



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE EXPORTACIÓN DE AJÍ MERKÉN DESHIDRATADO PARA PRODUCTORES
DE LA ARAUCANÍA HACIA MÉXICO

Autor

FRANCISCO JAVIER DURÁN KOCH

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

PROFESOR GUIA: IGNACIO NICULCAR

Santiago, Enero de 2018

AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo de título a mis padres Andrés y Myriam por el esfuerzo, paciencia y apoyo que me otorgaron durante todo este tiempo, a mis hermanos Marcelo Durán Koch y Scarlett Durán Koch, a mi primo Gonzalo Tapia Koch por su ayuda universal sobre todo en matemáticas y por la paciencia entregada, a mi amigo Alfredo Gordian por la motivación, a mis tíos, primos, abuelos paternos y de manera especial en memoria de mi abuelo Sergio Koch Benavides, mi abuela Gioconda Araya Corral y mi tío Jaime Koch Araya, quienes han sido parte fundamental de este proceso de aprendizaje, el cual comenzó en el año 2007 cuando ingrese a la Universidad UTEM sede Macul y posteriormente en el año 2010 a la Universidad de Valparaíso Campus Santiago.

También quiero destacar la motivación en los momentos difíciles y la paciencia entregada por mi hermano Marcelo Duran Koch hacia mi persona cuando sentía que todo estaba perdido.

Francisco Javier Durán Koch

RECONOCIMIENTOS

Por medio de esta investigación cierro un ciclo lleno de aciertos y dificultades, donde pensé en algún punto me sería casi imposible terminar el trabajo de título a tiempo, lo que gracias a la determinación con la que afronté el desafío no ocurrió. Fue un periodo enriquecedor en el aspecto personal ya que pude conocer grandes personas y seres humanos de distintos lugares (compañeros de universidad), conocer profesores de excelente nivel profesional y humano, y a los funcionarios de la Universidad de Valparaíso Campus Santiago quienes aportaron cada uno con un granito de arena para finalizar el proceso.

Esta etapa no estuvo exenta de dificultades y de momentos de duda, pero gracias al apoyo de mi familia, su ayuda y compañía pude sortearlos de la mejor manera posible. El fin de una etapa es el comienzo de una nueva llena de nuevos desafíos, los que afrontaré de la misma forma dando lo mejor de mí en cada situación que se me presente, con motivación, determinación y ganas, aspectos que se agrupan en una frase extraída del cine que representa a cabalidad mi pensamiento:

“Déjame decirte algo que ya sabes. EL mundo no es un arcoíris y amaneceres. En realidad es un lugar malo y asqueroso. Y no le importa lo duro que seas, te golpeará y te pondrá de rodillas y ahí te dejará si se lo permites. Ni tu ni nadie golpeará tan fuerte como la vida. Pero no importa lo fuerte que puedas golpear, importa lo fuerte que pueda golpearte y seguir avanzando, lo mucho que puedas resistir y seguir adelante. Eso es lo que hacen los ganadores. Ahora, si sabes lo que vales, ve y consigue lo que vales. Pero debes ser capaz de recibir los golpes y no apuntar con el dedo y decir que eres lo que eres por culpa de ese o el otro. Eso lo hacen los cobardes. Y tú no eres un cobarde. Tú eres mejor que eso.

Aguanta mientras avanzas, hay que soportar sin dejar de avanzar, así es como se gana”.

Rocky, 1976.

RESUMEN

A través de este trabajo de investigación se busca alcanzar cómo principal objetivo el elaborar un plan integral de exportación de ají merkén deshidratado para productores de la Araucanía hacia México.

Este plan de diseño para que agricultores de la IX región, agrupados en una cooperativa, tengan todas las herramientas e información necesarias para poder comercializar su producto en el mercado mexicano, el cual espera alcanzar en su primer envío 2.400 kilos. Se contempla mantener el proceso de cultivo y recolección de manera artesanal y el procesamiento de forma semi industrial buscando cumplir todos los requisitos sanitarios y de calidad que otorguen la calidad de producto gourmet a este.

En primera instancia, se hará una revisión respecto a ají merkén, se profundizará en su historia y origen relacionado a uno de los pueblos originarios de mayor relevancia en Chile y Sudamérica, ligando sus tradiciones culinarias con sus creencias relacionadas con el respeto a la tierra. Asimismo, se profundiza en el proceso productivo desde el huerto hasta tener la mercancía terminada tan familiar estos últimos años en la mesa de muchas familias chilenas.

En segundo lugar, se construye un robusto plan comercial que permitiera a la cooperativa tener una definición clara de cómo llevar a cabo el desembarque en este nuevo mercado, que factores internos y externos deberían conocer previamente y que factores podrían ser críticos a la hora de la ejecución de este plan y bajo que variables de marketing se debería comercializar el producto.

Finalmente, se profundiza paso a paso como llevar a cabo un proceso de exportación que permita que el producto llegue exitosamente desde la planta productiva a manos del cliente, mediante una cadena logística integrada que permita un proceso fluido, haciendo hincapié en aquellos aspectos que tienen especial relevancia en la correcta implementación de este.

ABSTRACT

The main objective of this research is to prepare a comprehensive export plan for *Merkén*, a dehydrated chili pepper, for producers from the *Araucanía* region to Mexico.

This plan is designed for the farmers of the IX Region, who are grouped in cooperatives, so that they have all the necessary tools and information to be able to commercialize their products in the Mexican market. It is expected that its first delivery reaches 2,400 kilos. It is also considered to maintain the artisanal method of cultivation and harvesting, but processing in a semi-industrial way, complying with all sanitary and quality requirements that grant the denomination of a gourmet product.

In the first place, an investigation will be carried out on the *Merkén* pepper. This study will consider the history and origin that is related to one of the most important indigenous peoples of Chile and South America, and will link their culinary traditions with their beliefs related to the devotion to the land. In addition, the production process is studied from the orchard to the table of many Chilean families, where *Merkén* has become so popular in recent years.

Secondly, a robust business plan is built that allows the cooperative to have a clear definition of how to enter this new market, what internal and external factors should be previously identified and what factors could be critical at the time of execution of this plan, and under what marketing variables the product must be commercialized.

Finally, it explains step by step how to carry out an export procedure that allows the product to arrive successfully from the production plant into the hands of the customers, through an integrated logistics chain that allows a fluid process, emphasizing those aspects that they have special relevance in the correct implementation of this.

ÍNDICE

Introducción	1
Planteamiento del problema	1
Objetivos	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Preguntas de la investigación	3
Justificación de la investigación	4
Marco Teórico	4
Marco Metodológico	4
Capítulo I: Descripción de la práctica	6
1.1. Descripción de la empresa u organización	6
1.2. Breve reseña histórica	6
1.3. Misión	6
1.4. Visión	6
1.5. Productos o servicios ofrecidos	7
1.6. Funciones desempeñadas durante la práctica profesional	7
1.7. Razones que impulsaron al desarrollo del tema	7
Capítulo II: Marco teórico	9
2.1. El producto: Ají Merkén deshidratado	9
2.1.1. Historia y origen	9
2.1.2. Cultivo y proceso productivo	10
2.1.3. Rol en la cocina nacional	11
2.2. Comercio Exterior	12
2.2.1. Concepto de Comercio Internacional	12
2.2.2. Teorías del Comercio Internacional	14
2.2.3. Importación y Exportación	15
2.2.4. Proceso de Exportación	17
2.2.4.1. ¿Qué y quiénes pueden exportar?	17
2.2.4.2. Oferta Internacional	18

2.2.4.3.	Modalidades de venta	19
2.2.4.4.	Medios de Transporte	20
2.2.4.5.	Formas de Pago Internacional	21
2.2.4.6.	Acuerdos y Cooperación internacional	22
2.2.4.7.	Gestión Aduanera	23
2.2.4.8.	Documentación implicada en el proceso de exportación	24
2.2.4.9.	Pago y liquidación de divisas	25
	Capítulo III: Marco Metodológico	27
	Capítulo IV: Plan de Exportación de Ají Merkén a México	28
4.1.	Definición del plan comercial	28
4.1.1.	Análisis de mercado	29
4.1.1.1.	Consumidor/Comprador de productos alimenticios en México	31
4.1.1.2.	Análisis FODA	31
4.1.1.3.	Modelo de las cinco fuerzas de Porter	32
4.1.1.3.1.	Posibles compradores y su poder negociador	33
4.1.1.3.2.	Poder negociador de los proveedores	33
4.1.1.3.3.	Competidores actuales	34
4.1.1.3.4.	Productos sustitutos	34
4.1.1.3.5.	Amenaza de ingreso de nuevos participantes	34
4.2.	Análisis de producto	35
4.2.1.	Capacidades productivas	35
4.2.2.	Marketing Táctico	37
4.2.2.1.	Producto	37
4.2.2.2.	Precio	37
4.2.2.3.	Promoción (Comunicación)	39
4.2.2.4.	Plaza (Distribución)	39
4.3.	Identificación de factores críticos	40
4.3.1.	Proceso productivo	40
4.3.2.	Proceso de exportación	41
4.4.	Plan de exportación	42
4.4.1.	Datos del producto a exportar	42

4.4.2.	Contratar al importador (broker)	42
4.4.3.	Recopilación de permisos producto procesado	43
4.4.4.	Oferta exportadora	43
4.4.4.1.	Clasificación Arancelaria	43
4.4.4.2.	INCOTERMS	44
4.4.5.	Formato de Venta	44
4.4.6.	Medio de transporte	44
4.4.6.1.	Cálculo peso volumen	46
4.4.6.2.	Cálculo de Derechos	47
4.4.7.	Normativa arancelaria vigente	49
4.4.8.	Forma de pago	49
4.4.9.	Recopilar la información transaccional	50
4.4.9.1.	Factura Proforma	50
4.4.9.2.	Factura Comercial	50
4.4.9.3.	Guía Aérea (Air waybill)	50
4.4.9.4.	Certificado de Origen	51
4.4.9.5.	Documento Único de Salida (DUS)	51
4.4.9.6.	Lista de empaque (<i>Packing list</i>)	52
4.4.9.7.	Manifiesto de Carga Internacional	52
4.4.9.8.	Póliza de Seguro (Seguro de Transporte)	52
4.4.10.	Tramitación bancaria de respaldo (Carta de crédito)	53
4.4.11.	Contacto con Agente de Aduanas	53
4.4.11.1.	Despacho Aduanero	54
4.4.12.	Liquidación de la Operación	54
4.4.12.1.	Pago y liquidación de divisas	55
	Capítulo V: Conclusión y Discusión	56
	Bibliografía	58
	Anexos	61

INTRODUCCIÓN

La globalización en nuestros días cumple un rol de conectar distintos puntos alrededor del mundo, superando mediante la comunicación y la interdependencia las fronteras que nos dividen en países. Bajo este contexto, una de sus aristas como es el comercio, se erige como uno de los medios más relevantes por el cual podemos hacer llegar nuestra cultura y tradiciones a cada rincón del planeta. Este trabajo de título buscará ser un aporte en línea con este planteamiento siendo un agente facilitador para que las tradiciones de uno de nuestros pueblos originarios más importante como el mapuche, a través uno de sus productos alimenticios centenarios como el ají merkén pueda darse a conocer fuera del país, específicamente en una cultura en la cual existe un gusto desarrollado por este tipo de alimentos y con la cual tenemos en común ser descendientes de pueblos ancestrales como es la mexicana. En particular, interesa desarrollar un plan integral de exportación de ají merkén deshidratado para productores de la Araucanía hacia México.

1. Planteamiento del problema

Tener un producto de buena calidad al día de hoy no es suficiente para asegurar la subsistencia de un negocio o el éxito de este. Este es el caso del ají merkén, producto icono de la cultura mapuche el cual durante años se ha desarrollado de forma artesanal en el sur del país principalmente en la IX región y se ha esparcido al resto del país por el boca a boca. No hay dudas de este producto cumple una característica fundamental de cualquier dieta, ser un alimento sano y natural, cuyo aporte central es la nutrición. Asimismo, junto a su rol gastronómico también desempeña un rol socio-cultural dado que muchos ritos y fiestas están relacionados con él, transformándose en un elemento base de la identidad de este pueblo. Dada esta situación, entendiendo el potencial gourmet que esta mercancía posee y a la oportunidad que los agricultores que lo cosechan están dejando de capitalizar por no tener los conocimientos ni la experiencia en comercio internacional se vuelve trascendental generar un modelo integral que les permita, desde la huerta llevar su producto fuera de las fronteras nacionales, en particular, a una cultura que tiene un alto aprecio por productos con estas características, lo cual a futuro puede

decantar en un negocio con una importante participación en el desarrollo de la industria hortofrutícola regional.

2. Objetivos

Los objetivos que busca alcanzar este estudio son los siguientes:

2.1. Objetivo general

Elaborar un plan integral de exportación de ají merkén deshidratado para productores de la Araucanía hacia México, considerando un análisis detallado del mercado objetivo, capacidades comerciales y de abastecimiento asociado al producto, identificando factores críticos a tener en consideración en su implementación.

2.2. Objetivos específicos:

En concordancia con lo planteado previamente, se establecen los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Revisar los aspectos más relevantes del producto ají merkén, ampliando el conocimiento de este a través de un breve repaso de su origen, historia, cultivo y proceso productivo.
- ✓ Analizar en detalle el mercado de los condimentos en México, en particular de los productos artesanales o gourmet, teniendo en consideración fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a los que nos veremos enfrentados al ingresar a esta plaza.
- ✓ Determinar el rol comercial de nuestro producto en el mercado mexicano, definiendo con claridad sus variables más relevantes: producto, precio, promoción y distribución

- ✓ Entender y cuantificar las capacidades productivas de ají merkén bajo un modelo de cooperativa de los agricultores de la IX región como base de nuestra capacidad de abastecimiento.
- ✓ Aplicar los conocimientos sobre comercio exterior para desarrollar paso a paso un modelo integral que permita a los productores locales exportar su mercancía de manera constante cumpliendo con todos los requerimientos sanitarios, legales y aduaneros involucrados de ambos países

3. Preguntas de la investigación

Las preguntas que se buscarán responder por medio de este trabajo de título son:

- ¿Qué es, de donde proviene, cómo se produce y cuáles son las propiedades del ají merkén deshidratado?
- ¿Cómo opera el mercado hortofrutícola-deshidratados mexicano y de qué manera impulsar sus beneficios para cautivar a sus consumidores?
- ¿Cuál es el potencial de comercialización del ají merkén y bajo qué estrategia de marketing ingresar al mercado para asegurar el posicionamiento del producto?
- ¿Cuál es la conveniencia de trabajar bajo un modelo de cooperativa entre productores y cómo esto impacta en el volumen y costos de producción del producto?
- ¿Cuáles son las etapas y requisitos formales tanto sanitarios, impositivos, comerciales, legales y aduaneros por las cuales el producto debe pasar para ser exportado a México?

4. Justificación de la investigación

Las razones que motivaron este estudio fueron, en primera instancia, la trascendencia de la industria hortofrutícola nacional en el desarrollo de las comunidades indígenas. Esto se fundamenta en cómo sus integrantes desde siglos atrás viven y se desarrollan en torno a la tierra y sus frutos, trabajándola con responsabilidad, amor por la naturaleza y bajo un sistema de valores en donde la naturaleza es un ente sagrado. Asimismo, el cultivo de este alimento es realizado por mujeres lo cual incrementa la valorización del papel del género en la familia mapuche y en la sociedad. Asociado a esto, el incorporar productos originarios de nuestra tierra en mercados foráneos como lo es el mexicano amplía aún más la gama de mercancías presentes actualmente incrementando la presencia del producto chileno en las urbes más importantes del mundo. Por último existe un rol social al potenciar la agricultura de la IX región dado que es motor en la generación de empleos y en la producción cuyos beneficios son aprovechados por todos sus habitantes.

5. Marco Teórico

El desarrollo de esta investigación se sustenta en una serie de teorías económicas, de diversas corrientes de pensamiento, las cuales han sido base de gran parte de los estudios asociados a la temática del comercio. Dentro de las principales teorías encontramos: Teoría Ventaja Absoluta (Adam Smith) y la Teoría Ventaja Comparativa (David Ricardo). Por su parte, desde la vertiente de los neoclásicos tenemos la Teoría Heckscher - Ohlin (Dotación de factores relativa) y la Teoría de división de trabajo o especialización (Adam Smith), las cuales son abordadas a detalle en el capítulo II de este trabajo.

6. Marco Metodológico

La investigación a desarrollar es de tipo exploratoria puesto que es un tema conocido y del cual existe información. A pesar de esto, existe poca información específica que relacione al producto estudiado con el proceso de exportación por lo cual se profundiza esta línea investigativa. Para esto, se realiza una recopilación de información sobre el producto y el proceso a través de

artículos de investigación, información contenida en sitio web relacionados a la temática, artículos de prensa sumado a una revisión bibliográfica en detalle de distintos autores sobre el tema en cuestión. Sumado a esto, se incorpora la opinión experta de profesionales relacionados a la temática.

I. DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA

A continuación se exhibirá un breve resumen de los aspectos más relevantes de la práctica profesional realizada.

1.1. Descripción de la empresa u organización

- ✓ Nombre: Agencia de Aduanas Mario Vargas Terrazas
- ✓ Dirección: Av. Portugal 1438, Santiago, Chile
- ✓ Rubro: Asesoría en trámites aduaneros (importación y exportación)

1.2. Breve reseña histórica

Mario Vargas Terrazas fue nombrado y designado como agente de aduanas por la resolución de la Dirección Nacional de Aduanas (Jefatura máxima del servicio N°03324 el 4 de Noviembre de 1980). Comenzó a operar como tal, el 02 de Enero de 1981, en una oficina con otras 2 personas realizando trámites de importación y exportación al principio entre sus amistades, a fin de darse a conocer en el campo de Comercio Exterior.

