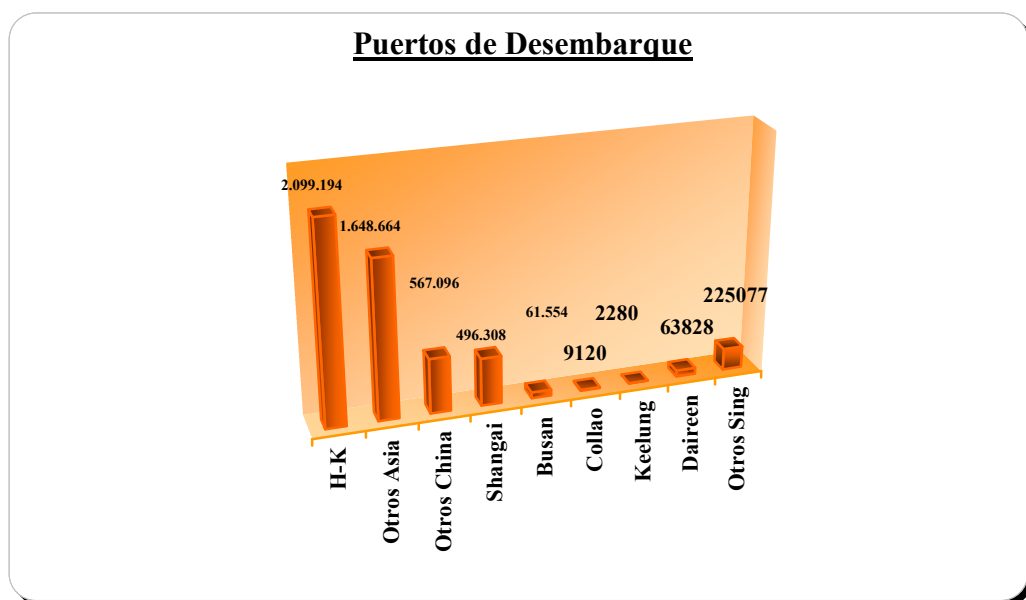
En cada país los puertos más utilizados fueron los siguientes: Indonesia (Surabaya, Jakarta), Malasia (Port Klang), Singapur (Singapur), Tailandia (Bangkok), Vietnam (Ho Chi Minh).

A pesar de que para el caso de la República Popular de China se encuentran claramente identificados los puertos de desembarque se da un caso especial debido a que gran parte de la información obtenida del Documento Único de Salida Legalizado indican como principal puerto de destino Hong Kong.

La razón de este fenómeno se fundamenta en el hecho de que el Puerto de Hong Kong actúa como un gran puerto de entrada de mercancía hacia República Popular de China,

mercancía que es redestinada a las diferentes regiones del país, así como también es reexportada a otros países.

De la fruta fresca importada por Hong Kong, se estima que entre un 70 y un 80% es re-exportada a países asiáticos, siendo China Continental la que recibe el 95% de éstas, comportamiento que se ha mantenido en los últimos 6 años.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

A pesar de que las estadísticas muestran la tendencia de que las exportaciones de uva fresca chilena con destino al bloque asiático tienen como principales puertos de desembarque Otros Puertos De Asia u Otros Puertos de China esto se da en la práctica debido a que no todos los puertos poseen un código que pueda ser utilizado por las aduanas del mundo lo que se traduce en que el Documento Único de Salida deba ser confeccionado utilizando ese puerto de desembarque, sin embargo, se suele especificar el destino final de la mercancía.

Una observación que se puso en práctica en muchas ocasiones fue que en el Documento Único de Salida era establecido como Puerto de Desembarque Hong Kong, sin embargo, el destino final de la uva fresca chilena era el Puerto de Guangzhou. Junto a lo anterior se suele indicar que la nave tenía como ruta vía Hong Kong y se especificaba posteriormente el destino final de la uva.

A modo de ejemplo en innumerables ocasiones en la documentación destinada a Vietnam era establecido como puerto de desembarque Otros Puertos De Asia, sin embargo, se especificaba posteriormente cual era el destino final de la mercancía o el puerto de desembarque que en este ejemplo sería el puerto de Ho Chi Minh. Además se indica si la nave pasa por otro puerto y siguiendo el ejemplo se especificaría con la leyenda vía Hong Kong.

3.12 Modalidad Documental

Para efectos de este Informe el proceso documental de exportación de uva fresca ha sido dividido en las siguientes etapas:

- **Pre-embarque (antes del zarpe de la nave)**
- **Post –embarque (después del zarpe de la nave)**

En ambas etapas es de gran importancia considerar que existe más tiempo para la confección de la documentación aduanera en comparación otros mercados como lo pueden ser América Latina y Europa por ser mayor distancia con los países de destino llegando la nave alrededor de 30 días después de su zarpe al destino..

Documentación Previa al Embarque

Como su nombre lo indica se entenderá por documentación previa al embarque toda aquella necesaria y que acredite que el proceso de salida de mercancías del país sea legal. En esta clasificación se requiere la confección, tramitación y/o certificación de determinados documentos como los que se mencionan a continuación:

- 1. Mandato**
- 2. Instructivo de Embarque**
- 3. Documento Único de Salida o DUS 1**

Este proceso conlleva el traspaso de poder entre exportador y Agencia de Aduanas para que se realicen todas las gestiones necesarias para la exportación de uva fresca, mediante el Mandato. El envío del Instructivo de Embarque en el que aparece información preliminar sobre la uva fresca a embarcar y la realización del Documento

Único de Salida o DUS 1 en la que se declara ante el Servicio Nacional de Aduanas la mercancía que será exportada.

En los embarque con destino a la República Popular de China se indica generalmente el envío de una cantidad constante de cajas. Por el contrario en los embarques con destino a los otros países del mercado asiático la cantidad es más variable.

Los envíos se hacen por contenedores refrigerados utilizando como referencia 2280 cajas de uva fresca de 9.20 kilos brutos por contenedor. Todo depende de las necesidades del importador y lo pactado con el cliente.

Documentación Post Embarque

Se entenderá por documentación post embarque a aquella que acredite y respalde la salida legal de las mercancías del país, así como también documentación necesaria para el desaduanamiento de la mercancía en destino y aquellas solicitudes especiales establecidas entre el exportador y el importador.

