



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ANÁLISIS DE MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE
INULINA**

Autores

LUNA ROJAS SILVA
ALEJANDRO RODRÍGUEZ DIMMER

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS

PROFESOR GUÍA: IGNACIO NICULCAR VARGAS

SANTIAGO, OCTUBRE 2017

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ANÁLISIS DE MERCADOS POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE
INULINA**

Autores

LUNA ROJAS SILVA
ALEJANDRO RODRÍGUEZ DIMMER

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS

PROFESOR GUÍA: IGNACIO NICULCAR VARGAS

SANTIAGO, OCTUBRE 2017

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	6
Siglas y Abreviaturas	10
Introducción	12
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA	14
1.1. Descripción de la empresa	14
1.1.1. Reseña Histórica.....	14
1.1.2. Misión	15
1.1.3. Visión	15
1.1.4. Productos/Servicios ofrecidos.....	16
1.1.5. Mercados	18
1.1.6. Estructura organizacional.....	19
1.1.7. Principales políticas	19
1.1.8. Otros elementos relevantes	21
1.2. Descripción de las funciones realizadas.....	23
1.2.1. Trabajo desarrollado en la empresa.....	23
1.2.2. Razones que impulsan el tema a desarrollar	27
CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA	29
2.1. Objetivos generales y específicos del tema a investigar	29
2.2. Marco teórico.	29
2.1.1. El comercio internacional	30
2.1.2. Organismos del comercio internacional.....	32
2.2.3. Tipos de transportes internacionales	35
2.2.4. Documentos para exportar	42
2.2.5. Principales Intermediarios del comercio exterior	43
2.2.6. Comercio exterior en Chile	48
2.2.7. Comercio de alimentos funcionales	54
2.2.8. La inulina	59
2.2.9. Comercio de inulina a nuevos mercados.....	68

2.2.10. Matriz de selección de mercados.....	69
2.3 Desarrollo de la investigación.....	75
2.3.1. Análisis de Países importadores de inulina.....	77
2.3.2. Traspaso de datos a la matriz de selección de mercado.....	86
2.3.3. Selección del país más adecuado.....	87
2.3.4. Proceso de exportación al país seleccionado a través de un FFW.....	87
CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES.....	92
Bibliografía.....	94
Anexos.....	96
Anexo 1: Factura Comercial.....	96
Anexo 2: de Lista de empaque.....	97
Anexo 3: Instrucciones de embarque (Shipping Intructions).....	98
Anexo 4: Bill of lading.....	99
Anexo 5: Mandato.....	100
Anexo 6: Certificado de origen.....	101
Anexo 7: Certificado fitosanitario.....	102
Anexo 8: Certificado de seguro.....	103

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Áreas estratégicas de la visión de la empresa.....	16
Ilustración 2: Presencia de DSV a nivel mundial.....	18
Ilustración 3: Organigrama de la empresa.....	19
Ilustración 4: Exportaciones Chilenas 2015/2016 (Variación anual %).....	54
Ilustración 5: Inulina procesada y No procesada.....	60
Ilustración 6: Principales países exportadores de inulina 2012-2016(Miles USD).....	64
Ilustración 7: Principales países importadores de inulina 2012-2016 (Miles USD).....	65
Ilustración 8: Ejemplo Matriz de Selección de Mercados.....	74
Ilustración 9: Indicadores económicos 2016 Indonesia.....	79
Ilustración 10: Indicadores económicos 2016 Italia.....	82

Ilustración 11: Indicadores económicos 2016 Alemania	84
Ilustración 12: Ilustración 8: Resumen Indicadores económicos de los 3 países potenciales.....	85
Ilustración 13: Matriz de selección de Mercados con datos de los mercados tentativos .	86

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Intercambio y Balanza comercial enero-junio 2010-2017(Millones US\$FOB)	49
Gráfico 2: Intercambio comercial total enero-junio 2017 en Millones \$US.....	50
Gráfico 3: Evolución de las exportaciones mundiales de inulina (2012-2016)	62
Gráfico 4: Evolución de las cantidades de exportaciones mundiales de inulina (2012- 2016)	63
Gráfico 5: Los principales países compradores de la inulina producida en Chile 2016 ..	67
Gráfico 6: Los principales países compradores de la inulina producida en Chile 2017 ..	67

Agradecimientos

Alejandro Rodríguez

A través de estas líneas quería dar agradecimiento a mis padres por apoyarme en cada momento y con cada cosa que necesitaba, por sus ganas de siempre quererme ver triunfar, ser feliz, por los valores que me han inculcado, la motivación día a día para poder superar cada obstáculo y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación desde la enseñanza básica a la superior.

A mi hermana y sobrina que siempre encontraron las palabras precisas para darme en cada momento en los que estaba mal o las veces que estaba decayendo, siempre incentivando a lograr más cosas y ser mejor persona.

A mis amigos que siempre creyeron en mí, me motivaron para nunca dejar de lado la carrera a pesar de todos los obstáculos que tuve en el camino, y siempre dieron un buen consejo para seguir triunfando y desbloqueando logros.

A mis compañeros por cada momento que me brindaron para ayudarme explicándome sobre asignaturas que me costaban, resolviendo dudas, ayudando con los estudios para cada prueba, cada examen o simplemente transmitiendo sus conocimientos, para mí la etapa universitaria fue una etapa muy buena y más que simplemente compañeros conservo grandes amigos y colegas súper profesionales.

Por último, también darle gracias al cuerpo docente de la carrera de negocios internacionales, por el apoyo brindado a lo largo de la carrera, por su tiempo, generosidad, profesionalismo y todos los conocimientos que me transmitieron para llegar a ser un buen profesional.

Luna Rojas

En primer lugar, quiero agradecer a mi madre por apoyarme siempre en todos mis desafíos, por acompañarme en cada etapa de mi vida y siempre estar a mi lado en los momentos difíciles, y también en aquellos momentos de felicidad. También agradezco su apoyo incondicional, ya que ha sido una pieza fundamental para cumplir todos mis sueños y objetivos, comparte conmigo su experiencia, me aconseja y siempre me ayuda a ver las cosas desde una perspectiva positiva, me anima, me da las fuerzas para seguir adelante cuando más lo necesito, ella siempre ha estado a mi lado para darme todo lo que he necesitado y más, gracias Mami.

A mi hermana por apoyarme y acompañarme en esta y todas las etapas de mi vida, por ser parte de mis logros, por ayudarme cuando lo necesité, y por alentarme en los momentos que sentía que las cosas se estaban poniendo difíciles.

A mi pareja que estuvo junto a mí, todos estos años, gracias por estar siempre presente y ser mi principal apoyo durante mi estancia universitaria lejos de mis seres queridos.

A mi familia que me acogió en su hogar durante mi época de universitaria, gracias por brindarme un lugar donde vivir y hacerme sentir como en casa. Agradezco el cariño que me dieron y por ser mi familia y mi contención cuando tuve que alejarme de mi hogar para poder emprender esta maravillosa etapa.

A mis compañeros por hacer de mi estadía en la universidad una gran experiencia y por ser un apoyo fundamental en todo momento, por los buenos momentos vividos, que me ayudaron a crecer como persona, y por las tantas alegrías que viví junto a ellos.

A mis docentes, muchas gracias por su dedicación y entrega por la educación, por guiarme en este camino y hacerme crecer como persona y como profesional, y también a todos los funcionarios de la universidad, gracias por su dedicación.

Siglas y Abreviaturas

- Customer Service (CS): El Encargado de servicio al cliente
- Bill of lading (BL): Documento de embarque emitido en el transporte marítimo
- Master bill of lading (MBL): Contrato de transporte marítimo entre naviera y transitario
- Bill of lading hijo (HBL): Contrato de transporte marítimo entre transitario y su cliente cargador
- Bill of lading nieto (NBL)
- Shipper (SH)
- Puerto de embarque (PE)
- Puerto de destino (PD)
- Freight forwarder (FFW): El transitario o embarcador
- Comercio exterior (Comex)
- Less container load (LCL): contenedor con cargas de diferentes compradores
- Full container load (FCL): Contenedor completo con mercancía de un solo cargador
- Stacking (STK): Área asignada previo el arribo de una nave,
- Cut off (COFF): Corte documental o plazo máximo para mandar documentos
- Tiempo estimado de Salida de la nave desde origen (ETD)
- Tiempo estimado de arribo de la nave a destino (ETA)
- Contenedor (CTN)

- Contenedor de 20" (20DC)
- Contenedor de 40 (40DC)
- Booking (BK): reserva
- Documento (DOC)
- Dólar americano (USD)
- Agente de aduana (AGD)
- Cargowise (CW): Sistema informático utilizado por la compañía
- Piezas (PCS): Número de bultos dentro del contenedor
- Rut Extranjero (NIT)
- Factura (FAC)
- Incoterm (INCO): Clausulas de compraventa internacional
- Tipo de cambio (TC)
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Ad valorem (ADV)

Introducción

La Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso exige a los alumnos realizar una práctica profesional que comprende un periodo de 288 horas cronológicas, la cual es cursada como asignatura en el segundo semestre del tercer año de carrera y es requisito para concluir con el total de las asignaturas y de esta forma poder ser un alumno egresado. Esta práctica puede ser realizada en cualquier área de conocimiento que se haya abarcado en las asignaturas cursadas, tales como comercio exterior, finanzas, marketing, administración entre otras. En este contexto ambos alumnos realizaron esta práctica en el área de comercio exterior, específicamente en la parte documental y de gestión que conlleva la exportación de productos a diferentes países, en la que atendieron a los clientes locales con los que trabaja la empresa.

Este informe de práctica ampliado es desarrollado por los alumnos Luna Rojas y Alejandro Rodríguez, los que se encuentran egresados de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, y contempla la descripción de las funciones realizadas en el periodo de práctica profesional, el cual tuvo una duración presencial de dos meses aproximadamente en la empresa “DSV Air & Sea”, en donde ambos alumnos desempeñaron el cargo de “Ocean export customer service”, donde pudieron aprender de los diferentes clientes con los que la empresa trabajaba, y pudieron dar cuenta que el cliente que más carga trasladaba desde Chile era un proveedor internacional de un suplemento alimenticio llamado inulina, que era exportado a algunos países de Latinoamérica y mayormente a los Estados Unidos.

Así también, el informe contempla el desarrollo y aplicación de conocimientos, a través de un caso en el cual se aplicará información vista durante la carrera y el periodo de práctica.

Finalmente, en este trabajo se hará un análisis de nuevos mercados potenciales para la exportación de este alimento funcional (inulina), ya que es un producto relativamente nuevo, que a los autores les llamó la atención por las altas cantidades exportadas a algunos mercados, pero aun así su poco conocimiento en la población y el gran interés por descubrir hacia qué otro país aparte de Estados Unidos podría ser exportado por la empresa Orafiti Beneo. Para esto se investigarán algunos posibles países para estudiarlos como mercados tentativos, para luego hacer una selección de ellos a través de una matriz llamada “Matriz de selección de mercados”, la que fue estudiada por los alumnos en la asignatura Marketing Internacional. Con esto se podrá sugerir la mejor opción como nuevo mercado para la introducción de inulina chilena al país escogido. Para finalizar con la explicación del proceso de exportación al país elegido contemplando todos los detalles, documentos, gestiones y trámites que se pudieron aprender en la práctica profesional.

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA

1.1. Descripción de la empresa

La empresa DSV air & sea es una compañía de freight forwarder, proveedora global de soluciones de transporte y logística. Cuenta con oficinas en más de 70 países y una red internacional de socios y agentes, que los convierte en un competidor global, ofreciendo servicios en todo el mundo. La empresa se divide en tres grupos de negocios que son: DSV road, DSV air & sea y DSV solutions.

1.1.1. Reseña Histórica

La empresa DSV -De Sammensluttede Vognmaend- (en español "Los transportistas unidos") se fundó en 1976, cuando 10 transportistas independientes se unieron en Dinamarca. A partir de entonces esta compañía ha ido creciendo rápidamente, se han logrado consolidar con la compra de empresas competidoras. Es así como hoy en día tienen oficinas en más de 80 países, esto les permite un alcance global, ya que estas oficinas están distribuidas alrededor del mundo. Ofrecen soluciones para la cadena de suministro de miles de clientes diariamente, lo que incluye: transporte aéreo, marítimo, terrestre e intermodal. **(DSV Global transport & Logistic, 2016)**

1.1.2. Misión

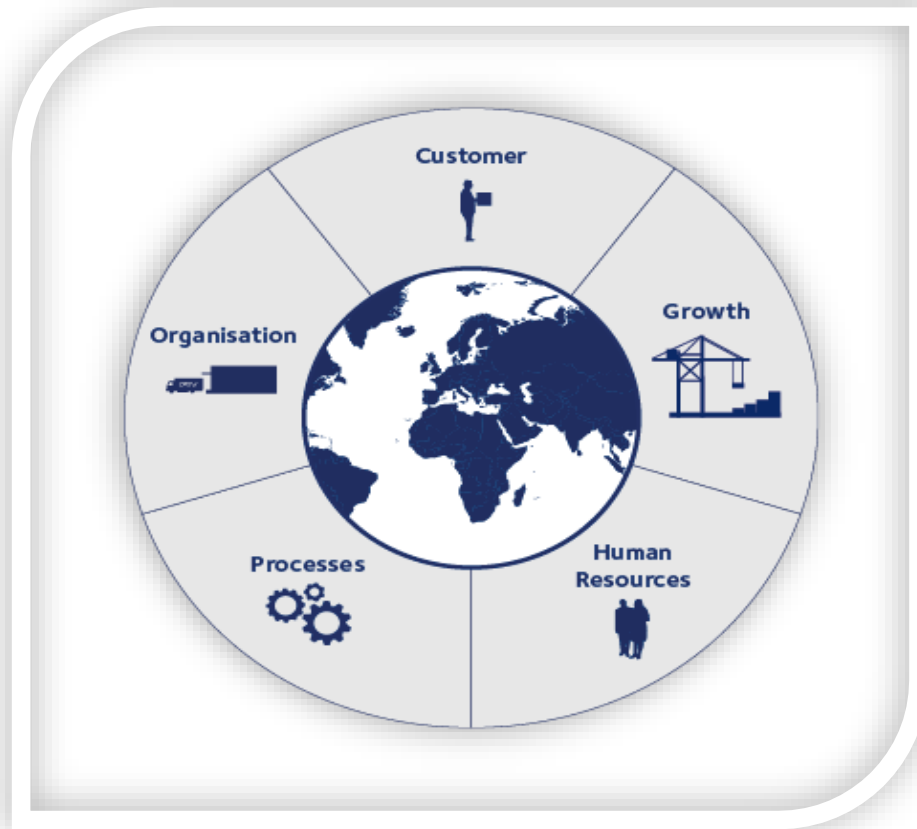
“La satisfacción de los clientes y de sus empleados es uno de los pilares fundamentales de la compañía, es por ello que DSV ha adaptado su política de QESH a estas premisas; Calidad, medioambiente, seguridad y salud (QESH, por sus siglas en inglés)

Las expectativas y requerimientos de sus clientes son entendidos por la dirección de DSV como parte de su estructura y su estrategia de negocio. Es por ello que DSV, en su compromiso de mejora continua y de facilitar un servicio de excelencia, dispone de una serie de certificaciones que aseguran la gestión de todos sus procesos”. **(DSV Global transport & Logistic, 2016)**

1.1.3. Visión

“La visión de DSV se apoya en cinco áreas estratégicas que marcan la ambición de la empresa, ellos quieren ser un proveedor líder a nivel mundial bajo el cumplimiento de las necesidades de los clientes para los servicios de transporte y logística, estando dirigidos a un amplio crecimiento y estar entre las empresas más rentables en la industria de FFW de esta manera establecer el ritmo y la dirección del propio desarrollo y a la vez ser un socio de negocios atractivo”. **(DSV Global transport & Logistic, 2016)**

Ilustración 1: Áreas estratégicas de la visión de la empresa



Fuente: DSV Global transport & Logistic

1.1.4. Productos/Servicios ofrecidos

La organización cuenta con tres divisiones según el área de negocio: DSV Road, DSV Air & Sea y DSV Solutions.

“DSV Road: Es proveedor de transporte terrestre principalmente en Europa, donde cuenta con más de 20.000 camiones diarios en la carretera, que gestionan su mercancía de manera rápida, eficiente y flexible gracias a las facilidades que le otorga este continente por ser una Unión Económica y Monetaria.

DSV Air & Sea: Ofrece una amplia diversidad de rutas y horarios flexibles que se adaptan a las necesidades más exigentes de transporte aéreo y marítimo alrededor del mundo. Su volumen anual de transporte es superior a 1,3 millones de TEUs de carga marítima y 600.000 toneladas de carga aérea cada año.

DSV Solutions: Es su operador logístico para crear y llevar a cabo soluciones logísticas a medida que añaden valor y aumenta la eficiencia operativa y de coste. Más de 300 instalaciones logísticas con una capacidad de almacenaje total de 4.700.000 m². En España, 232.000 m² de superficie de almacenaje convierte a Solutions en el primer operador nacional multi-cliente.” **(DSV Global transport & Logistic, 2016)**

1.1.5. Mercados

DSV tiene oficinas propias en 75 países en todo el mundo y tiene presencia en más de 110 países.