1.2.1. Misión

Ayudar y facilitar a nuestros clientes las herramientas para poder intervenir en representación de ellos ante terceros de manera óptima, precisa y adecuada en los procesos de Comercio Exterior, ya sea en importaciones o exportaciones, que se materializa a través de un Mandato otorgado a nosotros por nuestros clientes, con lo cual gestionamos los trámites pertinentes relacionados con el proceso.

1.2.2. Visión

Trabajar de la mejor forma y más completa posible; acabada en todo lo que tiene relación con el Comercio Exterior principalmente, en el sector aduanero donde se transforman las normas y disposiciones de la aduana. Las transformaciones ocurren constantemente, lo cual está influenciado por la situación económica que atraviesa el país con el pasar de los años.

1.3.Productos o servicios ofrecidos

Nuestro enfoque principalmente es desaduanar los artículos o mercancías que transitan por la frontera chilena y así cumplir con la normativa legal vigente. Además supervisamos que todos los trámites relacionados al proceso estén en orden según lo estipulado por la aduana. Nuestra labor es más que nada operativa gestionando los documentos necesarios para completar los procesos de forma precisa y detallada.

1.4.Funciones desempeñadas durante la práctica profesional

Las labores que realicé durante la práctica profesional fueron las siguientes:

- ✓ Trámites aduaneros de la agencia relacionados con la corrección, canje y valoración de B/L y guía aérea (trámite normal y anticipado)
- ✓ Pago flete marítimo y gastos asociados al proceso (importación/exportación) de la carga en las compañías navieras
- ✓ Emisión y recepción de Carta de porte terrestre en la empresa de transporte (camiones)
- ✓ Envío y recepción de documentación relacionada a transacciones internacionales (factura proforma, factura comercial, certificado de origen, DIN, DUS, *packing list*, manifiesto de carga internacional, contrato de seguro internacional)
- ✓ Tramitación carta de crédito entregando los documentos solicitados al banco para su apertura y posterior canje (cobro)
- ✓ Depósitos bancarios en dólares en representación de la agencia de aduanas para realizar la gestión aduanera y documental de la mercancía

1.5.Razones que impulsaron al desarrollo del tema

El trabajo realizado en la práctica profesional al interior de la agencia permitió entender en profundidad su rol e importancia en los procesos que comprende el comercio internacional, generando un gran aporte del punto de vista de presenciar la teoría aprendida en la universidad aplicada. Pero, a su vez, al ser una labor que se ejecuta bajo estrictas normas regulatorias genera que gran parte de los procesos que se ejecutan en el día a día estén altamente estandarizados,

razón por la cual no existió la posibilidad de proponer un proyecto que incluyera mejoras significativas a la operación.

Dada esta situación, el presente trabajo toma como base los conocimientos prácticos adquiridos en lo referente a transacciones comerciales y los aplica a un trabajo de investigación que contribuye a la bibliografía relacionada al comercio exterior en nuestro país.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. El producto: Ají Merkén deshidratado

En el siguiente apartado, se realizará una exploración de los aspectos principales del producto “Ají Merkén”, objeto de nuestra investigación, haciendo especial énfasis en su historia y origen cómo especial autóctona criolla, su proceso de cultivo y elaboración junto al papel que este desempeña actualmente en la cocina chilena.

2.1.1. Historia y origen

Cuando en Chile hablamos de Ají Merkén (desde ahora en adelante simplemente “merkén”) es imposible no relacionarlo con el pueblo mapuche, cultura ancestral que ha habitado las tierras del sur de nuestro país, principalmente en la IX región de la Araucanía, y expandiéndose hasta Argentina. Para este pueblo, según lo explica la fundación Slow Food¹ en su proyecto de tutelaje a productores de merkén, la tierra y la naturaleza son deidades sagradas que proveen, a través de la actividad agraria, de diversidad de productos que les ha permitido, con el paso de los años, construir una cocina rica en productos donde este condimento se erige como baluarte de esta riqueza culinaria.

Este fruto de la tierra, condimento y alimento ancestral a la vez, elaborado cuidadosamente por manos femeninas de la comunidad como bien describe la Fundación, está presente en la dieta mapuche desde hace más de 300 años, proporcionándole una identidad clara a través de su sabor y aroma inconfundibles al paladar de quien los consume en exquisitas preparaciones.

En investigaciones previas que profundizan el desarrollo de este producto, cómo “Ají Merkén con alto valor agregado (2010)” de la Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura, se define al merkén cómo un polvo cobrizo con un delicado sabor ahumado,

¹ Fundación Slow Food para la diversidad (1986) es un movimiento internacional de origen italiano cuyo objetivo es salvaguardar el patrimonio alimentario de la humanidad.

obtenido sobre la base de ají “Cacho de Cabra (especie *Capsicum annuum*)”², proveniente de producciones de comunidades mapuches ancestrales, el cual se procesa industrialmente en función de su origen y ubicación geográfica. A nivel de receta, en simples términos, se indica que este producto es resultado de la adición de ¼ de kilo de sal, por kilo de ají ahumado, secado, tostado y molido, con semilla incluida más unas especias.

Hoy en día, es normal ver al merkén presente en la carta de numerosos restaurantes y hoteles a nivel nacional, sumado a su expansión en el consumo regular de la población, siendo actor relevante en lo que se define como la “nueva cocina chilena”

2.1.2. Cultivo y proceso productivo

Es relevante tener en consideración que el proceso de elaboración de este producto llevarse a cabo de dos maneras: de manera artesanal entre comunidades el cual mantiene atributos propios de una cultura de subsistencia, siendo atomizado, altamente intensivo en mano de obra, con bajo nivel tecnológico, oferta marginal en volumen y bajo nivel de superficie sembrada. Bajo este concepto, encontramos tres grandes etapas en las cuales se divide su elaboración:

- ✓ Cultivo: La temporada dura aproximadamente 4 meses, iniciándose el mes de mes de Octubre en donde se seleccionan las semillas de la variedad ají Cacho de Cabra que se sembrarán en los huertos. Una vez que las plantaciones dan sus frutos, estos a través del proceso de maduración, pasando de una tonalidad verde a rojo intenso, volviéndose más picante a medida que este se desarrolla.
- ✓ Secado y ahumado: Una vez que el ají está en el punto exacto de maduración son secados de forma natural al sol. Luego, son colocados en una estructura de madera Coligüe denominada *pidil*, siendo ahumados sobre un fogón de madera nativa durante aproximadamente 30 minutos. Este proceso es cuidadosamente monitoreado para que el ají obtenga un color rojo

² El ají “Cacho de cabra” corresponde a un ecotipo local de la Araucanía, es decir, una subpoblación genéticamente diferenciada que está restringida a un hábitat específico.

oscuro, sólo pierda la cantidad de agua necesaria para su conservación y adquiera su ahora característico. Luego se recogen y se almacenan en sacos en el mismo lugar de ahumado.

- ✓ Preparación: El ají pasa por un proceso de selección, se limpia y desmenuza manualmente. Una vez reducidos a polvo o escamas, se lleva a cabo la mezcla final la cual debe tener un nivel mínimo de 70% ají, a lo cual se le suman otros ingredientes tales como cilantro ligeramente ahumado y triturado más sal marina (una medida no superior al 20%)

Por otra parte, existe un proceso a nivel semi industrial, empleado casi de manera exclusiva en la IX región. Contempla las etapas de recepción de materia prima, lavado, secado, ahumado, tostado, molienda y envasado en planta productiva, haciéndolo más eficiente. Bajo esta modalidad, se trabaja con resolución sanitaria cuya obtención se facilita bajo estas condiciones en comparación al proceso artesanal. Al 2010 en la región existen dos plantas de estas características establecidas y en pleno funcionamiento en la región de la Araucanía.

2.1.3. Rol en la cocina nacional

Este aliño, que durante muchos años pasó desapercibido, ha forjado un rol preponderante en la cocina de los más importantes chefs nacionales siendo un aporte a la diversificación de sabores en la preparación de platos desde la esquina del picor. Asimismo, ha tenido una revalorización y reinterpretación a través de la tendencia culinaria de rescatar los cultivos nacionales, bandera que enarbolan los más destacados chefs de la escena nacional. Dentro de ese espectro tenemos a Alex Manríquez, chef ejecutivo del restaurante Bristol del hotel San Francisco en una entrevista concedida al sitio web Perrera Arte (mayo 2016), entrega su apreciación respecto al merkén y su visión respecto a su proceso productivo “Nosotros, por ejemplo, no usamos pimienta porque la pimienta no es tan nuestra, en cambio el merkén sí que es nuestro. Cuando hueles este tipo de merkén te transportes automáticamente a la zona de Temuco, donde están los mapuches. Hay una responsabilidad sumamente grande y que creo que el Estado debiera hacerse cargo de esto, porque no puede ser que un producto patrimonial, como lo es el merkén, que tiene una identidad mapuche, araucana, de nuestro pueblos originarios, tenga permiso para ser industrializado. Es por eso que hoy encontramos merkén marca Líder, esto es algo inaceptable. El merkén deberían

producirlo las comunidades mapuches y tener los medios de comercialización para que sea un ingreso para ellos”.

Como consecuencia de esta expansión, resulta normal en la actualidad ir a un restaurante y encontrar en la mesa, junto a los condimentos clásicos como la sal y la pimienta, al merkén como una opción para potenciar el sabor de nuestros alimentos. Adicionalmente, esto ha ido desterrando esa antigua creencia en los consumidores de que el ají “hace mal para la salud” dado que, si se usa con mesura, este posee una serie de beneficios que expone Aguiar Rodríguez, cardiólogo a cargo del centro médico CardioAguiar en una entrevista a radio Bio Bio en Julio 2016: disminuye la presión arterial a través de su aporte en vitamina A y C, cumple una función afrodisiaca en base a la liberación de hormonas VIP (Vasoactive Intestinal Polypeptide), ayuda a perder peso mediante la acción termogénica del compuesto químico *capsaicina*, es saludable para el corazón ya que reduce los efectos perjudiciales del colesterol LDL (comúnmente conocido como “colesterol malo”) y finalmente ayuda a prevenir el cáncer de próstata mediante la *capsaicina* de acuerdo a la Asociación Americana para la investigación del cáncer.

2.2.Comercio Exterior

2.2.1. Concepto de Comercio Internacional

El comercio entre naciones que se desarrolla en la actualidad se sustenta en la historia de la economía internacional. En la antigüedad el comercio era pieza fundamental en la economía de prominentes culturas del mundo antiguo tales como los egipcios, romanos y griegos, motor de su desarrollo como civilizaciones y, consecuentemente, sigue manteniendo un rol protagónico en el mundo como lo conocemos hoy en día dado que los bienes que utilizamos y consumimos son resultado de la interacción exitosa entre los países a través de esta actividad.

Diversos autores han desarrollado esta temática enfocándose en sus diversas aristas. A modo de inicio podemos considerar la conceptualización propuesta por Valenzuela (2012) quien define comercio como todo intercambio mercantil donde un individuo compra o vende mercancía de forma constante y por lo cual desea obtener un beneficio. Además, hace referencia al exterior

como todo lo que esta fuera de las fronteras de los países y en especial a la relación con otros países.

Es importante tener en consideración que la actividad comercial entre naciones se desarrolla principalmente por dos motivos: el primero es la distribución desigual de los recursos económicos y el segundo la diferencia de precios generada por producir bienes de acuerdo a las necesidades y gustos del consumidor.

Caballero (2013) profundiza esta idea planteando que el comercio internacional se origina a través de la necesidad de adquirir productos en el exterior, dado que resulta más favorable fabricar en otros países a nivel de costos productivos que en el propio. A través de este proceso las naciones generan oferta y demanda haciendo que se regule de mejor forma el mercado, se obtengan precios más convenientes, se optimicen los costos de producción y tiempos necesarios para llevar a cabo este intercambio. Asimismo, dicha actividad posibilita la especialización en la producción de diversos productos en concreto, haciendo que los países sean más eficientes al lograr economías de escala en la producción.

Asociado a esto, Krugman et al (2012) postula la existencia de un beneficio mutuo entre los países, que se genera a través del comercio internacional, ya que en algunos casos uno de los países es más eficiente en la producción de un bien que el otro y viceversa. También habla que el país intensifica su producción de bienes donde los recursos son abundantes y los exporta. Mientras que los productos que importa son bienes cuya producción necesita un uso relativamente intenso de recursos que en el país son escasos.

Finalmente, Appleyard (2003) resalta la importancia de las transacciones internacionales en nuestros días, las cuales cuentan con herramientas que ayudan a hacerlas más veloces, eficaces en el transporte y la comunicación. Asimismo, indica que existe un mayor uso de los mercados internacionales en la compra de bienes y servicios que, a su parecer, no sería un fenómeno nuevo a raíz que la preocupación principal siempre ha estado y ha sido el bienestar de los estados-naciones, en los cuales el comercio cruza las fronteras de cada país diariamente.

Esta relación entre estados es parte de lo que conocemos como globalización, tal como lo detalla Carbaugh (2009) a través del proceso que integra los mercados de productos y servicios entre las naciones, la migración de personas y la inversión extranjera generando así un movimiento internacional relevante para este.

2.2.2. Teorías del comercio internacional

Para entender de mejor forma el contexto académico en el cual se enmarca esta investigación resulta necesario hablar sobre teorías en las cuales se fundamenta el comercio internacional, las cuales se pueden desagregar en dos enfoques: la visión clásica y neoclásica. Autores como Adam Smith, David Ricardo, Eli Hecksher y Bertil Ohlin tratan de explicar cómo se produce el libre comercio entre los países, su visión del proceso y establecen postulados que según su óptica avalan el desarrollo de este.

Dentro de las principales teorías encontramos: Teoría Ventaja Absoluta (Adam Smith) y la Teoría Ventaja Comparativa (David Ricardo). Por su parte, desde la vertiente de los neoclásicos tenemos la Teoría Heckscher - Ohlin (Dotación de factores relativa) y la Teoría de división de trabajo o especialización (Adam Smith).

La teoría de ventaja absoluta (Adam Smith, 1776) expone que las naciones deben especializarse y exportar aquellos bienes en los cuales tienen una ventaja absoluta e importar aquellos en los cuales su socio comercial tuviera una ventaja absoluta. En otras palabras, Smith establece que en un mundo de dos naciones y dos productos, la especialización internacional y el comercio sería beneficioso cuando un país tenga una ventaja de costo absoluta en un producto (utilice menos recursos para su producción, obteniendo un costo menor) y la otra nación tenga una ventaja de costo absoluta en otro. Cada país exporta aquellas mercancías que produjera más eficientemente.

Posteriormente David Ricardo tomando como base lo aportado por Adam Smith profundiza el análisis estableciendo que los países pueden tener un comercio internacional beneficioso entre ellos posean o no una ventaja absoluta, relacionando las diferencias de costo que existen entre las naciones con ventajas naturales o adquiridas. Es ahí donde surge la Teoría de Ventaja

Comparativa (David Ricardo, 1817) la cual propone que en el comercio internacional tiene como motor de su desarrollo las diferencias en la productividad del trabajo que existen entre socios comerciales. Los países tenderán a exportar aquellos productos en los que su productividad del trabajo sea relativamente alta. En términos económicos, un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que lo es en otros países.

Luego, en la corriente neoclásica encontramos el modelo Heckscher-Ohlin (1933) también conocido como teoría de dotación de factores relativa. En esta se estipula que un país exportará el bien que utiliza en forma intensa su factor de producción abundante e importará el bien que utiliza en forma intensa el factor de producción escaso. La interacción que existe entre diversos factores productivos disponibles en los países, y la medida en que se emplean para la elaboración de bienes dará origen al comercio entre ellos.

Finalmente, tenemos la teoría de división de trabajo (Adam Smith, 1776) la que establece al trabajo como factor productivo primordial en la economía de los estados que, como consecuencia del libre comercio, propicia que estos puedan enfocar su producción en aquellos bienes cuya fabricación resulta más económica, capturando los beneficios que conlleva la división internacional de este.

2.2.3. Importación y Exportación

Existen dos operaciones importantes en comercio internacional mediante las que se vinculan los países: importación y exportación.

La importación es definida como el proceso de introducción legal de mercancías extranjeras para su uso y consumo en el país. Surge de la necesidad de compradores de adquirir mercancías que no existen en su país de origen o que resulta más económico traerlos del exterior. El ente comprador en esta transacción comercial se denomina importador, persona natural o jurídica interesada en adquirir bienes y/o servicios producidos en el exterior.

El desarrollo de esta actividad trae consigo beneficios para el mercado local tales como: ampliar la gama de productos (variedad), conseguir mercancía que no existe en el país o que no se produce en él (productos nuevos), alcanzar precios más convenientes y económicos que en el país de origen al comprar por volumen (economías de escala), adquirir los últimos avances tecnológicos desarrollados en otros países (telefonía celular, computación, etc.), entre otros.

Por su parte, hay ciertos riesgos en los cuales se puede incurrir al participar de este tipo de operaciones: entrega de información falsa asociado a una estafa (riesgo financiero), mercancía incompleta o difiera significativamente del pedido original (inexperiencia en la compra), calidad de productos no adecuada (calidad deficiente de la mercancía), falsificación (riesgo de plagio de marca), entre otros.

Desde la vereda del oferente dicha transacción se denomina exportación, la cual se define como el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas, para su uso o consumo fuera de las fronteras del país. Nace de la aspiración de vendedores de ampliar su mercado objetivo con una oferta de productos que sean de interés de consumidores fuera de las fronteras de su nación. Quien provee dichos productos se designa exportador, persona natural o jurídica interesada que ofrece sus bienes y/o servicios a potenciales compradores en el mercado internacional.