En esta clasificación se encuentran los siguientes documentos:

- 1. Conocimiento de Embarque o Bill of Lading**
- 2. Factura Comercial o Comercial Invoice**
- 3. Certificado de Calibración**
- 4. Certificado Fitosanitario o Fitosanitary Certificate**
- 5. Certificado de Origen u Origin Certificate**
- 6. Certificado de Seguro o Insurance Certificate**
- 7. Lista de Empaque o Packing List**

1. Conocimiento de Embarque o Bill of Lading

La compañía transportadora a utilizar por el exportador es la encargada de emitir este documento con sus tres Originales y aproximadamente seis o siete Copias No Negociables. Dependiendo de la Compañía Naviera es el número de originales y copias que se entregarán.

2. Factura Comercial o Comercial Invoice

Cumpliendo con lo establecido por el Banco Central para el proceso de exportación la factura comercial debe especificar la modalidad de venta, de manera de, definir posteriormente las acciones a seguir para liquidar las divisas, efectuar retornos y emitir facturas. La modalidad será indicada en el Documento Único de Salida (DUS), detallando las respectivas condiciones.

Durante el periodo de práctica y para el caso específico de la República Popular de China la factura de exportación fue elaborada en dólares estadounidenses, con una modalidad de venta de consignación libre y con cláusula de venta FOB (Free on Board).

Los precios de la uva fresca exportada dependían de los calibres de ésta siendo lo acordado por el vendedor y comprador que mientras más grande el calibre de la uva mayor es el precio pactado. A su vez para los cinco países restantes la factura de exportación fue elaborada en dólares estadounidenses utilizando la cláusula de venta FOB (Free on Board). Los precios no dependían de los calibres, sino de lo acordado entre el cliente (mediante el Broker) y el comprador.

Las ventas realizadas entre Chile y los seis países que conforman el mercado asiático durante el periodo fueron efectuadas bajo las siguientes modalidades

- **A firme** 29.30%
- **Bajo Condición** 1.19%
- **Consignación Libre con un Mínimo a Firme** 4.82%
- **Consignación Libre** 64.69%

Respecto a la utilización de un INCOTERM (Término Internacional de Comercio), los más utilizados en las condiciones de venta entre Chile y los seis países que conforman el mercado asiático fueron los siguientes:

- **Free On Board (FOB)** 77.21%
- **Cost and Freight (CFR)** 12.01%
- **Cost and Insurance (CYS)** 3.24%
- **Cost Insurance and Freight (CIF)** 7.64%

A pesar de que la uva fresca es una mercancía delicada en cuanto a las condiciones que se deben mantener para que llegue en óptimas condiciones a su destino no es una carga valiosa y/o frágil en la que se justifique la elección de Incoterms que protejan de mayor forma a la mercancía con el pago de seguros extras o mayor responsabilidad de alguna de las partes, sin embargo, esta decisión deberá ser estudiada por el vendedor y el comprador.

El objetivo de esta elección debe estar influenciado por la condición de que cada parte se responsabiliza por determinada parte del transporte de la mercancía y por la creencia

de que tanto exportador como importador se comprometen a realizar lo que saben hacer mejor. Teniendo en cuenta aquello se podría justificar el hecho de que se opte por Incoterms (FOB-CFR-CIF) en que la responsabilidad de la mercancía es asumida por las dos partes tanto vendedor - exportador como comprador –importador y no por aquellos en que las obligaciones son mínimas del vendedor EXW o por el contrario toda la obligación recae en el vendedor DDP.

3. Certificado de Calibración

Es utilizado exclusivamente para la exportación de uva fresca con destino a la República Popular de China. El Certificado de Calibración indica las condiciones ambientales y de temperatura en la que se envía la uva fresca y es emitido por el Servicio Agrícola y Ganadero SAG. Éste se convierte en un documento fundamental como requisito para proceder con el posterior desaduanamiento de la mercancía en el puerto de destino.

4. Certificado Fitosanitario o Fitosanitary Certificate

Documento normalmente exigido en exportaciones de productos silvoagropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador.

En el caso de la uva fresca con destino a República Popular de China se deben especificar etiquetas y condiciones de temperaturas de la mercancía exportada, así como también el uso de leyendas específicas como las siguientes:

Declaración Adicional: Fresh Grapes: “*The Fruits Have Been Thoroughly Inspected and Found Free from the Mediterranean fruit fly and Other Quarantine Dests*”.

Tratamiento: *Treatment of Cold in Transit*

Duración y Temperatura: *15 DAYS / 0° C +/- 0.5° C*

Información Adicional: *Número de Contenedor y Seal SAG. (Sello SAG)*

En el caso de la uva fresca con destino a Indonesia el Certificado Fitosanitario deberá ser confeccionado utilizando la siguiente leyenda adicional:

Declaración Adicional: Fresh Grapes: “*Chile Is A Free Country Of Anastrepha, Bactrocera, Ceratitis And Dacus Fruit Fly Species*”.

Para los cuatro países restantes no existen leyendas ni aclaraciones adicionales que deban ser incorporadas al Certificado Fitosanitario.

Junto a lo anterior cabe destacar el hecho de que Chile está declarado desde el año 1995 como **país libre de moscas de la fruta** (Familia *Tephritidae*) de importancia económica mundial, lo que constituye una ventaja comparativa para la industria exportadora de productos hortofrutícolas frescos. Dentro del continente americano, es el único país que ostenta la categoría de libre de estos insectos.

Un producto final casi inmune al ataque de plagas y virus como consecuencia de estrictos controles referentes al uso de fertilizantes en suelos, plaguicidas y controles de empaquetado, todo esto enfocado al cumplimiento de las diferentes exigencias internacionales han llevado a la Uva de Mesa a liderar las estadísticas de exportaciones

a nivel de Hemisferio Sur y consolidarse como un país confiable en el comercio de la fruta fresca en el mercado internacional.

5. Certificado de Origen o Origin Certificate

Documento que certifica el país de origen de los productos exportados y que suele ser requerido por las autoridades aduaneras para la posterior acreditación y rebaja arancelaria de la mercancía.

Dentro del bloque de países analizados la República Popular de China y Singapur establecen protocolos para la certificación del origen de mercancías.

En primera instancia la República Popular de China establece lo siguiente: *“La Certificación de Origen se realizará a través de las autoridades gubernamentales competentes, las que podrán certificar por si mismas o podrán delegar esta facultad en organismos privados. El Certificado de Origen tiene formato único. La entidad Certificadora puede solicitar los documentos que respalden dicho certificado y si lo estima necesario efectuar inspecciones a la empresa exportadora²⁷.”*

En términos prácticos la entidad encargada de acreditar el origen es la Cámara Nacional de Comercio. Como se mencionó anteriormente el certificado tiene un formato único en el cual deberán ser especificadas las características exactas de la uva que fue embarcada, de manera tal, de poder acreditar el origen y así sucesivamente optar a la rebaja arancelaria que goza la uva fresca chilena en República Popular de China.