Ilustración 2: Presencia de DSV a nivel mundial



Fuente: DSV Global transport & Logistic

1.1.6. Estructura organizacional

La estructura organizacional en Chile comienza con el Gerente la empresa Federico Bottaro, y tiene seis subdivisiones que son; OPS, Ventas, Proyectos, CFO, CRM & Marketing, Precios y TLM.

Ilustración 3: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia con datos de DSV Global transport & Logistic

1.1.7. Principales políticas

DSV operador de Transporte Internacional de carga aérea, terrestre, marítima y almacenaje ha considerado la calidad, el respeto por el medio ambiente, la seguridad de las mercancías y de sus instalaciones, la prevención de riesgos laborales y la seguridad de

la información entre sus factores estratégicos y primordiales para mantener un alto nivel en la prestación de sus servicios.

El propósito fundamental es el de conseguir la plena satisfacción de los clientes cumpliendo sus expectativas, causando el menor impacto medioambiental posible e imponiéndose a sí mismo estándares de seguridad y protección. **(Lund, 2016)**

Un Sistema de Gestión Integrada de Calidad, Seguridad, Medio Ambiente, Prevención de riesgos Laborales, basado en lo siguiente:

- ISO 9001 de Gestión de Calidad, PECAL 2120 de Sistema de Gestión de Calidad enfocado al Ministerio de Defensa.
- GMP-GDP- IFS Buenas Prácticas en la industria farmacéutica, alimentaria y cosmética y seguridad en la cadena de custodia.
- OHSAS 18001 de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo.
- TAPA Seguridad de mercancías e instalaciones, SQAS (Sistema de Calidad enfocado a Productos Químicos).
- ISO 14001 de Gestión Medioambiental.
- ISO 27001 de Gestión de la Seguridad de la Información.

Todo esto apunta al cumplimiento de la legislación y reglamentación es aplicable teniendo en cuenta las normas y referencias en los que se basa su sistema de gestión, así como el compromiso de satisfacer otros requisitos, adquiridos voluntariamente o de los clientes.

El establecimiento de objetivos de mejora continua de la calidad de los servicios y de la actuación coherente con los impactos medioambientales, que causa la actividad de la empresa.

La prevención y minimización de los impactos medioambientales de su actividad, así como la de los colaboradores, proveedores, transportistas y subcontratas, integrándolos en su compañía como propia actividad, y realizando un seguimiento de la correcta gestión de los mismos.

El fomento de la formación y sensibilización encaminada a concientizar y responsabilizar a todo el personal en materia de calidad, satisfacción y atención al cliente, protección del medio ambiente, seguridad tanto de sus instalaciones como la de mercancías de los clientes y prevención de riesgos laborales, para tender a la excelencia en el servicio, así como en el ambiente laboral.

La política de prevención de riesgos y el plan de prevención de sus compañías tienen como objetivo, la mejora de las condiciones de trabajo y reducción de siniestralidad mediante la información, formación, consulta y participación del personal, teniendo en cuenta a sus colaboradores. Esta Política ha de ser entendida y asumida por todo el personal de la organización y por sus colaboradores. **(DSV Global transport & Logistic, 6/12/2015)**

1.1.8. Otros elementos relevantes

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

En DSV saben que el apostar por la RSC les crea valor y es relevante para su negocio y reputación. Además, esto les permite tener un impacto positivo en la calidad de sus servicios y en el rendimiento general de la compañía.

“Creemos en hacer negocios, a la vez que asumimos responsabilidades” (Jens Bjørn Andersen, 2015)

Clientes de DSV

En sus más de 24 años en el mercado chileno, DSV cuenta con experiencia que se extiende desde el transporte de carga tradicional de despacho de aduanas, logística hasta Proyectos de Carga. Ofrecen a sus clientes soluciones rentables en la industria del transporte compleja y cambiante. Su capacidad de adaptarse a las circunstancias cambiantes y su conocimiento del mercado local, que la diferencia de sus competidores. Gracias a esto es que han obtenido una serie de clientes fieles a su pasión por el servicio y algunos de ellos son:

- Orafti
- Ducasse
- Carozzi
- Viña san pedro
- Conservera Pentzke
- Frutexsa
- Maltexco
- Agroindustrial 3R
- Exportadora frugal
- Aconcagua food
- Condensa

- Frudecur
- Avena de los andes

Competencia

Entre los mayores competidores de DSV encontramos a DHL, compañía que está presente en más de 220 países y territorios del planeta, esto hace que sea la compañía más internacional del mundo. Con más de 340.000 empleados. Ellos dicen brindar soluciones para casi una infinita cantidad de necesidades logísticas.

DHL forma parte de la principal empresa postal y de logística del mundo Deutsche Post DHL Group, e incluye las unidades de negocios DHL Express, DHL Parcel, DHL eCommerce, DHL Global Forwarding, DHL Freight y DHL Supply Chain. **(DHL , 2016)**

1.2. Descripción de las funciones realizadas.

1.2.1. Trabajo desarrollado en la empresa

El trabajo fue desarrollado por ambos alumnos en la misma empresa “DSV Air & Sea”. Quienes se desempeñaron en el mismo cargo: apoyo al área de Customer service de operaciones de exportación, en donde las principales funciones del cargo consistieron en:

- A. **Atender llamados de clientes exportadores:** Los clientes o posibles clientes de DSV se comunican con la empresa con la intención de movilizar sus cargas hacia un país en el extranjero, es por esto que el personal encargado es responsable de asistir a los clientes proporcionándoles información cuando ellos pueden movilizar su carga en relación a la fecha que el cliente necesita y a la fecha disponible para cargar la mercancía en el puerto de origen.
- B. **Realizar reserva en la naviera:** Cuando el cliente y DSV estén de acuerdo con la fecha de salida de la carga, el customer service realiza una reserva tentativa a través de la página web de la naviera seleccionando la fecha que mejor se adecue a la operación pedida por el cliente, con esto se solicita un espacio para la mercancía de los clientes exportadores en un buque determinado, un cierto día, y con el destino al que se debe transportar la carga. En el caso de aquellas navieras que no tengan la opción de reserva de espacio en su página web se hace a través de una plataforma virtual donde se encuentran todas las navieras y que tiene como su principal función recopilar los datos de cada operación para finalmente generar un MBL.
- C. **Confirmación de la nave:** si la reserva es aceptada por la naviera entonces se procede a informar al cliente los detalles del zarpe de su carga desde Chile.
- D. **Creación del Quick booking:** luego de informar al cliente lo anterior, se debe crear esta operación en el software interno de la empresa llamado Cargo Wise (CW), donde se ingresan las principales características de la carga y de la nave en la que ésta se trasladará, algunos de ellos son:

- Puerto de embarque
- Puerto de destino
- Shiper
- Consignante
- Modo
- Incoterm
- Descripción
- Peso
- Fecha estimada de zarpe
- Fecha estimada de arribo
- Viaje de la nave
- Nombre de la nave
- Routing (transbordo)
- N° de containers
- Tipo de container
- N° de paquetes
- Pago del m/b
- Creditor (a quien se le paga el bl)
- Carrier
- Puerto de la recepción del contenedor

- E. **Envío del Quick booking:** una vez realizado y guardado en el sistema el quick booking, es enviado al cliente junto información acerca de los plazos límites (CUTOFF), que tiene para hacer llegar a DSV información documental exacta de la carga a transportar en una MATRIZ de Excel, el periodo de días en el que tiene que entregar el contenedor cargado en el puerto de embarque (stacking), Información acerca de cargos por cada documento BL emitido por DSV (DOC FEE), información sobre los gastos de manipuleo de la carga (HANDLING).
- F. **Confección y edición del bill of lading:** Una vez recibida la matriz de Excel que envía el cliente a DSV vía correo electrónico con los datos exactos de la carga, tales como descripción de la carga, número de paquetes, peso total contenedor, números y marcas del contenedor, número de sello y partida arancelaria. Luego se procede a confeccionar los bill of lading, el primero de ellos es el HBL el cual es propio de DSV, y se genera en el software interno de la empresa. Es conocido como “*house BL*”, en él están todos los datos de la operación, son datos que ya están confirmados y a diferencia del quick booking este documento es formal y tiene validez tanto interna como externamente. Luego se confecciona el MBL es cual es propio de la naviera y se realiza por internet en la página de la naviera escogida o en un sistema unificado donde se crean los MBL de todas las navieras llamado INTRA.

Envío de HBL a cliente: una vez listo el HBL se envía una copia al cliente para que el realice el pago del flete y los documentos correspondientes y devuelva vía mail los comprobantes de pago correspondientes.

G. Realizar SIDEMAR (Sistema para Documentación Electrónica Marítima), una vez que haya salido todo en orden y la carga haya zarpado desde un puerto la Aduana chilena exige reportar los datos de la transacción en un software para navieras y FFW en el cual se debe enviar la información de la exportación marítima a la aduana.

1.2.2. Razones que impulsan el tema a desarrollar

El tema a desarrollar en este trabajo es el análisis de mercados potenciales para la exportación de inulina, y la razón que impulsa a desarrollarlo es que, en el transcurso de la práctica profesional, los alumnos pudieron observar que uno de los productos más exportados por DSV es precisamente la inulina, que mayoritariamente se enviaba a Estados Unidos. Debido a esto surge la curiosidad por aprender e investigar más sobre aquello, ya que es un producto novedoso, del que pocas personas y empresas exportadoras e importadoras tienen conocimiento, además de esto en los últimos años el consumo de inulina ha incrementado fuertemente, debido a sus grandes propiedades y beneficios que

proporciona a la salud y al notorio cambio que ha sufrido la población con respecto a sus hábitos alimenticios en la última década.

La industria de este alimento funcional comenzó a tomar fuerza en el año 2006 en Chile, en la región del Bio Bio. En la provincia de Ñuble se encuentra el mayor productor de inulina de Chile, la empresa Orafiti Beneo, quienes tramitan sus exportaciones a través de la empresa DSV.

En la actualidad Chile es uno de los principales productores de inulina a nivel mundial, esto hace surgir la interrogante de cuáles son los mercados que están consumiendo este producto chileno actualmente y más importante aún cuáles son los países que no lo consumen pero que podrían llegar a hacerlo, o más bien cuáles son los posibles nuevos mercados que tiene este producto para internarlo en el extranjero.

Con esta investigación se busca encontrar un nuevo mercado para la inulina chilena, ya que es un producto que está en una etapa de crecimiento tanto en Chile como a nivel mundial y sería provechoso saber con a país podría llegar a ser rentable exportarlo.

CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA

2.1. Objetivos generales y específicos del tema a investigar

Objetivos Generales: Sugerencia o selección de un mercado para exportar inulina chilena, mediante el análisis de posibles mercados tentativos a través de una matriz de selección de mercados.

Objetivos Específicos:

- Describir el producto, sus usos en la medicina actual y sus propiedades.
- Analizar el comercio internacional asociado a la inulina.
- Seleccionar los mercados potenciales más adecuados para este producto.
- Estudiar los mercados seleccionados a través de la matriz de selección de mercados.
- Sugerir un país al cual puede ser atractivo exportar según los resultados de la matriz.
- Describir mediante un ejemplo el proceso de exportación de inulina al país escogido
- Analizar documentos requeridos en exportación de inulina

2.2. Marco teórico.

Este informe es exclusivamente para la realización del proyecto de titulación ya mencionado anteriormente, la información para llevarlo a cabo es conseguida de

diferentes fuentes tales como: revistas disponibles en internet acerca de la inulina y sus beneficios. Información en línea relativa a la empresa donde los alumnos realizaron su práctica profesional; de los propios conocimientos adquiridos en el transcurso de su práctica profesional, matrices de selección de mercados, libros acerca de comercio exterior y sus documentos para exportar a diversos países de destino.

2.1.1. El comercio internacional

El comercio tiene sus orígenes desde hace miles de años, cuando todo se basaba en el simple intercambio de unos bienes por otros. Desde ese entonces el comercio no se ha detenido, pasando por la creación de diferentes medios de pago, hasta crear los primeros medios de transporte marítimo que permitieron los primeros indicios de lo que es hoy el comercio internacional.

El comercio internacional responde a las necesidades que tiene una determinada población y que no pueden ser satisfechas, ya sea porque el país no produce este determinado bien, lo produce en bajas cantidades, o bien su precio es demasiado elevado. Frente a esta situación la alternativa es recurrir al intercambio de bienes y servicios entre diferentes países, donde se cambia lo que se produce demás por lo que se carece. Esto se debe a que ningún país es autosuficiente, por lo que siempre se va a necesitar algún bien que posee otra nación, debido a que cada país posee ventajas comparativas¹ con respecto a otro.

¹ **Ventaja comparativa:** Es la capacidad de los países de producir bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo.

Generando que cada país se especialice en la producción y exportación de aquellos bienes o servicios de los cuales tiene una ventaja comparativa lo que le permite acceder a costos de producción menores debido a las economías de escala. Produciendo una constante competencia entre aquellos países que se especializan en los mismos bienes o servicios, causando a su vez que la calidad y eficacia productiva mejoren favoreciendo a los consumidores finales. **(Krugman R. & Obstfeld, 2006)**

El comercio internacional a lo largo del tiempo ha aportado considerablemente al desarrollo económico a nivel mundial, favoreciendo a la calidad de vida de las personas gracias a las oportunidades, generación de empleos y comodidades que conlleva.

A modo de protección de la industria nacional, los países adoptan diferentes medidas de barreras comerciales. Según la DIRECON ellas buscan distintos propósitos, como son:

- Resguardar a la población en materia de salud, para así garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos.
- Apoyar al exportador, nacional permitiéndole competir de manera igualitaria en los mercados internacionales.
- Resguardar la seguridad pública, regulando o prohibiendo el ingreso de productos que signifiquen un peligro para la población.
- Permitir la recaudación de ingresos para los programas o proyectos de gobierno
- Incentivar la producción nacional.” **(Dirección General de Relaciones Internacionales, 2017)**

Existen dos tipos de barreras comerciales, por un lado, están las barreras arancelarias que son aquellos aranceles o impuestos que se deben pagar en un país para poder realizar una exportación o importación como, por ejemplo: Ad Valorem², IVA ³y Arancel específico⁴. Y por otro lado están las barreras no arancelarias que son aquellas que restringen comercio internacional ya sea solicitando documentos, permisos y certificados especiales, regulaciones sobre ciertos estándares que deben cumplir los productos, su etiquetado o su embalaje; entre otros.

2.1.2. Organismos del comercio internacional

Organismos internacionales

Cámara de Comercio Internacional (CCI)

“La Cámara de Comercio Internacional es la organización empresarial mundial, la única asociación representativa que habla con la voz que emana de las empresas de todos los sectores y de todos los países del mundo.” (**Camara de Comercio Internacional, 2015**)

² **Ad Valorem:** Arancel que se aplica como porcentaje (tasa) del valor de los bienes importados. En Chile es del 6% sobre el valor CIF. En caso de mercancías originarias de algún país con el cual Chile ha suscrito un acuerdo comercial, el derecho ad valorem puede quedar libre o afecto a una rebaja porcentual.

³ **IVA:** El Impuesto al Valor Agregado, rige en casi todos los países del mundo, y en Chile representa un recargo del 19% sobre un bien o servicio. Es decir, el vendedor incorpora el IVA a la transacción comercial y, así, el precio de venta aumenta debido a este impuesto

⁴ **Arancel Específico:** Derecho o impuesto de aduana que se calcula a razón de una suma monetaria determinada por la cantidad del bien que ingresa a un país, es decir, una cierta cantidad de dólares por libra, kilo o unidad, etc., sin tomar en cuenta el valor del artículo importado.

El origen de la CCI se remonta a principios del siglo XX, fue fundada en el año 1919. Hoy está encargada de fomentar las inversiones internacionales, una economía de mercado y una continua apertura del comercio mundial.

La CCI agrupa a sus miembros, que son: empresas, asociaciones empresariales y cámaras de comercio, estos miembros forman comités nacionales, provenientes de alrededor de 90 países del mundo, estos se coordinan para dirigir los intereses de los empresarios, para posteriormente presentar sus puntos de vista los gobiernos.

Organización Mundial del comercio (OMC)

La función principal de la OMC es velar porque las actividades del comercio internacional sean eficientes, está encargada de garantizar a los agentes del comercio intencional, que este sea lo más fluido y libre posible. Es el resultado de las negociaciones comerciales de la ronda de Uruguay, fue creada el 1 de enero de 1995.

La OMC es el único organismo preocupado de las normas que rigen el comercio entre los países y pretende que los consumidores de cada lugar del mundo tengan una mayor variedad tanto de productos acabados como de precios y que así mismo los productores puedan acceder a una mayor gama de materias primas y que puedan alcanzar una mayor eficiencia en su producción. Con esto les asegura a los exportadores que encontrarán mercados exteriores a su disposición.