Al ser la contraparte de la transacción comercial, el exportar a su vez posee aspectos positivos como: amplía la participación de la empresa en el mercado, aumenta la producción utilizando la capacidad ociosa, reduce los riesgos al no depender únicamente del mercado nacional, mejora la competitividad y la calidad de los productos adaptando éstos a los estándares internacionales, produce una actualización tecnológica.

Dentro de los posibles conflictos que se podrían suscitar en su desarrollo encontramos: pretender abarcar muchos mercados a la vez sin tomar en cuenta la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes (inexperiencia), realizar negociaciones sin investigar a los contactos ni tener referencias (riesgos financieros), cambio drástico en la situación política del país (riesgos políticos) y demás.

2.2.4. Proceso de Exportación

2.2.4.1. ¿Qué y quiénes pueden exportar?

Se puede exportar cualquier mercancía³, ya sean bienes o servicios con ciertas excepciones como son los narcóticos y los medicamentos ilícitos. A pesar de esto, determinados productos necesitan una autorización especial como el cobre y algunos productos agrícolas están sometidos a restricciones según la temporada. Sumado a esto, ciertos artículos están prohibidos hacia cualquier destino internacional, salvo indicación contraria, como miembros humanos, embriones, explosivos, armas de fuego, material obsceno, desechos contaminantes, etc.

Por otra parte, quienes pueden exportar son aquellas personas naturales o jurídicas y extranjeros con residencia en Chile. Es requisito iniciar actividades con giro de exportador o solicitar una ampliación de giro en el Servicio de Impuestos Internos (SII). Para cada una de estas formas, se requiere presentar la siguiente documentación:

- Personas Naturales
- ✓ Cedula de identidad
- ✓ Formulario N°4415 “Inscripción al Rol único Tributario y/o Declaración de Inicio de Actividades”
- ✓ Para casos de emisión de boletas o facturas⁴: Acreditación de domicilio
 - a. Domicilio arrendado: Contrato de arriendo
 - b. Domicilio propio: avalúo fiscal, escritura de compraventa, inscripción en el conservador de bienes raíces, último recibo de contribuciones, factura de compra de inmueble emitido por inmobiliaria, certificado de venta por parte de la constructora/inmobiliaria.
- ✓ Para emisión de boleta de honorarios: Título profesional

³ Según el Servicio Nacional de Aduanas, mercancía se entiende como “todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna”, es decir, objetos con forma que se pueden transportar y prestan beneficio al usuario.

⁴ Si el contribuyente emitirá los siguientes documentos: Facturas, derecho a crédito fiscal IVA, notas de débito, notas de crédito, guías de despacho, el contrato debe ser firmado ante Notario, Ministro de Fe del SII u Oficial del Registro Civil (En caso de no haber notario).

- Personas Jurídicas
 - ✓ Escritura de constitución de sociedad, extracto y publicación en el Diario Oficial.
 - ✓ Formulario N° 4415 “Inscripción al Rol Único Tributario y/o Declaración de Inicio de Actividades.
 - ✓ Acreditación de domicilio (misma documentación señalada en el apartado “personas naturales”)

- Extranjeros con residencia en Chile
 - ✓ Cedula de Identidad de Extranjeros, otorgada en Chile.
 - ✓ Presentar formulario N°4415 “Inscripción al Rol Único Tributario y/o Declaración de Inicio de Actividades”.
 - ✓ Acreditación de domicilio (misma documentación señalada en el apartado “personas naturales”)
 - ✓ Visas de estudiante, residentes oficiales o familiares de ellos: documento oficial que valide que tienen autorización para realizar actividades en el país.
 - ✓ Visas sujetas a contrato: copia del contrato en cuestión.

2.2.5. Oferta Internacional

Valenzuela (2004) define oferta internacional como la comunicación que efectúa el vendedor (exportador) que contiene información necesaria o requerida sobre un producto en concreto y que tiene por finalidad concretar una venta internacional por medio de la aceptación de las condiciones y características en ella establecida por parte del potencial comprador (importador).

Se puede generar por cualquiera de los medios habituales en la práctica comercial (factura pro forma⁵ o carta-oferta) o por sí mismo en un viaje personal de negocios. También puede ser por teléfono pero debe ser respaldada por escrito posteriormente.

⁵ Según la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), la factura pro forma es un documento nominativo mediante el cual un vendedor detalla las mercancías, especificando el precio que tienen estas por un concreto período de tiempo que también se señala. Al involucra un compromiso del oferente en el objetivo de respetar las condiciones incorporadas por todo el período de validez que libre unilateralmente ha establecido.

La información principal que debe contener es la siguiente:

- ✓ Descripción de la mercancía (tipo, variedad, calidad, cantidad, modelo marca, forma de acondicionamiento, código arancelario, entre otros)
- ✓ Precio unitario y la cláusula de venta según los INCOTERMS⁶ vigentes, de tal forma de delimitar claramente el lugar de entrega y los gastos que incluye el precio cotizado.
- ✓ Debe establecerse, en el caso que así sea, el lote mínimo de venta. De no hallarse esta información se supondrá que no hay mínimos ni máximos para los pedidos que gestione el comprador.
- ✓ Plazo de entrega, señalando si es necesario realizar entregas parciales. Adicionalmente se debe clarificar desde que momento cuenta ese plazo.
- ✓ Medio de transporte que se usará para el envío internacional.
- ✓ Modalidad de venta, la que está relacionada a las condiciones genéricas del procedimiento, el plazo y momento del pago en correlación al precio acordado.

2.2.6. Modalidades de venta

Las ventas se pueden realizar bajo las siguientes modalidades:

- Venta a firme: Se genera cuando el valor de la mercancía no permite modificación alguna, después que el exportador ha acordado con el comprador un precio por la mercancía que será adquirida por este último en el extranjero.
- Venta bajo condición: se produce cuando el valor definitivo de la mercadería queda dependiente al cumplimiento de las condiciones que se pacten entre el exportador y su comprador en el exterior. Las mercancías que se comercializan bajo esta forma son las que pueden sufrir alguna alteración en el tiempo que es trasladado.

⁶ Los INCOTERMS abarcan el conjunto de reglas aplicadas a la interpretación de los términos comerciales internacionales, con solo un significado y generalmente aceptados.

- Venta bajo consignación: Se origina cuando el valor de la mercancía tiene un carácter solamente referencial, dado que ésta se envía a un agente o consignatario en el exterior para que proceda a su recepción y venta de acuerdo a las instrucciones impartidas por el consignante, o a lo acordado entre ambos. El precio decisivo de la mercancía dependerá de los precios habituales del mercado internacional al instante de su comercialización. La factura comercial es realizada a la fecha de recepción de la liquidación del consignatario en el exterior.
- Venta en consignación con mínimo a firme: Se concibe cuando el mínimo del valor de la mercancía es acordado bajo la modalidad de venta a firme. El valor definitivo de la mercancía depende del cumplimiento de las demás condiciones que se acuerden entre el exportador y su comprador en el exterior. Se genera la factura comercial a la fecha de embarque por el valor mínimo a firme. Una vez que se fija el precio final, se debe generar una nueva factura por el mayor valor obtenido (saldo).

Es importante tener en consideración que en el momento en que la oferta internacional (cotización) es aceptada comienza la estructuración del contrato internacional.

2.2.7. Medios de Transporte

Los medios de transporte en comercio internacional son todas las vías mediante las cuales la mercancía viaja de un país a otro, las que pueden ser marítima, aérea y terrestre. Los tipos de transporte son buque (marítimo), avión (aéreo), camión (terrestre), tren (ferroviario), multimodal (combina a lo menos 2 de los anteriores).

Para elegir el medio de transporte más adecuado, se debe considerar: tipo de mercancía, empaque y embalaje, urgencias de envío, especificaciones requeridas para manipular la carga, disponibilidad del medio de transporte, tarifas/costos asociados y geografía de la zona a la cual se desea llegar.

Este proceso queda agrupado bajo la terminología Transporte transitorio, la cual Caballero (2013) define como la organización del envío por parte de la empresa exportadora con el transportista acordando un reservado para la carga cumpliendo con todas las formalidades aduaneras. Cuando la mercancía es recepcionada por el transportista el exportador, en su condición de emisor, recibe el conocimiento de embarque⁷.

2.2.8. Formas de pago internacional

Hace referencia a la forma y el medio en que el importador pagará su operación comercial a un exportador, de acuerdo a lo pactado en el contrato de compraventa internacional. De esta manera puede ser al contado (a la vista), cobranza extranjera (contra documentos) o acreditativo. La elección del medio de pago está sujeta al análisis de las características del proceso cómo:

- ✓ La confianza que exista entre las partes involucradas.
 - ✓ La rapidez con la cual se necesite la mercancía.
 - ✓ Capacidad que tenga la empresa y modo de financiamiento del proceso.
-
- Pago contado: Se produce cuando el exportador envía las mercancías al extranjero bajo el acuerdo de que el importador pagará en el instante de recibirlas o en un plazo anteriormente acordado. El proceso de pago se puede generar a través de giros bancarios, transferencia de fondos, abonos en la cuenta corriente del importador (cuenta abierta) u otras formas. Se utiliza esta forma de pago cuando existe plena confianza entre exportador e importador.
 - Cobranza extranjera: Se genera cuando los bancos comerciales siguen las instrucciones de cobro otorgadas por el exportador (ordenante) al instante de presentar los documentos de embarque para ser traspasados al importador (girador), siempre y cuando este último efectuó las condiciones preestablecidas anteriormente. En este proceso de cobranza intervienen:

⁷ Según el Servicio Nacional de Aduanas el conocimiento de embarque es un documento por medio del cual se prueba la existencia de un contrato de transporte marítimo, aéreo, terrestre, ferroviario o multimodal, acreditando que el transportista ha tomado a su cargo o han cargado las mercancías y se ha obligado a entregarlas contra la exhibición de este documento a una persona específica, a su orden o portador.

- ✓ El ordenante o exportador quien otorga al banco comercial su país los documentos y las instrucciones sobre su uso.
 - ✓ El remitente o banco exportador que recibe las instrucciones y los documentos de embarque del exportador.
 - ✓ El banco presentador o cobrador que es el corresponsal del banco exportador, generalmente en el país del comprador, preocupado de la entrega física de los documentos enviados por el banco del exportador.
 - ✓ El girado o importador, que en su condición de receptor de documentos, debe cumplir con las condiciones de cobranza (aceptación de los documentos con compromiso de pago).
- Acreditivo (carta de crédito o crédito documentario): Es la forma de pago más aconsejada para el exportador que recién se inicia, puesto que al tener entidades bancarias comprometidas con la operación, la carta de crédito se convierte en un compromiso de pago, razón por la cual es el medio de pago más difundido en todo el mundo. Brinda la seguridad que las mercancías serán canceladas una vez que se envíen los documentos lo que ocurre cuando el exportador cumple los requerimientos anteriormente pactados. Básicamente, la forma de pago con acreditivo plantea que el importador ordena a su banco comercial ubicado en el país de importación (banco emisor), cancelar a un tercero (exportador) mediante un banco comercial exportador (banco receptor).

2.2.9. Acuerdos y cooperación internacional

Según lo exhibido por el Servicio Nacional de Aduanas, Chile tiene 26 acuerdos comerciales con 64 mercados en la actualidad, los que varían según su tipología:

- ✓ Tratados y Acuerdos de Libre Comercio.
- ✓ Acuerdos de Facilitación del Comercio.
- ✓ Acuerdos de Asociación Económica.
- ✓ Acuerdos de Complementación Económica.
- ✓ Acuerdo de Asociación Estratégica.
- ✓ Eliminación Aranceles Países Menos Desarrollados (PMA).

✓ Otros Acuerdos Comerciales.

Dentro de esta amplia gama el más relevante para los países es el Tratado de Libre Comercio (TLC), el cual según la Dirección Regional de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral que busca extender el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. En esencia, consiste en la eliminación o rebaja importante de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se guía por la reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países participantes.

2.2.10. Gestión Aduanera

Involucra todos los aspectos del tratamiento de la mercancía (entrada y salida), reglamentación y normativa, organismos fiscalizadores, documentación relacionada, entes participantes en las operaciones de comercio internacional, gravámenes y tributos asociados al proceso, entre otras cosas. Considerando lo definido por el Servicio Nacional de Aduanas los principales actores y procedimientos involucrados son:

- Agente de Aduanas: Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.
- *Freight Forwarder* (Transitario): Persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que sin ser portador efectivo en los términos previstos en el artículo 975 N°2, del Código de Comercio, ha celebrado un contrato de transporte de mercancías por el pago de un flete, subcontratando servicios de transporte marítimo, aéreo, o terrestre, emitiendo conocimientos de embarque, guías aéreas y cartas de porte, hijos o nietos, según el caso, por la carga transportada a su nombre.

- Agente de carga: Persona natural o jurídica, chilena o extranjera, que por cuenta del consignante o consignatario de la mercancía y contra el pago de una remuneración, gestiona operaciones de carga o descarga en el embarque o desembarque internacional de la misma.
- Gravámenes e impuestos a la exportación: Son los aranceles que paga la mercancía según su destino, dependiendo si la nación tiene o no acuerdos preferenciales. En circunstancia de que el país de destino no tenga convenio preferente se paga arancel general, en caso contrario la mercancía se adecua con el régimen de origen paga arancel preferencial.
- Valor Aduanero: Valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponda.

2.2.11. Documentación implicada en el proceso de exportación

- Documento Único de Salida (DUS):_Es el documento mediante el cual el Servicio Nacional de Aduanas avala la salida legal de la mercancía, y expone la información y precio de los productos que se exportan o de los servicios que se prestarán en el exterior.
- Certificación de Origen: La certificación de origen es el proceso por medio del cual, un exportador, productor o importador (dependiendo del acuerdo comercial), respalda el cumplimiento del requisito de origen instaurado en los acuerdos comerciales, concediendo al importador del país socio beneficiarse de la preferencia arancelaria acordada en el tratado comercial correspondiente.
- Conocimiento aéreo o Guía aérea (AWB): Conocido en inglés como Air willbill, es el documento que comprueba la existencia del contrato de transporte y sirve como acuse de recibo de la mercancía, factura de transporte y de declaración para el despacho aduanero.

- Factura de Exportación: Documento que necesita todo exportador para materializar la operación de exportación y sacar legalmente la mercancía del país. Es elaborada por el mismo exportador y el agente de aduana la usa para ingresar la mercancía a zona primaria.
- Lista de empaque (*Packing list*): Esta lista sirve para garantizar al exportador que durante el traslado de sus mercancías se tendrá un documento que señale el embarque completo, de esta manera y en caso de algún inconveniente se podrá hacer sin dificultad alguna las reclamaciones necesarias a la compañía de seguros. La lista de empaque abarca de forma clara:
 - ✓ La cantidad exacta de los artículos incluidos en cada una de las cajas, bultos, envases, o dentro del tipo de embalaje utilizado.
 - ✓ Números, marcas y/o símbolos que detallen las mercancías.
- Manifiesto de Carga: Documento oficial que genera el transportista internacional donde detalla el tipo de mercancía, la cantidad, la unidad de medida, número de bultos, peso, además de los datos específicos del importador o exportador, que queda en poder del transportista. Su función es registrar las transacciones comerciales internacionales que salen y entran al territorio aduanero.
- Certificado Servicio Agrícola y Ganadero (SAG): Documento oficial que emite el SAG para certificar que las condiciones del producto para su comercialización bajo la denominación de orgánico o sus equivalentes y que cumplen con todas exigencias necesarias del proceso según la ley vigente.

2.2.12. Pago y liquidación de divisas

El proceso de pago y liquidación de divisas se produce cuando después de legalizar el DUS, el Servicio Nacional de Aduanas se comunica con el Banco Central de Chile para que éste tenga noción de la exportación efectuada y del plazo de regreso, que corresponde al período de tiempo que hayan acordado el exportador y el importador para el pago de la exportación.

El Banco Central está habilitado para ordenar que el retorno y/o liquidación de divisas se realice en el mercado cambiario formal dentro de ciertos plazos. Sin embargo, el Banco Central ha flexibilizado las normas referentes al retorno y liquidación. Por consiguiente, en la actualidad las normas sobre retorno y liquidación son las siguientes:

- Retorno: No hay imposición de devolver al país las divisas que se obtienen con razón de exportaciones de mercancías. Sin embargo, en la circunstancia de que el exportador desee realizar la devolución de divisas, dicho devolución debe efectuarse necesariamente a través del mercado cambiario formal.

- Liquidación: Realizado el retorno, hoy existe total libertad para el exportador de liquidar o no las divisas que correspondan. En caso de que se opte por realizar dicha liquidación, ésta puede efectuarse en cualquier mercado, incluso el Mercado Cambiario Informal.

Recordar que el Banco Central exige a ciertos exportadores la obligación de informar sobre el desenlace de sus exportaciones. Por ejemplo los exportadores que hayan realizado exportaciones por un valor FOB igual o mayor a US\$5.000.000 anuales, deberán informar al Banco Central.

III. MARCO METODOLÓGICO

La investigación a desarrollar es de tipo exploratoria puesto que es un tema conocido y del cual existe información. A pesar de esto, existe poca información específica que relacione al producto estudiado con el proceso de exportación, lo cual presenta una oportunidad importante para profundizar en esta línea investigativa generando un aporte significativo mediante la realización de una guía que explique paso a paso cómo llevar a cabo (know-how) un proceso exportador del ají merkén hacia México.