²⁷ *Extracto Tratado de Libre Comercio Chile –República Popular de China , sección Certificación de Origen*

El protocolo para acreditar el Origen en el caso de Singapur establece lo siguiente:” *El Exportador o Productor certifica el origen por medio de un Certificado de Origen o una declaración en factura. Esas disciplinas son similares a las que Chile ha establecido en otros tratados comerciales*²⁸”.

En términos prácticos lo anterior quiere decir que el documento es auto-certificable por el exportador o productor .Por lo general cuando se confecciona se deberá indicar un número correlativo e indicar las características exactas de la uva que fue embarcada, de manera tal, de poder acreditar el origen y así sucesivamente optar a la rebaja arancelaria que goza la uva fresca chilena en Singapur.

6. Certificado de Seguro o Insurance Certificate

Documento extendido por una compañía de seguros o por su agente, para establecer que una determinada mercancía esta cubierta por una póliza de seguro contra los riesgos que ahí se estipulan.

7. Lista de Empaque o Packing List

Documento extendido por el proveedor extranjero de una mercancía, en el que los artículos embalados se encuentran detallados por bultos, con indicación de las unidades contenidas en cada uno.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el proceso documental de exportación de uva fresca con destino a los seis países del mercado asiático posee determinadas ventajas y desventajas como resultado principalmente de los Acuerdos Comerciales y Acuerdos Fitosanitarios firmados entre Chile los países que conforman el mercado.

²⁸ *Extracto P4 (Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica con Nueva Zelanda, Singapur, Brunei Darussalam y Chile) sección Certificación de Origen.*

La gran diferencia existente en la confección de la documentación con destino a Asia se basa en las siguientes especificaciones que deben contener los documentos:

- **Certificado Fitosanitario:** debido a que son países amparados bajo distintos tratados o acuerdos comerciales se establecen los requerimientos específicos de entrada de uva fresca chilena a cada mercado. El uso de leyendas específicas se hace necesario para que se cumpla con lo establecidos por las entidades sanitarias y fiscalizadoras en ambos países.
- **Certificados de Origen:** dependiendo del acuerdo comercial al que estén amparados los países se trabaja con tres tipos diferentes de certificados de origen. El uso de otro certificado de origen o que no cumpla con el formato especificado en el tratado invalidará la posterior rebaja o preferencia arancelaria a la que se quiera optar.

El certificado de origen es confeccionado por el exportador, certificado por la Cámara de Comercio la cual revisa las condiciones necesarias para acreditar del origen y le relaciona un número de folio, cada uno diferente al otro, con lo cual el certificado previo pago de cinco mil pesos chilenos se puede ir a retirar y se encuentra en condiciones para despachar al importador.

- **Certificado de Calibración:** utilizado solo en las exportaciones destinadas a la República Popular de China es un documento de gran importancia para el posterior desaduanamiento de mercancía en la aduana de importación.

Uno de los problemas más frecuentes que se debió resolver con extremada urgencia en la temporada fue que en la aduana de importación se debe presentar siempre el original

del Certificado de Calibración y en innumerables ocasiones el Servicio Agrícola y Ganadero se quedaba con los originales, existiendo una gran falta de conocimiento de algunos funcionarios respecto de esta importantísima condición, puesto que sin el original el contendor queda en destino detenido hasta que se resuelva la situación.

Desde el momento en que llega el Instructivo de Embarque hasta que efectivamente la mercancía es embarcada puede transcurrir fácilmente una semana y desde este punto hasta que finalmente se apruebe el despacho de los documentos al extranjero dos semanas.

3.13 Valor Líquido de Retorno y Valor FOB

El Banco Central de Chile en su Circular N° 738 establece que por Valor Líquido de Retorno se entenderá a la diferencia resultante de deducir al valor según Cláusula de Venta, la comisión y otros gastos deducibles, cuando proceda.

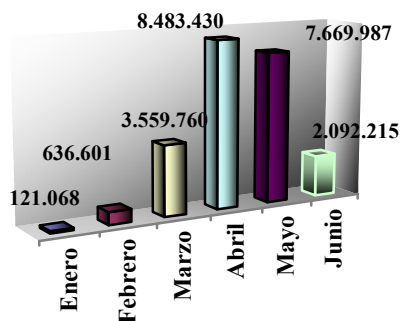
Relacionado a lo anterior en el año 2005 se registró un valor líquido de retorno por un total de US \$ 8.698.873 dólares. La temporada siguiente correspondiente a la de 2006 estos valores registraron un aumento alrededor del 55.75% alcanzando los US\$ 19.659.799 y la temporada pasada del 2007 registró un valor líquido de retorno por un total de US\$ 15.342.721.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Es precisamente en los meses que se produce el alza de las exportaciones de uva fresca (Marzo –Abril de cada año), cuando se obtienen los mayores retornos como se muestra en el siguiente grafico.

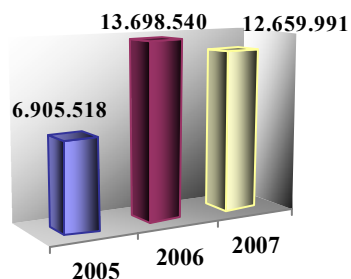
Valor Liquido de Retorno



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

En términos de Valor FOB²⁹, entendiendo por éste al resultado que se obtiene de deducir del valor bruto de venta señalado en la Factura de Exportación, los gastos deducibles más el Flete y el Seguro efectivo, exceptuándose de dichas deducciones las comisiones del Agente en el exterior, se registró un total de US\$ 6.905.518 durante la temporada 2005, US\$ 13.698.540 en la temporada 2006 y finalmente en la temporada 2007 se alcanzaron US\$ 12.659.991.

