



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO  
EXTERIOR**

## **TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del Título de:

**Ingenieras en Comercio Exterior.**

**Mención en Negociaciones Internacionales**

### **TEMA**

**“ELABORAR UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE MORA  
PARA LA EMPRESA MERMELADAS MEL LTDA. PARA LA CIUDAD  
DE SANTIAGO DE CHILE”.**

### **PRESENTADO POR:**

Natalia Andrea Orozco Alarcón

Carmen Janeth Sadva Ausay

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2010**

# CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

-----  
Ing. Gino Merino  
Director de Tesis

-----  
Ing. Marcelo Donoso  
Miembro del Tribunal

# AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de los autores.

-----  
Carmen Janeth Sadva Ausay

-----  
Natalia Andrea Orozco Alarcón

## **AGRADECIMIENTO**

“Agradecemos de manera general a todos y cada uno de los docentes que durante nuestra vida politécnica nos han impartido sus conocimientos, de tal forma que nos permitan crecer como profesionales y desenvolvemos en el ámbito laboral con excelencia”. Al ingeniero Gino Merino director de Tesis por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de la misma, que gracias a sus conocimientos y experiencia nos ha permitido culminar el desarrollo de nuestra tesis.

A nuestros padres y hermanos que siempre nos han dado su apoyo incondicional y a quienes debemos este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darnos una formación académica y sobre todo humanista y espiritual.

## **DEDICATORIA**

“A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además a mis padres por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, logrando cumplir con una de mis metas con valentía y éxito”.

Carmen Janeth Sadva Ausay.

“A mis padres, mis hermanos, que han sido pilar fundamental de apoyo en mi vida politécnica, que me han permitido lograr con éxito la culminación de mi carrera”.

Natalia Andrea Orozco Alarcón

## Índice

Portada .....	I
Certificación del tribunal .....	II
Certificado de autorización .....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice .....	6
Índice de cuadros .....	9
Índice de gráficos.....	10
Introducción.....	11
CAPÍTULO I .....	13
1. Generalidades de Chile.....	13
1.1 Antecedentes.....	13
1.1.2. Chile.....	13
1.1.2.1. Toponimia.....	14
1.1.2.2. Estado .....	15
1.1.2.3. Organización territorial.....	15
1.1.2.4. Relieve .....	16
1.1.2.5. Clima.....	19
1.1.2.6. Flora y fauna .....	20
1.1.2.7. Población .....	22
1.1.2.8. La economía chilena .....	25
1.1.2.9. El comercio exterior .....	27
1.1.2.10 Indicadores tecnológicos .....	28
1.1.3. El Ecuador y las exportaciones de pulpas.....	29
1.1.4. ¿Qué es la pulpa de fruta?.....	29

1.1.4.1. Pulpa de mora .....	30
1.2. Objetivos.....	30
1.2.1. Objetivo general .....	30
1.2.2. Objetivos específicos .....	30
1.3. Misión de Mel. Ltda. ....	31
1.4. Diseño de la visión.....	32
CAPÍTULO II.....	34
2. Análisis situacional.....	34
2.1. Matriz de implicados. ....	34
2.2. Determinación de los factores externos estratégicos. ....	35
2.2.1. Matriz de factores externos económicos.....	37
2.2.2. Matriz de factores externos sociales .....	40
2.2.3. Matriz de factores externos político legales .....	42
2.3. Matriz de prioridades .....	43
2.3.1. Factores económicos.....	43
2.3.2. Factores sociales .....	44
2.3.3. Factores políticos .....	45
2.4. Matriz de perfiles estratégicos externos. ....	46
2.5. Análisis interno.....	47
2.5.1. Factores clave internos .....	48
2.5.2. Matriz de perfiles estratégicos internos.....	49
CAPÍTULO III.....	51
3.1. Estudio técnico.....	51
3.1.1. Descripción técnica.....	51
3.1.2. Infraestructura de la planta .....	52