En este trabajo se describe y explica cómo funciona el mercado del comercio internacional particularmente desde la óptica de exportaciones, se realiza una recopilación de información sobre el producto y el proceso a través de artículos de investigación, información contenida en sitio web relacionados a la temática, artículos de prensa sumado a una revisión bibliográfica en detalle de distintos autores sobre el tema en cuestión. Sumado a esto, se incorpora la opinión experta de profesionales relacionados a la temática generando un aporte de información valioso para este informe. Dentro de estos tenemos a:

- ✓ Guillermo Cerda Muñoz - Jefe del Dpto. de Comercio Exterior en Exportadora Frutam Ltda. (Comercio Exterior)
- ✓ Sandra Apolonio – Analista de R&D Packaging en PepsiCo (Packaging producto)
- ✓ Marcelo Durán – Analista Senior de Finanzas en PepsiCo (Plan comercial)

CAPÍTULO IV: PLAN DE EXPORTACIÓN DE AJÍ MERKÉN A MÉXICO

4.1. Definición del plan comercial

Al comenzar esta investigación se identificó como punto de inflexión, dada la falta de conocimientos formales en temas relacionados a comercialización y marketing, acompañar el soporte a los agricultores en el proceso de internacionalización de su producto con un robusto plan de negocios que les permitiera tener total claridad bajo qué condiciones se dará ingreso al mercado de destino. Esto, entendiendo que gran parte del éxito de la propuesta comercial depende del entendimiento que maneja el oferente de factores tanto externos asociados a la plaza en donde se transará la mercancía y a quienes está dirigida cómo internos indexados a potencialidades y desventajas que se poseen como proveedor, lo que permitirán establecer una correcta propuesta comercial al consumidor final. Para este objetivo, se comenzará con un análisis de geográfico y demográfico del mercado en México, posteriormente se profundizará en la relación binacional Chile-México desde el punto de vista comercial, una breve radiografía del consumidor mexicano y la aplicación de la matriz FODA⁸ (DAFO) y del Modelo de cinco fuerzas de Porter⁹, herramientas que nos proporcionarán un estado situacional del proyecto en su totalidad.

Posteriormente se profundizará los aspectos internos del negocio enfocados principalmente en el producto mediante supuestos asociados a la producción de este, lo que entrega visibilidad del alcance en términos de volúmenes involucrados, costos asociados, entre otros, sumado al desarrollo de un mix de marketing más adecuado para el producto.

Finalizando se plantearán los riesgos a los cuales se puede ver afecto el proyecto asumiendo acciones que conduzcan a mitigar estos escenarios.

⁸ FODA (en inglés SWOT) es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posee sobre un negocio, útil para examinar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

⁹ Michael Porter desarrolló en 1979 este método de análisis con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Es sumamente útil para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y para evaluar cuán fuerte e importante es cada una.

4.1.1. Análisis de mercado

En su sitio oficial¹⁰ de turismo cómo país se define a México, cuyo nombre oficial es Estados Unidos Mexicanos, como una nación multicultural y multiétnica ubicada en América del Norte, entre el océano Pacífico y el Golfo de México. Se encuentra conformado por 31 estados y un Distrito Federal, y colinda al norte con los Estados Unidos de América y al sur con Belice y Guatemala. A pesar de no tener un idioma oficial reconocido por la constitución, la lengua mayoritaria es el español. Es el quinto país más extenso del continente americano y el 14^{vo} a nivel mundial con cerca de dos millones de kilómetros cuadrados.

El cuadro N°1 muestra las principales variables políticas, geográficas, demográficas, económicas del país al año 2013:

Cuadro N°1: Información referencial sobre México

Economía	
PIB (2016)	US\$ 1.046 billones (FMI)
PIB per cápita (PPC 2016)	US\$ 8.201,31
Tasa de interés (PM)	4%
Tasa de desempleo (2016)	3,5%
Principales ciudades	DF, Monterrey, Guadalajara
Social	
Población (2016)	127,5 millones
Idioma oficial	Español
Moneda	Peso mexicano
Alfabetización	86%
Esperanza de vida	76 años
Clasificaciones soberanas¹¹	
Fitch Ratings	BBB+
Standard & Poors	A2
Moody's	Baa1

Fuente: Oportunidades Empresariales con México (2014). Cristian Contreras– Director Comercial ProChile México

¹⁰ Para mayor información, visitar www.mexico.mx

¹¹ Según la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) las calificaciones de riesgo soberanas hacen referencia a un país como emisor de instrumentos de deuda. La calificación de riesgo de un emisor, “issuer rating”, responde a los factores que inciden en su solvencia o capacidad de pago. La clasificación de riesgo de una emisión, “issue rating”, se refiere al riesgo de crédito de un instrumento específico de deuda.

Respecto a su relación comercial con otros países, México posee 12 tipos de tratados de libre comercio (TLC's) con 45 países, 28 acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones (APPRI's) y 9 acuerdos de comercio (Acuerdos de complementación económica y acuerdos de alcance parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Particularmente la relación de México con nuestro país es de larga data, prácticamente desde la vuelta a la democracia. Como indica la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), dicho país fue el segundo con el cual se suscribió un acuerdo de complementación económica y el primero de estos que firmó México en 1991. Posteriormente, con el favorable desempeño experimentado para ambos países a raíz de este acuerdo, se convino tomarlo como base del TLC firmado en 1998 y que comenzó a regir en 1999. Con el fin de complementar este tratado, en 2006 se suscribió un Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE) entre ambas naciones que entró en vigencia el mismo año.

En cifras, esta relación bilateral se traduce en la siguiente participación de importaciones/exportaciones y desempeño de la balanza comercial chilena que exhiben los cuadros N°2 y N°3 respectivamente:

Cuadro N°2: Ranking Exportaciones Chilenas a México 2013

Ranking Exportaciones Chilenas 2013	
Lugar exportaciones totales	15
Lugar exportaciones no cobre	8
Part. en exportaciones totales %	1,7%
Part. en exportaciones no cobre %	3,2%
Lugar importaciones de Chile	7
Part. en import. totales chilenas	3,2%

Fuente: ProChile

Cuadro N°3: Balanza Comercial Chile-México periodo 2010-13

Balanza Comercial Chile (MMUS\$)	1999	2010	2011	2012	2013	% Var. 13'/12'
Exportaciones (FOB)	502	1.921	1.818	1.346	1.321	-2%
Importaciones (FOB)	625	2.022	2.403	2.485	2.430	-2%
Balanza Comercial	-123	-101	-584	-1.139	-1.109	-3%
Intercambio Comercial	1.127	3.943	4.221	3.831	3.751	-2%

Fuente: ProChile

A nivel sectorial, el merkén queda categorizado bajo productos Agropecuarios, los que tienen un 5% de participación en 2013 (MMUS\$ 452) en las exportaciones durante el periodo considerado, exhibiendo una tasa de crecimiento contra periodo anterior del 5%.

4.1.1.1. Consumidor/Comprador de productos alimenticios en México

Al igual que en gran parte de los países de Latinoamérica, la decisión de consumo mayoritariamente es tomada por mujeres. Dada la facilidad de encontrar información respecto a los productos a través de internet cómo de la amplia oferta a la cual se ven enfrentados, los consumidores suelen ser cautos a la hora de adquirir un producto. Los principales motivadores detrás de esta decisión son sus gustos, creencias y tendencias.

Según la procuraduría general del consumidor (símil al SERNAC en Chile), segmentó la población mexicana en estratos socioeconómicos, en la cual el 40% conforma la clase media-alta, quienes cuentan con buenos sueldos e ingresos estables y, a su vez, según indica ProChile son aquellos que son más exigentes ya que prefieren productos naturales, empresas “socialmente responsables” o vinculados a un mejor cuidado con el medio ambiente y las comunidades que lo producen. Dicho segmento es al cual apunta el merkén, pudiendo capitalizar la tendencia de consumo de productos orgánicos o artesanales.

4.1.1.2. Análisis FODA

Cómo se comentó previamente, el análisis FODA, que se presenta en el cuadro N°4, nos permitirá segmentar las situaciones internas como externas a las que se verá enfrentado el proyecto lo que facilitará la toma de decisiones estratégica acotando el margen de error involucrado.

Cuadro N°4: Análisis FODA Plan de Exportación de Ají Merkén

Origen Interno	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser un producto orgánico, cuyo cultivo es artesanal ✓ Ingresar a un mercado con un gusto desarrollado por este tipo de alimentos ✓ Exento de arancel aduanero ✓ Venta directa a un único comprador (<i>broker</i>) quien comercializará la mercancía 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desconocimiento del producto por parte del consumidor ✓ Bajo volumen de abastecimiento respecto al tamaño del mercado de destino ✓ Baja o nula experiencia de los participantes en la mantención de este tipo de negocios ✓
Origen Externo	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diversificar la oferta de formatos (pequeños) orientados a cliente final de comercio organizado o mayoreo ✓ Generar un posicionamiento de mercado que permita ampliar la gama de productos exportados de la región ✓ Desarrollo de nuevas variedades de la mercancía (merkén líquido, mezcla con diversas especias) 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No ser del gusto del consumidor mexicano ✓ Compleja diferenciación del producto dada la alta variedad de ajíes presente en el mercado ✓ Escasez de materia prima a raíz de fenómenos de origen climatológico ✓ Fluctuaciones del tipo de cambio

Fuente: Elaboración propia

4.1.1.3. Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Por su parte, el modelo de las 5 fuerzas de Porter nos ayudará otorgándonos un marco de referencia para entender la situación de competitividad actual del mercado de destino siendo determinantes en la capacidad de satisfacer al cliente y, por consiguiente, generar rentabilidad. En base a lo detallado en estos aspectos es que se podrá desarrollar una estrategia adecuada para el ingreso del ají merkén.

4.1.1.3.1. Posibles compradores y su poder negociador

El consumidor final del producto serán restaurantes a lo largo y ancho de la geografía mexicana, pero el comprador nuestro será un intermediario o *broker*, quien será el encargado de realizar el ingreso del producto al mercado objetivo. Estos, a su vez según indica ProChile, poseen entre 30 a 40 años de experiencia en el rubro y son expertos en internación de productos así como en el trato o lobby con autoridades mexicanas. Asimismo, en gran parte de las ocasiones cumplen funciones de agente logístico y aduanal. Bajo este contexto, el espacio de negociación que se tiene es bastante bajo dado que dentro de su rubro tiene control de gran parte de las variables asociadas al proceso de importación, permitiéndoles alcanzar las mejores condiciones posibles para que nuestro producto ingrese a México y se comercialice en los mejores términos. Por lo cual, a pesar de no tener la posición de ventaja en la negociación, se harán todos los esfuerzos posibles para conseguir una tarifa de ganancia que no perjudique el precio final de la mercancía.

4.1.1.3.2. Poder negociador de los proveedores

Respecto a los proveedores estos se dividen en tres segmentos: materia prima, material de empaque y proceso productivo. Para los relacionados a la materia prima (ají “Cacho de Cabra” y sal principalmente) tenemos a los mismos miembros agricultores de la IX región y según se tratará en el punto “Capacidades productivas” el modo de organización propuesto para este modelo será el de una cooperativa, lo que los hará partícipes de las ganancias en relación al porcentaje de materia prima aportado al negocio (sistema de reparto). Respecto a la sal se poseen un amplio abanico de opciones a nivel tradicional e industrial para abastecernos, por lo cual estos tienen una posición de desventaja a la hora de negociar tarifas. Por su parte, respecto al material de empaque el plástico polietileno de baja densidad (PEBD) cuenta con una gama amplia de oferentes en el mercado nacional (Eroflex, Envasesme, Canalesycia, entre otros) quitando el poder negociador de sus manos, mismo caso de las cajas de cartón. Finalmente, tal como se expone en el estudio “Ají merkén con valor agregado” de la Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura, al día de hoy existen dos plantas semi industriales con la capacidad de elaborar el producto final establecidas y funcionando en la región de la Araucanía. Con este antecedente, podemos proyectar una negociación similar con cada uno de ellos, entendiendo que ambos son conscientes de las pocas opciones que hay dentro de la región.

4.1.1.3.3. Competidores actuales

Realizando una investigación en los portales de comercio organizado en México encontramos una serie de competidores en el segmento de condimentos en base a ají en polvo, gran parte de estos producidos por compañías mexicanas lo que les entrega un plus a nivel de valorización de cliente. Ingresando al sitio web de Walmart en dicho país encontramos las siguientes empresas que comercializan este tipo de productos pero en una presentación para consumidor final de supermercado o mayoreo. Estos son: Mega Alimentos (Chile Pikolin), Moralitos (Chile moralitos), Dulces Miguelito (Chile Miguelito) y World Table (Chile de árbol). Sumado a esto, tenemos un número de empresas productoras de este tipo de mercancías las cuales asumiremos manejan formatos similares en peso al nuestro, tales como: Oleoespecias, Corporación Fabsa, Herbakraft, Maahir Foods, Productos del Valle e Intalmesa entre otros.

4.1.1.3.4. Productos sustitutos

Dentro de los productos sustitutos cuya proximidad al merkén los hace competir directamente se identifican ajíes de otras variedades en polvo (en México denominados Chile en polvo) dado que cumplen el mismo rol de potenciar los alimentos consumidos a través del picor. Junto con estos tenemos a las salsas picantes líquidas, las que cumplen el mismo rol del merkén pero aplican de mejor manera en otro tipo de alimentos por ejemplo aquellos que se untan. A un nivel más general, dada su función de condimentos entra a competir con otros actores del segmento culinario como orégano, pimentón, ajo en polvo, pimienta, entre otros. Para cerrar tenemos aquellos mix de especias denominadas sazónadores y que están orientados a cierto tipo de alimentos en particular.

4.1.1.3.5. Amenaza de ingreso de nuevos participantes

El riesgo de cualquier negocio que muestra un alto potencial de desarrollo o un primer caso de éxito es que aparezcan otros actores denominados “seguidores” del modelo buscando hacerse con una participación en las ganancias. Asimismo, existe la posibilidad del ingreso de nuevos rivales con productos diferenciados al merkén pero que sean sustitutos de este o entren a competir en el mismo segmento de mercado. Dada esta situación, asociado a competidores “seguidores” el riesgo más alto se ve en otras cooperativas de productores nacionales o internacionales (Argentina) que busquen replicar el modelo propuesto en este proyecto de forma

independiente. Por el lado de nuevas mercancías que entren al mismo segmento, la vasta gama de condimentos existentes alrededor del mundo imposibilita la tarea de determinar con certeza el riesgo desde este punto de vista.

4.2. Análisis de producto

Para determinar con certeza el escenario interno que manejaremos como organización, es relevante profundizar en la cadena de valor del producto definiendo por etapas (producción – comercialización) aquellos aspectos claves que permitirá clarificar bajo que marco se ejecutará la operación.

4.2.1. Capacidades productivas

El modelo organizacional operativo aplicado a nuestro proyecto será el de una cooperativa de agricultores de la IX región, el que operará bajo el nombre de “Cooperativa de Agricultores de Ají Merkén de la Araucanía (CAAMA)”. Este modo de operar nos permitirá generar volúmenes relevantes para el negocio en sí, siguiendo el modelo neozelandés de exportación de kiwis (ZESPRI¹²). Las ganancias generadas por este serán distribuidas en base al aporte de materia prima de cada productor descontando los otros costos asociados a proceso y empaque.

Para determinar el volumen de producción del cual podemos disponer utilizaremos como referencia, al igual que en otras secciones de este informe, los cálculos realizados en la investigación “Ají merkén con valor alto valor agregado” elaborado por la Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura. Utilizando esta información como base, y aplicando ciertos supuestos que aplican al proyecto, se determinará un volumen máximo de producción destinada al mercado mexicano.

Dado que este informe fue elaborado en octubre 2010 se considera como año 1 (2011), emplearemos la proyección estimada para el año 8 (2018). El cuadro N°5 muestra en detalle las variables productivas asumidas en el proyecto:

¹² Zespri Kiwifruit es una compañía propiedad de 2.500 productores de kiwi en Nueva Zelanda y dirigida por los que actualmente están en activo a modo de cooperativa

Cuadro N°5: Resumen capacidades productivas

VARIABLES	UNID.	PROY. 2018
Parámetros técnicos		
Superficie	ha	12,8
N° Productores		143
Ha / Productor		0,090
Proceso industrial		
Ají Seco	kg.	34.384
Rendimiento PT ¹³		126,8%
Costo de Venta ¹⁴	CLP\$/kg	6.345

Fuente: “Ají merkén con valor alto valor agregado (2010)” Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura

Una vez determinado el volumen total con el cual contamos para abastecer el comercio local como internacional, comenzamos a definir la oferta de ingreso al mercado mexicano. Como primer paso determinamos la demanda en la plaza objetivo de este estilo de productos. Según el estudio llevado a cabo por González (2010) relacionado al ají variedad *capsicum annuum* (a la que pertenece el ají “Cacho de cabra”) indica que el consumo per cápita anual de este alimento varía entre 8 y 9 kilos, siendo el 75% fresco y el resto deshidratado o en otro tipo de presentaciones (2 a 2,25 kilos por persona). Con esta información, podemos deducir que el tamaño del mercado anual al cual estaríamos ingresando varía entre 225 a 286,9 miles de toneladas. Dado que corresponde al primer envío bajo el cual ingresaremos oficialmente, y buscando aprovechar al máximo la capacidad del pallet definido para el medio de transporte seleccionado (ver apartado 4.4.6. Medio de transporte) acordamos un envío de 2.400 kg de producto, considerando stock de seguridad, el cual representa un 7% de la capacidad productiva y un 0,0128%¹⁵ de potencial participación de mercado.

¹³ En la mezcla del ají seco con sal y especias existe una ganancia de volumen del producto, por lo que se ve un rendimiento productivo superior al 100%

¹⁴ El costo base \$5.078 presentado en la bibliografía de referencia se ajustó con la inflación acumulada hasta 2017

¹⁵ Se calculó según la base mensual del tramo inferior del consumo deshidratado de la variedad de ají (225 MTons/12 meses = 18,75 MTons por mes).