Organismos Nacionales

Servicio Nacional de Aduanas

Esta institución existe en Chile desde los tiempos de la colonia, cumple un rol vital para el desarrollo del país, debido a la importancia que tiene para el comercio exterior. Su función principal es promover el comercio exterior y preocuparse por la fiscalización de las mercancías que ingresan y salen del país. Además de esto el servicio está encargado de agilizar las operaciones tanto de importación como de exportación, y de modernizarse constantemente. Otra de sus funciones es la de resguardar los intereses del Estado mediante la fiscalización que permite le permite la recaudación de impuestos. También está a cargo de generar las estadísticas del tráfico de las operaciones de comercio exterior de Chile. (**Valenzuela Sepúlveda, 2012**)

Banco Central de Chile

“Es un organismo autónomo y técnico, que tiene por objetivo velar por la estabilidad de la moneda, esto es, mantener la tasa de inflación baja y estable en el tiempo. También debe promover la estabilidad y eficacia del sistema financiero, velando por el normal funcionamiento de los pagos internos y externos. Estos objetivos ayudan o permiten crear un entorno predecible para la toma de decisiones, contribuyendo a suavizar los ciclos económicos y sentando las bases para un crecimiento sostenido del país.

Para cumplir con sus objetivos el Banco tiene, entre otras atribuciones, regular la cantidad de dinero en circulación y el crédito en la economía, de manera que sean suficientes para que las personas, empresas e instituciones hagan sus transacciones.” **(Banco Central de Chile, 2014)**

2.2.3. Tipos de transportes internacionales

La selección del transporte que va a ser usado es importante para el comercio exterior, este puede favorecer tanto como liquidar las pretensiones de una empresa para consolidarse en un mercado. Definidas las condiciones del transporte con el importador, el exportador debe obtener, con anticipación, la reserva de mercancía en plaza para la carga en el medio de transporte seleccionado, debiendo mantener una buena relación con el agente de transporte.

Factores a la hora de elegir medio de transporte:

- Puntos de embarque y desembarque (PE-PD)
- Costos relacionados con el embarque, desembarque, cuidados especiales, flete hasta el punto de embarque, flete internacional, manipulación, etc.
- Urgencia en la entrega
- Características de la carga: peso, volumen, forma, dimensión, peligrosidad, cuidados especiales, refrigeración, etc.

- Posibilidades de uso del medio de transporte, tales como disponibilidad, frecuencia, adecuación, exigencias legales.

El transporte requiere control específico dentro del plano trazado, por involucrar aspectos, operacionales, financieros y comerciales. Se debe tener en cuenta: el volumen, la frecuencia de los fletes, el área, las opciones disponibles y asesoría especializada.

El exportador puede recurrir una empresa especializada en el transporte de la mercadería o por cuenta propia, buscar el tipo de traslado más adecuado para atender el pedido del importador.

El transporte internacional puede ser realizado por los medios marítimo, terrestre, aéreo o por la combinación de estos medios (intermodal o multimodal). La elección ideal debe suplir las necesidades, tanto del exportador como del importador. Las operaciones que contemplan la concurrencia de dos o más modos de transporte pueden ser clasificadas como intermodal y multimodal.

Transporte Intermodal

Este tipo de transporte se caracteriza, por el transportar la mercadería en dos o más modalidades, en una misma operación, donde cada transportador emite un documento y responde, individualmente, por el servicio que presta.

Elegir transporte intermodal puede reducir costos de otros modos más onerosos en locales de entrega de la mercadería que no puede ser alcanzados por un único medio de transporte,

dependiendo de la proporcionalidad de la distancia y de otros factores representados por cada uno de ellos.

Transporte Multimodal

En este transporte se vincula el recorrido de la carga en un único documento de transporte, designado Documento o Conocimiento de Transporte Multimodal, independiente de las diferentes combinaciones de medios de transporte como ferroviario y marítimo.

Propicia el mejor aprovechamiento de los equipamientos y resulta por la mayor eficiencia de los servicios de transporte de carga, con menores costos, mayor agilidad y confiabilidad de entrega.

Ventajas de la utilización del transporte multimodal:

- Permite manipulación y movimiento más rápido de la carga, inclusive las operaciones de transbordo.
- Garantiza mayor protección a la carga, reduciendo riesgos de daños y averías.
- Disminuye los costos de transporte a partir de la consolidación de la carga
- Estimula la competitividad con el comercio internacional donde la práctica es ampliamente difundida entre los países desarrollados
- Mejora la calidad del servicio prestado, por la utilización de operadores responsables y de servicios de transporte eficientes

Transporte por Carretera

El transporte por carretera se caracteriza por la facilidad en la entrega de la mercadería, realizando conexiones entre el transporte multimodal y el intermodal. Estas conexiones buscan el producto a exportar en la fuente y lo embarcan en otros modales o al inverso, en el caso de las importaciones, entregando en la puerta los productos traídos por otros medios. Es recomendable para cortas y medias distancias en la exportación o importación de bienes. Proporciona agilidad y flexibilidad tanto en el traslado de las cargas, aisladas o en conjunto con otras y también en la integración de regiones.

La simplicidad del funcionamiento de este medio de transporte permite, en cualquier ocasión, los embarques urgentes. Las otras ventajas son:

- Entrega segura y directa de los bienes al importador.
- Manipulación mínima de las cargas, pues el camión sigue directo hasta el destino.
- Entrega rápida en distancia corta
- Embalajes más simples y de bajo costo

Chile, Brasil, Argentina, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Perú firmaron un "Convenio sobre Transporte Internacional Terrestre", reglamentando los movimientos de carga por ferrocarril y los procedimientos referentes a los asuntos aduaneros, migratorios, de seguros y operabilidad del sistema de transporte internacional.

Transporte Ferroviario

Este transporte es hecho en vagones fraccionados por locomotoras que, sobre rieles, recorren trayectos debidamente delineados, por lo tanto, sin flexibilidad de recorrido y presos a caminos únicos. Las conexiones más comunes son entre los países limítrofes y pueden ser utilizadas las vías de otros países. La agilidad del transporte ferroviario no se compara a la del carretero pues las cargas, tienen que ser llevadas a él.

Algunas ventajas del transporte ferroviario:

- Menor Costo de transporte
- Flete más barato que el carretero
- Ejecuta viajes sin problemas de congestión
- Existencia de terminales de carga próximas a las fuentes de producción
- Proporciona el transporte de gran cantidad de mercaderías de una sola vez

El modo ferroviario es apropiado para el transporte de mercaderías agrícolas a granel, minerales, derivados del petróleo y productos siderúrgicos. Permite también el tráfico de contenedores.

Transporte Aéreo

El transporte aéreo por la velocidad utilizada es utilizado para pequeñas cargas y que tiene urgencia en la entrega, los factores básicos de seguridad, ética y operacionalidad están establecidos en las normas IATA (International Air Transport Association) y en acuerdos y convenciones internacionales. Este modo tiene las siguientes características:

- Creciente aumento de flotas y rutas
- Mayor rapidez en el transporte
- Ideal para el envío de mercaderías con poco peso o volumen y alto valor
- Muy eficaz en el transporte de muestras
- Eficacia comprobada en a la prioridad de entrega (Urgencia)
- Acceso a determinados mercados, difíciles de alcanzar por otros medios de transporte
- Reducción de los gastos de almacenaje.

El exportador debe escoger el mejor medio de entrega, de acuerdo con la naturaleza de la mercadería y los plazos establecidos; claro está teniendo en cuenta los puntos previamente mencionados a la hora de elegir un medio de transporte para su carga. En el análisis, se debe considerar la rapidez, la seguridad y el menor costo.

Transporte Marítimo

El transporte marítimo representa casi la totalidad de los servicios internacionales de movimiento de carga, con cifras del orden de trillones de dólares, es el medio más utilizado en el comercio exterior porque se caracteriza por su bajo costo. En las operaciones CFR y CIF, la indicación del navío es hecha por el exportador, cabiendo al importador esta indicación en el caso de las operaciones FOB.

El exportador debe certificarse de que el transporte de la mercadería va a contar con una malla portuaria automatizada y con una buena capacidad de carga, descarga y trasbordo,

lo que posibilita una disminución en los costos. En este tipo de transporte, el flete representa el monto recibido por el armador como remuneración por el transporte de la carga.

Consolidación de la Carga Marítima

Es el embarque de varios lotes de cargas, incluso de diferentes agentes embarcadores, con pago de fletes a valores proporcionales a los espacios ocupados efectivamente por los respectivos volúmenes embarcados.

La consolidación de la carga marítima posibilita la reducción del costo de transporte para el exportador/importador. De este modo, el embarcador puede cargar apenas con la tasa representativa de la fracción del espacio utilizado, práctica conocida en el exterior como "boxrate", permitiendo a los agentes consolidadores de carga a fraccionar el costo total del contenedor entre los interesados.

La agilidad y eficiencia que resulta de la consolidación de la carga, acelerando su traslado a costo menor, otro beneficio es el de promover concurrencia entre los agentes consolidadores, a través de la inevitable transferencia de parte de las diferencias de fletes obtenidas junto a los armadores para los exportadores.

2.2.4. Documentos para exportar

Para poder exportar cualquier mercancía desde territorio chileno hacia el exterior se necesitan una serie de documentos y requisitos, entre los más comunes podemos evidenciar los siguientes:

- Facturas de exportación timbradas por el Servicio de Impuestos Internos(SII).
- Lista de empaque detallando cantidad, tipo de bultos, peso neto, peso bruto
- Instrucciones de embarque: detalle de la compañía transportadora, qué medio de transporte se ocupará, nombre de la nave, cantidad y tipo de bultos, pesos, fecha de embarque, nombre dirección y contacto del importador, aduana de embarque. Este documento servirá para la confección del conocimiento de embarque.
- Mandato confiriendo poder al AGENTE DE ADUANA, para representarlo (lo proporciona el agente).
- Certificado de origen; por lo general cuando existe algún acuerdo o tratado internacional con el país al que se exporta la mercancía, o a solicitud del comprador.
- Certificado fitosanitario de inspección realizada en la planta por funcionarios del SAG, los que emitirán dicho certificado (cuando se requiera).
- Póliza de Seguro, si corresponde según la cláusula de venta.

2.2.5. Principales Intermediarios del comercio exterior

Importador y Exportador

El exportador, es aquel que efectúa la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas para su posterior uso o consumo en el exterior, cumpliendo con las normas legales que le sean impuestas a su salida.

Este puede ser cualquier persona, que debe cumplir con ciertos requisitos, como ser una persona natural o jurídica, que efectúe el registro e iniciación de actividades en la entidad tributaria chilena, que es el Servicio de Impuestos Internos; quien además debe ser residente o estar domiciliado en el país

Mientras que el importador, es quien, por el contrario, introduce de forma legal mercancías provenientes del extranjero en el país, para su uso o consumo. También puede efectuar el despacho de aduanas que “El despacho de las mercancías se refiere a las gestiones, trámites y demás operaciones que se efectúan ante la Aduana en relación con las importaciones y exportaciones, pueden efectuarse, entre otros, por los agentes de aduana, quienes pueden intervenir sólo por cuenta ajena en toda clase de despachos.” **(Servicio Nacional de Aduanas, 2013)**

El importador solo podrá efectuar el despacho de aduanas, en aquellas importaciones que sean inferiores a los 1.000 dólares, cuando este monto es superado, es obligatoria la intervención del agente de aduanas.

Las obligaciones y derechos tanto del importador como exportador están regidas por los Términos Internacionales de Comercio, conocidos como INCOTERMS que tienen como finalidad ayudar a facilitar el comercio internacional, ya que delimitan las responsabilidades que tendrá cada intermediario en la operación, así se pueden evitar malas interpretaciones e incertidumbres dentro de un contrato internacional. Los INCOTERMS rigen aspectos tales como:

- Embalaje de la mercadería
- Carga de la mercancía en el almacén del vendedor/exportador
- Transporte interior en origen
- Formalidades aduaneras de exportación
- Gastos de manipulación en origen
- Transporte Internacional
- Seguro de la mercancía
- Gastos de manipulación en destino
- Formalidades aduaneras de importación
- Transporte en destino
- Entrega de la mercancía al comprador/exportador

Cada una de estas responsabilidades se ven reflejadas en la transmisión de los riesgos y la distribución de los gastos que asumirá cada cual.

Agente de aduana

Según la normativa chilena el agente de aduanas es un: “Profesional de la Función pública Aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar Servicios a Terceros como Gestor de las Mercancías” (Art 220 Ordenanza de Aduanas).

El rol fundamental que tiene un agente de aduanas es actuar como nexo, entre importadores y exportadores y la aduana.

Es quien está a cargo de ayudar a la aduana a intervenir en los despachos aduaneros de sus clientes. Como una de sus principales funciones, se puede destacar el asesorar a sus clientes para completar los distintos documentos requeridos, actuando además como un ministro de fe, generando un documento oficial que acredita la importación o exportación, para esto es necesario completar todos los antecedentes requeridos y posteriormente firmarlo.

La documentación necesaria para realizar exitosamente una importación o exportación depende de la mercancía. El aspecto más reléate para lograr llevar a cabo un importación o exportación exitosa es tener todos los documentos que se solicitan, bien rellenos y en los tiempos que se solicitan. Por este motivo es necesaria la presencia de los agentes de aduana, ya que los importadores o exportadores no tienen los conocimientos necesarios para poder completar apropiadamente estos documentos. Así mismo los agentes deben brindar la garantía necesaria en caso de multas o inconvenientes que se pudiesen generar.

Es importante señalar que la elegir al agente de aduanas indicado, no es una tarea fácil, debe ser un profesional capacitado y con conocimientos avanzados en comercio exterior.

El rol de los agentes de aduana es guiar a sus clientes para que así puedan internar o enviar las mercancías de manera exitosa y cumpliendo las leyes y normas ante la aduana.

Freight forwarder

Los múltiples acuerdos que ha firmado Chile, o bien que están por concretarse, han abierto múltiples puertas al comercio exterior en Chile, hacia mercados tan importantes como Estados Unidos, la Unión Europea, China, India o Corea, entre otros. Pero tener claro qué y dónde exportar es solo una parte del proceso, ya que, para llegar a estos diversos destinos, es necesario realizar una larga cadena de trámites y requisitos que varían de país en país, entre los que se pueden mencionar:

- Optar por un medio de transporte adecuado según las características particulares de cada producto,
- Consignar que el embalaje sea indicado, en especial con artículos frágiles,
- Documentos de entrada y salida como aduaneros o certificaciones,
- Documentación de aduanas, coordinación de transportes intermodales en origen y destino, consolidaciones de carga, y muchas otras variables.

Un exportador perdería el enfoque en su negocio, si tuviera que prestar atención a todos estos aspectos, por lo que la delega este trabajo a un tercero dedicado exclusivamente en prestar servicios integrales de comercio exterior como lo son los freight forwarder (FFW o embarcador).

El rol de los Freight Forwarders

Un FFW es un agente el cual presta sus servicios expertos, a los exportadores e importadores, gracias a su conocimiento cabal, sobre las reglas y regulaciones en esta materia, tanto del país de origen, como de los países de destino, junto con un know how de los métodos de envío y los documentos relacionados con el comercio exterior. Además, pueden impulsar el intercambio comercial entre economías en etapas muy diferentes de desarrollo, ya que pueden evitar barreras artificiales que retrasan la entrega y aumentan el costo para el cliente final. Asimismo, pueden recomendar los métodos del embalaje que protegerán la mercancía durante su tránsito, y si el exportador así lo solicita, pueden reservar el espacio necesario en un barco, avión, tren o camión. Una vez que la mercancía está lista para ser enviada, los embarcadores tienen que realizar la revisión de cada documento para asegurarse de que todo esté en orden.

En la medida que el mercado cambia sus requerimientos el rol del embarcador también va evolucionando. La complejidad de las cadenas de transporte obliga a que los FFW a diseñar toda una infraestructura logística. Involucrados en temáticas tan diversas la preparación del embarque, precios sugeridos sobre los costos de las cargas aéreas o portuarias, honorarios consulares, costos de documentación especial y de seguro, entre otras.

Competencia y responsabilidad

La responsabilidad de los FFW varía según la modalidad contratada. Al actuar como agente para la carga, la responsabilidad del FFW se limita a la ejecución correcta de las

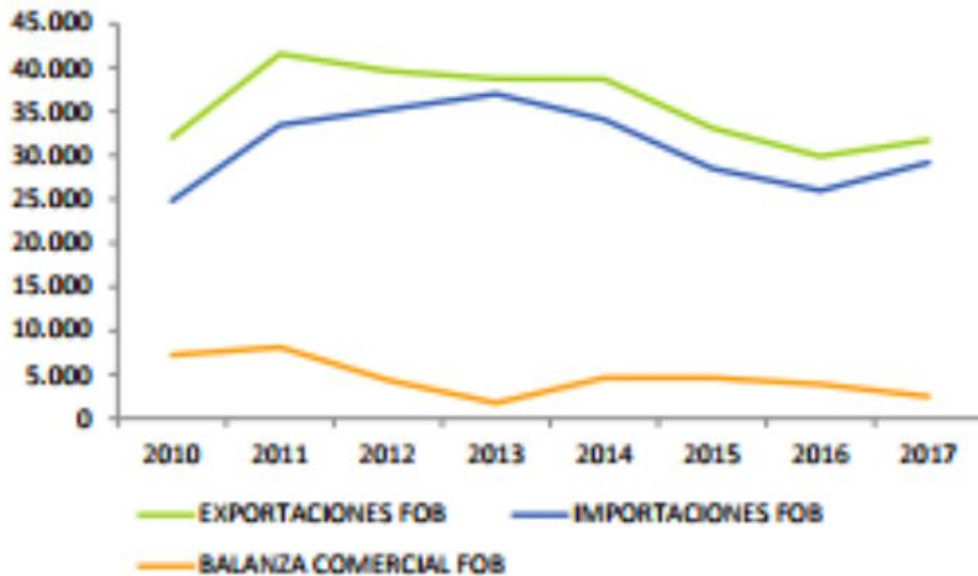
tareas solicitadas, sin responder por daños o pérdidas ocasionadas durante todo el transporte.