3.1.3. Maquinarias y equipos .....	52
3.1.4. Materia prima requerida .....	53
3.1.5. Personal de MEL. LTDA.....	53
3.1.6. Ingeniería .....	54
3.1.7. Calendario de producción .....	54
3.1.8. Costo de producción .....	54
3.2. Análisis de la comercialización .....	54
3.2.1. Empresas que requieren pulpa de mora en chile .....	54
3.2.2. Selección del mercado objetivo .....	58
3.2.3. Selección de productos .....	58
3.2.4. Métodos de distribución .....	60
3.3. Plan de exportación.....	61
3.3.1. Esquema básico de exportación.....	61
3.3.2. Requisitos y documentos para exportar .....	62
3.3.2.1. Registro como exportador.....	62
3.3.2.2. Documentos para exportar:.....	62
3.3.2.3. Certificados.....	67
3.3.2.4. Trámites de exportación .....	69
3.3.2.5. Regímenes aduaneros .....	72
3.3.3. Elección de la forma de pago.....	74
3.3.4. Incoterms .....	75
3.4. Términos financieros .....	76
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>80</b>
4. Conclusiones y recomendación .....	79
4.1 Conclusiones:.....	79
4.2 Recomendaciones .....	80



Resumen .....	81
Summary.....	82
Bibliografía.....	83
ANEXOS .....	84

### Índice de cuadros

No.	Título	Pág.
1	Organización territorial de Chile.....	16
2	Climogramas de algunas zonas de Chile.....	20
3	Principales áreas metropolitanas de Chile.....	25
4	Exportaciones e importaciones de Chile.....	28
5	Matriz de implicados.....	34
6	Matriz de factores externos económicos.....	37
7	Matriz de factores externos sociales.....	40
8	Matriz de factores externos político-legales.....	42
9	Matriz de prioridades factores económicos.....	43
10	Matriz de prioridades factores sociales.....	44
11	Matriz de prioridades factores políticos.....	45
12	Matriz de perfiles estratégicos externos.....	46
13	Factores clave internos.....	48
14	Matriz de perfiles estratégicos internos.....	49
15	Empresa Rocofrut.....	55
16	Productos de la empresa Rocofrut.....	56
17	Empresa Langer José Manuel Langer Giordano.....	57
18	Empresa Lecker Delikatessen Puerto Octay.....	58
19	Parámetros sensoriales de la pulpa de mora.....	59
20	Trámites complementarios: certificados no exigibles.....	70
21	Tabla de costos 500g.....	77

22	Lista de productos de pulpa de frutas que ofrece Mel.....	93
----	---	----

### Índice de Gráficos

No.	Título	Pág.
1	Polietileno de baja densidad.....	51
2	Canales de distribución.....	60
3	Esquema básico de exportación.....	61
4	Cupón corpei de exportación.....	67
5	Certificado de origen.....	68
6	Incoterms.....	75

## Introducción

El siguiente trabajo investigativo consiste en realizar un estudio sobre la exportación de pulpa de mora de la empresa MEL Ltda. hacia el mercado de Chile dado que presentes investigaciones e investigaciones de mercado, además de los requerimientos de empresas que se pueden obtener en paginas serias de internet demuestran que existe una demanda potencial en lo que se refiere a la pulpa y mermelada de mora, para lo cual se realizara una investigación sobre el nivel de consumo de pulpas en Santiago de Chile y de otros productos de tipo similar. También se investigará las fuentes de abastecimiento de materia prima, los precios a los que se comercializa los productos similares, plantas productoras. Para encontrar dicha información nos basaremos en información secundaria, como:

- Índices demográficos.
- Indicadores productivos.

Se diseñara una nueva misión para la empresa Mermeladas MEL Ltda. La cual tendrá en cuenta ya no solo la elaboración y comercialización, sino también abriendo nuevos horizontes para la exportación, la misma se convertirá en el objetivo supremo de la organización ya que demostrara de forma muy general lo que se quiere realizar. Conjuntamente con la misión, se formulara la visión de la empresa que definirá a donde se quiere proyectar la organización y las principales metas a conseguir.