4.2.2. Marketing Táctico

Para conseguir los objetivos comerciales planteados en el proyecto, es necesario definir cuatro conceptos básicos: Producto, Precio, Promoción, Plaza. Estos se denominan Mix de Marketing y permiten determinar un plan comercial coherente que permita alcanzar el posicionamiento en mercado.

4.2.2.1. Producto

La estrategia a la que apelamos para guiar el éxito de este condimento es la diferenciación, factor clave para ganar participación en el mercado mexicano, la que debemos lograr bajo una definición clara y consistente de serie de parámetros asociados al producto. La definición de este, como se mencionó en el marco teórico, es la de un polvo cobrizo con un delicado sabor ahumado, obtenido sobre la base de ají “Cacho de Cabra” que viene a satisfacer la necesidad de potenciar los sabores de las comidas. Por otra parte tenemos la imagen, la cual destacará dos principios claves: su origen orgánico y su nexo con un pueblo ancestral como el mapuche, los que se buscarán comunicar en todas las instancias posibles ya sea mediante el proceso de venta como en el producto en sí. Sumado a esto tenemos la marca, la cual tomando en consideración sus atributos principales será comercializada bajo el nombre de “Ají Merkén Araucanía” la cual al ser un nombre breve ayudara a ser fácilmente recordado y a ligarlo a su denominación de origen. En último lugar, tenemos el empaque el cual tendrá símbolos distintivos claros alusivos a su origen chileno, su marca y un diseño ligado al producto que ayuden a su clara identificación.

4.2.2.1.1. Precio

Para definir esta variable trabajaremos como base un supuesto de precio máximo a cobrar en el mercado de destino. Con esto, podremos elaborar una propuesta atractiva para el *broker* mediante un descuento de ingreso.

Según la estadística del Servicio Nacional de Aduanas, a través del sistema de inteligencia comercial Legal Publishing, tomando la clasificación arancelaria 09042290 el precio máximo alcanzado en 2009 fue de US\$/kg 22,76 (CLP\$/kg 12.737) actualizándolo con la inflación acumulada al 2017 llegando a US\$/kg 24,52 (\$15.914). Considerando esta información, y teniendo como base nuestro precio de venta a la comercializadora, pactamos con ellos un precio

máximo de venta de US\$/kg \$22,19 lo cual representa un 20% de margen respecto al tope acordado. El cuadro N°6 exhibe la estructura el precio de venta definida en el acuerdo comercial:

Cuadro N°6: Arquitectura de precios

Componente	CLP\$/KG	US\$/KG
Costo de venta	6.345	9,78
Mark up (50%)	3.173	4,89
Precio Ex Works	9.518	14,67
Gstos Exp.	1.998	3,08
Precio al comercializador	11.516	17,75
Margen del intermediario	2.881	4,44
Precio final a consumidor	14.397	22,19

Fuente: Elaboración propia

Respecto al posicionamiento en contraste con la competencia, para productos similares con el mismo rol gourmet (seleccionando tres ejemplos) el precio establecido se encuentra por debajo en todos los casos, exhibiendo una diferencia importante principalmente por ser formatos de menor gramaje (a menor gramaje, mayor precio por kilo). De todas formas, esta información nos entrega una buena referencia respecto a que tan competitivos somos basados en esta variable. El cuadro N°7 y la imagen N°1 muestra los precios publicados en el portal de la tienda por departamentos Superama en México para productos similares al ají merkén:

Imagen N°1: Productos similares al ají merkén



Fuente: www.superama.com.mx

Cuadro N°7: Comparativo de precios ajíes en polvo gourmet

Producto	US\$ unitario	US\$/Kg	Var. vs. Merkén
Chile Piquín 100g	3,99	39,90	+81,85%
Selección de chiles Alpont 40g	2,69	67,36	+207%
Mezcla de chiles secos World Table 45g	2,59	57,46	+162%

Fuente: www.superama.com.mx

El precio de venta final a consumidor representa un 90% del máximo expuesto en la información de Legal Publishing actualizado al 2017, lo cual se traduce en una oferta comercial atractiva de ingreso a la plaza comercial buscando ganar un espacio en el segmento que participamos mediante una ecuación de valor interesante tanto para el *broker* como para el consumidor final, impulsando la demanda del producto.

4.2.2.1.2. Promoción (Comunicación)

La estrategia de ingreso al mercado objetivo vendrá apalancado con una promoción del producto que destaque sus atributos más destacados y que, coincidentemente, son aquellos valorados por el consumidor final de la mercancía. Dentro de estos aspectos encontramos su único sabor, el cual permite reforzar los sabores en cuyas comidas se utiliza este condimento y su nexo con los gustos por el picor del consumidor mexicano. Junto con esto, se establecerá su origen orgánico, contextualizado con la historia de la comunidad mapuche y sus tradiciones, destacando su cultivo artesanal y sus beneficios a la salud. Asimismo, se potenciará el respeto medioambiental que el proceso productivo tiene y que permite mantener el balance en el ecosistema en el cual se ve inmerso. Finalmente, se llevará a cabo una intensa campaña de muestreo dado que la degustación tiene un rol fundamental en el plan de comercialización de esta especia.

4.2.2.1.3. Plaza (Distribución)

Respecto al abastecimiento, una vez palletizado el producto en la planta, se mantendrá en las bodegas mientras se realizan los trámites correspondientes. Una vez despachado el primer envío, se construirá un inventario correspondiente al 30% del volumen total del primer envío en caso de recibir en un breve lapso de tiempo un segundo pedido, permitiendo mantener un abasto continuo mientras gestionamos el porcentaje restante. La exportación, cómo se detallará más

adelante, se realizará vía aérea cuyo tiempo de la mercancía es de 2 días. Una vez esta aterrice en México, es responsabilidad del intermediario la gestión de desaduanaje y posterior almacenaje del producto. Es importante definir que, para futuros pedidos se estima un tiempo de 4 a 5 meses desde que se ingresa la solicitud de pedido hasta que se despacha.

4.3. Identificación de factores críticos

Durante la etapa de implementación de este modelo, nos encontraremos con puntos críticos cuyo impacto afectaría considerable el éxito de este. La idea es poder identificar aquellos a los cuales nuestro proyecto es más sensible con el objetivo de disminuir el riesgo a través de la información oportuna.

4.3.1. Proceso productivo

Dentro del proceso productivo identificamos los siguientes puntos críticos:

- ✓ Contaminación del producto: Todo lo relacionado al manejo sanitario en la industria alimentaria es prioridad número uno. Esto, dado que una falla en este proceso puede generar daños a la salud humana lo que se traduciría en un impacto de una magnitud tan grande que puede llevar a pequeñas y medianas empresas a perder el activo máspreciado que pueden tener, el valor de marca (apreciación y confianza de sus clientes). Es por esta razón que, se establecerá un proceso robusto de aseguramiento de la calidad el cual tendrá, entre otras medidas, pruebas periódicas de laboratorio adicionales a las requeridas por la autoridad de salud.
- ✓ Quiebre de abastecimiento: En caso de lograr una buena aceptación del producto por el consumidor, puede darse la situación en que la demanda crezca exponencialmente por sobre la capacidad de producción. En caso de no poder responder a este requerimiento con la rapidez necesaria merma directamente la confianza del cliente. Dada esta situación, y entendiend que los ciclos de cultivo son de aprox. 4 meses, se especificará al *broker* los tiempos de respuesta una vez realizada la solicitud de pedido y, además, se manejará un stock de seguridad del 30% del último pedido despachado, lo que nos permitirá poder construir en base a volumen ya elaborado y al siguiente proceso productivo mantener un abastecimiento continuo.

4.3.2. Proceso de exportación

Los factores determinantes relacionados al proceso de exportación son:

- ✓ Entrega de la documentación parcial o fuera de plazos: Cada uno de los documentos involucrados en el proceso de exportación cumple un rol importante a la hora del control de lo que se envía de un país a otro. Esto le permite a los agentes de aduana tanto local como internacional tener pleno conocimiento de todos los aspectos del envío. En caso de fallar en este proceso ya sea por la falta de algún documento, mal llenado o despacho fuera de plazo genera la imposibilidad de despachar o recepcionar la mercancía, generando entre otros efectos costos adicionales por sobreestadía.
- ✓ Deterioro de la mercancía en el proceso de envío: Dado que la responsabilidad del proveedor llega hasta que el producto arriba a la plaza de destino, cualquier daño a la integridad de este es plena responsabilidad de la organización. Es por esto que, en el proceso de empaque y palletizado se definió ciertos estándares que permitan el traslado de la especia en las mejores condiciones, evitando el sobrecargo de cajas por apilamiento o el humedecimiento del producto por filtraciones (se sella al vacío). De todas formas, en caso de ocurrir algún imprevisto, existen seguros asociados los cuales deben responder en esos casos.
- ✓ Problemas de índole tributario: Punto crucial en cualquier transacción comercial es la coherencia de los registros de información con la mercadería física involucrada. En caso de existir diferencias, se está incurriendo en un delito tributario generando un problema legal a la organización. Es por esto que, los servicios de facturación serán externalizados a una empresa que maneje este tipo de procesos.

4.4. Plan de exportación

En la siguiente sección se desarrollará el plan de exportación para el producto “Ají merkén deshidratado” desde Chile a México. Se pasará a establecer cuáles son los entes participantes, documentos relacionados con el proceso exportador, entes reguladores y fiscalizadores, acuerdos preferenciales existentes entre los países, seguro de las mercancías, certificaciones necesarias para el proceso, detalles del producto (empaquete, envase, embalaje), volumen de la exportación (cantidad de productos y cubicaje), cláusula de venta (INCOTERM), modalidad de venta, diagrama del proceso exportador, clasificación arancelaria del producto y detalles específicos del producto.

4.4.1. Datos del producto a exportar

A continuación el cuadro N°8 muestra los aspectos más importantes asociados al producto a exportar.

Cuadro N°8: Información del producto Ají merkén

Datos de la mercancía	
Producto	Ají Merkén deshidratado
Mercado de origen	Chile
Mercado de destino	México
Producto nuevo o existente en el destino	Nuevo
Fabricación	Semi industrial
Gramaje	1 kg
Peso Caja	0,5 kg
Envase	Bolsa de plástico PEBD en formato <i>pillow</i>
Volumen exportación	400 cajas de 6 unidades c/u
Cantidad de unidades	2.400 unidades de kilo
Medio de transporte	Aéreo

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Contactar al importador (*broker*)

El primer eslabón del proceso es contactar al importador (*broker*) en México mediante de correo electrónico. En este proceso validamos la información de la empresa verificando su veracidad. Posteriormente se acuerda con el cliente la venta de ají merkén a grandes rasgos su elaboración y

se entrega detalles específicos de la carga (cajas por pallet 400, unidades por caja 6, peso de cada unidad 1 kilogramo)

4.4.3. Recopilación de permisos de producto procesado

Para exportar un producto procesado se necesita ciertas certificaciones y permisos antes de realizar dicho proceso según la regulación vigente en Chile. Para esto se solicita una copia del permiso de funcionamiento en la Secretaria Regional Ministerial de Salud de la Araucanía. Junto con este documento, se solicita un certificado emitido por la misma entidad en la cual se especifica que el merkén cumple con todos los requisitos sanitarios para su comercialización. Luego se requiere al intermediario en México enviar el permiso de importación junto a un listado de documentación necesaria para internar productos alimenticios procesados, el permiso de importación detallando las autorizaciones o visaciones exigidas por los entes gubernamentales del país. Con esta documentación, el representante legal de la cooperativa se presenta ante el Agente de Aduanas el que gestionará los permisos pertinentes de exportación a México. Por último, el agente de aduanas se contacta con la empresa LATAM Logistic que presta servicios de *freight forwarder* para que realice el movimiento de carga internacional.

4.4.4. Oferta exportadora

A continuación se detallará las condiciones incluidas en la oferta comercial al intermediario (broker)

4.4.4.1. Clasificación Arancelaria

El código arancelario¹⁶ del Ají merkén es el 09042290

¹⁶ La codificación del merkén se encuentra en la sección 2: Productos del reino vegetal, Capítulo 9: Café, té, yerba mate, y especias, 09.04: Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimienta, secos, triturados o pulverizados.

4.4.4.2. INCOTERMS

La negociación se realizará bajo una cláusula “Transporte y Seguro pagados hasta” o CIP (Carriage Insurance Paid To en inglés) es decir, como vendedor nos hacemos responsables de todos los costes asociados a la operación, incluyendo el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto acordado en México, esto justificado por un tema de conveniencia y seguridad al ser un producto nuevo y con poco conocimiento por parte del cliente sobre este. Se contratará un seguro cancelando la prima correspondiente.

4.4.5. Formato de venta

Se determinó emplear un gramaje de 1kg. Con esta información, se hizo el cálculo de la densidad del producto (0,48 gr/ml) para determinar las dimensiones del empaque, asumiendo un 30% de espacio libre. Con esta información, se estableció el formato del producto y sus dimensiones: bolsa de plástico PEBD¹⁷ en formato *pillow* cuyas dimensiones efectivas son: 25,7 cm de alto x 16,7 cm de ancho x 6,8 cm de profundidad. El formato de exportación serán cajas de cartón (7,5 cm de alto x 56 cm de largo x 57 cm de ancho) de 6 unidades por cada una.

4.4.6. Medio de transporte

El medio de transporte seleccionado para esta operación será transporte aéreo, a raíz de que es un medio de transporte muy seguro y se reducen los tiempos de traslado, factor crucial al ingresar al mercado mexicano.

El aeropuerto a utilizar para la operación en origen es el Aeropuerto Internacional la Araucanía cuya información de referencia de siguiente:

- ✓ Código IATA (ZCO)
- ✓ Código de Aeropuertos OACI (SCQP)

¹⁷ PEBD: Polietileno de baja densidad el cual ofrece transparencia, fuerza en fundido y procesabilidad en su rol de empaque

Imagen N°2: Aeropuerto Internacional la Araucanía



Fuente: www.aeropuertos.net

El aeropuerto a utilizar para la operación en destino es el Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México. Su información de referencia es

- ✓ Código IATA (MEX)
- ✓ Código de Aeropuertos OACI (MMMX)
- ✓ Código Dirección General de Aeronáutica Civil DGAC (ME1)

Imagen N°3: Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México



Fuente: www.eminsg.cl

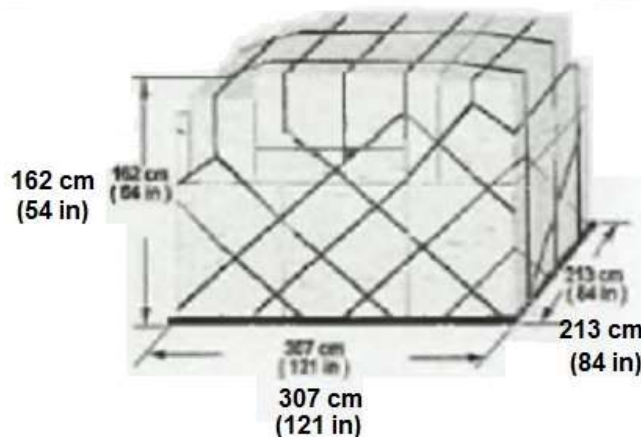
El cuadro N°9 muestra las métricas estándar asociadas al pallet modelo P1P:

Cuadro N°9: Dimensiones Pallet P1P

Pallet P1P		
Medidas	318x224 cm	125x88 in
Capacidad (max.)	4.626 kg.	10.198 ib
Altura	163 cm	64 in
Volumen (max.)	10,2 m ³	360 ft ³
Sinónimos	PAG- PAJ-PAP-LD7	
Tipo de avión	Boeing 767/767F/747F/737F/DC 871F	

Fuente: Comercio Exterior – Valenzuela (2012)

Imagen N°4: Pallet P1P



Fuente: Comercio Exterior – Valenzuela (2012)

4.4.6.1. Cálculo peso-volumen

Siguiendo la metodología propuesta por Valenzuela Sepúlveda (2012) las tarifas se cobran tanto por peso como por densidad, es decir, se deben comparar el peso físico bruto versus el volumen de la carga. El peso bruto es calcula sumando el peso neto de la mercadería más el peso de los envases y embalajes. El resultado es conocido como peso/peso.

El volumen se calcula utilizando cualquiera de las siguientes fórmulas:

$$1 \text{ Kilogramo} = 6.000 \text{ cm}^3 \text{ o } 1 \text{ mt}^3 = 167 \text{ kilogramos}$$

Otra forma de calcular el peso volumen es:

$$\text{cm}^3/6.000$$

Dada esta situación, el cálculo de nuestro envío es el siguiente:

- ✓ 400 cajas que contienen bolsas de merkén de 6 kilos con un peso neto de 2.400 kilos brutos
- ✓ Cada caja vacía pesa 0,5 kilos, y tiene una dimensión de 56x57x7,5 cm. Peso unitario caja vacía 0,5 kilos x 400 cajas vacías = 200 kilos.

$$\text{Peso/ Peso: } 2.400 \text{ kilos} + 200 \text{ kilos} = \mathbf{2.600 \text{ kilos brutos}}$$

El Peso/Volumen se calculará con la fórmula de dividir el total de cm^3 que es 23.940 cm^3 en el divisor 6.000 dando como resultado **3,99 kilos volumen**. A raíz de estos cálculos, el bulto es más pesado que de volumen y, por tanto, éste es el resultado que se multiplica por la tarifa negociada.

4.4.6.2. Cálculo de Derechos

Supuestos:

- ✓ Embarque de 400 cajas de merkén en bolsa plástica estilo *pillow* con un peso total de 2.600 kg con destino a México
- ✓ Dimensiones de la caja: 56x57x7,5 cm.
- ✓ Tarifa por kg volumen de US\$1,10 más cargos adicionales de la aerolínea (combustible US\$0,45 x kg vol., seguridad US\$0,10 x kg vol., uso de aeropuerto \$0,04 x kg vol.).
- ✓ Precio Ají merkén: US\$14,67/kilo

Cálculo de Volumen:

$56 \times 57 \times 7.5 \text{ cm} \times 400 \text{ cajas} = 9.576.000 / 6.000 = 1.596 \text{ kg}$ menor al peso bruto de 2.600 kg. Se utilizará 2.600 kg peso bruto, ya que es mayor al volumen.