Por ser contratado como transportista contractual, el FFW emite su propio conocimiento de embarque o su propia guía aérea, siendo responsable por daños, pérdidas o demora de la mercadería ante el cargador o consignatario, pese a que tendrá que contratar a un transportista efectivo (marítimo o aéreo) para la realización efectiva del transporte. Si se desempeña como operador de transporte multimodal, asumirá responsabilidad ante la carga, por todo el período en que la mercadería se encuentre bajo su custodia. Habitualmente, desde que la retira del punto de carga, hasta que la entrega al comprador final.

2.2.6. Comercio exterior en Chile

En el primer semestre del año 2017, se ha mantenido buena ejecución del comercio exterior de Chile, dada la mejor oportunidad económica mundial, junto con un alza de precios de importantes productos de exportación, lo que contribuyó a su mayor dinamismo. El intercambio total ascendió a US\$62.667 millones, con una expansión anual de un 9%. Este resultado es positivo si se compara con la caída anual de 9% en igual período del año 2016. La expansión obedeció, tanto a mayores exportaciones, como importaciones, aunque mayor fue ritmo de las compras desde el exterior. Lo anterior se tradujo en un menor superávit comercial, tras registrar US\$2.493 millones durante el primer semestre.

Gráfico 1: Intercambio y Balanza comercial enero-junio 2010-2017(Millones US\$FOB)



Fuente: DIRECON en base a cifras de Banco Central de Chile

Al examinar el comercio exterior con los socios comerciales de Chile, el intercambio total con acuerdos en vigor fue de US\$59.066 millones en el primer semestre, mercados que concentraron, en su conjunto, un 94% del comercio total de Chile con el mundo, el 94% de las exportaciones y un 94% de las importaciones.

El intercambio comercial efectuado con los seis principales socios totalizó US\$48.726 millones, representando un 78% del comercio exterior, experimentando un crecimiento anual de 7%. Por mercados, China es el principal socio comercial, concentrando un 24% del intercambio total, siendo el principal comprador y proveedor del país. Le siguen, Estados Unidos y la Unión Europea, con una participación de 17% y 14%,

respectivamente. Por otro lado, sigue destacando la presencia de países asiáticos, entre los principales socios comerciales. China, históricamente, destacada ha sido la posición de Japón y Corea del Sur. En los últimos años, India ha ido escalando posiciones y, actualmente, es el octavo socio comercial de Chile. En tanto, en nuestra región, Mercosur y la Alianza del Pacífico se consolidan como el cuarto y sexto socio comercial, respectivamente, concentrando un 17% del intercambio comercial chileno. Luego, asoman Ecuador y Bolivia, con un comercio total de US\$1.630 millones en el primer semestre de 2017. Cabe destacar que el intercambio con el resto de los mercados ascendió a US\$3.601 millones.

Gráfico 2: Intercambio comercial total enero-junio 2017 en Millones \$US

Intercambio comercial total en (millones US\$)	intercambio comercial	Exportaciones	Importaciones
Total socios con A. Comercial	59066	29871	29195
Comercio exterior total	62667	31694	30974
Socios Comerciales en el COMEX Chileno	94%	94%	94%
Fuente: Elaboración propia con datos del banco central de Chile.			

Las exportaciones totales ascendieron a US\$31.694 millones en el primer semestre de 2017, experimentando una expansión anual de 6,1%. El dinamismo se explicó por los mayores envíos no cobre, los que crecieron en un 4,5% anual, tras totalizar US\$17.432 millones. Adicionalmente, se recuperaron los embarques de cobre, los que se expandieron en un 8% anual, de la mano de un incremento de 22% en el precio promedio del mineral. El resto de las exportaciones mineras crecieron un 25,7%, exceptuando el oro.

Otros productos del sector silvoagropecuario y pesca que tuvieron buen desempeño, fueron las semillas de hortalizas con una expansión anual de 11% y la pesca extractiva con alza de 18%, entre otros. A pesar del menor ritmo de crecimiento económico de Chile, se confirmó la recuperación en las importaciones. Durante el primer semestre de 2017, la compra de bienes intermedios se expandió en 11% anual, concentrando un 49% del total importado, tras registrar US\$15.171 millones. Dentro de esta categoría, cabe destacar el aumento de las internaciones de petróleo, con un crecimiento anual de 45%. En cuanto a las importaciones de bienes de consumo, estas presentaron un elevado dinamismo con una expansión del 22%, con montos por US\$9.806 millones. Finalmente, cabe destacar la recuperación en las importaciones de bienes de capital, los que pasaron a registrar cifras positivas, con un crecimiento anual de 0,7%, totalizando US\$5.997 millones.

Respecto del dinamismo de algunos productos importados, en el primer semestre de este año, resalta el incremento de las compras externas de bienes de consumo, como automóviles que se elevaron en 34% anual, la carne en 30%, gasolinas en 219%; bienes intermedios, como gas natural licuado que se empinaron en 53%, el carbón mineral con alza anual de 38%, el aceite lubricante con un crecimiento de 37%, el diésel con una expansión de 18%, los productos químicos en 8% y los productos metálicos, en 8%. En el caso de los bienes de capital, asoman las mayores compras de camiones y vehículos de carga con una tasa de expansión anual de 42%, las otras maquinarias con un crecimiento anual de 19%, entre otras.

Hacia el segundo semestre del año en curso, se espera la continuidad del proceso de recuperación en el comercio exterior chileno. Esto dada las mejores perspectivas en la economía mundial, el mayor ritmo de crecimiento en los precios de las materias primas, incluidas el cobre, así como la paulatina mayor actividad y demanda interna de nuestro país.

A partir de 2016 Chile tenía una balanza comercial positivo de \$ 1,53 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando todavía tenían una balanza comercial positivo de \$ 901 Millones de las exportaciones netas.

Productos exportados

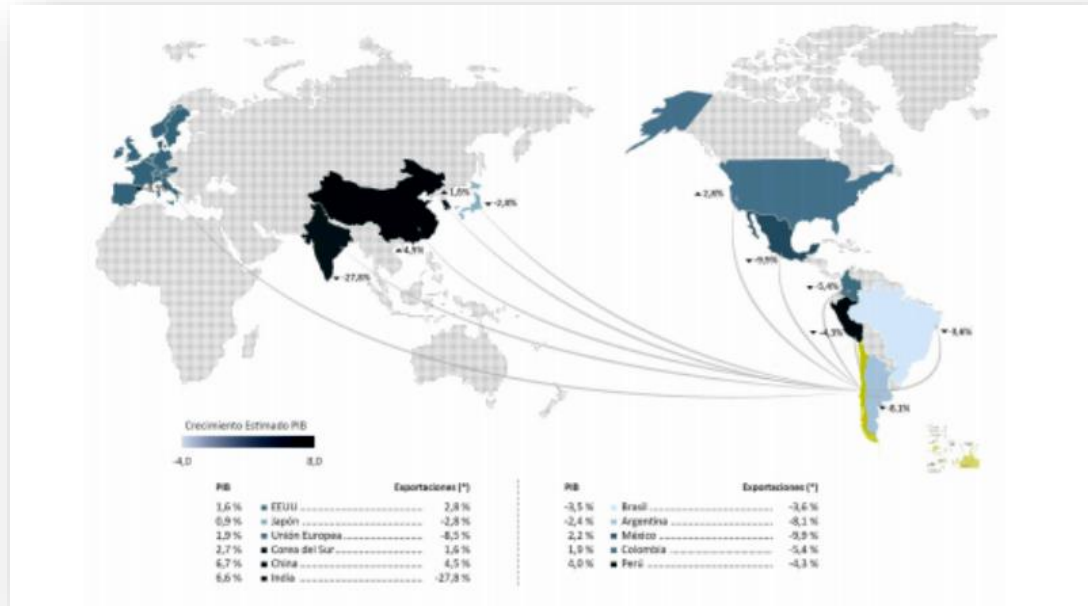
Según las cifras del 2016 Chile exportó \$58,5 Miles de millones, lo que es el 35° exportador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las exportaciones de Chile han decrecido a una tasa anualizada del -4,98%, de \$83,2 Miles de millones en 2011 a \$58,5 Miles de millones en 2016. Las exportaciones más recientes son lideradas por la exportación de Mineral de cobre, que representa el 21,1% de las exportaciones totales de Chile, seguidas por Cobre Refinado, que representan el 20,5%.

Chile es la economía más compleja 70° de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI) y la 35° mayor economía de exportación en el mundo y. En 2016, Chile exportó \$ 58,5 Miles de millones e importó \$ 57 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial positive de \$ 1,53 Miles de millones. En 2016 el PIB de Chile fue de \$ 247 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 24 Miles.

Chile como principales exportaciones tiene el Mineral de cobre (\$12,4 Miles de millones), Cobre Refinado (\$12 Miles de millones), Sulfato pasta química de madera (\$2,27 Miles de millones), Filetes de Pescado (\$2,17 Miles de millones) y Vino (\$1,84 Miles de millones), de acuerdo a la clasificación del Sistema Harmonizado (HS). Sus principales importaciones son Coches (\$3,28 Miles de millones), Refinado de Petróleo (\$2,95 Miles de millones), Petróleo Crudo (\$2,27 Miles de millones), Camiones de reparto (\$1,76 Miles de millones) y Equipos de Radiodifusión (\$1,68 Miles de millones).

Dentro destinos principales de las exportaciones de Chile son China (\$17,1 Miles de millones), los Estados Unidos (\$8,44 Miles de millones), Japón (\$5,16 Miles de millones), Corea del Sur (\$4,11 Miles de millones) y Brasil (\$2,96 Miles de millones). Los principales orígenes de sus importaciones son los Estados Unidos (\$12,9 Miles de millones), China (\$12,8 Miles de millones), Brasil (\$4,08 Miles de millones), Alemania (\$2,79 Miles de millones) y Argentina (\$2,3 Miles de millones). **(Departamento de Estudios de la DIRECON, 2017)**

Ilustración 4: Exportaciones Chilenas 2015/2016 (Variación anual %)



Fuente: <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/Reporte-Trimestral-enero-junio-2017.pdf> Recuperado 11.10.17 1:20 PM

2.2.7. Comercio de alimentos funcionales

El actual estilo de vida provoca un fuerte impacto en los hábitos alimentarios, con un consumo creciente de alimentos procesados y comidas rápidas cuyos efectos adversos sobre la salud son claramente perceptibles. La comida en el mundo está asociada al placer, de modo que el compromiso entre la gratificación y la salud es un dilema en nuestra sociedad. Los problemas de salud asociados a hábitos alimentarios: diabetes, cáncer, fallas cardíacas, alergias y obesidad, afectan por igual a adultos y niños y tienen un profundo

impacto en países en vías de desarrollo, donde los efectos nocivos resultan más evidentes que en países desarrollados, debido a las limitaciones económicas.

Es en este contexto han surgido los alimentos funcionales, como aquellos que proveen beneficios a la salud más allá de su función nutricional, por lo que se les denomina también alimentos saludables. Este tipo de alimentos tiene una larga tradición en países orientales donde muchos alimentos tradicionales han sido reconocidos como promotores de la salud. El término alimento funcional fue acuñado en Japón en la década de 1980 y en 1991 el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de dicho país definió un conjunto de normas para la denominación de una categoría especial de alimentos promotores de la salud, denominados FOSHU (alimentos para usos específicos en salud). Tal concepto se refiere a alimentos que contienen ingredientes con funciones saludables para los cuales se aprueba que declaren sus efectos fisiológicos en los consumidores. Intentando una mayor precisión, los alimentos son considerados funcionales si, más allá de su efecto nutricional, favorecen una o más funciones fisiológicas en el cuerpo humano, mejorando la condición física general y/o reduciendo el riesgo de enfermedad. Un aspecto esencial es que la cantidad y forma de consumo, debe ser la habitual en la dieta, por lo que el alimento funcional es ante todo un alimento y no un fármaco. No obstante, los alimentos funcionales pueden contribuir a la prevención y tratamiento de enfermedades. Es claro que las tendencias de nuestra sociedad contemporánea y la evolución demográfica aconsejan el consumo de alimentos funcionales, lo que hoy puede considerarse una tendencia sostenible a nivel mundial y no una moda pasajera. (**Alimentos funcionales y biotecnología, 2017**)

Hoy en día los consumidores tienen conciencia de la importancia de la dieta en el estado de salud, lo que se ve acentuado por el envejecimiento de la población y el incremento de la expectativa de vida, fenómeno que no es patrimonio de los países desarrollados y que se observa también claramente en los países de América Latina. Este escenario genera a la vez, una gran oportunidad y un gran desafío para la industria alimentaria sobre la cual recae la responsabilidad de responder a la creciente demanda por alimentos funcionales. La industria alimentaria no es considerada un sector de gran dinámica en investigación y desarrollo, de modo que los alimentos funcionales representan para el sector una importante palanca de desarrollo; en efecto, una parte significativa de la evolución experimentada por la industria alimentaria, está ligada al desarrollo y sustitución de productos, basado en consideraciones nutricionales y de salud y al cumplimiento de las disposiciones que los regulan.

Los alimentos funcionales pueden ser alimentos naturales, alimentos a los que se les ha adicionado, removido o modificado algún componente o a los que se les ha modificado la biodisponibilidad de alguno de ellos. Un claro ejemplo de alimento funcional es la leche deslactosada en la cual la lactosa ha sido removida mediante su conversión enzimática a glucosa y galactosa permitiendo el consumo de leche a personas intolerantes a lactosa, fenómeno que afecta a una parte significativa de la población en países latinoamericanos. Inicialmente los alimentos funcionales se referían principalmente a la fortificación con vitaminas y minerales; más tarde la fortificación con nutrientes como fibra soluble, fitoesteroles y ácidos grasos omega-3 ganó en importancia; actualmente son muchos los productos en el mercado considerados alimentos funcionales. **(Elsevier, 2008)**

Un tema muy importante en alimentos funcionales es la reglamentación y declaración sobre sus efectos saludables, lo que varía significativamente de un país a otro. En la Unión Europea el énfasis está en las regulaciones en cuanto a seguridad de consumo, mientras que en Estados Unidos de Norteamérica se da especial relevancia a la declaración de sus efectos. Este problema no es trivial, ya que, si bien estos alimentos o sus componentes pueden aliviar o prevenir enfermedades, por lo general no existe evidencia científica suficiente para identificar el ingrediente efectivo y substanciar su eficacia y seguridad de uso. Al no haber una rigurosa regulación sobre alimentos funcionales en muchos países resulta entonces difícil poder determinar la validez científica de la declaración de los efectos saludables (**Alimentos funcionales y biotecnología, 2017**)

Por parte del consumidor la aceptación es un aspecto clave en los alimentos funcionales, los que en general no son percibidos como una categoría separada de los alimentos naturales, lo que resulta favorable; sin embargo, la aceptación no es incondicional y la apariencia y calidad del producto, así como la claridad de su declaración, son aspectos importantes en su aceptación. Se ha señalado que el nivel educacional, el origen geográfico y el género son variables en relación a la percepción y que la actitud de médicos y dietistas es importante.

Una parte importante de los alimentos saludables actualmente en el mercado se vinculan a la industria láctea, siendo también destacables los rubros panadería, alimentos infantiles, confites y refrescos. Una parte significativa de los alimentos funcionales apuntan a promover la salud intestinal, que es una determinante muy importante de la salud general.

Por ello, dentro de los alimentos funcionales, los pro bióticos y prebióticos adquieren especial relevancia.

La correcta dosificación y frecuencia de consumo es quizás el aspecto menos claro en el uso de prebióticos; la dosis recomendada debería basarse en estudios de eficacia en humanos, pero ésta depende de muchos factores cuyo efecto es difícil de determinar o predecir. A pesar de ello, del insuficiente conocimiento sobre mecanismos de acción, de la insuficiente documentación sobre los efectos saludables provocados y de la escasa claridad sobre aspectos regulatorios, el mercado de los prebióticos experimenta un crecimiento acelerado en sincronía con la tendencia mundial hacia una alimentación saludable, lo que se ve amplificado por su creciente uso en alimentación de animales domésticos y de crianza.

Diversos efectos fisiológicos vinculados a la salud han sido asociados a los prebióticos: mejora y estabilización de la microbiota intestinal; mejora de la función intestinal; reducción de bacterias patógenas; reducción de endotoxinas metabólicas; aumento de la absorción de minerales; mejora de la morfología de la mucosa intestinal debido a la promoción de síntesis de mucina; estimulación de la síntesis de antibióticos; alivio del síndrome de colon irritable; control de la sensación de apetito y del peso corporal; reducción de riesgos de cáncer de colon y diabetes tipo 2; efecto antiinflamatorio; modulación de la ansiedad y la depresión.