Se realizara un diagnóstico interno utilizando las principales fortalezas y debilidades de la empresa y también un diagnostico externo en el cual definiremos las potenciales oportunidades y amenazas que presenta el mercado Chileno.

Teniendo en cuenta la información obtenida previamente y de forma general, empezaremos con los estudios del plan, comenzando por el estudio de mercado en donde determinaremos la demanda, la oferta, precios de la competencia, el canal de distribución más adecuado.

A continuación seguiremos con el estudio técnico donde se determinará el tamaño de la empresa, se señalará la maquinaria y el proceso productivo que se está utilizando, cual es la ubicación actual de la planta, su distribución física.

Se hará un análisis legal en el cual se determinará la viabilidad y requerimientos que se necesita para la exportación del producto, este será el estudio más importante ya que permitirá conocer los pasos para exportar.

En base a los estudios anteriores, se estructurará el estudio financiero en el cual se establecerá el monto de los recursos necesarios para la realización de la exportación y como afecta a los costos del producto, el costo total de operación de la planta, las inversiones a realizar y así obtener los flujos de caja, con lo cual tendremos una radiografía de la empresa.

Basándonos en el estudio financiero y aplicando formulas técnicas-financieras, efectuaremos una evaluación del estudio del plan, donde se definirán los beneficios que obtendrá la empresa al exportar

Finalmente se determinará las respectivas conclusiones y recomendaciones, en base a los estudios realizados y resultados obtenidos.

Toda la propuesta para realizar el siguiente trabajo de investigación nace de la necesidad de contribuir a la economía del ecuador, ya que las exportaciones hacen que el mismo traiga flujos de dinero y dinamice la economía contribuyendo al desarrollo de la ciudad y en consecuencia para todo el país.

## CAPÍTULO I

### 1. Generalidades

Se comenzará haciendo una breve reseña del país al que se va a exportar, en este caso Chile para tener una visión más amplia de las condiciones físicas, económicas y políticas, luego se hará una breve revisión de las exportaciones del Ecuador entorno a las pulpas de frutas y productos tanto complementarios como sustitutos y por último en un ámbito general se señalará reseñas generales acerca de la pulpa de mora.

#### 1.1 Antecedentes

##### 1.1.2. Chile

Chile es un país de América, ubicado en el extremo suroeste de América del Sur. Su nombre oficial es República de Chile y su capital es la ciudad de Santiago de Chile.

Chile comprende una larga y estrecha franja de tierra conocida como Chile continental, entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes, se extiende entre los 17°29'57"S y los 56°32'S de latitud (islas Diego Ramírez), limitando al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, y al sur el paso Drake. Además, posee territorios insulares en el océano Pacífico, como el archipiélago Juan Fernández, las islas Desventuradas, la isla Sala y Gómez y la isla de Pascua, las dos últimas ubicadas en la Polinesia, totalizando una superficie de 755.838,7 km<sup>2</sup>.



que

con

Por otra parte, Chile reclama soberanía sobre una zona de la Antártida de más de 1 millón 250 mil km<sup>2</sup> denominada Territorio Chileno Antártico, comprendida entre los meridianos 90° y 53° Oeste, prolongando su límite meridional hasta el Polo Sur. Esta reclamación está

congelada de acuerdo a lo establecido por el Tratado Antártico, sin que su firma constituya una renuncia.

Debido a su presencia en Sudamérica, Oceanía y la Antártida, Chile se define a sí mismo como un país tricontinental.<sup>1</sup>

Sus más de 17 millones de habitantes promedian índices de desarrollo humano, porcentaje de globalización, PIB per cápita, nivel de crecimiento económico y calidad de vida, que se encuentran entre los más altos de América Latina.