Cálculo del Flete:

Considerando el peso cargable de 2.600 kg

$2.600 \text{ kg} \times \text{US\$}1,10 = \text{US\$}2.860$ (tarifa)

$2.600 \text{ kg} \times \text{US\$}0,45 = \text{US\$}1.170$ (combustible)

$2.600 \text{ kg} \times \text{US\$}0,10 = \text{US\$}260$ (seguridad)

$2.600 \text{ kg} \times \text{US\$}0,04 = \text{US\$}104$ (uso de aeropuerto)

Total flete: US\$4.394

Cálculo de derechos aduaneros con cláusula CIP:

Supuestos:

- ✓ 2.400 bolsas de merkén a un precio unitario de CLP\$8.875 (\$14.67 dólares)
- ✓ Tipo de cambio chileno observado al 03/01/2017 de CLP\$605/US\$
- ✓ Gastos FOB: 5% teórico
- ✓ Costo Flete: US\$4.394
- ✓ Seguro: 2% FOB (teórico)

Cálculo:

$2.400 \text{ unidades} \times \text{CLP\$ } 8.875 = \text{CLP\$ } 21.300.000$ (US\$ 35.206,61) Valor Ex-Works

$\text{US\$}35.206,61 \times 5,0\% = \text{US\$}1.760,33$ Gastos FOB

$\text{US\$}35.206,61 + \text{US\$}1.760,33 = \text{US\$}36.994,94$ Costo FOB

$\text{US\$ } 36.994,94 \times 2\% = \text{US\$}739,34$ Seguro

US\$36.994,94 + US\$4.394 + US\$ 739,34 = **US\$ 42.128,28 Costo CIF (CIP)**

US\$42.128,28 x 1% + US\$50 (Provisión de Fondos) = **US\$471,28** (Honorarios Agente Aduana)

US\$42.128,28 + US\$471,28 = **US\$42.599,6 Costo Final Exportación¹⁸**.

4.4.7. Normativa arancelaria vigente

Chile-México mantienen un Tratado de Libre Comercio que comenzó a regir desde el 01 de Agosto de 1999 y un Acuerdo de Asociación Económica (Chile – México) que comenzó a regir desde Diciembre de 2006. En dicho TLC la mayor parte del universo arancelario de mercancías está totalmente desgravado a la actualidad, incluyendo en esta exención los frutos de los géneros *capsicum* o pimienta, secos, triturados o pulverizados en donde está clasificado el ají merkén.

4.4.8. Forma de pago

En México, como en gran parte de los países, el comprador requiere solicitar un permiso de importación para tener acceso al mercado cambiario formal de dólares americanos, moneda bajo la que se realizan las transacciones internacionales. Asimismo, en este país quienes deseen importar mercancías, están obligados a entregar en la aduana un pedimento oficial aprobado por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el cual será tramitado por el agente de aduanas junto al resto de documentación necesaria. En este se declara:

- ✓ El tipo de régimen aduanero (importación o exportación)
- ✓ La información necesaria para la determinación y pago de los impuestos al comercio exterior o, en su caso, de las cuotas compensatorias o medidas de transición.
- ✓ La información que comprueba el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, el origen de la mercancía y el peso o volumen.
- ✓ El código de barras, número confidencial o firma electrónica que determina el despacho por el agente de aduanas.

¹⁸ No se cobra IVA en la transacción hacia México por Régimen de Tasa Cero IVA.

4.4.9. Recopilar la documentación transaccional

En el siguiente apartado se indican los documentos involucrados en el proceso de exportación

4.4.9.1. Factura Proforma

Documento provisional internacional (cotización) generado por el exportador con el propósito de que el comprador disponga de información completa sobre las mercancías que integran la operación de compraventa internacional.

Una vez la oferta ha sido aceptada por el comprador (bróker) se genera una factura proforma la cual sirve para que la cooperativa cómo exportador confirme todos los datos asociados la venta. En este caso se utiliza a modo de oferta comercial, por lo que es similar a un presupuesto. El uso de este documento es obligatorio en operaciones de comercio internacional y es necesaria para, entre otras cosas: que el importador obtenga la licencia de importación, la apertura de carta de crédito, los trámites aduaneros de país de destino y la autorización para el pago en divisas,

4.4.9.2. Factura Comercial

Es el comprobante de la venta que detalla las condiciones y sus especificaciones, exigiéndose para la exportación en el país de origen (Chile) y para la importación en el país de destino (México). También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben estar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección de la cooperativa en el país de origen (exportador) y del intermediario (importador) en México, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

4.4.9.3. Guía Aérea (Air waybill)

La guía aérea es un instrumento no negociable que funciona como recibo para el remitente y es emitida por la aerolínea o por el consolidador. Este documento describe que el transportista ha aceptado la mercancía incluida en la lista y se compromete a transportar el envío al aeropuerto de destino, conforme al contenido anotado en el reverso del original de la guía.

En resumen, es el documento equivalente al conocimiento de embarque pero usado en el transporte aéreo de mercancías, por lo cual la empresa reconoce la acción del embarque de mercancías y expresa las condiciones del transporte acordado.

4.4.9.4. Certificado de Origen

El certificado de origen es el documento que demuestra el origen nacional de un producto que se destina a la exportación, lo tramita el exportador en su país y lo envía al importador para que este pueda acceder a las exoneraciones o reducciones arancelarias fijadas en los acuerdos comerciales.

El certificado de origen es fundamental para acogerse a preferencias arancelarias (exoneraciones o reducciones) y solo puede ser emitido por entidades gubernamentales específicas. En este caso al ser la mercancía un producto procesado se debe gestionar este certificado en la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA).

4.4.9.5. Documento Único de Salida (DUS)

Documento mediante el cual el Servicio Nacional de Aduanas certifica la salida legal de la mercancía, y expone la información y valor de los productos que se exportan o de los servicios que se prestarán en el exterior.

El Agente de Aduanas, en representación de la organización, prepara el DUS y lo exhibe vía electrónica ante el Servicio Nacional de Aduanas. Una vez enviado, este será sometido al proceso de “Aceptación a Trámite” vía electrónica. Si es aceptado a trámite, será numerado y fechado por el Servicio Nacional de Aduanas y la cooperativa cómo exportador estará en condiciones de solicitar el ingreso de las mercancías a los recintos de depósito aduanero para su posterior envío.

4.4.9.6. Lista de empaque (*Packing list*)

Documento generado por el exportador que proporciona la información sobre las especificaciones de cada uno de los bultos de la transacción, atendiendo a la necesidad de que el contenido de cada uno de ellos se encuentre debidamente identificado en sus detalles técnicos más mínimos. Es un documento que ayuda a las autoridades de Aduanas al realizar su inspección, y al cliente a identificar el contenido de la carga.

Al realizar la solicitud, el despachador de Aduanas se guiará por la lista de embarque para identificar el bulto en donde se encuentra el contenido que le merece dudas. Para la compañía aseguradora, este documento le permitirá examinar la mercancía y constatar si efectivamente si esta se encuentra completa y en perfectas condiciones para su despacho.

4.4.9.7. Manifiesto de Carga Internacional

Documento que genera el transportista internacional donde se encuentra la información sobre el medio de transporte, tipo de mercancía, cantidad, unidad de medida, número de bultos, peso y datos del exportador, el cual se genera 24 horas antes del arribo del medio de transporte, cuya responsabilidad es del transportista.

Su objetivo es registrar las transacciones comerciales internacionales que salen y entran del territorio aduanero, para determinar el régimen aduanero al cual se someterá la mercancía declarada. Para complementar este manifiesto, la línea aérea (medio de transporte seleccionado para la operación) necesita de algunos documentos de la organización como la factura comercial y guía aérea

4.4.9.8. Póliza de Seguro (Seguro de Transporte)

Para asegurar la integridad de la mercancía despachada se contratará una póliza de seguro bajo el supuesto de una prima del 2% sobre el precio FOB que proporcione protección en caso daños u pérdidas que puedan suceder durante el traslado de la carga en el medio de transporte o durante

su manipuleo en los puntos de ruptura de la unidad de carga o en las interfaces (trasbordos). En caso de que uno de estos hechos aconteciera, se debe realizar la reclamación por escrito al seguro dentro del plazo fijado en la póliza (generalmente 60 días posteriores al aviso de pérdida), anexando lo siguiente: certificado de daños, factura comercial o documentos que demuestren los gastos que se ocasionaron por concepto de transporte, maniobras y copia conocimiento de embarque.

4.4.10. Tramitación bancaria de respaldo (Carta de crédito)

La carta de crédito es un resguardo para ambas partes, donde el comprador se respalda que va a recibir lo que está solicitando y el vendedor se respalda que el pago llegará a su cuenta bancaria. En este caso se efectúa una carta de crédito a la orden con pago a la vista y en la cual salen especificadas las indicaciones y todos los detalles del envío de la mercancía (detalles de la compra). También cuenta con la especificación del plazo de entrega del primer y segundo envío de la mercancía. Este documento tiene un costo asociado el cual está considerado en el precio de venta.

4.4.11. Contacto con Agente de Aduanas

En el caso que la exportación sea mayor a 2.000 dólares como es nuestro caso, la contratación del Agente de Aduanas es obligatoria. El Agente de Aduana, en el ámbito de la seguridad de la cadena logística, solicitará a la organización, antes de la gestión aduanera los siguientes documentos: escritura pública, poderes vigentes, documentos de identidad del representante legal y otros documentos formales de la empresa (registro único de contribuyentes (RUC), licencia de funcionamiento, acuerdos de seguridad, etc.).

Para iniciar el despacho aduanero de exportación se le concede un mandato con representación al Agente de Aduanas, mediante el endose del documento de transporte (en este caso guía aérea). De este modo se transforma en el representante de la cooperativa como exportador ante las aduanas. Se estableció como honorarios del Agente de Aduana un 1% sobre el valor total de la transacción el cual corresponde a US\$ 471,28 en este caso.

4.4.11.1. Despacho Aduanero

La gestión aduanera o despacho aduanero es el trámite sencillo y rápido donde el agente de aduanas recibe las instrucciones de parte de la organización en su rol de exportador junto a una copia de la factura comercial, y la reserva de espacio (pre guía en la vía aérea). Posteriormente, el agente coordina con la cooperativa para declarar mediante el DUS el régimen de exportación definitiva al cual se acogerán las mercancías. Luego, este confecciona la DUS con los datos provisionales y luego la traspasa electrónicamente. A continuación se coordina el ingreso de la carga ya sea enviando una unidad de transporte para recogerla o trasladando directamente la carga la organización hasta el almacén aduanero. El almacén aduanero recibe la carga y traspasa electrónicamente a la aduana la recepción de la carga. Con la autorización del embarque por parte de la aduana, los transportistas aéreos comenzarán a cargar la mercancía para trasladarla a su destino final.

Posterior a esto, cuando salga el avión, el agente procederá a gestionar en la compañía aérea los registros del DUS por la salida de mercancía. Una vez que la carga salió del país, el agente de aduana (con responsabilidad del exportador) tiene 30 días calendarios contabilizados a partir del día siguiente de la fecha de embarque para la regularizar la DUS con datos provisionales. En ese momento, traspasará electrónicamente otra DUS con datos complementarios presentando físicamente o electrónicamente: copia de la factura de exportación, guía aérea AWB y pago de tributos a la Tesorería General de la Republica. Finalmente, posterior a regularizar la exportación, el agente comienza a facturar por sus servicios, adjuntando copia de los documentos que sirvieron para el despacho aduanero.

4.4.12. Liquidación de la Operación

Una vez recibidos los documentos específicos de la mercancía por el banco receptor en México, la cooperativa debe demostrar que se llevó a cabo como tal la exportación, con lo cual recibe el pago por parte del banco del cliente (broker).

4.4.12.1. Pago y liquidación de divisas

Después de legalizar el DUS, el Servicio Nacional de Aduanas se comunica con el Banco Central de Chile para que éste tenga noción de la exportación efectuada y del plazo de regreso, que corresponde al período de tiempo que hayan acordado el exportador y el importador para el pago de la exportación.

A continuación el agente de aduanas cobrará los honorarios respectivos respecto de la representación del exportador y algún adicional en caso de que haya surgido un gasto imprevisto eventualmente en el proceso. El exportador informa al Banco Central sobre la exportación para hacer el cambio de divisas en el Mercado Cambiario Formal. Finalmente el Servicio Nacional de Aduanas de Chile se comunica con el agente de aduana del exportador para darle los detalles de la conclusión del proceso de exportación a través de la información otorgada por la Aduana de México, informándole que concluyó de manera exitosa el proceso y, en caso de ser necesario, sumar alguna observación que haya surgido en él.

CONCLUSIONES

Como resultado del desarrollo de este trabajo de investigación hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ El ají merkén es uno de productos alimenticios con mayor tradición que hace parte actualmente de la gama de productos orgánicos tradicionales que ocupan destacados chefs de la cocina nacional. Esto, debido a su rica historia y origen ancestral ligado al pueblo mapuche, su origen orgánico y su particular sabor, el cual le aporta un toque característico a cada alimento. Asimismo, ocupa un papel fundamental en la difusión de la cultura culinaria de la región de la Araucanía.
- ✓ El mercado mexicano hoy por hoy es una plaza sumamente atractiva del punto de vista de oportunidad de mercado particularmente para especias como el merkén. Esto, dado que el consumidor mexicano tiene un gusto desarrollado por los condimentos cuya característica principal es el picor. La competencia es intensa a nivel de oferentes de productos con similares características, pero entendemos que el merkén tiene una estampa propia que lo diferencia de cualquier variedad que exista actualmente en este mercado y sus características cómo orgánico y gourmet le permite acceder a un consumidor con mayor poder adquisitivo que demanda este tipo de alimentos, lo que permite tener una oportunidad de éxito real en un proceso de exportación.
- ✓ Como se mencionó en el apartado anterior, las características de este ají lo hacen resaltar sobre los competidores actuales en esta plaza, por lo cual es el rol del exportador potenciarlas a través de un sólido plan de comercialización que incluya, entre otras cosas, una construcción acabada de la imagen del producto, un precio competitivo, un sólido plan de comunicación y una distribución acorde a las demandas del mercado.
- ✓ A su vez, el desarrollo de un plan de abastecimiento se vuelve crucial a la hora de mantener un suministro continuo que genere una sólida relación de confianza con el cliente la cual sentará las bases de futuras negociaciones. Dentro de esto el plan de exportador surge cómo

punto de inflexión debido a su rol de puente entre el proveedor y el comprador. Cómo definimos y ejecutamos cada paso de este genera la diferencia entre una cadena logística integrada y una segmentada, factor clave a la hora de la consolidación de una mercancía en una nueva plaza comercial.

- ✓ Como sugerencia, una arista de este estudio a profundizar en futuras investigaciones sobre la materia tiene relación con la ampliación del portafolio ofertado de este producto ya sea con diversas mezclas cómo en distintos formatos según segmentación de clientes, lo que permitiría consolidar la presencia del ají merkén en tierras mexicanas.

BIBLIOGRAFÍA

APPLEYARD, D. y FIELD, A. (2003). Economía Internacional (4^{ta} ed.). México D.F., México. Editorial McGraw-Hill.

BEARTO, N. (2014). Manifiesto de carga. Recuperado de <https://acento.com.do/2014/opinion/8146732-manifiesto-de-carga/>

CABALLERO, I., CONTRERAS, N. y PADÍN, C. (2003). Comercio Internacional. Cómo establecer relaciones económicas de comercio exterior (2^{da} ed.). Vigo, España. Editorial Ideaspropias.

CARBAUGH, R. (2009). Economía Internacional (12^a ed.). México D.F., México. Editorial Cengage Learning.

CONTRERAS, C. (2014). Oportunidades Empresariales en México. México D.F., México. ProChile.

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES (2017). Tratado de libre comercio Chile – México. Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/2017/06/tratado-de-libre-comercio-chile-mexico/>

EL MERCURIO (2006). Agente de aduana y DUS. Recuperado de http://www.economiaynegocios.cl/especiales/comoexportar_2006/agente_aduanas.html

FINANCIAL RED MÉXICO (2016). Régimen de tasa cero IVA. Recuperado de <http://losimpuestos.com.mx/regimen-de-tasa-cero-iva/>

GONZÁLEZ, J.A. (2010). El cultivo del chile *Capsicum annum* L. Boletín 9 Junio 2010. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Guanajuato, México. Recuperado de

INSTITUTO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS (2017). Lista de requisitos y documentos para importar. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/requisitosparaimportar/405-lista-de-requisitos-y-documentos-para-importar>

KRUGMAN, P., OBSTFELD, M. y MELITZ, M. (2012). Economía Internacional: teoría y política (9^{na} ed.). Madrid, España. Editorial Pearson Educación.

MINISTERIO DE AGRICULTURA (2010). Ají Merkén con alto valor agregado, Proyecto de innovación de la región de la Araucanía. Santiago: Autor.

MONDRAGÓN, V. (2015). ¿Qué es la póliza de seguro de transporte internacional? Recuperado de <http://www.diariodelexportador.com/2017/04/que-es-la-poliza-de-seguro-de.html>

MONDRAGÓN, V. (2016). El agente de aduana y su papel en las operaciones de exportación. Recuperado de <http://www.diariodelexportador.com/2015/07/exportar-con-agente-de-aduana.html>

MONDRAGÓN, V. (2017). Cómo se calcula el flete en el transporte aéreo internacional. Recuperado de <http://www.diariodelexportador.com/2017/06/como-se-calcula-el-flete-en-el.html>

OFICINA COMERCIAL PROCHILE EN MÉXICO (2014). Cómo hacer negocios con México. México D.F., México. ProChile.