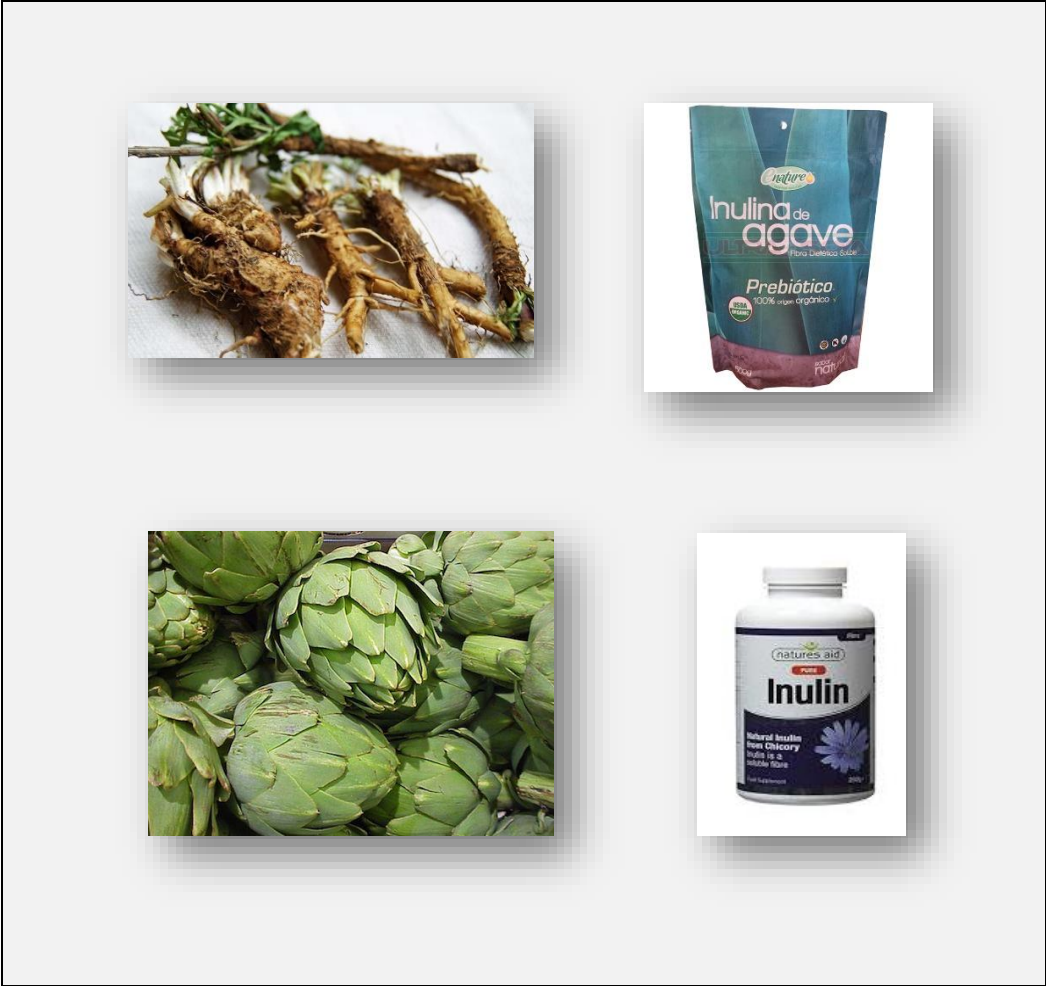
La industria de los alimentos funcionales representa hoy en día una tendencia asentada hacia la alimentación saludable en respuesta a los hábitos alimentarios desacertados a los

que incita el modo de vida actual. El consumo de alimentos funcionales ya no es solamente por parte de los países más desarrollados; por el contrario, la tendencia a su consumo en países de América Latina ha experimentado un aumento notable que, con los aportes de la biotecnología, debería redundar en productos de mayor calidad y menor costo, contribuyendo a la integración social respecto de la alimentación. **(Neira, 2017)**

2.2.8. La inulina

“La inulina es una sustancia natural que presenta importantes propiedades prebióticas, que estimulan la mantención de la flora intestinal, razón por la cual se ha venido incorporando masivamente en los alimentos funcionales y en otros productos. Estas propiedades explican la fuerte expansión de la producción industrial de inulina, carbohidrato no digerible que está presente en muchas hortalizas, frutas y cereales, tales como ajo, cebolla, puerro, alcachofa, plátano, trigo, topinambur, agave, entre los más conocidos. Sin embargo, actualmente casi la totalidad de la producción mundial se extrae de la raíz de la achicoria y un bajo porcentaje es extraído del agave y del topinambur, en los casos de México y China, respectivamente.” **(Ramos, 2014)**

Ilustración 5: Inulina procesada y No procesada



La producción y comercialización de la inulina se ha visto favorecida en los últimos años, gracias a que existe una nueva tendencia mundial de alimentación. En la actualidad cada vez más personas se preocupan de lo que consumen, para una parte importante de la población es de suma importancia que los alimentos que consumen no sean nocivos para la salud, y aún más que eso, que contribuyan a su bienestar.

Mercado internacional de inulina

Según las cifras de comercio internacional se puede ver que las exportaciones mundiales de inulina se mantuvieron estables durante los años 2012 al 2014, incluso se pudo observar un pequeño aumento. Sin embargo, en los años 2015 y 2016 se observa que este mercado fue en descenso en cuanto a la valorización de las exportaciones de inulina en los últimos dos años.

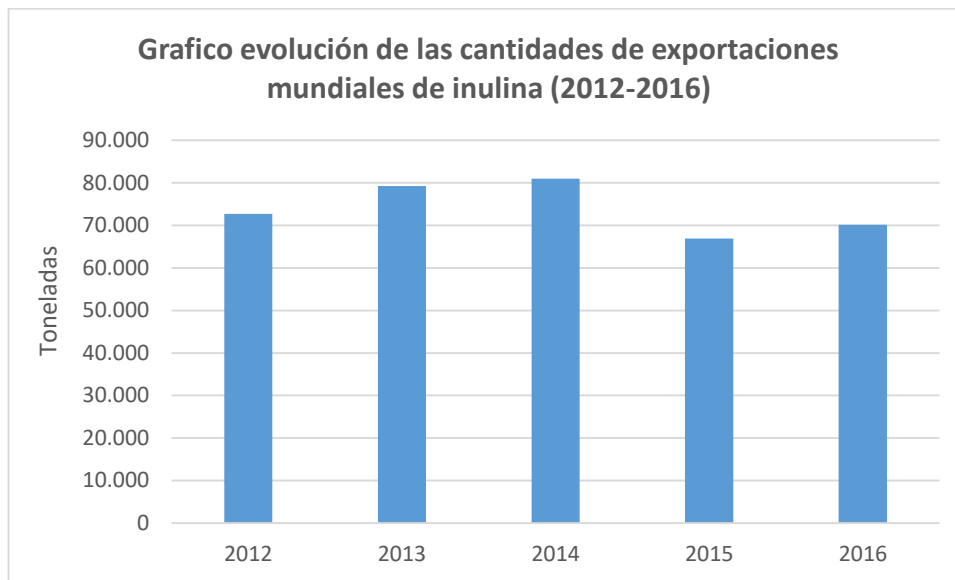
En cuanto a la evolución en cantidades exportadas de inulina, se puede ver que los años 2012 al 2014 también muestran una estabilidad, es en el año 2015 donde se muestra la mayor caída de exportaciones en ambos aspectos. Ahora bien, si se analiza con detención, las exportaciones del año 2016 en cuanto a su valorización muestran una disminución con respecto al año anterior, pero si se analiza del ángulo contrario, desde la perspectiva del volumen de exportaciones, se observa un alza considerable con respecto al año 2015; lo que hace inferir que ha habido una baja en el precio de la inulina.

Gráfico 3: Evolución de las exportaciones mundiales de inulina (2012-2016)



Fuente: elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Gráfico 4: Evolución de las cantidades de exportaciones mundiales de inulina (2012-2016)



Fuente: elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Exportaciones de inulina

Como se puede observar en ilustración número 5, el mercado de la inulina está concentrado mayormente en 3 países: Bélgica, Países Bajos y Chile, entre ellos representan el 90,05% de las exportaciones mundiales, con 50,06%, 23% y 16,9%, respectivamente. Si bien en los últimos años la producción de inulina chilena se ha visto disminuida, Chile posee una gran parte del mercado considerando que solo hace alrededor de una década comenzó su producción de inulina en manos de la empresa Orafti.

Si a los tres países mencionados anteriormente les sumamos las exportaciones de México y Estados Unidos podemos apreciar que solo estos cinco países poseen un más del 95% del mercado de inulina mundial.

Ilustración 6: Principales países exportadores de inulina 2012-2016 (Miles USD)

	Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
1	Bélgica	104.496	123.893	121.099	96.955	101.124	50,6%
2	Países Bajos	54.979	59.516	64.066	50.382	45.947	23,0%
3	Chile	46.574	46.039	40.940	40.059	33.695	16,9%
4	México	5.235	5.578	8.302	7.113	7.136	3,6%
5	Estados Unidos	4.018	1.821	2.871	3.657	3.483	1,7%
6	Tailandia	132	25	1.072	2.254	3.046	1,5%
7	China	205	489	825	1.413	997	0,5%
8	Israel	0	502	1.127	459	887	0,4%
9	Alemania	3.406	4.932	4.631	1.070	757	0,4%
10	Dinamarca	322	334	405	482	664	0,3%
	Subtotal	219.367	243.129	245.338	203.844	197.736	98,9%
	Los demás	3.410	3.302	3.738	2.663	2.212	1,1%
	Total Mundial	222.777	246.431	249.076	206.507	199.948	100,0%

Fuente: elaboración propia con información de trademap.org

Importaciones de inulina

En el caso de las importaciones de inulina a nivel mundial, el mercado no está tan concentrado como en el caso de las exportaciones, aunque se observa que Estados Unidos es quien tiene la más importante cuota del mercado con un 26,6% de las importaciones. Le sigue Indonesia quien representa una igualmente significativa cuota del

mercado con el 8,9%. Los 10 principales países exportadores de inulina cubren el 67,3% del mercado dejando al resto de los países del mundo solo con un 32,7% de las exportaciones.

Con el paso de los años algunos de los principales importadores han ido fluctuando considerablemente, como es el caso de china que en el año 2012 no alcanzaba a cubrir el 1,5% mientras que ahora ya posee el 5% del total mundial, desplazando a México, Canadá y Alemania quienes en 2012 mantenían más importaciones que en la actualidad.

Ilustración 7: Principales países importadores de inulina 2012-2016 (Miles USD)

	PAIS	2012	2013	2014	2015	2016	%
1	Estados Unidos	68.308	59.192	68.278	56.950	49.523	26,6%
2	Indonesia	14.144	16.902	18.403	16.495	16.536	8,9%
3	China	3.139	3.848	3.180	4.770	9.364	5,0%
4	México	11.910	11.226	11.829	9.584	9.278	5,0%
5	Italia	8.600	8.159	9.498	8.597	9.215	5,0%
6	Canadá	7.508	8.763	8.374	8.729	7.743	4,2%
7	Alemania	9.926	11.531	11.818	7.685	7.328	3,9%
8	Taipéi China	4.520	6.058	6.072	5.731	5.518	3,0%
9	España	9.480	7.561	7.157	5.647	5.388	2,9%
10	Francia	5.151	5.840	5.480	4.412	5.317	2,9%
	Subtotal	142.686	139.080	150.089	128.600	125.210	67,3%
	Los demás	68.267	74.495	71.992	60.047	60.941	32,7%
	Total Mundial	210.953	213.575	222.081	188.647	186.151	100,0%
Fuente: elaboración propia con información de trademap.org							

Por los altos índices tanto en importaciones como en exportaciones que poseen por ejemplo México Alemania y Estados Unidos, permite suponer que estos países se dedican a la producción de alimentos derivados de la inulina o quizás alimentos que contienen este suplemento alimenticio debido a sus generosas propiedades para la salud.

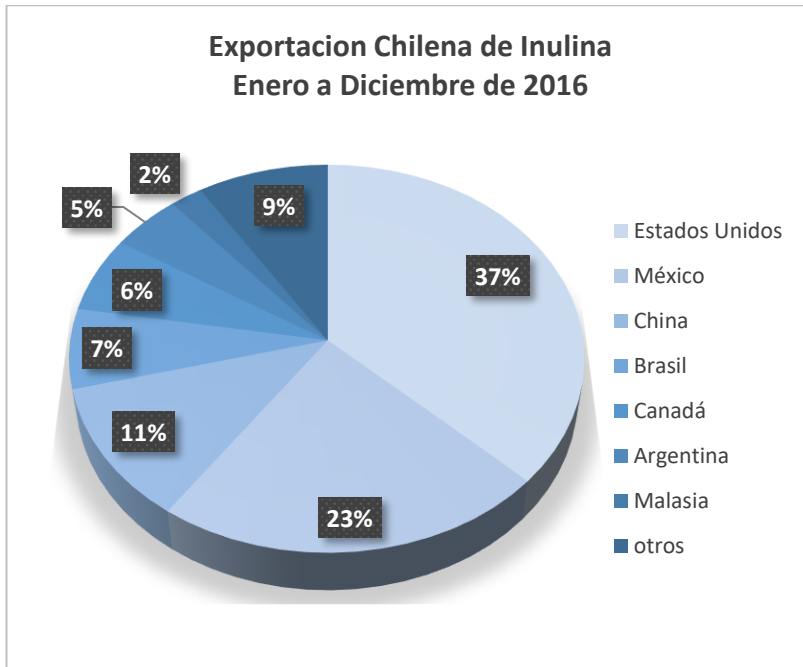
Exportación Chilena de inulina

Chile es el tercer país productor de inulina en el mundo. En los gráficos 3 Y 4 se puede apreciar la distribución de las exportaciones chilenas de inulina durante los últimos años, donde se puede destacar a Estados Unidos como el principal destino de la inulina Chilena con un 39%, 37% y 44% en los años 2015, 2016 y 2017 respectivamente. Por lo tanto, Estados Unidos no solo es el mayor importador de inulina en el mundo si no también el de Chile, lo que hace descártalo automáticamente como un nuevo mercado para la exportación de inulina chilena.

México es el segundo destino predilecto ya que en promedio en los últimos tres años ha importado un 21% del total, dejándolo fuera de los mercados tentativos para este estudio. Si se observa el gráfico del año 2017 se aprecia que solo entre México y Estados Unidos alcanzan el 64% de las exportaciones de inulina en Chile.

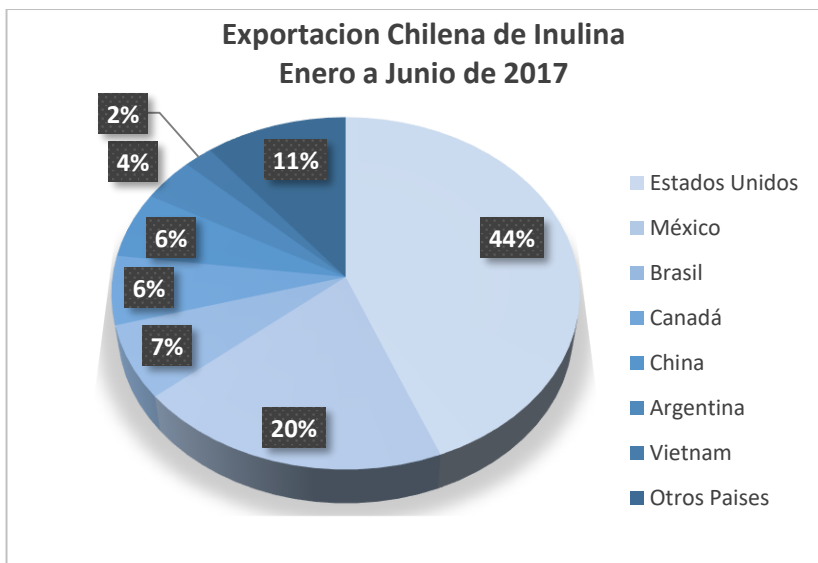
Otro dato impórtate que brindan estos gráficos es que en 2015 Bélgica era el tercer destino de este suplemento alimenticio, pero esto cambia drásticamente en los años 2016 y 2017, donde solo represente alrededor de un 0,2%.

Gráfico 5: Los principales países compradores de la inulina producida en Chile 2016



Fuente: elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Gráfico 6: Los principales países compradores de la inulina producida en Chile 2017



Fuente: elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

Los proveedores de inulina en Chile

La industria de la inulina en Chile comenzó el año 2006 cuando la empresa Orafti-beneo llega a Chile, esta empresa belga se instala en la comuna de Pemuco, provincia del Ñuble, región del Bio Bio, donde se elaboran fibras prebióticas, como lo son la inulina y la oligofructosa, las que se obtienen de la raíz de las achicorias. Desde que esta empresa llegó a Chile ha seguido conservando sus altos niveles de producción, lo que hace que Chile se encuentre entre los mayores productores de inulina en el mundo. Esta buena recepción de la inulina chilena en el mundo se debe entre otras cosas a la experiencia que tiene la empresa Orafti-beneo en otros países tales como Bélgica, Alemania e Italia.