### 1.1.2.1. Toponimia

Los antiguos incas del Cuzco ya llamaban Chili a las tierras situadas al sur del desierto de Atacama antes de la llegada de los europeos. Los conquistadores españoles, una vez instalados en el Virreinato del Perú, siguieron llamando de esa forma a la región del sur, a veces también como valle de Chile, y que luego se haría extensivo a todo el país actual. No se sabe a ciencia cierta el origen del nombre de Chile, pero existen varias hipótesis.

Para Diego de Rosales, cronista del siglo XVII, provendría del nombre de un cacique picunche, *Tili*, que gobernaba el valle del Aconcagua a la llegada de los incas, antes del arribo de los españoles.<sup>2</sup> Según el abate Molina, proviene de *trih* o *chi*, palabra de origen mapuche con la que se llamaba a un pájaro de manchas amarillas en las alas. El historiador chileno Ricardo Latcham sostiene que el vocablo se debe a un grupo de indios mitimaes, llevados a Chile por los incas, que provenían de una región de Perú donde existía un río bautizado con ese nombre. Una teoría anónima sostiene que el origen es aimara, ya que el inca Túpac Yupanqui habría dado esa denominación a las tierras conquistadas al sur del Imperio inca, hasta el valle del Aconcagua. También se ha sugerido que puede ser el resultado de la onomatopeyización del sonido de un ave llamada *trile*, o que sea originaria de las palabras aimarach*'iwi*, "helado", o *chilli*, "donde se acaba la tierra".<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Presidencia de la República, Ministerio Secretaría General de Gobierno (2007). «Geografía nacional: Situación, superficie y extensión».

<sup>2</sup> Encina, Francisco A., y Leopoldo Castedo. *Resumen de la Historia de Chile*. pp. 44.

<sup>3</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2009). «Human Development indices»

### **1.1.2.2. Estado**

La República de Chile es un Estado unitario democrático, de carácter presidencialista, conformado por diversas instituciones autónomas, que se insertan en un esquema constitucional que determina ciertas funciones y distribuye las competencias entre los órganos del Estado, diferente de la tradicional doctrina de la separación de poderes. El país está regido por la Constitución Política de la República de Chile, aprobada el 11 de septiembre de 1980, que entró en vigor el 11 de marzo de 1981 y que ha sido reformada en nueve oportunidades, siendo una de las más importantes la promulgada el 26 de agosto de 2005.

El poder ejecutivo o, más propiamente, el gobierno y la administración pública, está encabezada por el Presidente de la República, que es el jefe de Estado y de gobierno. Desde marzo de 2010, este cargo es ejercido por Sebastián Piñera. De acuerdo a la Constitución, el presidente dura en el ejercicio de sus funciones por el término de cuatro años y no puede ser reelegido para el período siguiente

El presidente de la República designa a los ministros de Estado, que son sus colaboradores directos e inmediatos en el gobierno y administración del Estado y funcionarios de su exclusiva confianza, al igual que los Intendentes, encargados del gobierno interior de cada región. Mientras que el gobierno provincial está a cargo de los Gobernadores, también designados por el Presidente. A su vez, la administración regional corresponde a los Gobiernos Regionales, conformados por el Intendente respectivo y un Consejo Regional electo indirectamente y la administración local corresponde a las Municipalidades, compuestas por un alcalde y un concejo comunal, elegidos por votación popular.

### **1.1.2.3. Organización Territorial**

En 1979, Chile fue dividido políticamente en trece regiones, las que se subdividen en provincias y éstas en comunas. En la actualidad, el país cuenta con 15 regiones, 54 provincias y 346 comunas en total. Cada una de las regiones posee un número romano asignado originalmente de acuerdo a su orden de norte a sur, a excepción de

la Región Metropolitana de Santiago. Con la creación en 2007 de dos nuevas regiones, la numeración perdió dicho sentido y existe un proyecto de ley en trámite destinado a eliminar dicho tipo de denominación.