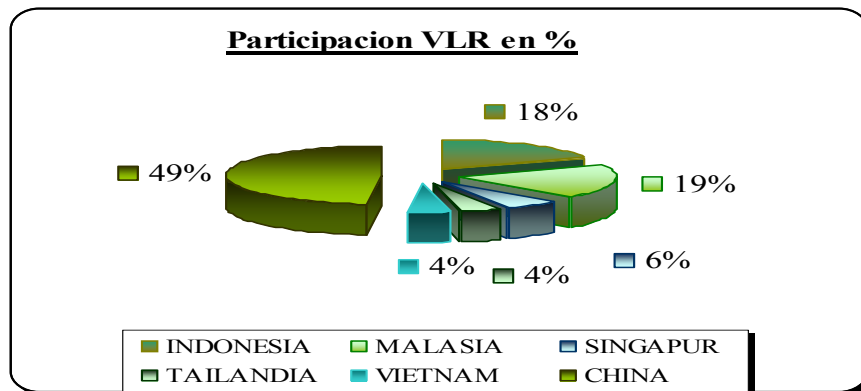
Valor FOB



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

²⁹ Banco Central de Chile Circular N° 738

Del total obtenido en valores líquidos de retorno y valores FOB el país que tiene mayor porcentaje de participación sin lugar a dudas es la Republica Popular de China como se señala en el siguiente grafico.

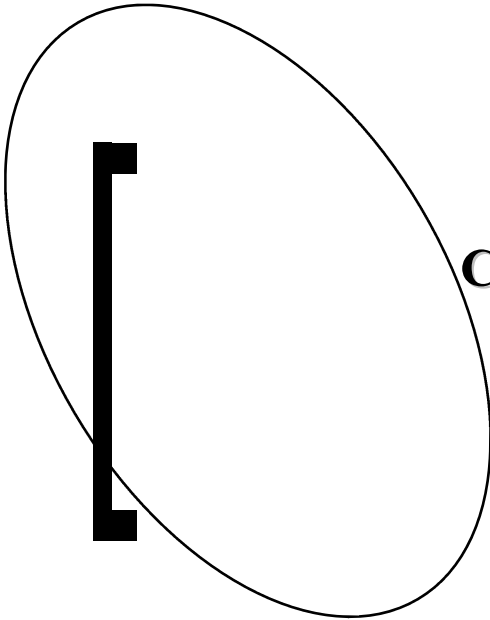


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lexis Nexis

Si se comparasen los valores FOB obtenidos por la República Popular de China (US\$ 16.885.619) con los valores obtenidos por los cinco países asiáticos restantes (US\$ 16.378.430) se puede visualizar claramente la importancia que tiene el mercado chino dentro de los países objetos del informe, ya que, al descontar del valor bruto de venta indicado en la Factura de Exportación todos aquellos gastos deducibles, más el flete y el seguro si existiese los valores registrados son muy parecidos, sin embargo, los cinco países no alcanzan a igualar los valores obtenidos por las exportaciones de uva fresca realizadas al mercado chino.

CAPITULO IV

Conclusión Final



Conclusiones

Durante los meses en que se realizó la Practica Profesional en el puesto de Asistente Comercial del Departamento de Exportación de Fruta en la Agencia de Aduanas Alan Smith y Cia se pudo evidenciar que el proceso exportador de uva fresca con destino al mercado asiático y en especial a los seis países objetos de este Informe de Práctica: República Popular de China, Indonesia, Malasia, Singapur, Tailandia y Vietnam no se aleja mucho de las tendencias y preferencias utilizadas por la mayoría de los exportadores nacionales que deciden exportar al continente asiático.

Realizar la práctica profesional en una Agencia de Aduanas significó:

- Conocer en detalle la documentación aduanera involucrada en el proceso de exportación de fruta fresca.
- Aprender a confeccionar y conocer los tiempos de confección de la documentación aduanera involucrada en el proceso de exportación de fruta fresca.
- Aprender a lidiar con los Agentes³⁰ involucrados en el proceso de exportación de fruta fresca.

Respecto al análisis desarrollado de las tendencias del proceso exportador se puede visualizar que la firma de Acuerdos Comerciales por parte de Chile con países de Asia puede dar la posibilidad de diversificar el mercado de exportación el que está principalmente concentrado en los envíos a Estados Unidos. Serían beneficiosos además en la medida que estos estén enfocados a la reducción de aranceles y

³⁰ Navieras, Organismos Fiscalizadores, Clientes, entre otros.

mayores formalidades no entendiendo por esto mayor burocracia, sino, protocolos en materias de Certificación Fitosanitaria que en el caso de la uva fresca por ser un producto agrícola expuesto a determinadas enfermedades e infestaciones resulta de gran importancia.

Al momento de decidir exportar uva fresca al mercado asiático hay que tener en cuenta que la cultura asiática es diferente a la occidental en la que la manera de relacionarse con el cliente es un poco más rigurosa y cerrada que en occidente, no obstante, no hay que dejar de recordar que presentando un producto de calidad a un precio razonable los intereses debieran ser los mismos: establecer una relación de negocios basados en la confianza mutua la que en Asia se entiende como el respeto y la responsabilidad de responder en los plazos y condiciones estipulados frente a los compromisos adquiridos. Si la empresa no tiene la experiencia necesaria para empezar por si misma el proceso exportador se recomienda iniciar el proceso mediante la utilización de un intermediario o broker, es decir, una exportación indirecta hasta que se cuenten con los conocimientos del mercado internacional, experiencia, recursos y capacidades para hacer una exportación directa.

La variedad Red Globe es la variedad que físicamente posee las mejores características para soportar un viaje tan largo como es llegar a un puerto de Asia y es la que presenta mayor disponibilidad durante el año, además las estadísticas establecen como la principal variedad exportada ya que sus características organolépticas la transforman en la variedad más atractiva para los consumidores asiáticos, sin embargo, otras variedades rojas como la Crimson Seedless y Perlette, se podrían transformar en

alternativas a la ya mencionada las que actualmente tienen una participación muy pequeña.

El propósito de introducir más variedades a la canasta exportadora nacional debiera ser ayudar a la diversificación del riesgo que en alguna medida significa contar con una producción en la cual más del 87 % se basa en una sola variedad, por lo que, se recomienda la realización de estudios de mercados para saber los gustos y tendencias de consumo de uva fresca de los consumidores asiáticos, con el fin de obtener la información necesaria que respalde y sirva de guía para la introducción de nuevas variedades al mercado o variedades ya existentes pero que puedan ser mejoradas ya sea en calidad, presentación o accesibilidad en la compra. Los resultados del estudio de mercado internacional podrán validar que tan rentable es la introducción de variedades blancas y negras que actualmente representan incipientes exportaciones y cantidades mínimas.