OFICINA COMERCIAL PROCHILE EN MÉXICO (2017). Estudio de mercado frutos secos y deshidratados en México. Guadalajara, México. ProChile.

PORTAL Y DIRECTORIO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PYMES CHILENAS (2010). El *packing list* o lista de empaque en comercio exterior. Recuperado de http://www.pymesdechile.cl/foromensajes_226.html

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS (2016). Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías - Reglas Generales para la interpretación del Sistema Armonizado. Recuperado de <http://www.aduana.cl/arancel-aduanero-vigente/aduana/2016-12-30/090118.html>

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS (2017). Tratado de libre comercio Chile – México. Recuperado de <http://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20070228/pags/20070228101531.html>

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS (2017). Agentes de aduana. Recuperado de http://www.aduana.cl/agentes-de-aduana/aduana/2012-04-27/094321.html#vtxt_cuerpo_T0

SLOW FOOD FOUNDATION FOR BIODIVERSITY (2014). Merkén, un antiguo condimento mapuche tutelado por un baluarte Slow Food. Santiago: Autor.

VALENZUELA, R. (2012). Comercio exterior: todos lo hacen ¿y yo sé? (8^{va} Ed.). Santiago, Chile. Editorial Legal Publishing

VÁSQUEZ, J. (2013). Guía aérea (AirWay Bill). Recuperado de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/gu-a-a-rea-awb>

ANEXOS

ANEXO N°1: Guía Aérea (Air Waybill)	62
ANEXO N°2: Factura Pro forma (Pro Forma Invoice)	64
ANEXO N°3: Factura Comercial (Commercial Invoice)	65
ANEXO N°4: Certificado de origen Tratado libre comercio (Chile – México)	66
ANEXO N°5: Documento Único de Salida (DUS)	67
ANEXO N°6: Lista de empaque (<i>Packing list</i>)	70
ANEXO N°7: Manifiesto de carga internacional	71
ANEXO N°8: Seguro de transporte (póliza)	72
ANEXO N°9: Carta de crédito internacional	73
ANEXO N°10: Declaración jurada seguro teórico (2%)	74

ANEXO N°1: GUÍA AÉREA (AIR WAYBILL)¹⁹

080	JNB	045-5144 4000										
NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL EXPEDIDOR Shipper's Name and Address			NO NEGOCIABLE AIR WAY BILL CARTA DE PORTE AÉREO (CONOCIMIENTO AÉREO)				045-5144 4000		LATAM CARGO			
COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA. SAN ANDRES, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE. TELEFONO +56 45 257 7663			LAS COPIAS 1, 2 Y 3 DE ESTA CARTA DE PORTE AÉREO SON ORIGINALES Y TIENE LA MISMA VALIDEZ									
			Se conviene que la mercancía aquí descrita es aceptada para su transporte en aparente buen estado y condición (salvo indicaciones en contrario) y CONFORME A LAS CONDICIONES DEL CONTRATO AL DORSO. TODA LA MERCANCÍA PODRÁ SER TRANSPORTADA POR OTROS MEDIOS, INCLUSO POR CARRETERA O POR OTRO TRANSPORTISTA A MENOS QUE EL EXPEDIDOR DE INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS EN CONTRARIO EN EL PRESENTE CONOCIMIENTO Y EL EXPEDIDOR ACEPTA QUE LA EXPEDICIÓN PODRÁ SER TRANSPORTADA A TRAVÉS DE PUNTOS DE ESCALA INTERMEDIOS QUE EL TRANSPORTISTA CONSIDERE APROPIADOS. SE LLAMA LA ATENCIÓN DEL EXPEDIDOR SOBRE EL "AVISO SOBRE LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LOS TRANSPORTISTAS"									
NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL DESTINATARIO Consignee's Name and Address			INFORMACIÓN CONTABLE/ Accounting Information									
COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V. CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, 09100 CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.			THIS IS A KNOW SHIPPER - KNOWN SHIPPER CERTIFICATION NUMBER 214235415567 TC. 605									
AGENTE DEL TRANSPORTISTA EMISOR, NOMBRE Y CIUDAD Issuing Carrier's Agent Name and City			RAFAEL FLORES CUELLAR, TALCAHUANO.									
CÓDIGO IATA DEL AGENTE		N° DE CUENTA										
7202020		240520520										
AEROPUERTO DE SALIDA (DIRECC. 1° TRANSPORTISTA) Y RUTA SOLICITADA			AEROPUERTO INTERNACIONAL LA ARAUCANIA (ZCO)									
A	1°TRANSPORTISTA	A	P	A	POR	MONEDA		PESO/ VALOR	OTROS	VALOR DECLARADO PARA TRANSPORTE	VALOR DECL. ADUANAS	
MEX	LATAM CARGO					USD		605		4394	US\$ 42.100,28	
AEROPUERTO DE DESTINO			VUEL O/ FECH A	VUEL O/ FECH A	VALOR ASEGURADO		SEGURO: SI EL TRANSPORTISTA OFRECE UN SEGURO Y ESTE ES SOLICITADO DE CONFORMIDAD CON LAS CONDICIONES AL DORSO INDÍQUESE EN CIFRA EL VALOR ASEGURADO EN LA CASILLA DENOMINADA VALOR ASEGURADO					
AEROPUERTO INTERNACIONAL BENITO JUÁREZ (MEX)					US\$42.100,28							
DATOS E INSTRUCCIONES PARA MANIPULACIÓN												
FRAGILE LOAD												
						SCI						

¹⁹ Recuperado de <http://www.formacionentransporte.es/archivo>

N° BULTOS	PESO BRUTO	KGS LB	CLASE TARIFA	N° TARIFA ESPECIAL	PESO A COBRAR	TARIFA/CARGO	TOTAL	NATURALEZA Y CANTIDAD DE LA MERCANCÍA
400	2600	KG	PESO		2600 KG	US\$1,10	US\$2860	400 CAJAS DE CARTON CORRUGADO CON 2400 BOLSAS DE AJÍ MERKEN DE 1 KG C/U.
400	2600						US\$2860	
PAGADO		CARGO POR PESO		DEBIDO		OTROS CARGOS		
US\$42.100,28						COMBUSTIBLE 2.600 KG x US\$0,45 = US\$1,170 SEGURIDAD 2.600 KG x US\$0,10 = US\$260 USO AEROPUERTO 2.600 kg x US\$0,04 = US\$104		
CARGO POR VALOR								
0,00				0,00				
IMPUESTOS								
0,00				0,00				
TOTAL OTROS CARGOS A PAGAR AL AGENTE						El expedidor certifica que los datos aquí consignados son correctos y que en caso de contener la mercancía artículos peligrosos, estos han sido descritos detalladamente y se encuentran en condiciones adecuadas para su transporte aéreo de acuerdo con el Reglamento sobre Artículos Peligrosos que sea aplicable		
US\$471				0,00				
TOTAL OTROS CARGOS A PAGAR AL TRANSPORTISTA								
US\$1534				0,00				
TOTAL PAGADO				TOTAL DEBIDO				
US\$42.571,28				0,00		05/01/2018 AEROPUERTO INTERNACIONAL LA ARAUCANIA (ZCO)		
CAMBIO APLICADO				A COBRAR EN MONEDA DESTINO				
						FORMALIZADO EL FECHA EN (LUGAR) FIRMA DEL TRANSPORTISTA EMISOR O DE SU AGENTE		
PARA USO EXCL. DEL TRANSPORTISTA EN DESTINO		CARGOS EN DESTINO		TOTAL CARGOS EN DESTINO				

N°3 ORIGINAL for SHIPPER/para el Expedidor

ANEXO N°2: FACTURA PROFORMA (PRO FORMA INVOICE)²⁰

Fecha/Date: 05/10/2018

Remitente/Sender		Destinatario/Consignee	
Nombre / Name	COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA.	Nombre / Name	COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V.
Dirección / Address	SAN ANDRÉS, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE.	Dirección / Address	CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.
Código Postal / Postal Code	4780000	Código Postal / Postal Code	09100
Ciudad/City	TEMUCO	Ciudad/City	CIUDAD DE MÉXICO
Teléfono / Phone number	+56 45 257 7663	Teléfono / Phone number	+52 5426 3115/ +52 5115 8040

Cantidad Item num.	Descripción de la mercancía Description of the goods	Valor US\$ Value	Medidas Dimensions	Peso Weight
2400	BOLSA AJÍ MERKEN 1 KG	35.208	25,7 cm x 16,7 cm x 6,8 cm.	2400 KG

SIN VALOR COMERCIAL / NO COMMERCIAL VALUE
 Valor declarado únicamente a efectos de aduana / Value for Customs only
 Valor consignado a efectos estadísticos / Value for Customs purposes
 Sin cargo al destinatario / Without charge to consignee

País origen de la mercancía / Country of origin
CHILE

Seguro / Insurance
SEGURO TEÓRICO 2% VALOR FOB

Condiciones/ Conditions INCOTERM
CIP

Póliza / Policy
GENERAL

Nombre / Name
RAÚL VIERA MASENLLI

Puesto / Position
PRESIDENTE CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
 COOPERATIVA AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN
 DE LA ARAUCANIA LTDA.

Firma y sello / Signature Masenlii&RV

²⁰ Recuperado de <https://es.slideshare.net/emperatrizmelgarejorivera/modelo-facturaproforma-38073408>

ANEXO N°3: FACTURA COMERCIAL (COMMERCIAL INVOICE)²¹

COMMERCIAL INVOICE (Factura Comercial)							Page 1 of 1
SHIPPED FROM (Envío de): Tax ID/VAT No. (No de identificación): Contact Name (Nombre): COOPERATIVA DE AJÍ MERKEN LTDA. Telephone No. (Teléfono): +56 45 257 7663 E-Mail (E-Mail): contacto@cooperativamerkenaraucaia.com Company Name/Address (Compañía/Dirección): SAN ANDRÉS, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE.				Date (Fecha): 08/01/2018 Air Waybill No. (Conocimiento de Embarque): 045-5144 4000 Invoice No. (No de la Factura): 080 Purchase Order No. (No de Orden de Compra): Payment Terms (Terminos de Pago): Incoterms (Incoterms): CIP=CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO Reason for Export: <input checked="" type="checkbox"/> Sold (Vendido) <input type="checkbox"/> Not Sold (No Esta Vendido) <input type="checkbox"/> Other (Otro)			
Country (País): CHILE Parties to Transaction: <input type="checkbox"/> Related (Vinculado) <input checked="" type="checkbox"/> Non-related (No Vinculado)				SOLD TO (Vendido a): <input checked="" type="checkbox"/> Same as SHIPPED TO (Igual que el Destinatario): Tax ID/VAT No. (No de identificación): Contact Name (Nombre): COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V. Telephone No. (Teléfono): +52 5426 3115/ +52 5115 8040 E-Mail (E-Mail): contacto@comercializadorapisis.com Company Name/Address (Compañía/Dirección): CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.			
SHIPPED TO (Destinatario): Tax ID/VAT No. (No de identificación): Contact Name (Nombre): COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V. Telephone No. (Teléfono): +52 5426 3115/ +52 5115 8040 E-Mail (E-Mail): contacto@comercializadorapisis.com Company Name/Address (Compañía/Dirección): CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.				Country (País): MÉXICO			
No. of Packages (No de Paquetes)	No. of Units (No Unitario)	Unit of Measure (Unidad de Medida)	Description of Goods (Including Harmonized Tariff No.) (Descripción de la Mercancía (Con No de Clasificación Arancelaria))	Country of Origin (País de Origen)	Value Unit (Precio Unitario)	Total Value (Precio Total)	
400	2,400	KG	BOLSA AJÍ MERKEN 1 KG	CL	14.67	35,208.00	
					0.00	0.00	
					0.00	0.00	
Total No. of Packages (Total de Paquetes): 400					Subtotal (Subtotal):	35,208.00	
Total Weight (Indicate LBS or KGS) (Peso Total [En Lbs o Kgs]): 2600				KGS	Additional Charges (Gastos Adicionales):	1,760.33	
Special Instructions (Instrucciones Especiales): CARGA FRÁGIL Declaration Statement(s) (Declaración(es)): 400 CAJAS DE CARTON CORRUGADO CON 2400 BOLSAS DE AJÍ MERKEN DE 1 KG C/U.					Insurance (Seguro):	739.34	
					Freight (Flete):	4,394.00	
					Packing (Embalaje):	0.00	
					Handling (Manejo):	0.00	
					Consular Fees (Honorarios Consulares):	0.00	
					Other (Otros):	471.00	
					Invoice Total (Total):	42,572.67	
					Currency Code (Tipo de Moneda):	USD	
Signature/Title (Firma del Declarante/Puesto)						Date (Fecha)	

²¹ Recuperado de <https://images.fedex.com/downloads/lac/commercialinvoice.pdf>

ANEXO N°4: CERTIFICADO DE ORIGEN (CHILE – MÉXICO)²²

Tratado de Libre Comercio entre la República de Chile y los Estados Unidos Mexicanos Certificado de Origen (Instrucciones al Reverso)

Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde

<p>1. Nombre y domicilio del exportador</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA.</p> <p>SAN ANDRÉS, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE.</p> <p>TELEFONO: +56 45 257 7663</p> </div> <p>Número de Registro Fiscal:</p>		<p>2. Periodo que cubre:</p> <p style="text-align: center;">D D M M A A D D M M A A</p> <p>Desde: 0/ 5/ 0/ 1/ 1/ 8/ Hasta: 0/ 8/ 0/ 1/ 1/ 8/</p>			
<p>3. Nombre y domicilio del productor</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA.</p> <p>SAN ANDRÉS, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE.</p> <p>TELEFONO: +56 45 257 7663</p> </div> <p>Número de Registro Fiscal:</p>		<p>4. Nombre y domicilio del importador</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V.</p> <p>CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.</p> <p>TELEFONO: +52 5426 3115/ +52 5115 8040</p> </div> <p>Número de Registro Fiscal:</p>			
<p>5. Descripción del (los) bien(es)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>BOLSA AJÍ MERKEN 1 KG</p> </div>	<p>6. Clasificación Arancelaria</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>0904.2290</p> </div>	<p>7. Criterio para trato preferencial</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px; text-align: center;"> <p>A</p> </div>	<p>8. Productor</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px; text-align: center;"> <p>BMF</p> </div>	<p>9. Método utilizado (VCR)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px; text-align: center;"> <p>NO</p> </div>	<p>10. Otras Inizancias</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>Masenlii&RV</p> </div>
<p>11. Observaciones:</p>					
<p>12. Declaro bajo protesta de decir verdad que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consiente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Los bienes son originarios del territorio de una o ambas partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre la República de Chile y los Estados Unidos Mexicanos, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 4-17 o en el Anexo 4-03. <p>Este Certificado consta de 3 hojas, incluyendo todos sus anexos.</p>					
<p>Firma autorizada:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px; text-align: center;"> <p>Masenlii&RV</p> </div>			<p>Empresa:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>COOPERATIVA DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA.</p> </div>		
<p>Nombre:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>RAÚL VIERA MASENLLI</p> </div>			<p>Cargo:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <p>PRESIDENTE CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN COOPERATIVA AJÍ MERKEN ARAUCANIA.</p> </div>		
<p>Fecha:</p> <p style="text-align: center;">D D M M A A</p> <p>0/ 5/ 0/ 1/ 1/ 8/</p>			<p>Teléfono:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px; text-align: center;"> <p>+56 45 257 7663</p> </div> <p>Fax:</p>		

²² Recuperado de <http://web.sofofa.cl/comercio-externo/certificacion-de-origen/887-2/#ancla11>