**Cuadro No.1**  
**Organización Territorial de Chile**

N.º	Región	Capital	Superficie	Población <sup>(?)</sup>
XV	Arica y Parinacota	Arica	16.873,3 km <sup>2</sup>	187.348
I	Tarapacá	Iquique	42.225,8 km <sup>2</sup>	300.301
II	Antofagasta	Antofagasta	126.049,1 km <sup>2</sup>	561.604
III	Atacama	Copiapó	75.176,2 km <sup>2</sup>	276.480
IV	Coquimbo	La Serena	40.579,9 km <sup>2</sup>	698.018
V	Valparaíso	Valparaíso	16.396,1 km <sup>2</sup>	1.720.588
RM	Metropolitana de Santiago	Santiago	15.403,2 km <sup>2</sup>	6.745.651
VI	Libertador General Bernardo O'Higgins	Rancagua	16.387,0 km <sup>2</sup>	866.249
VII	Maule	Talca	30.296,1 km <sup>2</sup>	991.542
VIII	Bíobío	Concepción	37.068,7 km <sup>2</sup>	2.009.549
IX	La Araucanía	Temuco	31.842,3 km <sup>2</sup>	953.835
XIV	Los Ríos	Valdivia	18.429,5 km <sup>2</sup>	376.704
X	Los Lagos	Puerto Montt	48.583,6 km <sup>2</sup>	815.395
XI	Aisén del General Carlos Ibáñez del Campo	Coihaique	108.494,4 km <sup>2</sup>	102.632
XII	Magallanes y de la Antártica Chilena <sup>(?)</sup>	Punta Arenas	132.291,1 km <sup>2</sup>	157.574

#### 1.1.2.4. Relieve

Chile se extiende a lo largo de más de 4.200 km en una estrecha franja entre la Cordillera de los Andes y la costa suroriental del Océano Pacífico. Su ancho máximo alcanza los 440 km en el paralelo 52°21'S y su ancho mínimo es de 90 km en 31°37'S. Se ubica a lo largo de una zona altamente sísmica y volcánica, perteneciente al Cinturón de fuego del Pacífico, debido a la subducción de la Placa de Nazca en la Placa Sudamericana.

A fines del Paleozoico, hace 250 millones de años, Chile no era más que una depresión marina con sedimentos acumulados y que comenzó a levantarse a fines del Mesozoico debido al choque entre las placas de Nazca y Sudamericana, dando origen a



la Cordillera de los Andes. El territorio sería modelado por millones de años más debido al plegamiento de las rocas, dando forma al relieve actual.

El relieve chileno está integrado por una Depresión intermedia que cruza al país de forma longitudinal y es flanqueada por dos alineaciones montañosas: la Cordillera de los Andes al este, frontera natural con Bolivia y Argentina, con su punto más alto situado en el Nevado Ojos del Salado, a 6.893 msnm, convirtiéndolo en el volcán activo más alto del mundo y la Cordillera de la Costa al oeste, de menor altura con respecto a la de los Andes, con su punto más alto situado en el Cerro Vicuña Mackenna, a 3.114 msnm, situado en la sierra Vicuña Mackenna, al sur de Antofagasta. Entre la Cordillera costera y el Pacífico se encuentra una serie de planicies litorales, de extensión variable y que permiten el asentamiento de localidades costeras y grandes puertos. Algunas partes del territorio logran abarcar territorios llanos al oriente de los Andes, como el Altiplano o Puna de Atacama y las pampas patagónicas y magallánicas.

El Norte Grande es la zona comprendida entre el límite septentrional del país y el paralelo 26°S, abarcando las tres primeras regiones del país. Se caracteriza por la presencia del Desierto de Atacama, el de mayor aridez en el mundo. El desierto se ve fragmentado por quebradas que dan origen a zonas conocidas como la Pampa del Tamarugal. La Cordillera de la Costa es maciza y cae abruptamente formando el Farellón Costero que reemplaza a las planicies litorales, prácticamente ausentes. La Cordillera de los Andes, dividida en dos y cuyo brazo oriental recorre Bolivia, tiene una altura elevada y de importante actividad volcánica, la que ha permitido la formación del altiplano andino y de estructuras salinas como el Salar de Atacama, debido a la acumulación de sedimentos durante años.