A nivel gubernamental y privado parecen existir pocos incentivos de parte del sector frutícola para la investigación de nuevas variedades o mejoramiento de las ya existentes, aun sabiendo los exportadores que uno de los principales problemas en la cadena de comercialización de la uva fresca es que se debe lidiar con las características mismas de la fruta como es el hecho que la uva se pueda descomponer obligando a los exportadores a vender un producto a bajo precio con tal de no quedar con stock o vender un producto que llega a destino en condiciones deplorables dañando la imagen que tiene el receptor del exportador nacional y la imagen del país también.

Respecto a esto mismo hay que resaltar los esfuerzos e intereses privados y gubernamentales que se han realizado con el fin de contribuir y formar la idea de una Imagen País que tiene por objetivo dar a la conocer al mundo entero las bondades, calidad y variedades de productos que nuestro país tiene para ofrecer y la fruta fresca no ha sido la excepción.

Que los consumidores de diferentes países sean capaces de reconocer en la fruta fresca chilena un producto de calidad, confianza y que cumple con los estándares de calidad es lo que se pretende lograr con los esfuerzos realizados por potenciar y fortalecer la Imagen País.

Comerciales, ferias internacionales e Internet han sido los medios de comunicación por los cuales exportadores y personas relacionadas al rubro frutícola han sido capaces de comunicarse con millones de actuales y potenciales consumidores de fruta fresca en el mundo entero.

Aunque no se trata tan solo de entregar al mercado un producto que satisfaga los requerimientos y necesidades de los más exigentes consumidores es hacer que el proceso entero desde que esa fruta en este caso la uva es cosechada hasta que llega a manos del consumidor sea un proceso de calidad para todos los involucrados en el proceso, situación que se encuentra pendiente en Chile especialmente relacionada con las condiciones de trabajadores de miles de temporeros.

Este se presenta como un tema pendiente y que necesita soluciones urgentes para la industria frutícola nacional.

A pesar de que es poco el tiempo que lleva la fruta fresca presente en el mercado asiático en comparación con otros mercados como el estadounidense la publicidad y esfuerzos de marketing en destino debieran ser potenciados para lograr en algún tiempo más la consolidación de la uva chilena como una de las uvas con mayor potencial de consumo y con esto las posibilidades de otras variedades de uvas blancas y negras aumentarían considerablemente.

La uva fresca se presenta individualmente, es decir, cada exportador nacional se responsabiliza por su producción cuando se debiera analizar la posibilidad presentación de la uva fresca chilena en conjunto para poder tener mayor presencia en el mercado asiático.

Respecto a la disponibilidad y accesibilidad todavía no existe información

generalizada de cómo desarrollar exitosamente el proceso exportador a países del

bloque asiático ya que la gran mayoría de los envíos que se hacen son de recursos derivados de la minería existiendo poca información sobre otros productos como es en este caso la uva fresca

Como es un producto no tradicional según la categorización de ProChile no existen estudios de mercados o investigación detallada y actualizada que ayude a exportadores a tomar la decisión de destinar la producción para esos mercados.

El periodo de exportación está estrechamente relacionado por razones naturales a la disponibilidad que tiene la uva fresca durante el año. La uva fresca es una de las frutas que posee mayor disponibilidad de uso ya que se da entre los meses de Noviembre y Julio respectivamente.

La gran diferencia entre la República Popular de China y los otros cinco países es que para estos últimos el periodo de exportación empieza más tarde que las exportaciones al mercado chino lo que se puede deber a que en un principio la gran mayoría de la producción de exportación se destine al mercado chino y acorde pasan los meses se va repartiendo lo que vaya quedando disponible al bloque asiático a medida que se encuentren clientes a los cuales venderles la uva fresca.

Debido a que el periodo de exportación se concentra tan solo en cinco meses máximo seis meses se pueden generar problemas operativos en el proceso exportador de uva, ya que son muchas las empresas que exportan a estos destinos.

La producción de uva fresca para exportación se destina principalmente a Estados Unidos con más del 50% del total exportado, por lo que, se debieran buscar nuevos mercados o emergentes a los cuales se pueda llegar con la uva fresca chilena, de manera

tal, de contar con alternativas a las cuales se pueda optar en caso de que se desarrolle alguna traba arancelaria o para arancelaria en el mercado estadounidense o en mercados que sean catalogados como mercados consolidados que se encuentren en una etapa de maduración como lo son algunos países de Europa entre estos Holanda e Inglaterra Sin lugar a duda el mercado más atractivo para los exportadores nacionales de los seis que componen el mercado asiático es el mercado chino ya que representan más del 50% del total exportado, posee un gran respaldo en materia fitosanitaria y la ventaja que representa el Tratado de Libre Comercio que da la posibilidad de optar a la rebaja arancelaria.

No obstante destacan Indonesia y Malasia por la cantidad de uva fresca exportada en el periodo analizado, sin embargo, cada país en particular representa un mínimo porcentaje del total de cajas exportadas.

Como es muy poco el total de cajas exportadas se recomienda un análisis de cada mercado para poder identificar si existe producción nacional de uva fresca, niveles de demanda y oferta del producto, real necesidad del producto, las empresas productoras, competidores, nivel de consumo, preferencias, situación arancelaria y para arancelaria, entre otras antes de comenzar a desarrollar la idea del proceso exportador.

Chile debe aprovechar la buena imagen que posee no sólo por ser uno de los primeros productores de Uva de Mesa a nivel mundial, sino además ser un productor reconocido por su calidad.

La buena gestión y rigurosidad en las políticas agrícolas que ha tenido el Servicio Agrícola y Ganadero han colaborado a resguardar la calidad de la uva fresca chilena en el mercado internacional, dando una imagen de un producto confiable en destino

La producción de uva fresca al igual que otros productos agrícolas está condicionada por las características ambientales que se den en cada temporada lo que indiscutiblemente afecta la cantidad exportada y por sobretodo la calidad de la uva, haciendo variar la oferta exportadora y los precios que podrían obtener los exportadores nacionales en el mercado internacional.

La modalidad del transporte de exportación de uva fresca con destino a Asia se realiza en su totalidad usando la vía marítima ya que es la mejor forma de transportar grandes volúmenes de uva fresca a un costo accesible para los exportadores.

La lejanía de los mercados de destinos y los altos precios del transporte aéreo hacen necesario el uso del transporte marítimo como única gran modalidad de transporte.

El exportador nacional deberá analizar bien cual es la compañía naviera que se acomoda más a su realidad empresarial ya que los costos de exportación son mayores que los costos de exportar a países más cercanos como lo son Estados Unidos o algunos países de América Latina.