“La alta productividad alcanzada en el cultivo, asociada a los elevados montos de inversión requeridos para levantar una planta procesadora de inulina, más la estabilizada tasa de crecimiento del mercado, hacen difícil el surgimiento de competencia dentro de la región, incluso en otros continentes. A lo anterior se deben considerar el desarrollo tecnológico y la asistencia técnica. El capital humano con experiencia en el rubro es escaso. Son las ventajas comparativas del cultivo en Chile.” **(Ramos, 2014)**

2.2.9. Comercio de inulina a nuevos mercados

Como se ha podido evidenciar la alta preocupación de la gente por el consumo de productos para el bienestar de la salud y considerando que Chile está creciendo en cuanto

a la exportación de dichos productos y que actualmente está vendiendo solo en un par de países, se procederá a asignar un método que haga identificar a que otro país se puede comercializar inulina tomando en cuenta una serie de criterios, para esto usaremos la

2.2.10. Matriz de selección de mercados.

Para obtener la información sobre la ejecución de una matriz de selección de mercados se hizo una revisión bibliográfica al contenido de clases de la asignatura marketing internacional, dictada por el profesor Gerardo Castillejo.

La Matriz de selección de Mercados (MsM), es una entre tantas metodologías que existen para seleccionar países. Dentro de estas herramientas o metodología de selección de mercados están, por ejemplo, la cuadrícula simplificada de penetración de mercado de Daniels y la matriz de riesgo y oportunidad del mismo autor. En este trabajo se usará MSM, por ser una herramienta analítica sencilla que permite determinar de manera simple, rápida y objetiva el mercado a ser considerado como la primera opción para ingresar en los mercados internacionales.

Si bien no existe un número exacto de los países que pueden ser comparados, la matriz recomienda que en el análisis intervengan no más de cinco o seis países, para este trabajo en específico, se analizaran los 3 países que más importan inulina, pero no Inulina Chilena, sino que de otros países proveedores, los criterios que se tienen en cuenta para agrupar los países o mercados son los siguientes:

- Cantidad de habitantes: los mercados deben tener cierta similitud en cuanto al número de habitantes.
- Tamaño del mercado: este factor analiza la cantidad de consumidores que conforman el mercado para nuestro producto.
- Poder adquisitivo: otro elemento que es de suma importancia para el análisis, es que el producto interno bruto per-cápita de los habitantes de los países escogidos sea relativamente similar.
- Cercanía geográfica: el tercer elemento a considerar, es que los países estén cerca geográficamente, es decir, dentro de la misma región o área geográfica

Una vez seleccionados los países, deben ser sometidos a un análisis comparativo, tomando algunos de los indicadores que el analista considere como más relevantes de los que se muestran a continuación

Indicadores macroeconómicos:

- Desempleo
- Riesgo país
- PIB
- PIB per cápita
- Crecimiento del PIB
- Inflación
- Desempleo, etc.

Indicadores demográficos

- Población
- Crecimiento demográfico
- Población urbana
- Población rural
- Idioma
- Religión, etc.

Indicadores de comercio exterior

- Estadísticas de importación
- Estadísticas de exportación
- Tratados de Libre Comercio (TLC)
- Crecimiento de las importaciones
- Aranceles de importación, etc.

Indicadores de mercado

- Consumo per cápita
- Producción local
- Canales de distribución
- Rivalidad competitiva 4
- Márgenes de los intermediarios
- Disponibilidad de los medios de comunicación
- Tasa de crecimiento del mercado
- Disponibilidad de los proveedores, etc.

A continuación, se muestran los pasos necesarios para la elaboración De la Matriz Selección de Mercados de mercados:

Paso 1

Se selecciona aquellos indicadores que a opinión del analista sean los más representativos o relevantes para el análisis. Para cada indicador seleccione al menos tres variables.

Paso 2

Se Agrupan las variables y una vez que se haya confeccionado la lista de criterios o indicadores, el paso siguiente consiste en asignarle un peso (factor de ponderación). Este peso sumado verticalmente debe sumar 1,0 (uno) e indica la importancia relativa de cada variable respecto del total.

Paso 3

Asignar una calificación a cada variable, la cual debe ir de 3 (calificación alta), 2 (calificación media) a 1 (calificación baja) para cada país. Esta calificación indica cómo responde cada país respecto de la variable que se está analizando. Por ejemplo: una calificación de 3 respecto de la inflación, indica que la inflación en este mercado es muy baja, por lo que obtiene una calificación máxima.

Paso 4

Multiplicar el factor de ponderación (FP) por la calificación (C), con lo cual se obtiene la calificación promedio (CP)

Paso 5

Sumar verticalmente las calificaciones promedio para cada uno de los mercados. Aquel mercado que obtenga la calificación más elevada será el mercado elegido para ingresar como la primera opción. De acuerdo con la matriz de selección de mercados que se muestra en la FIGURA la primera opción la representa el Mercado C

Ilustración 8: Ejemplo Matriz de Selección de Mercados

Criterio/Indicador	Factor de Ponderación	Mercado A		Mercado B		Mercado C	
		Calificación	Promedio	Calificación	Promedio	Calificación	Promedio
Indicadores Macroeconómicos	0,2						
Desempleo	0,02	2	0,04	1	0,02	2	0,04
Riesgo País	0,06	3	0,18	2	0,12	2	0,12
Pib Per-Cápita (Us\$)	0,06	3	0,18	2	0,12	2	0,12
Crecimiento Del Pib	0,04	2	0,08	1	0,04	2	0,08
Inflación	0,02	3	0,06	2	0,04	2	0,04
Indicadores Demográficos	0,1						
Población	0,06	2	0,12	3	0,18	3	0,18
Población Urbana	0,03	3	0,09	3	0,09	2	0,06
Idioma	0,01	2	0,02	3	0,03	2	0,02
Indicadores De Comercio Exterior	0,3						
Importaciones Del Producto	0,1	3	0,3	3	0,3	2	0,2
TLC En Vigencia	0,09	2	0,18	2	0,18	3	0,27
Crecimiento De Las Importaciones	0,11	2	0,22	3	0,33	3	0,33
Indicadores De Mercado	0,4						
Producción Local Del Producto	0,04	3	0,12	2	0,08	2	0,08
Consumo Per Cápita	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Conocimiento Del Mercado	0,05	3	0,15	2	0,1	2	0,1
Rivalidad Competitiva	0,06	1	0,06	3	0,18	3	0,18
Acceso A Los Canales De Distribución	0,05	2	0,1	1	0,05	2	0,1
Crecimiento Del Mercado	0,1	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Totales	1		2,4		2,46		2,42

Fuente: Elaboración propia con información recopilada de la asignatura Marketing Internacional

Factor de ponderación (FP): Es la sumatoria de los factores de ponderación asignados y debe sumar 1.0

Calificación C: Es la calificación que le asigna el mercado respecto del indicador y puede ser:

- 1: Baja
- 2: Media
- 3: Alta

Calificación promedio (CP): Se obtiene multiplicando el factor de ponderación por la calificación otorgada.

2.3 Desarrollo de la investigación

Chile es un gran actor en la industria alimentaria mundial. Es un proveedor confiable de alimentos seguros y sanos que encantan en los mercados internacionales.

Internacionalmente es reconocido por sus múltiples ventajas, tales como el aislamiento geográfico del país (desierto en el norte, el Océano Pacífico, la Cordillera de los Andes y los hielos patagónicos) que lo convierte en una isla fitosanitaria que lo protege de plagas y enfermedades; el clima mediterráneo que es beneficioso para la obtención de óptima materia prima; la producción escalonada y en contra estación respecto del hemisferio norte.

Destaca también la estabilidad política y económica del país; la moderna infraestructura y logística de exportación; el uso de tecnología de punta para la producción y procesamiento de los distintos productos y el cumplimiento de las exigentes normas y certificaciones internacionales, y una extensa red de tratados de libre comercio con las principales economías del mundo.

En base a todas las ventajas como buenos productores nacionales en la industria alimentaria el desarrollo de esta investigación busca encontrar un mercado que no esté siendo cubierto por la producción de inulina chilena, para esto se realizó un análisis de mercado, donde en base a los datos que se pudo recopilar en el marco teórico se seleccionan tres posibles países a los cuales se podría exportar este producto. Para esto se hizo un estudio de los países que están consumiendo inulina actualmente y aquellos que por sus propiedades y beneficios a la salud podrían llegar a consumirlo a futuro. Ya elegidos estos mercados se estudiarán a través de la matriz de selección de mercados uno a uno, esta matriz explora detalladamente cada aspecto de los países seleccionados, tales como su entorno cultural, político y económico, entre otros. Cada uno de estos ítems posee otros subtemas a estudiar los que se ponderan según la afinidad que tengan con el país exportador. Con los resultados de este estudio se podrá finalmente sugerir cuál será el país más indicado para exportar inulina chilena.

2.3.1. Análisis de Países importadores de inulina

Para comenzar se trabajará en base a los datos de los tres países que más importan de inulina a nivel mundial. Luego solo se seleccionarán los países con los que Chile no esté cubriendo actualmente el mercado, como tal serían: Indonesia, Italia y Alemania luego de esto seguiremos con el análisis de cada uno de ellos en términos macroeconómico, financieros, comercio exterior e indicadores de mercado

Análisis por país “Indonesia”

Como mercado, Indonesia presenta un enorme potencial. Se trata de la cuarta nación más poblada del mundo, con más de 258 millones de habitantes, sólo superada por China, India y Estados Unidos. Desde esta perspectiva, mejorar las condiciones con que los productos chilenos ingresan a un país con tal nivel de población es una excelente noticia para los exportadores nacionales.

El PIB de Indonesia suma más de US\$ 950 billones, equivalente a casi cuatro veces el de Chile en 2015, y creciendo a una tasa promedio de casi 5% durante los últimos tres años. En los últimos 10 años Indonesia ha duplicado su PIB per cápita, creciendo desde los US\$ 1.765 el año 2006, hasta los US\$ 3.636 el año 2016, según las cifras estadísticas de la DIRECON.

Otro indicador respecto del crecimiento y estabilidad de la economía indonesia está en su índice de inflación el cual se ha reducido a un tercio de lo que marcaba 10 años atrás, pasando de un 13% en 2006 a un 4% en 2016.

El índice de desempleo para el mismo periodo analizado se ha reducido a la mitad, originalmente un 10% en 2006 a un 6% en 2016. Estas estadísticas convierten a Indonesia en un mercado en crecimiento y de mucho atractivo para la promoción de nuestras exportaciones

De acuerdo con información del Departamento de Estudios de DIRECON-ProChile, la tasa de crecimiento promedio anual de las importaciones que Indonesia hace desde el mundo alcanzó un 7% para el período 2009-2015, destacando la demanda de productos agrícolas, que en dicho período se han casi duplicado, superando los US\$14 mil millones en el 2015. **(Direcon, 2017)**

Todo este crecimiento constante, junto al inicio de las negociaciones comerciales con ese país, abre oportunidades para los exportadores del sector silvoagropecuario nacional. Según estimaciones basadas en las importaciones que Indonesia hace desde el mundo, y que con un eventual acuerdo podrían exportarse desde Chile, se podrían generar espacios potenciales para arándanos, ciruelas, frambuesas, duraznos, carragenina (alga roja seca), quillay, más algunos productos lácteos.

También se estima que el futuro acuerdo comercial permitirá a Chile convertirse en un polo para las exportaciones indonesias en Sudamérica, y a Indonesia en un puente para los envíos chilenos a la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).

Ilustración 9: Indicadores económicos 2016 Indonesia

INDICADORES MACROECONÓMICOS	
DESEMPLEO	5,6%
PIB PER-CÁPITA (US\$)	3604
CRECIMIENTO DEL PIB	5%
INFLACIÓN	3,5%

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	
POBLACIÓN	258.705
IDIOMA	Indonesio
ESPERANZA DE VIDA (AÑOS)	69,07
TASA DE MORTALIDAD	7,17%

INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR	
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO M \$US	16536
TLC EN VIGENCIA	En negociación
BALANZA COMERCIAL M\$US	8836,9
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES	0%

INDICADORES DE MERCADO	
PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO (toneladas)	14
CONSUMO PER CAPITA (Toneladas)	0,063918363
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	bajo
RIVALIDAD COMPETITIVA	Alta
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS (POCISION MUNDIAL)	91
IVA GENERAL	10%

Fuente: datosmacro.com & datos.bancomundial.org

Análisis por país “Italia”

Italia es otro atractivo para las exportaciones chilenas, el número de habitantes en Italia es un poco más de 60 millones de personas, y la superficie alcanza los 301 mil km.², por lo que la densidad media es de 199,4 habitantes por km.². Los italianos que viven al extranjero son acerca de 4,5 millones de personas con un crecimiento que sigue aumentando constantemente. Los países elegidos por los italianos, después de Europa, son América Latina y Estados Unidos. Además, en 2013, la emigración de Italia al extranjero creció un 19%, lo cual se traduce en cerca de 100 mil italianos que dejaron el país. Por otro lado, la inmigración, sobretodo la clandestina, sigue creciendo llegando a un total de 4,8 millones de extranjeros en Italia, que se caracteriza por ser un corredor entre África y Europa. La esperanza de vida en 2015 es de 79,6 años para los hombres y de 84,4 para las mujeres. Junto a 1,35 hijos promedio por pareja (en Chile la tasa global de fecundidad es de 1,8), lo anterior explica porque son siempre más los habitantes mayores de 65 años, representando en 2015 el 22% de la población.

La tasa de desempleo de 2016, calculada según los dos primeros trimestres (enero – junio), es de 11,8%, un 0,1% menos que la del 2015 (11,9% promedio). El desempleo juvenil (15-24 años), siempre con respecto a los primeros seis meses de 2016, se estancó a un 37,9% mientras en 2015 fue de 40,3%³.

Este país tiene un PIB que lo posiciona como la novena economía mundial, con sobre USD 2.174.382 billones en 2015. El PIB per cápita es en cambio de 35.708 USD, posicionándose Italia en el lugar 31 a nivel mundial.

Con los datos actualizados a agosto 2016, según estimaciones del Istat, el índice nacional de precios al consumidor bajó de un -0,1% respecto al mismo mes del año anterior.

En el ámbito de las importaciones, a pesar de que la cuota ocupada por Italia entre los importadores mundiales haya bajado, ocupando en 2015 la posición n. 12 con el 2,4%, el valor de las importaciones de productos ha desarrollado un alza en su valor (+3,3%), después de 4 años negativos. El sector preponderante se confirma ser el de materias primas, mientras los primeros países proveedores son Alemania y Francia – mercados que ocupan también la posición 1 y 2 entre los destinatarios de las exportaciones italianas.

(ProChile, 2016)

Ilustración 10: Indicadores económicos 2016 Italia

INDICADORES MACROECONÓMICOS	
DESEMPLEO	11.5%
PIB PER-CÁPITA (US\$)	30507
CRECIMIENTO DEL PIB	0,009
INFLACIÓN	-0,1%

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	
POBLACIÓN	60.589
IDIOMA	Italiano
ESPERANZA DE VIDA (AÑOS)	82,7
TASA DE MORTALIDAD	10,10%

INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR	
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO M \$US	9215
TLC EN VIGENCIA	AAE Chile-UE
BALANZA COMERCIAL M\$US	57058,5
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES	7%

INDICADORES DE MERCADO	
PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO (toneladas)	108
CONSUMO PER CAPITA (Toneladas)	0,152089196
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	medio
RIVALIDAD COMPETITIVA	baja
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS (POCISION MUNDIAL)	50
IVA GENERAL	22%

Fuente: datosmacro.com & datos.bancomundial.org

Análisis por país “Alemania”

El tercer País seleccionado es Alemania siendo este el país más poblado de Europa. A principios del año 2016, su población está estimada en 81,2 1 millones de habitantes. La distribución poblacional en el territorio es bastante irregular como refleja en la tabla de la siguiente página. Con sus aproximadamente 227 habitantes por km², Alemania es uno de los países más densamente poblados de Europa. Con respecto a su estructura demográfica, la tasa de natalidad alemana está entre las más bajas del mundo con 8,5 nacimientos por cada mil habitantes. Así mismo, las mujeres tienden a tener sus primeros hijos tardíamente, en promedio a los 29,5 años. La natalidad media para el año 2015 se calculó cercana a los 1,47 hijos por mujer.

La tasa de desempleo en Alemania disminuyó durante el último año. En enero del 2016 se tuvo una tasa de desempleo de 6,7%. En mayo de ese mismo año la tasa de desempleo bajó a un 6,0%.⁷

Alemania representa la cuarta economía más grande del mundo después de Estados Unidos, China y Japón. Es, además, con sus 81,2 millones de habitantes, el mercado de mayor tamaño y de mayor peso específico de la Unión Europea. Su producto interno bruto es también el más alto de la región: Para el año 2015 alcanzó un volumen de 3.026,6 20 mil millones de dólares, lo que corresponde al 21% del PIB total de la Unión Europea para el mismo año. El país posee buenas condiciones para la actividad empresarial, infraestructura muy moderna y un sector de investigación y desarrollo de alto nivel.