Al sur se encuentra el Norte Chico que se extiende hasta el río Aconcagua. Los Andes comienzan a disminuir su altitud hacia el sur y comienzan a acercarse a la costa, alcanzando los 95 km de distancia a la altura de Illapel, la zona más angosta del territorio chileno. Los dos sistemas montañosos se entrecruzan prácticamente eliminando la Depresión Intermedia. La existencia de ríos que atraviesan el territorio permite la formación de valles transversales, donde se ha desarrollado fuertemente la agricultura en el último tiempo, mientras las planicies litorales comienzan a ampliarse.

El Valle Central es la zona más habitada del país. Las planicies litorales son amplias y permiten el establecimiento de ciudades y puertos junto al Pacífico, mientras la Cordillera de la Costa desciende su altura. La Cordillera de los Andes mantiene alturas superiores a los 6.000 msnm pero lentamente comienza a descender acercándose a los 4.000 msnm en promedio. La depresión intermedia reaparece convirtiéndose en un fértil valle que permite el desarrollo agrícola y el establecimiento humano, debido a la acumulación de sedimentos. Hacia el sur, la Cordillera de la Costa reaparece en la Cordillera de Nahuelbuta, mientras los sedimentos glaciales dan origen en la zona de La Frontera a una serie de lagos.

La Patagonia se extiende desde el Seno de Reloncaví, a la altura del paralelo 41°S, hacia el sur. Durante la última glaciación, esta zona estaba cubierta por hielos que erosionaron fuertemente las estructuras del relieve chileno. Como resultado de esto, la Depresión Intermedia se hundió en el mar, mientras la Cordillera de la Costa da origen a una serie de archipiélagos como el de Chiloé y el de los Chonos hasta desaparecer en la Península de Taitao, en el paralelo 47°S. La Cordillera de los Andes pierde altura y la erosión producida por la acción de los glaciares ha dado origen a fiordos. En los Andes patagónicos se destaca, además, la presencia de grandes masas de hielo conocidas como Campos de Hielo que corresponden a las mayores reservas de agua del Hemisferio Sur fuera de la Antártida. Al oriente de la Cordillera se localizan zonas relativamente llanas, especialmente en la zona del estrecho de Magallanes y a lo largo de Tierra del Fuego.

La Cordillera de los Andes, al igual que previamente lo había hecho la Cordillera de la Costa, comienza a desmembrarse en el océano dando origen a un sinnúmero de islas e islotes hasta desaparecer en el Cabo de Hornos, hundiéndose en el Paso Drake y reapareciendo en el Arco de las Antillas del Sur y luego en la Península Antártica, como los Antartandes, en el Territorio Chileno Antártico, que se extiende entre los meridianos 53°W y 90°W.

En el medio del Océano Pacífico, el país tiene soberanía sobre diversas islas, conocidas en conjunto como Chile Insular, en que destacan el archipiélago de Juan Fernández y la isla de Pascua. Estas islas tienen un origen volcánico debido a que se encuentran en las zonas de fractura entre la Placa de Nazca y la Placa Pacífica, conocida como Dorsal del Pacífico Oriental.

### **1.1.2.5. Clima**

La longitud del país es el principal factor que existe para la gran variedad climática del territorio. La Cordillera de los Andes regula el paso de masas de aire, impidiendo el paso de vientos desde las pampas argentinas hacia el territorio chileno y de la influencia marítima hacia la vertiente oriental.

En la zona norte del país, el clima es de carácter desértico, con escasas precipitaciones. Las temperaturas tienen leves variaciones a lo largo del año, manteniéndose en promedio en torno a los 20 °C. La Corriente de Humboldt estabiliza y enfría las zonas costeras y permite la presencia de abundante nubosidad conocida como camanchaca. En las zonas interiores, la oscilación térmica es alta con nula humedad y ausencia de nubes, lo que ha permitido la instalación de grandes observatorios en la zona. En la zona del altiplano, las temperaturas descienden debido al efecto de la altitud creando un clima estepárico frío que se caracteriza por precipitaciones estivales, conocido como invierno altiplánico. En la zona del Norte Chico, existe un clima estepárico cálido o semiárido que sirve como transición hacia climas más fríos hacia el sur. Las precipitaciones son irregulares y se concentran en la temporada invernal.