Respecto de los puertos de embarque principalmente Valparaíso y San Antonio en éstos se diseñan planes de trabajos para cada temporada de exportación de fruta, de manera, tal, de que a medida que avanzan los meses de temporada el trabajo se realice de una forma más rápida y eficiente evitando que el proceso exportador en la parte logística que convierta en un problema. La idea es que se conviertan en la gran puerta de entrada

y salida de mercancía desde y hacia al mercado internacional, facilitando el envío de la mayor cantidad de mercancía en el menor tiempo posible, pero que esto no signifique necesariamente que se salten etapas o se descuiden aspectos tan fundamentales como la fumigación de la uva fresca antes de iniciar el proceso de embarque.

Grandes desafíos se presentan para estos dos puertos fruteros, ya que el aumento de los acuerdos comerciales con el mundo hace necesario mejorar la infraestructura portuaria, tecnológica y de sistemas de comunicación e información para poder responder eficientemente frente a este inherente e inevitable aumento del comercio internacional marítimo

Para la temporada de fruta 2007/08 el Puerto de Valparaíso tendrá en pleno funcionamiento el nuevo acceso sur a este puerto y su Zona de Extensión de Apoyo Logístico (ZEAL), donde se concentrarán todos los trámites asociados a la carga, operando fundamentalmente bajo la modalidad de tramitación anticipada vía Web, con lo cual se eliminará el tiempo de espera que debían afrontar los camiones cuando estos trámites se hacían de manera manual y dentro del puerto.

La documentación de exportación de uva fresca, ya sea aquella que se considere pre embarque o post embarque debiera contener la mayor cantidad de información respecto a las características de la uva a embarcar , al receptor , modalidades de venta, Incoterm, certificaciones de origen y fitosanitario entre otros.

Respecto de los tiempos en que se confecciona la documentación estos dependen principalmente de las entidades involucradas en la certificación y autorización de que la

salida de uva fresca se realice de la mejor forma posible cumpliendo requisitos y protocolos firmados entre estas entidades y entidades en el país de destino.

Por ser un destino geográficamente distante se requiere extremo cuidado en la elaboración de la documentación de exportación pues cualquier error en que se incurra se podría ver reflejado en deterioro de la uva fresca y en las relaciones entre exportador e importador .Por lo mismo para el proceso de confección de documentación de exportación se tiene un periodo de tiempo más extenso que en comparación con los mercados más cercanos como lo son América Latina, Estados Unidos y el mercado que representa la Unión Europea.

Las estadísticas de exportación señalan que a medida que pasan las temporadas de exportación de uva fresca se están exportando mayores volúmenes con el consecutivo aumento de los retornos obtenidos por los exportadores nacionales.

La temporada pasada y al parecer esta que comenzó van a tener que experimentar nuevamente la variabilidad y baja que presenta el dólar con la consecutiva baja en los retornos esperados por los exportadores, situación que se determinará en el mercado internacional.

En comparación con los retornos obtenidos del mercado estadounidense los seis países no son tan rentables ya que el gran volumen de exportación de uva fresca con destinos a Estados Unidos abarca más del 50% de la producción exportada.

Finalizando ya el análisis de estas tendencias se sugiere un mayor análisis de parte del exportador nacional para verificar cual de ellas se acomoda más a la realidad empresarial.

Gracias a la apertura y oportunidades comerciales que presentan los Tratados de Libre Comercio con la gran mayoría de los países asiáticos, estos mercados debieran surgir como nuevas alternativas y destinos para la diversificación de la producción nacional, sin embargo, se recomienda estudiar cuidadosamente las reales ventajas y desventajas que presentan cada uno de estos mercados.

Si bien es cierto por el momento se exportan cantidades mínimas en comparación con Estados Unidos en el transcurso de los años esta situación podría cambiar con la liberación y/ o incorporación de nuevas ventajas que se traduzcan en desgravación arancelaria, establecimiento de certificación fitosanitaria tan importante para este tipo de producto, facilidades de entrada a los mercados y cooperación tecnológica, entre otros, de manera tal, de que la producción nacional tenga un mercado o mercados alternativos de destino.

Esta oportunidad podrá ser aprovechada por el exportador nacional si cuenta con las herramientas necesarias como lo son recursos económicos, tecnológicos y humanos, etcétera , para poder responder frente a las nuevas exigencias y mejores estándares de calidad que requiere el mercado internacional con la demanda de fruta fresca de calidad, a un precio razonable, que contribuya a una alimentación saludable y son en estas características que el sector frutícola nacional debiera tener en mente frente a los accionares en las temporadas venideras.

Un gran desafío que se vislumbra es el invertir en nueva tecnología que permita producir uva fresca de mayor calidad, o el desarrollo de nuevas variedades que

presenten características mejoradas ya sean de, color, gusto, sabor, mayores calibres o que resistan mejor las distintas etapas del proceso exportador hasta llegar a destino, presentar la uva al consumidor de una forma interesante, atractiva, indicando su procedencia y acorde a los requisitos que presenta cada mercado.

Este nuevo enfoque de mejorar la calidad de producción debiera ser desarrollado conjuntamente con el mejoramiento de la productividad en temporada de exportación de fruta, y el mejoramiento de las condiciones de trabajo de los temporeros los que muchas veces son presionados por los exportadores a rendir al máximo olvidando condiciones mínimas de trabajo.

Mayor publicidad, asociatividad y presencia en los mercados de destinos son los otros desafíos que el sector nacional deberá potenciar en el transcurso de las temporadas.

Bibliografía

Agencia de Aduanas Alan Smith y Cia

Historia empresarial, misión, visión, división administrativa y departamentos. (En línea) < <http://www.smith.cl/>>

Banco Central de Chile

Cristian Salinas Cerda.
Circular N° 738 Modifica Anexo N° 6 del Capítulo III del Título II del Compendio de Normas de Cambios Internacionales. Santiago, 29 de diciembre de 2000. (En línea)
< www.bcentral.cl/normativa/circulares/pdf/circ738.pdf>

Cámara de Comercio Internacional

Términos Internacionales de Comercio Incoterms.
(En línea) < <http://www.iccwbo.org/incoterms/id3045/index.html>>

Cámara de Comercio de Santiago-Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales-ProChile

Sistema de información de Aranceles según los Acuerdos Comerciales firmados por Chile. (En línea) < <http://www.portalcomexccs.cl/aranceles/>>

Chilfresh

Información corporativa. Datos de embalaje de exportación de uva fresca. (En línea) < <http://www.chilfresh.cl/html/index.html>>