La inflación promedio del año 2015, medida a partir del Índice de Precios al Consumidor, fue de 0,3%. Durante el primer mes de 2016, el Índice de Precios al Consumidor subió un 0,5% comparado con el mes anterior. (ProChile, 2016)

Ilustración 11: Indicadores económicos 2016 Alemania

INDICADORES MACROECONÓMICOS	
DESEMPLEO	4,3%
PIB PER-CÁPITA (US\$)	41936,1
CRECIMIENTO DEL PIB	0,019
INFLACIÓN	0,5%

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	
POBLACIÓN	82.667
IDIOMA	Aleman
ESPERANZA DE VIDA (AÑOS)	80,7
TASA DE MORTALIDAD	11,20%

INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR	
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO M \$US	7328
TLC EN VIGENCIA	AAE Chile-UE
BALANZA COMERCIAL M\$US	284755,2
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES	-5%

INDICADORES DE MERCADO	
PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO (toneladas)	169
CONSUMO PER CAPITA (Toneladas)	0,088644804
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	medio
RIVALIDAD COMPETITIVA	Muy baja
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS (POCISION MUNDIAL)	17
IVA GENERAL	19%

Fuente: datosmacro.com & datos.bancomundial.org

Ilustración 12: Ilustración 8: Resumen Indicadores económicos de los 3 países potenciales

Año 2016	INDONESIA	ITALIA	ALEMANIA
INDICADORES MACROECONÓMICOS			
DESEMPLEO	5,60%	11,5%	4,30%
PIB PER-CÁPITA (US\$)	3.604	30.507	41.936,10
CRECIMIENTO DEL PIB	5%	0,9%	1,90%
INFLACIÓN	3,50%	-0,1%	0,5%
INDICADORES DEMOGRÁFICOS			
POBLACIÓN	258.705	60.589	82.667
IDIOMA	Indonesio	Italiano	Alemán
ESPERANZA DE VIDA (AÑOS)	69,07	82,7	80,7
TASA DE MORTALIDAD	7,17%	10,10%	11,20%
INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR			
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO M \$US	16.536	9.215	7.328
TLC EN VIGENCIA	En negociación	AAE Chile-UE	AAE Chile-UE
BALANZA COMERCIAL M\$US	8836,9	57058,5	284755,2
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES	0%	7%	-5%
INDICADORES DE MERCADO			
PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO (toneladas)	14	108	169
CONSUMO PER CAPITA (Toneladas)	0,063918363	0,152089196	0,088644804
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	bajo	medio	medio
RIVALIDAD COMPETITIVA	Alta	baja	Muy baja
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS (POCISION MUNDIAL)	91	50	17
IVA GENERAL	10%	22%	19%

Fuente: datosmacro.com & datos.bancomundial.org

2.3.2. Traspaso de datos a la matriz de selección de mercado

De acuerdo a los datos obtenidos anteriormente se lleva a cabo la confección de la matriz de selección de mercados:

Ilustración 13: Matriz de selección de Mercados con datos de los mercados tentativos

Criterio/Indicador	Factor de ponderación	INDONESIA		ITALIA		ALEMANIA	
		Calificación	Promedio	Calificación	Promedio	Calificación	Promedio
INDICADORES MACROECONÓMICOS	0,20						
DESEMPLEO	0,05	2	0,1	1	0,05	3	0,15
PIB PER-CÁPITA (US\$)	0,06	1	0,06	2	0,12	3	0,18
CRECIMIENTO DEL PIB	0,04	3	0,12	1	0,04	2	0,08
INFLACIÓN	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1
INDICADORES DEMOGRÁFICOS	0,10		0		0		0
POBLACIÓN	0,05	3	0,15	1	0,05	2	0,1
IDIOMA	0,01	2	0,02	2	0,02	2	0,02
ESPERANZA DE VIDA (AÑOS)	0,02	2	0,04	3	0,06	3	0,06
TASA DE MORTALIDAD	0,02	3	0,06	2	0,04	2	0,04
INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR	0,30		0		0		0
IMPORTACIONES DEL PRODUCTO	0,10	3	0,3	2	0,2	1	0,1
TLC EN VIGENCIA	0,07	1	0,07	3	0,21	3	0,21
BALANZA COMERCIAL	0,05	3	0,15	2	0,1	1	0,05
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES	0,08	2	0,16	3	0,24	1	0,08
INDICADORES DE MERCADO	0,40		0		0		0
PRODUCCIÓN LOCAL DEL PRODUCTO	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1
CONSUMO PER CAPITA	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1
RIVALIDAD COMPETITIVA	0,05	1	0,05	2	0,1	3	0,15
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS (POCISION MUNDIAL)	0,05	1	0,05	2	0,1	3	0,15
IVA GENERAL	0,05	3	0,15	1	0,05	2	0,1
TOTALES	1		2,03		2,18		2,22

Fuente: Elaboración propia con datos económicos de los tres potenciales países.

2.3.3. Selección del país más adecuado

De acuerdo con la sumatoria de los datos puestos en la matriz, al mercado que se debe introducir la inulina chilena sería Alemania seleccionado como el más atractivo, con una calificación promedio de 2,22 superando a Indonesia, que obtuvo una calificación de 2,03 e Italia que obtuvo una calificación de 2,18.

2.3.4. Proceso de exportación al país seleccionado a través de un FFW

Como ya se ha sabido que Alemania será al país que se exportará, se procederá a describir el procedimiento que realiza un cliente que se encuentra en Chile contactando a un FFW para que le asesore en la comercialización de su producto Inulina al mercado alemán, para comenzar se verán los documentos que intervienen en esta transacción:

- Factura de Exportación (Ver Anexo 1)
- Packing List (Ver Anexo 2)
- -Shipping Instructions (Ver Anexo 3)
- Bill of lading (MBL) (Ver Anexo 4)
- -Mandato (Ver Anexo 5)
- Certificado de origen (Ver Anexo 6)
- Certificados Sanitarios o fitosanitarios (Ver Anexo 7)

- Certificado de seguro (Ver Anexo 8)
- House bill of lading (HBL)
- Booking de reserva en naviera
- Booking de reserva en sistema FFW

Proceso de exportación paso a paso:

Para obtener la información sobre la realización de una exportación paso a paso se hizo una revisión bibliográfica al contenido de clases de las asignaturas Ingles Crítico I y II, dictada por la profesora Teresa Pino.

1. El exportador contacta al FFW para consultar por asesoría para mover carga de inulina a Alemania, en donde es atendido por el área de ventas en el cual le indican el valor de la transacción y como se llevará acabo y si es que acepta lo derivan con el ejecutivo CSO que coordinará su carga.

2. Si el cliente acepta se le deriva CSO y esta toma del cliente datos estimativos tales como;
 - Descripción de la mercancía
 - Shipper (nombre de la empresa exportadora en Chile)
 - Consignatario (Nombre de la empresa importadora en Alemania)
 - PE Puerto de embarque de la mercancía
 - PD Puerto de Destino de la mercancía'

- Tipo de contenedor (20/40)
- Peso estimado (más adelante el cliente da el peso EXACTO)
- Número de contenedores a exportar
- Modalidad de flete: LCL/FCL
- Incoterm para el flete (Este fue negociado entre importador y exportador)}
- El CSO deberá notificar a CSD para que le confirmen que sí existe un importador en el extranjero y este quiere realizar la transacción, en este caso el CSO se contacta vía mail en inglés con la oficina de la embarcadora en Alemania y si esta todo en orden procede a contactarse con el exportador para fijar una fecha para embarcar su mercadería

3. CSO Pregunta cliente para cuando quiere embarcar, el cliente procederá a indicarle la fecha en la que quiere su mercadería en el país de destino, entonces con esta fecha el CSO busca la fecha más exacta en sistema y procede a reservar un espacio en algún buque de las navieras con las que tiene convenio.

Acá hace impresión del documento que contiene el itinerario de la nave y las shipping instructions y se procede a crear una carpeta para esta nueva transacción.

4. Si es que hay espacio disponible y todo está en orden, la naviera más tarde confirmara vía mail al CSO el espacio reservado de la nave vía mail.

5. CSO confirmara al cliente que su fecha ha sido aprobada y le indicará hasta cuándo puede enviar los datos exactos de la carga vía mail en una MATRIZ de Excel o Word e

informara el periodo que puede entregar el contenedor cargado en el PE. (Este proceso se conoce como CUTOFF o corte documental)

6. El CSO crea un booking en el sistema interno de la empresa ingresando los datos proporcionados por el cliente y los datos de la reserva en el software privado del FFW, estos datos corresponden a:
 - ETD
 - ETA
 - Voyage
 - Vessel
 - Routing (transbordo): si es que la carga antes de su destino final pasará por otro puerto
 - Flete (prepaid/collect)
 - Carrier (empresa transportista)
 - Agente receptor (FFW en destino)
 - Departure container yard: el puerto donde el cliente retirara el contenedor vacío

7. El CSO envía el booking al cliente (le indica los costos de los documentos HBL para retirar la mercancía) y también envía este booking al CSD.

8. El CSO recibe desde el agente de aduana del cliente, la matriz con los datos exactos de la carga tales como peso, numero de paquetes, numero del contenedor, sellos y P.A. y con

esto procede a completar el HBL y generar el MBL en la página de la naviera o en un sistema unificado de navieras llamado INTTRA

9. Con los datos colocados en el sistema INTTRA Se generará el MBL borrador, y confirmación de zarpe de la nave (aquí se borran los costos del MBL ya que el cliente del FFW no tiene que saber que costos tiene el FFW negociado con la naviera)

10. Se envía el HBL a CSD y al cliente para que pague los costos del flete y los documentos generados por FFW para el retiro de la mercancía.

11. Una vez que se confirma el zarpe de la nave el CSO Pre alertara a CSO adjuntando documentos de exportación tales como:
 - MBL
 - HBL
 - Packing list
 - Factura comercial
 - Certificado de origen

12. Luego del zarpe se realiza la facturación de todos los gastos locales en relación al MBL (el FFW le cobra al cliente para así pagarle estos costos a la naviera)

14. Finalmente se hace el cobro del flete al cliente

CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES

Con este informe de práctica se puede evidenciar que no hay duda que los alimentos funcionales generan uno de los segmentos más prometedores y en desarrollo dinámico de la industria alimentaria.

Esto queda evidenciado por los estudiantes en el contexto en donde realizaron su práctica profesional donde pudieron dar cuenta del alto incremento de exportaciones a diversos países de productos funcionales, específicamente la Inulina.

Hay varios factores que apoyan la entrada de productos funcionales a nuevos mercados como la creciente conciencia del consumidor a una dieta saludable en combinación con nuevos avances en varios dominios científicos, que avalan el consumo de este tipo de alimentos, para mantener una vida saludable.

Por otro lado, Chile es uno de los lugares privilegiados en el mundo ya que cuenta con las condiciones climáticas adecuadas para el cultivo de achicoria.

Si a esto le sumamos que el mercado de la inulina en Chile es relativamente nuevo y se encuentra en pleno proceso de expansión nos encontramos con el escenario perfecto para buscar un nuevo mercado donde sea óptimo introducir la inulina chilena.

Cabe destacar que en los últimos años el comercio de inulina a nivel internacional ha mostrado una baja en cuanto a su valorización, a pesar de ello no se ha mostrado una gran disminución en cuanto a las cantidades producidas a nivel mundial, esto muestra que el

precio de la inulina ha ido disminuyendo conforme han pasado los años, debido quizás a que se ha mostrado una mayor masificación en el consumo de este alimento funcional con respecto a sus inicios, donde comenzó como un alimento no destacado en el mercado. A pesar de lo anterior señalado el mercado de la inulina sigue siendo un mercado relativamente nuevo y que valdría la pena explorar, ya que todavía no es reconocido a nivel mundial, más que nada, por la falta de conocimiento que posee la población con respecto a ello.

Según los resultados arrojados por la Matriz de Selección de Mercados, la mejor opción para incursionar en un nuevo mercado es Alemania que presento la ponderación más alta de los tres países tentativos que se evaluaron ya que obtuvo las calificaciones más altas en datos como, estabilidad económica, facilidad de hacer negocios, IVA país bajo, consumo per cápita de inulina favorable, rivalidad competitiva baja, tasa de desempleo baja y buen PIB per cápita ya que es una de las economías más grandes después de Estados Unidos y China, También otro factor muy importante es que Chile posee un acuerdo de asociación económica en vigencia con la Unión Europea lo que permite optar a rebajas arancelarias y a relaciones internacionales más expeditas.

Bibliografía

Bibliografía

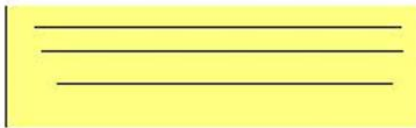
- Alimentos funcionales y biotecnología. (15 de Junio de 2017). *Scielo*. Obtenido de Alimentos funcionales y biotecnología: <http://www.scielo.org.co>**
- Banco Central de Chile. (11 de 04 de 2014). *Banco Central de Chile*. Recuperado el 06 de 12 de 16, de http://www.bcentral.cl/es/faces/bcentral/acercadelbanco/funciones;jsessionid=blZM-ltBbGT7IMZDrg8SyzQb-5VTz-fJzcj7FAAAh0Ojm7sLd-61!-723192748!NONE?_adf.ctrl-state=ag1p3ka3d_4&_afLoop=1616232894771859&_afWindowMode=0&_afWindowId=null#!%40%40%3F_afWindow**
- Camara de Comercio Internacional. (01 de 09 de 2015). *Camara de Comercio Internacional*. Recuperado el 01 de 12 de 16, de ¿Qué es la Cámara de Comercio Internacional ICC?: <http://www.iccpain.org/icc/quienes-somos/>**
- Departamento de Estudios de la DIRECON. (08 de 2017). Recuperado el 11 de 10 de 17, de Reporte Trimestral Comercio Exterior de Chile Enero-junio 2017: <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/Reporte-Trimestral-enero-junio-2017.pdf>**
- DHL . (13 de 07 de 2016). *DHL*. Obtenido de Descripción Comercial: http://www.dhl.cl/es/informacion_sobre_dhl/descripcion_comercial.html**
- Dirección General de Relaciones Internacionales. (12 de 10 de 2017). *DIRECON*. Obtenido de Barreras al Comercio Internacional: <https://www.direcon.gob.cl/preguntas-frecuentes/barreras-al-comercio-internacional/>**
- Direcon. (16 de Marzo de 2017). *Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales*. Obtenido de Chile reanudó negociaciones con Indonesia para alcanzar un acuerdo comercial: <https://www.direcon.gob.cl>**
- DSV Global transport & Logistic. (15 de Julio de 2016). *DSV Global transport & Logistic*. Obtenido de Conoce a DSV - Global Transport and Logistics: <http://www.dsv.com/>**
- DSV Global transport & Logistic. (29 de julio de 2016). *Sobre DSV*. Obtenido de Su proveedor de transporte de mercancías y logística a nivel internacional.: <http://www.es.dsv.com/About-DSV>**

- DSV Global transport & Logistic. (6/12/2015). *Política del Sistema de Gestión Integrada del Grupo DSV SPAIN.***
- Elsevier. (2008). Functional food. Product development, marketing and consumer. *appetite*, 4. Obtenido de <http://www.ufrgs.br>**
- IPLACEX. (11 de 10 de 17). *IPLACEX.* Obtenido de Transporte Internacional: <http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/Transporte%20internacional.pdf>**
- Jens Bjørn Andersen, C. D. (1 de 12 de 2015). *DSV.* Obtenido de Global transport & Logistics: <http://www.es.dsv.com/About-DSV/csr>**
- Krugman R., P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional Teoría y Política.* Addison Wesley.**
- Lund, J. (2016). Plan Global de RRHH: formación para todos. *Moves*, 5.**
- Neira, L. C. (2017). Alimentos Funcionales. *Biotempo*, 3.**
- ProChile. (s.f. de s.f. de 2016). *ProChile.* Obtenido de Guia país Italia 2016: <http://www.prochile.gob.cl>**
- ProChile. (s.f. de s.f. de 2016). *ProChile.* Obtenido de Guia país Alemania 2016: <http://www.prochile.gob.cl>**
- Ramos, A. J. (julio de 2014). *odepa.gob.* Recuperado el 04 de 09 de 2016, de Achicoria: Precursora de la Inulina: http://www.odepa.cl/wp-content/files_mf/1406041829Inulina201407.pdf**
- Servicio Nacional de Aduanas. (16 de 04 de 2013). *Proceso de Despacho de Mercancías.* Recuperado el 11 de 10 de 17, de Servicio Nacional de Aduanas: <https://www.aduana.cl>**
- Valenzuela Sepúlveda, R. (2012). *Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?* (Octava Edición ed.). Santiago, Chile: Legal Publishing Chile.**

Anexos

Anexo 1: Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: Direccion:..... Telefono / Fax:..... E-mail:.....							
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion:..... Atencion:..... INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....		Nombre de Contacto:..... Nuestra referencia:..... N° Cliente:..... N° de Orden de Pedido:.....					
La mercancia ha sido enviada en:							
Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg Marks (marcas): CALLAO PERU Vía: Maritima Made in: Brasil		Fecha:..... ...					
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM: CFR CALLAO				TOTAL FACTURADO		200,700.00	