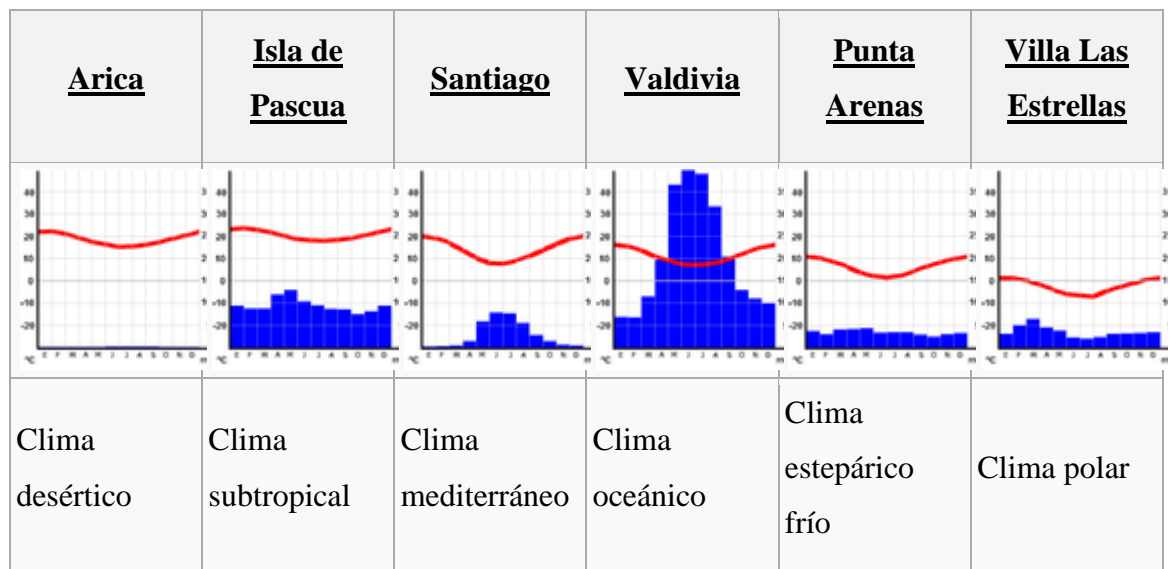
Desde el valle del Aconcagua hacia el sur, el clima dominante es el mediterráneo en todo el territorio, a excepción de las altas cimas de la Cordillera de los Andes de clima frío por efecto de la altura. Las cuatro estaciones están claramente marcadas, con un verano seco y cálido y un invierno lluvioso y frío. La zona costera presenta temperaturas reguladas por el efecto marítimo, mientras las zonas interiores presentan una alta oscilación térmica pues la Cordillera costera actúa como biombo climático. En Santiago, las temperaturas en el verano promedian los 20° con extremas de 36 °C durante el verano (enero), mientras que en el invierno (junio) las temperaturas pueden llegar a los -2 °C y un promedio de 9,8 °C, con años nevosos como el 2005.

Las lluvias aumentan hacia el sur, que presenta un clima marítimo lluvioso entre la Región de la Araucanía y la Península de Taitao. En el extremo austral, se desarrolla un clima

estepárico frío caracterizado por una gran amplitud térmica, bajas temperaturas y una disminución de la pluviosidad que se presenta en invierno, generalmente en forma de nieve, mientras en el Territorio Antártico predomina el clima polar

En las zonas insulares del país, el clima es fuertemente afectado por el efecto enfriador del océano. La isla de Pascua presenta un clima único de características subtropicales con una media de 1.138 mm anuales de precipitaciones distribuidas durante el año.