Chilean Fresh Fruit Asociation CFF

Visión General, Chile y su Industria Frutícola, Regiones de Producción, Estadísticas (En línea) < <http://www.cffa.org>>

GLS Internacional

Información corporativa (En línea) < <http://www.gls.cl/>>

Dirección de Promoción de Exportaciones ProChile

Servicios al Exportador. Exportar Paso a Paso. Exportar Paso a Paso Una Guía para Aprender a Exportar

< http://www.prochile.cl/servicios/servicios_al_exportador.php>

Dirección de Relaciones Económicas de la Cancillería DIRECON

- Tratado de Libre Comercio Chile-China: Documento elaborado por la Dirección General de las Relaciones Económicas Internacionales .Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. Mayo de 2006. (En línea)

< http://www.direcon.cl/index.php?accion=china_esp>

- Acuerdos de Asociación: Acuerdo Traspacífico De Asociación Económica Estratégica Entre Chile, Nueva Zelanda, Singapur Y Brunei Darussalam (P4) (En línea) <<http://www.direcon.cl/index.php?accion=p4>>

Mundo Marítimo

Información relativa a empresas navieras y compañías de transportes presentes en Chile, estado de puertos a nivel nacional y noticias del sector marítimo. (En línea) <<http://www.mundomaritimo.cl/>>

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias ODEPA

- Maria Eugenia Basten. Exportaciones de fruta fresca e industrializada período 2001-2006. 21 de Septiembre de 2007. (En línea) <<https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/servlet/contenidos.ServletDetallesScr;jsessionid=FFB382DBFBD76991C76D746B7A02AFCD?idcla=2&idcat=5&idn=2008>>
- Maria Eugenia Basten. Temporada de Frutas 2005/06 y perspectivas de 2006/2007. Actualizado a Dic-2006. 20 de Marzo de 2007. (En línea) <<http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/servlet/contenidos.ServletDetallesScr?idcla=2&idcat=5&idn=1885>>

Puerto de Valparaíso

Información corporativa, Terminal Pacifico Sur y Empresa Portuaria Valparaíso. (En línea) <<http://www.puertovalparaiso.cl/>>

Servicio Agrícola y Ganadero SAG

- Protocolos y Planes de Trabajo para las Exportaciones Hortofrutícolas. Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Uva de Mesa desde Chile a China entre el Ministerio de Agricultura de Chile y la Dirección General de Cuarentena, Inspección y Supervisión de Calidad de la República Popular China. (En línea) <http://www.sag.gob.cl/portal/page?_pageid=133,1999523&_dad=portal&_schema=PORTAL>
- Cuarentena por Mosca de la Fruta. Fruta de exportación: Mercados cuarentenarios, Mercados No Cuarentenarios, Embalaje, Materiales de Embalaje, Despacho, Transporte. (En línea) <http://www.sag.gob.cl/portal/page?_pageid=133,2251144&_dad=portal&_schema=PORTAL>

Servicio Nacional de Aduanas

- Glosario de Términos de Comercio Exterior (En línea) <http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20070228/pags/20070228112848.html>
- Legislación, Normativa y Jurisprudencia. Arancel Aduanero 2007 (En línea) <http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20070214/pags/20070214133855.html>

Terminal Pacifico Sur TPS

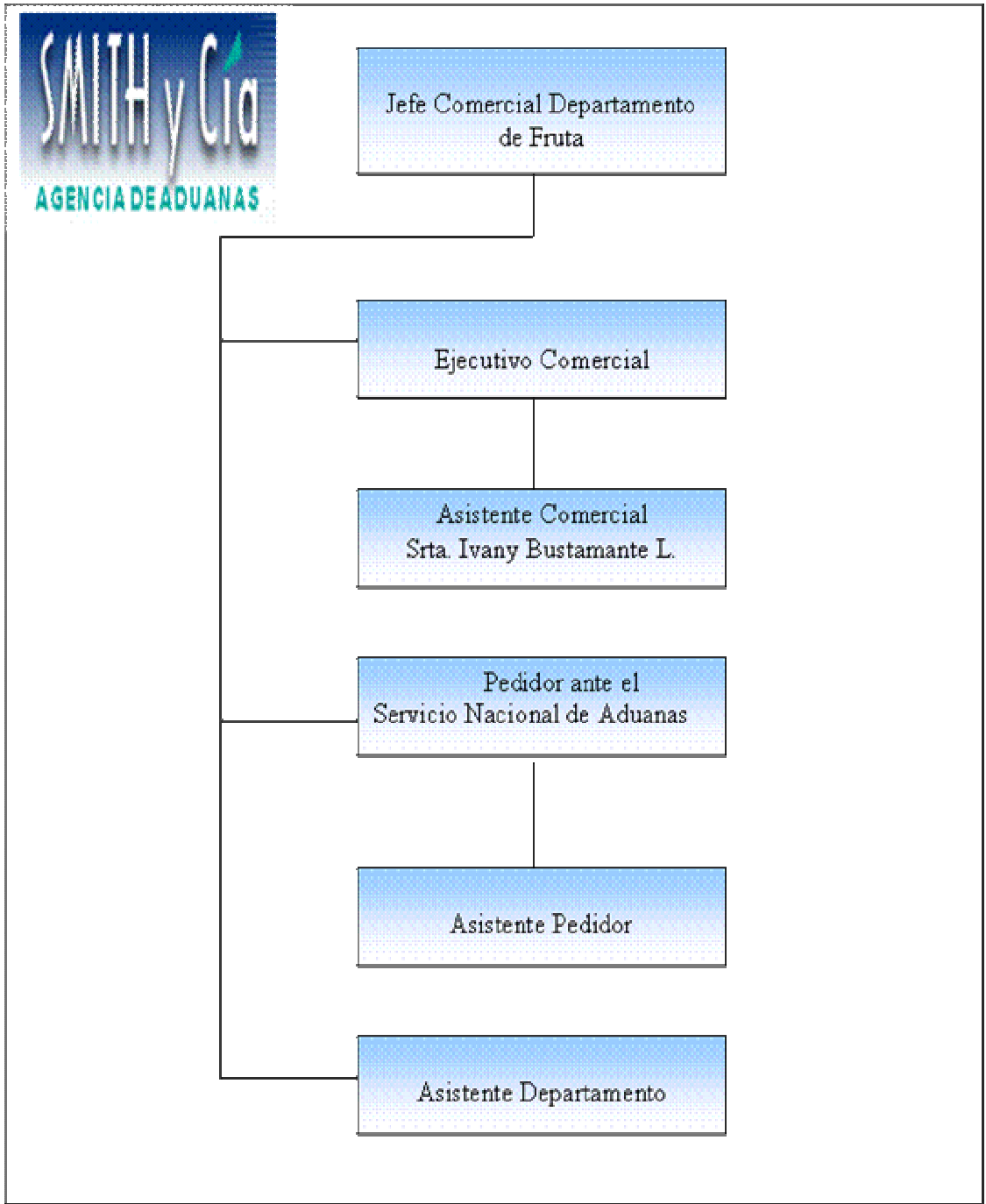
- Información corporativa, (En línea) < <https://www.tps.cl/>>
- Noticias: Partieron primeros embarques de fruta. Diciembre 04 de 2007. (En línea) <<https://www.tps.cl/>>