Anexo 2: de Lista de empaque

PACKING LIST

No.: 114/AJ/EXP/XVII/09

Quantity : 281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS GRADE 1
 Shipped per : MV. CAPE FLORES 020W
 MV. MEDONTARIO 703S
 Port of Loading : SURABAYA, INDONESIAN PORT
 Destination : FREMANTLE PORT, AUSTRALIA



Marks	Description																																																								
15 / 1256 / 114 FIVE SENSES COFFEE 1 - 81	281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS, CONSIST OF: 81 BAGS = 4.76 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1 (EX GROWER) 66 BAGS = 3.96 MT OF JAVA ARABICA WIB GRADE 1 134 BAGS = 8.04 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1																																																								
15 / 1256 / 114A JAVA ARABICA WASHED GRD 1 1 - 66																																																									
15 / 1256 / 114B BALI KINTAMANI ARABICA WASHED GRD 1 1 - 134																																																									
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Full & Sound</td> <td style="width: 40%;">: 168 Bags @ 60.9 Kgs</td> <td style="width: 10%;">:</td> <td style="width: 35%;">10,231.20 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 108 Bags @ 60.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>6,566.40 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 1 Bags @ 18.9 Kgs</td> <td>:</td> <td>18.90 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 1 Bags @ 56.9 Kgs</td> <td>:</td> <td>56.90 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 1 Bags @ 42.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>42.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 1 Bags @ 12.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>12.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>: 1 Bags @ 72.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>72.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td>Balance</td> <td>: - Bags @ - Kgs</td> <td>:</td> <td>- Kgs</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: right;">Gross</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>: 281 Bags</td> <td>:</td> <td>17,001.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Less:</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tare of 170 Bags of 0.9 kg each</td> <td>:</td> <td>153.00 Kgs</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tare of 111 Bags of 0.8 kg each</td> <td>:</td> <td>88.80 Kgs</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">Total</td> <td>:</td> <td style="border-top: 1px solid black;">16,760.00 Kgs Nett.</td> </tr> </table>	Full & Sound	: 168 Bags @ 60.9 Kgs	:	10,231.20 Kgs Gross		: 108 Bags @ 60.8 Kgs	:	6,566.40 Kgs Gross		: 1 Bags @ 18.9 Kgs	:	18.90 Kgs Gross		: 1 Bags @ 56.9 Kgs	:	56.90 Kgs Gross		: 1 Bags @ 42.8 Kgs	:	42.80 Kgs Gross		: 1 Bags @ 12.8 Kgs	:	12.80 Kgs Gross		: 1 Bags @ 72.8 Kgs	:	72.80 Kgs Gross	Balance	: - Bags @ - Kgs	:	- Kgs				Gross	Total	: 281 Bags	:	17,001.80 Kgs Gross	Less:					Tare of 170 Bags of 0.9 kg each	:	153.00 Kgs		Tare of 111 Bags of 0.8 kg each	:	88.80 Kgs		Total	:	16,760.00 Kgs Nett.
Full & Sound	: 168 Bags @ 60.9 Kgs	:	10,231.20 Kgs Gross																																																						
	: 108 Bags @ 60.8 Kgs	:	6,566.40 Kgs Gross																																																						
	: 1 Bags @ 18.9 Kgs	:	18.90 Kgs Gross																																																						
	: 1 Bags @ 56.9 Kgs	:	56.90 Kgs Gross																																																						
	: 1 Bags @ 42.8 Kgs	:	42.80 Kgs Gross																																																						
	: 1 Bags @ 12.8 Kgs	:	12.80 Kgs Gross																																																						
	: 1 Bags @ 72.8 Kgs	:	72.80 Kgs Gross																																																						
Balance	: - Bags @ - Kgs	:	- Kgs																																																						
			Gross																																																						
Total	: 281 Bags	:	17,001.80 Kgs Gross																																																						
Less:																																																									
	Tare of 170 Bags of 0.9 kg each	:	153.00 Kgs																																																						
	Tare of 111 Bags of 0.8 kg each	:	88.80 Kgs																																																						
	Total	:	16,760.00 Kgs Nett.																																																						

MALANG, NOV. 03, 2009

CONTAINER AND SEAL NR.

KKTU 7507751

BAP 08299

PT. "Asoal Jaya"
DAMPIT - MALANG

Anexo 3: Instrucciones de embarque (Shipping Instructions)



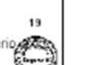


Av. Bígono 1270 - 9º Piso
 (C 1000 AAC) - Ciad. de Bs. As.
 República Argentina
 Tel.: (54-11) 4302-9900
 Fax.: (54-11) 4302-9901
 monipointcargo@monipoint.com
 Web site: www.monipoint.com.ar

INSTRUCCIÓN DE EMBARQUE AÉREA				
Embarcador			CUIT	
Domicilio		Localidad		
Teléfono	Fax	E-mail		
Persona de Contacto			Cargo	
Destinatario		Ciudad		
Domicilio		País		
Teléfono	Fax	Aeropuerto		
Notificador				
Domicilio				
Teléfono	Fax	E-Mail		
Cantidad y tipo de Bultos	Descripción de las mercaderías	Marcas	Medidas <small>Largo x Ancho x Alto</small>	Peso Bruto
Carga Peligrosa UN # / Riesgo Clase				
Documentación a Adjuntar a la Guía Aérea				
Entrega de la Carga		Flete Aéreo		
Día	Hora	Prepaid <input type="checkbox"/>	Collect <input type="checkbox"/>	
Lugar		Cia. Aérea Elegida		
Despachante de Aduana				
Teléfono	Fax	E-mail		
Observaciones				

Declaro bajo juramento que los datos consignados precedentes son ciertos, librando de toda responsabilidad a Monipoint S.A. por la no coincidencia de lo embarcado con esta declaración.

Anexo 4: Bill of lading

Transporte II EENI - The Global Business School		46/74																									
<p>entrega al ordenante o a quien este designe ("evidencing goods irrevocably taken over for despatch to the order of").</p> <p>Ejemplo:</p>																											
<p>1 Remitente (nombre, domicilio, país) EXPOR SA Calle 12 Barcelona - España</p>		<p>CARTA DE PORTE INTERNACIONAL. Este transporte queda sometido, no obstante toda cláusula contraria, al Convenio sobre el Contrato de Transporte Internacional de Mercaderías por Carretera</p> <p>CMR</p>																									
<p>2 Consignatario (nombre, domicilio, país) IMPOR Ltd Traffic Dpt. P.O. BOX 11 PORTO / PORTUGAL</p>		<p>16 Porteador (nombre, domicilio, país) Transportes Reunidos SA Calle 12. Zona Franca 08001. Barcelona. España</p>																									
<p>3 Lugar de Entrega de la mercancía (lugar, país) PORTO / PORTUGAL</p>		<p>17 Porteadores sucesivos (nombre, domicilio, país)</p>																									
<p>4 Lugar y fecha de carga de la mercancía (lugar, país, fecha) Barcelona / SPAIN / 01.01.2003</p>		<p>18 Reservas y observaciones del porteador</p>																									
<p>5 Documentos Anexos</p>																											
<p>6 Marca y Número 090290/1-2</p>	<p>7 Número de bultos 2</p>	<p>8 Clase de embalaje Cajas</p>	<p>9 Naturaleza de la mercancía Piezas para construcción de maquinaria</p>	<p>10 N° Estadístico 11212122</p>	<p>11 Peso bruto Kg 1121</p>	<p>12 Volumen m3 10</p>																					
<p>13 Instrucciones del remitente</p>		<p>19 Estipulaciones Particulares</p>																									
<p>14 Forma de Pago <input type="checkbox"/> Porte Pagado <input type="checkbox"/> Porte Debido</p>		<table border="1"> <thead> <tr> <th>20 A pagar por:</th> <th>Reservante</th> <th>Monedas</th> <th>Consignatario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Precio Transporte</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Líquido/Balances</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Suplementos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Gastos accesorios</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		20 A pagar por:	Reservante	Monedas	Consignatario	Precio Transporte				Líquido/Balances				Suplementos				Gastos accesorios				TOTAL:			
20 A pagar por:	Reservante	Monedas	Consignatario																								
Precio Transporte																											
Líquido/Balances																											
Suplementos																											
Gastos accesorios																											
TOTAL:																											
<p>21 Formalizado en: Barcelona</p>		<p>15 Reembolso: 100/00</p>																									
<p>22 Firma y Sello del remitente </p>	<p>23 Firmas y sellos de los transportistas Transportistas Reunidos </p>	<p>24 Recibo de la mercancía Lugar a 19 Consignatario </p>																									

Anexo 5: Mandato

Santiago, _____

MANDATO ESPECIAL

Mediante el presente documento el señor _____
Rut _____ en representacion de _____
confiero poder al _____
para que en nombre y representacion de esta empresa efectue ante el Servicio
Nacional de Aduanas todo los tramites pertinentes para ejecutar la siguiente
operación:

Destinacion Aduanera _____
Pais de Destino _____
Cliente _____
Mercancias _____

Para el efecto, hago entrega a usted de los siguientes documentos

<input type="checkbox"/>	Conocimiento de Embarque	<input type="checkbox"/>	Certificado de Origen
<input type="checkbox"/>	Guia Aerea	<input type="checkbox"/>	Certificado Fitosanitario
<input type="checkbox"/>	CRT	<input type="checkbox"/>	Certificado de Seguro
<input type="checkbox"/>	Factura	<input type="checkbox"/>	Lista de empaque
		<input type="checkbox"/>	Otros

Otros Antecedentes

Via de Transporte	_____	Clausula de Venta	_____
Modalidad de Venta	_____	Forma de Pago	_____
Comision en el Exterior	_____	Otros	_____

pp. Firma del Exportador

Anexo 6: Certificado de origen

ORIGINAL

1. Exporter's name, address, country:		Certificate No.:					
2. Producer's name and address, if known:		CERTIFICATE OF ORIGIN					
3. Consignee's name, address, country:		Form F for China-Chile FTA					
4. Means of transport and route (as far as known)		Issued in <u>The People's Republic of China</u>					
Departure Date		(see instruction overleaf)					
Vessel /Flight/Train/Vehicle No.		5. For Official Use Only					
Port of loading		<input type="checkbox"/> Preferential Tariff Treatment Given Under <u>China-Chile FTA</u>					
Port of discharge		<input type="checkbox"/> Preferential Treatment Not Given (Please state reasons)					
		Signature of Authorized Signatory of the importing Country					
		6. Remarks					
7. Item number (Max 20)	8. Marks and numbers on packages	9. Number and kind of packages; description of goods	10. HS code (Six digit code)	11. Origin criterion	12. Gross weight, quantity (Quantity Unit) or other measures (liters, m ³ , etc)	13. Number, date of invoice and invoiced value	
SAMPLE							
14. Declaration by the exporter			15. Certification				
The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct, that all the goods were produced in			It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration of the exporter is correct.				
CHINA (Country)							
and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to			Place and date*, signature and stamp of certifying authority				
CHILE (Importing country)			Certifying authority				
			Tel: Fax:				
			Address:				
Place and date, signature of authorized signatory							

* A Certificate of Origin under China-Chile Free Trade Agreement shall be valid for one year from the date of issue in the exporting country.



AQSIQ 06000045

Anexo 7: Certificado fitosanitario

CERTIFICADO FITOSANITARIO PHYTOSANITARY CERTIFICATE		
SERVICIO AGRICOLA Y GANADERO ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE CHILE PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF CHILE		Nº 0000887885
1. A: ORGANIZACION (ES) DE PROTECCION FITOSANITARIA DE / B: Plant Protection Organization (s) of NETHERLANDS		
DESCRIPCION DEL ENVIO / DESCRIPTION OF CONSIGNMENT		
1. NOMBRE Y DIRECCION DEL EXPORTADOR (S) / Name and address of Exporter DAVID DEL CORRAL S.A., EDIFICIO PLAZA AMERICAS AV. VITACURA 5150 OFICINA 502 VITACURA, SANTIAGO - CHILE	3. NOMBRE Y DIRECCION DESTINARIOS DEL DESTINARIO (S) / Consignee name and address of consignee DETECT SOURCE INTERNATIONAL B.V., KRIEZKROEK 28, 3291 CE STRIJEN, THE NETHERLANDS BORI: NL450462092	
4. NUMERO Y DESCRIPCION DE BOLSO(S) / Number and description of package(s) 2760, BOLSAS	6. NOMBRE DEL PRODUCTO Y CANTIDAD/DECLARACION / Name of product and declared quantity FRISH KING, 19320	5. NOMBRE BOTANICO DEL PRODUCTO / Botanical name of product ACTINIDIA CHINENSIS
7. NOMBRE DEL TRANSPORTE/ DECLARACION / Transport means of consignment BEROJA EMPAT	8. LUGAR DE ORIGEN / Place of origin VZ 8833081 CACHAPAN	9. PUNTO DE EMBAQUE/DECLARACION / Declared point of entry ROTTERDAM
10. EMBAQUE DESTINADO / Consigning marks CONTACTAR: 0910959525-2		
11. Por la presente se certifica que los animales, productos vegetales y otros artículos reglamentados de esta lista que han inspeccionado y/o analizado a solicitud o en virtud de acuerdo con los procedimientos oficiales autorizados y se garantiza que están libres de plagas cuarentenarias reguladas, por lo tanto con destino importación y que cumplen las regulaciones fitosanitarias vigentes de la parte contratante importadora, incluidas las relativas a los países de subregionales reglamentadas. This is to certify that the animals, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are equivalent to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to comply with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.		
DECLARACION ADICIONAL / ADDITIONAL DECLARATION		
12. FECHA / Date 04/05/2015		
13. PRODUCTO (regulado de Aduana / Customs (regulated product) ACTINIDIA CHINENSIS		
14. INFORMACION ADICIONAL / Additional information XXXX		
15. NOMBRE OFICIAL AUTORIZADO (S) / Name of authorized officer CAROLINA SANCHEZ DONOSO		
16. LUGAR DE EMBAQUE / Place of issue PUERTO VALPARAISO		17. FECHA / Date 10/03/2015

ORIGINAL

Anexo 8: Certificado de seguro

MAPFRE COMPAÑIA DE SEGUROS GENERALES DE CHILE S.A. ¹			
CERTIFICADO DE SEGURO DE TRANSPORTE MARÍTIMO			
CERTIFICADO N° :123		POLIZA N° 00001234	
Asegurado : Impotagro S.A Domicilio : Antonio Varas 666 Teléfono :569 81542894	Rut: 99.123.456-8 Comuna : Providencia	Ciudad: Santiago	
Vigencia desde: 01/12/2016	HASTA : 30/0/2017	FECHA DE EMISION: 16/11/2016	
Materia Asegurada: Un contenedor de 20 con 8 Tractores Jinma 284			
Embalaje: IRON FRAME		PESO(Kg) : 10.896	
Vehículo(Nombre/Patente):		Fecha De Embarque:12/12/16	
Conoc. De Embarque N°: Nn001234		Desde (ciudad y país): Shanghai, China	
Transbordos: No		Hasta (ciudad y país): Valparaíso	
Nave de Transbordo :		Viaje N°	
<p>Coberturas: Clausula chilena para carga marítima "A" POL120131419 Cláusula adicional para GUERRA CAD120131692. Cláusula adicional para HUELGA POL 1 93 016.</p> <p>TODO RIESGO, DE ACUERDO A LA PÓLIZA DE TRANSPORTE MARÍTIMO PARA CARGA "A", DE BODEGA A BODEGA, CON 60 DÍAS DE ESTADÍA EN ADUANA DE DESTINO.</p> <p>Condiciones particulares: Forma de pago: documentado 15 días arribo de la nave</p> <p>Deducibles:-</p> <p>Exclusiones: Se excluye contaminación e infestación, de no mediar un accidente aparado por la cobertura otorgada. Se excluye pérdida de calidad del producto, de no mediar un accidente aparado por la cobertura otorgada. Se excluyen las pérdidas y/o la extracción de muestras a productos de las inspecciones fitosanitarias realizadas por la autoridad competente.</p> <p>Liquidadores asignados: Se incluye anexo relativo al procedimiento de liquidación de siniestros.</p> <p>Cobertura solo para materias nuevas, sin uso.</p>			
Suma asegurada: 43.072.15 USD		tasa : 0.25 %	
Moneda: Dólares			
Total: 43.072.15		tasa adicional: %	prima: 106,50 USD
<p>Esta Compañía de Seguros declara que asegura la autenticidad de conformidad con las condiciones generales, condiciones particulares, cláusulas adicionales, cláusulas alternativas y cláusulas opcionales de la Póliza Flotante N° 2000, y que el presente certificado se deberá ajustar estrictamente a lo señalado en la dicha póliza flotante. En caso de diferencias, errores u omisiones prevalecerá lo expuesto en la póliza flotante N° 2000.</p>			
 Firma del Embarcador		 Firma del representante de la Compañía	

¹ Este formulario ha sido modificado como material de este informe y no corresponde a un formato real de Mapfre.