ANEXO N°5: DOCUMENTO ÚNICO DE SALIDA (DUS)²³

GOBIERNO DE CHILE SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DOCUMENTO UNICO DE SALIDA				Número Aceptación : 5505440 - 1	
				Fecha : 26/07/2013	
34	Aduana VALPARAISO	C92	Despachador : MONICA FERNANDEZ POLLMANN		
Referencia Documento : 63362		200	Tipo Operación : EXPORTACION NORMAL		
IDENTIFICACION					
Rut Emisor : 3		Rut Destinatario : 93585000-2			
Rut Emisor : 3		Compañía o Exportador : EDITORIAL TELEVISIA CHILE S.A.			
Dirección : ROSARIO NORTE 555 PISO 18				13114	Comuna : LAS CONDES
Rut Ex Desembarco :		Código de Reg. Desembarco :			
Dirección :					
Comuna :					
Consignatario : DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA S.A.					
DESTINO Y TRANSPORTE			REGIMEN SUSPENSIVO		
905	Puerto Embarque : VALPARAISO	Cod.Reg.Origin : 13	Tipo Licen : R	Via Transp : 01	Nro. Documento :
Puerto Desembarco : CALLAO		219	País Destino : PERU		Aduana : PERU
ANTECEDENTES FINANCIEROS					
Rut Ex Transp : 96.602.750-9		Código Transp. : N.Y.K.		Tipo Autorización : 013	Nro. Autorización : 219
Rut Emisor : 78556470-7		Emisor Doc. Transp. : ECU LINE		Módulo de Venta : DOLAR USA	Valor Cláusula de Venta : 33.829.50
Número Documento Transp. : VAP/CAL/14870		Fecha Documento Transp. : 02/06/2013		Módulo de Venta : FIRME	Comisiones en el Establecimiento : 1
Número de Vaso : 99182		Nombre de la Nave : MOL PRECISION		Cláusula de Venta : FOB	Otros gastos Deducibles : 05
V.B. : 01		Fecha Recib. V.B. : 01		Forma de Pago : COB.1	Valor Líquido de Retorno : 33.829.50
DESCRIPCION DE MERCANCIAS					
Item : 1 ; 490290001 ; REVISTA; ED.TELEVISA-F; DISNEY POOH; IMPRESAS SOBRE PAPEL; ENCUADERNACION COMUN; CIR					
Arbit.1 : PAPEL; ENCUADERNACION COMUN; CIR		Arbit.2 : CULACION MENSUAL		Arbit.3 : 49029000	Precio Bruto : 765.00
Arbit.1 : CULACION MENSUAL		Arbit.2 : 06		U. Medidas : KN	Precio Llave FOB : 1.604428
Arbit.1 : 99		Arbit.2 : 000000054		Cantidad : 747.9300	Valor FOB : 1.200.00
Arbit.1 : 99		Arbit.2 : 000000054		PAQUETES	6B ; SIN ACUERDO
Item : 2 ; 49029000P ; REVISTA; ED.TELEVISA-F; NATIONAL GEOGRAPHICS ESPECIAL; IMPRESAS SOBRE PAPEL; ENCUBRIMIENTO COMUN; CIRCULACION MENSUAL					
Arbit.1 : L; IMPRESAS SOBRE PAPEL; ENCUBRIMIENTO COMUN; CIRCULACION MENSUAL		Arbit.2 : DERIVACION COMUN; CIRCULACION MENSUAL		Arbit.3 : 49029000	Precio Bruto : 322.00
Arbit.1 : DERIVACION COMUN; CIRCULACION MENSUAL		Arbit.2 : 06		U. Medidas : KN	Precio Llave FOB : 3.954641
Arbit.1 : 99		Arbit.2 : 000000026		Cantidad : 314.8200	Valor FOB : 1.245.00
Arbit.1 : 99		Arbit.2 : 000000026		PAQUETE	0 ; 0
DESCRIPCION DE BULTOS					
Item : 1 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 2 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 3 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 4 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 5 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 6 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 7 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 8 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 9 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 10 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 11 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
Item : 12 ; 080 ; PALLET ; 9 ; DISTRIBUIDORA BOLIVARIANA SA ; 539 PAQUETE(061)					
OBSERVACIONES GENERALES:					
F-125375/125376 // BOOKING ; 7140541820 .-				TOTALES:	
				Total Bultos : 12	Total Bultos : 9
				Total Precio Bruto : 6.372.20	Total Precio Bruto : 6.372.20
				Valor FOB : 33.829.50	Valor FOB : 33.829.50
				Seguros :	Seguros :
				Flete :	Flete :
				Valor CIF :	Valor CIF :
ACEPTACION A TRAMITE		AUTORIZACION DE SALIDA		LEGALIZACION/DECLARACION	
Fecha : 29/07/2013		Tipo de Examen :		Fecha : 12/06/2013	
Tipo de Examen :		Tipo de Examen :		Tipo de Examen : L	
2211133800111000		SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS		FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE	
FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE		FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE		FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE	

Ref.Cite: FACT.125375/125376

12/06/2013

²³ Imagen referencial del documento, no corresponde al proceso exhibido en el informe. Recuperado de <http://valpo.pefer.cl:8080/facturacion/public/cv/93585000/E63362/DUS2-63362.PDF>

GOBIERNO DE CHILE SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DOCUMENTO UNICO DE SALIDA				Número Aceptación : 5505440 - 1	
				Fecha: 26/07/2013	
34	Aduana VALPARAISO	C92	Despachador: MONICA FERNANDEZ POLLMANN		
Número Despacho : 63362		200	Tipo Operación: EXPORTACION NORMAL		
DESCRIPCION DE MERCANCIAS					
Item:					
3	49029000F	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; ALMANAQUE; IMPRESAS SOBRE PA			
Art.1:	PEL;ENCUADERNACION COMUN;CIRCU	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	LACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	9.591200
				Cantidad:	298.1900
				Valor FOB:	2.860.00
99	0000000025	PAQUETE	0	0	
Item:					
4	49029000N	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; CONDORITO COLECCIONABLE; IMP			
Art.1:	RESAS SOBRE PAPELENCUADERNACIO	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	N COMUNCIRCULACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	7.005123
				Cantidad:	536.7500
				Valor FOB:	3.760.00
99	0000000045	PAQUETES	0	0	
Item:					
5	49029000G	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; ERES NOVIA; IMPRESAS SOBRE P			
Art.1:	APEL;ENCUADERNACION COMUN;CIRC	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	ULACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	1.058496
				Cantidad:	179.5000
				Valor FOB:	190.00
99	0000000012	PAQUETE	0	0	
Item:					
6	49029000I	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; DISNEY POOH; IMPRESAS SOBRE			
Art.1:	PAPEL;ENCUADERNACION COMUN;CIR	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	CULACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	16.916748
				Cantidad:	399.8700
				Valor FOB:	6.764.50
99	0000000071	PAQUETES	0	0	
Item:					
7	49029000I	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; DISNEY POOH; IMPRESAS SOBRE			
Art.1:	PAPEL;ENCUADERNACION COMUN;CIR	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	CULACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	3.509110
				Cantidad:	2.180.0400
				Valor FOB:	7.650.00
99	0000000158	PAQUETES	0	0	
Item:					
8	49029000E	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; NINTENDO; IMPRESAS SOBRE PAP			
Art.1:	EL;ENCUADERNACION COMUN;CIRCUL	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	ACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	4.003203
				Cantidad:	599.5200
				Valor FOB:	2.400.00
99	0000000073	PAQUETES	0	0	
Item:					
9	49029000J	; REVISTA; ED.TELEVISA-F; IDEAS Y HOGAR; IMPRESAS SOBR			
Art.1:	E PAPEL; ENCUADERNACION COMUN;	Art.4:		Arancel:	49029000
Art.2:	CIRCULACION MENSUAL	Art.3:		U/Medida:	06 KN
Art.3:		Art.5:		Prece Unit FOB:	10.838010
				Cantidad:	206.6800
				Valor FOB:	2.240.00
99	0000000014	PAQUETES	0	0	

Página No.:	2	De:	3
-------------	---	-----	---

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS

FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE

GOBIERNO DE CHILE SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DOCUMENTO UNICO DE SALIDA				Número Aceptación : 5505440 - 1	
				Fecha : 26/07/2013	
34	Aduana VALPARAISO		C92	Despachador: MONICA FERNANDEZ POLLMANN	
Número Despacho : 63362			200	Tipo Operación: EXPORTACION NORMAL	
DESCRIPCION DE MERCANCIAS					
Item 10 49029000L ; REVISTA; ED.TELEVISA-F; ELECTRONIC GAMING; IMPRESASS					
Ancl.1: OBRE PAPEL; ENCUADERNACION COM			Ancl.4:		Ancl.5: 49029000 Peso Bruto: 337.50
Ancl.2: UN; CIRCULACION MENSUAL			Ancl.3:		U/Medida: 06 KN Prec. Unit FOB: 7.455223
			Ancl.6:		Cantidad: 329.9700 Valor FOB: 2.460.00
99	0000000025	PAQUETES	0		0
Item 11 49029000D ; REVISTA; ED.TELEVISA-F; EN FORMA; IMPRESAS SOBRE PAP					
Ancl.1: EL; ENCUADERNACION COMUN; CIRC			Ancl.4:		Ancl.5: 49029000 Peso Bruto: 199.50
Ancl.2: ULACION MENSUAL			Ancl.3:		U/Medida: 06 KN Prec. Unit FOB: 12.458344
			Ancl.6:		Cantidad: 195.0500 Valor FOB: 2.430.00
99	0000000015	PAQUETES	0		0
Item 12 49029000N ; REVISTA; ED.TELEVISA-F; PREVENTION EN ESPANOL; IMPRE					
Ancl.1: SAS SOBRE PAPEL; ENCUADERNACIO			Ancl.4:		Ancl.5: 49029000 Peso Bruto: 247.20
Ancl.2: NCOMUN; CIRCULACION MENSUAL			Ancl.3:		U/Medida: 06 KN Prec. Unit FOB: 2.606753
			Ancl.6:		Cantidad: 241.6800 Valor FOB: 630.00
99	0000000019	PAQUETES	0		0

Hoja No.:	De:
3	3

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS

FIRMA DESPACHADOR O DECLARANTE

ANEXO N°6: LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST)²⁴

PACKING LIST

Remitente/Shipper

Nombre: **COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ MERKEN DE LA ARAUCANIA LTDA.**

Dirección de la empresa: **SAN ANDRÉS, CAUTÍN, TEMUCO, CHILE.**

Destinatario/Receiver

Nombre: **COMERCIALIZADORA PISIS, S.A. DE C.V.**

Dirección de la Empresa: **CALLE PABLO GARCÍA 18, JUAN ESCUTIA, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX, MÉXICO.**

Fecha/ Date: 08/01/2018

Medio de Transporte/ Mode of transport: **AEREO**

Naturaleza de la transacción/ Nature of transaction code: **COMPRAVENTA CARTA DE CREDITO A LA VISTA.**

Condiciones de entrega/ Delivery: **CIP**

CODIGO	DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	NUMERO DE PAQUETES	CANTIDAD DE UNIDADES	PESO
0904.2290	BOLSA AJÍ MERKEN 1 KG	400	2400	2600 KG

²⁴ Elaboración propia en base a las referencias bibliográficas

ANEXO N°7: MANIFIESTO DE CARGA INTERNACIONAL²⁵

UPS Air Cargo		Air Cargo Manifest						
Owner/Operator UPS Air cargo		Registration (IATA Number)				Flight Number UPSAC5X039 0		
Sub-Manifest 08		Port of Loading AMA - MIAMI		Port of Unloading SAL - SAN SALVADOR		Date 27-SEP-2013		
Air Waybill Number	Nbr of Pcs	Weight KGLB	Nature of Goods	Shipper Name & Address	Consignee Name & Address	Customs Comments	ULD	Pieces in ULD
111-888888	4 of 4	1423 3.137 lb	COMMUNICATION SERVICES	Sunbird	IS, SALVADOR SA			
111-888888	3 of 1	18 41.89	PLASTIC TUBING	FINI SYSTEMS INC.	SALVADOR			
111-888888	1 of 1	301 663.89	DOOR & WINDOW HARDWARE	AIR CARRIER CO CARVILLOLUMPA	ESTABLES A DE CV			

²⁵ Imagen referencial del documento, no corresponde al proceso exhibido en el informe. Recuperado de <http://tramites.gob.sv/procedure/47/37?l=es>


ANEXO N°8: SEGURO DE TRANSPORTE (PÓLIZA)²⁶

SGETA-PTA-03ES-1

CERTIFICADO DE SEGURO PARA COMPAÑÍAS Y OPERADORES AÉREOS Responsabilidad general con respecto a pasajeros, equipaje, carga y terceros	
Referencia: _____ (Referencia del Certificado)	
NOSOTROS, _____ CERTIFICAMOS (Asegurador)	
que hemos emitido una póliza o pólizas de Seguro de Responsabilidad de Aviación, de referencia:	
_____ (Referencia de las Pólizas)	
de Seguro de Responsabilidad de Aviación, de acuerdo a los siguientes términos:	
ASEGURADO ⁽¹⁾:	
PERIODO DE VALIDEZ ⁽²⁾:	Desde: _____ Hasta: _____ En caso de que la cobertura del seguro sea interrumpida antes del periodo de validez arriba indicado, el asegurado deberá notificarlo por escrito inmediatamente a la Dirección General de Aviación Civil.
AERONAVES ⁽³⁾:	<input type="checkbox"/> <i>Toda la flota perteneciente u operada por el asegurado</i> <input type="checkbox"/> <i>La flota incluida en el Anexo I a este certificado</i>
Adicionalmente el asegurador certifica que el seguro cubierto por la póliza o pólizas referidas en este Certificado cumplen con el Reglamento (CE) 785/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de abril de 2004 sobre requisitos de seguro para compañías aéreas y operadores aéreos, y que las citadas pólizas no incluyen ningún término, condición, limitación, exclusión o provisión de cancelación que pueda ir en contra de esta regulación.	
Fecha de Emisión: _____	Datos de Contacto del Asegurador:
Firma y sello del Asegurador ⁽⁴⁾: _____	_____ (Nombre del Asegurador)
	_____ (Dirección)
	_____ (Código Postal, Ciudad, País)
	_____ (Persona de contacto que pueda verificar la validez del certificado)
	_____ / _____ (Número de teléfono) (Número de fax)

²⁶ Imagen referencial del documento, no corresponde al proceso exhibido en el informe. Recuperado de <https://logistica4semestre.blogspot.cl/2015/>

ANEXO N°9: CARTA DE CREDITO²⁷

 <p>Bancolombia NIT. 890.963.938-9</p>	<p>CARTA DE CRÉDITO IRREVOCABLE SOLICITUD Y CONVENIO DE APERTURA</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3">FECHA</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2010</td> <td style="text-align: center;">08</td> <td style="text-align: center;">08</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">AÑO</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">MES</td> <td style="text-align: center; font-size: small;">DÍA</td> </tr> </table>	FECHA			2010	08	08	AÑO	MES	DÍA
FECHA											
2010	08	08									
AÑO	MES	DÍA									
I. DATOS DEL ORDENANTE (Comprador de la mercancía)											
NOMBRE ALEJEAD PC SAS											
DIRECCIÓN carrera 100 5-39 - Apartado Postal 28059											
TELÉFONO 059-032-4491451	FAX 059-032-4491451	NIT / RUC / ID 790033345-7									
EL COBRO DE LA COMISIÓN Y OTROS CARGOS DEBITARLO DE CUENTA No: 30375378597		CIUDAD Cali									
<input checked="" type="checkbox"/> CORRIENTE <input type="checkbox"/> AHORROS		EMAIL alejead@hotmail.com									
II. DATOS DEL BENEFICIARIO (Vendedor de la mercancía)											
NOMBRE Shenzhen Ailisheng Trade Co., Ltd.											
DIRECCIÓN No 1916 Halonghuayuantiang Building, Phoenix Road, Luohu district, Guangdong											
CIUDAD Shenzhen	PAÍS China	TELÉFONO 086-755-36922075									
		FAX 086-755-36922075									
III. VALOR DE LA OPERACIÓN											
MONEDA USD	VALOR \$135,000.00	VIGENCIA 60 DÍAS									
		CON TOLERANCIA DEL 4 % MÁS O MENOS									
COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS POR FUERA DE PANAMÁ A CARGO DE: <input type="checkbox"/> BENEFICIARIO <input checked="" type="checkbox"/> ORDENANTE		ACTUACIÓN DEL CORRESPONSAL <input checked="" type="checkbox"/> CONFIRMADA <input type="checkbox"/> AVISADA									
IV. FORMA DE UTILIZACIÓN											
<input checked="" type="checkbox"/> A LA VISTA <input type="checkbox"/> POR NEGOCIACIÓN		<input type="checkbox"/> DIFERIDO <input checked="" type="checkbox"/> POR ACEPTACIÓN A 15 DÍAS DE									
		<input checked="" type="checkbox"/> DEL DOCUMENTO DE TRANSPORTE <input type="checkbox"/> DE LA FACTURA COMERCIAL									
V. CONDICIONES DE EMBARQUE DE LA MERCANCIA											
EMBARQUES PARCIALES <input type="checkbox"/> PERMITIDOS <input checked="" type="checkbox"/> PROHIBIDOS	TRANSBORDOS <input checked="" type="checkbox"/> PERMITIDOS <input type="checkbox"/> PROHIBIDOS	FECHA MÁXIMA DE EMBARQUE 2010 8 23 AAAA MM DD									
PUERTO / AEROPUERTO / LUGAR DE EMBARQUE Shangai	PUERTO / AEROPUERTO / LUGAR DE DESTINO: Buenaventura										
CIUDAD Shangai	PAÍS China	CIUDAD Buenaventura									
		PAÍS Colombia									
VI. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA MERCANCÍA (INDICANDO CANTIDADES)											
product name: 15.6 inch laptop with core i7 8GB RAM, pc laptop notebook, 500 units.											
TÉRMINO DE NEGOCIACIÓN (INCOTERM) <input checked="" type="checkbox"/> F.O.B. <input type="checkbox"/> F.C.A. <input type="checkbox"/> C.F.R. <input type="checkbox"/> C.I.F. <input type="checkbox"/> EXWORKS <input type="checkbox"/> OTRO, CUAL? _____											
SE ACEPTA LA PRESENTACIÓN DE LOS DOCUMENTOS A MÁS TARDAR 5 DÍAS DESPUÉS DE LA FECHA DE EMBARQUE DE LA MERCANCÍA, PERO DENTRO DE LA VIGENCIA DEL CRÉDITO DOCUMENTARIO? <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO											

01/10/08

²⁷ Imagen referencial del documento, no corresponde al proceso exhibido en el informe. Recuperado de <http://creditos10.com/carta-de-credito/>

DECLARACION JURADA SIMPLE

SEGURO TEÓRICO

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA MERCANCIA AMPARADA BAJO EL CONOCIMIENTO DE EMBARQUE AEREO AWB **080JNB045-51444000** Y FACTURA COMERCIAL **DD0001-180818(1)Z** DE FECHA 08.01.2018 SE HA CONTRATADO UNA POLIZA DE SEGURO TEÓRICO EN CHILE POR LA PRIMA DE UN 2% SOBRE EL PRECIO FOB.

SE EXTIENDE LA PRESENTE DECLARACION JURADA SIMPLE, PARA LOS EFECTOS ADUANEROS CORRESPONDIENTES.

Masenlii&RV

FIRMA EXPORTADOR



FIRMA NOTARIO

**PRESIDENTE CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
“COOPERATIVA DE AGRICULTORES DE AJÍ
MERKEN DE LA ARAUCANIA”.**

²⁸ Elaboración propia en base a las referencias bibliográficas