Uva de Mesa

- Información relacionada con el tema de Uva de Mesa, descripción de variedad y manejo.(En línea) <<http://www.uvademesa.cl/index2.htm#>>
- Entrevista Red Agrícola - Año 4 -Nº 16 -Mayo 2007 .Uva de Mesa ¿Por dónde va la cosa? Autor Patricio Trebilcock Nelly (En Línea)
<www.uvademesa.cl/ARCHIVOS%20PDF/Entrevista%20Red%20Agricola%20PT%20Vit&Fruit%20Mayo%202007.pdf>

Anexos

Organigrama Departamento de Exportación de Fruta



Las cajas de uvas frescas por lo general tienen los siguientes pesos netos:

Kilos Netos	Kilos Netos
4.5 K.N.	5.5 K.B.
5.0 K.N.	6.0 K.B.
7.30 K.N.	8.30 K.B.
8.20 K.N.	9.20 K.B.
9.00 K.N.	10.00 K.B.

Generalmente al mercado de Estados Unidos está destinada la uva de 4.5 K.N. y 5.00 K.N. Al mercado Europeo las cajas de 7.30 K.N. y al mercado asiático las cajas de 8.20K.N. y 9.00 K.B.

Las exportaciones con destino al mercado asiático han tenido un aumento progresivo sumando un total de 5.275.889 cajas exportadas. Pueden representar a futuro nuevos mercados para la diversificación de la producción nacional

Total Cajas Exportadas por Años			
País	2005	2006	2007
China	492.498	1.024.376	1.405.848
Indonesia	332.313	498.880	132.420
Malasia	198.432	342.706	22.7400
Singapur	49.680	130.533	58.940
Tailandia	49.152	94.914	55.952
Vietnam	33.684	80.273	67.888
Total	1.155.759	2.171.682	1.948.448

Durantes las tres temporadas de exportación el principal destino ha sido la Republica Popular

Las estadísticas señalan la tendencia por la demanda uva de variedad roja como es la Red Globe ya que del total exportado esta representa el 86.8%. Gradualmente se han incorporado nuevas variedades como blancas y negras, pero aun con un porcentaje mínimo de participación dentro de la canasta exportadora.

Variedad	Cajas Exportadas
Autum Royal	31.920
Autroy	58.152
Calmeria	21.336
Crimson Seedless	224.264
Flame Seedless	16.596
Thomp. Seedless	45.888
Red Globe	4.580.446
Regal	43.584
Otros	253.703
Total	5.275.889

Compañías Transportadoras	
Nombre	Cajas Exportadas
CCNI	638979
CSAV	923126
Hamburg Sud	776242
Maersk Line	384582
MOL	533135
Nedlloyd	581226
NYK	258750
Otros	1179849
Total	5.275.889

Ruta de la nave, disponibilidad, tecnología utilizada en la gestión, costos del transporte son algunos de los puntos más relevantes a la hora de decidir por una compañía de transporte.

En Chile existen más de 20 compañías de transporte pero solo algunas tienen dentro de su ruta comercial países del Asia.

Para destinos próximos se utilizan cajas de cartón, destinos más extensos cajas de plásticos y para destinos en que la uva debe permanecer mas de un mes en el contenedor como en el caso de los embarques a Asia se utiliza como material de embalaje madera.

Tipo de Bultos Exportados	
Tipo de Bulto	Cajas Exportadas
Cartón	1.644.826
Madera	1.957.164
Plástico	1.673.929
Total	5.275.889

Puertos de Embarque	
Puertos	Cajas Exportadas
Coquimbo	29.034
Valparaíso	2.975.239
San Antonio	2.253.616
Lirquén	18.000
Total	5.275.889

Ubicación privilegiada, tecnología de punta, buena gestión son puntos clave para el embarque de fruta fresca hacia el mercado asiático. Más del 99% de los embarques se realizaron utilizando los puertos de Valparaíso y San Antonio, siendo los otros dos utilizados como puertos alternativos.

Para China existen solamente 8 puertos autorizados para la entrada de uva fresca chilena. En la documentación de exportación se suele indicar que la nave transita Vía Hong pero se indicará posteriormente el destino final, razón por la cual las estadísticas señalan como principal puerto de desembarque Hong Kong el cual actúa como centro de distribución de gran parte del Asia. Hay puertos sin clasificación propia.

Puertos de Desembarque	
Puertos	Cajas Exportadas
Busán	61554
Collao	9120
Daireen	63828
Keelung	2280
Hong Kong	2099194
Otros	102768
Otros Asia	1648664
Otros Singapur	567096
Otros China	496308
Shangai	225077
Total	5.275.889

Valor Líquido de Retorno	
Mes	VLR
Enero	626.105
Febrero	3.579.986
Marzo	10.749.400
Abril	14.866.795
Mayo	13.493.843
Junio	2.119.515
Total	45.435.642

Condiciones de mercado en destino, tipo de cambio, oferta competidores y condiciones atmosféricas influyen en los valores obtenidos por los exportadores nacionales.

En los meses de Marzo-Mayo es cuando se obtienen los mayores valores y consecuentemente es cuando también se produce un pick en el total de cajas exportadas con destino a Asia.

Sin lugar a dudas los meses en que aumenta la cantidad de cajas exportadas, trae consigo un aumento del Valor FOB obtenido por los exportadores. Los meses en que se registran los valores mas altos se da entre el periodo Marzo-Mayo con un pick en Abril como se detalla en el cuadro.

Valor FOB	
Mes	US \$ FOB
Enero	401.830
Febrero	3.105.740
Marzo	8.289.707
Abril	10.802.658
Mayo	9.235.218
Junio	1.428.896
Total	33.264.050