**Cuadro No. 2**  
**Climogramas de algunas zonas de Chile**



### 1.1.2.6. Flora y fauna

El clima y el relieve del país condicionan el desarrollo de la vida y la formación de diferentes ecosistemas en el país.

La zona norte del país se caracteriza por su escasa vegetación debido a la extrema aridez del desierto de Atacama y la ausencia de precipitaciones. Árboles como el algarrobo, el chañar, el pimiento y el tamarugo, y diversas especies de cactus son las pocas especies vegetales que pueden adaptarse a las duras condiciones climáticas. En las zonas altiplánicas la vegetación aumenta, destacando la queñoa y la yareta. La familia de los auquénidos, es decir, alpacas, guanacos, llamas y vicuñas, son los principales animales que habitan la zona, junto a otras especies de menor tamaño, como chinchillas y vizcachas,

mientras en las lagunas altiplánicas habitan especies de flamencos. En la zona del Norte Chico, cuando se produce un período extraordinario de precipitaciones, se produce el evento conocido como *Desierto Florido* en que las tierras áridas se ven pobladas de diversas especies de flores, como la ñañauca. A lo largo de toda la cordillera de los Andes, la especie insigne es el cóndor de los Andes, símbolo del país en el escudo nacional.

Entre el sur de la Región de Atacama y la Región de Coquimbo se produce un lento proceso de transición hacia una vegetación más abundante, caracterizándose por la mayor presencia de vegetación, en las zonas costeras de Talinay y Fray Jorge existen bosques residuales del tipo valdiviano, en el Norte Chico aparecen especies propias de clima mediterráneo como el boldo, el espino y el quillay.

En la zona centro-norte se extiende la zona conocida como bosque esclerófilo, formación vegetal muy degradada por los incendios, la fabricación de carbón, la utilización del suelo para la agricultura y la expansión de los grandes núcleos urbanos. Algunas especies características de la vegetación del Valle Central son el arrayán, el boldo, el espino, el litre, el maitén, el matico, la palma chilena, el quillay y el roble, entre otros. El coipo, el degú, el puma, el zorro culpeo, la bandurria, la diuca, el loro trichahue, el treile y el zorzal son algunos de las especies de la fauna nativas de la zona.

Al sur del río Biobío, la vegetación se vuelve más tupida y se presenta el llamado bosque valdiviano. Algunas especies vegetales características son el copihue, flor nacional, la murtilla, diversos helechos y árboles como el alerce y la araucaria, ambos amenazados de extinción, el avellano, el laurel, la luma, varias especies de mañíos, la tepa y el tineo. El puma es el principal carnívoro de la zona y habita en casi todo el país, salvo donde ha sido erradicado por la presencia humana. Otras especies animales características son cisnes, el colocolo, el monito del monte y el pudú. Uno de los mayores problemas ambientales de esta zona es la sustitución de enormes extensiones de bosque nativos por plantaciones de eucalipto y pino.

En las dos regiones más australes del país, existen grandes extensiones de bosque siempre verde, similar al valdiviano, aunque con menos especies arbóreas, destacando por su importancia económica el ciprés de las Guaitecas, hoy arrasado en su mayor parte. Hacia el interior, se desarrollan bosques caducifolios, en los que predomina la lenga y, más al oriente, grandes formaciones estepáreas de pastos duros, donde habitan guanacos, ñandúes,

piches, peludos, pumas, zorros, etc. En esta zona de la estepa, se desarrolló una ganadería extensiva de ovinos, que tuvo en la estancia, su mayor expresión social y cultural. El huemul, presente en el escudo de Chile y que antiguamente habitó gran parte del país, sólo sobrevive en áreas de difícil acceso en esta zona.

Finalmente, en el extremo austral de esta zona, la vegetación se reduce a algunos árboles achaparrados, tales como el canelo, el coigüe de Magallanes y el ñirre, al igual que diversas especies arbustivas y herbáceas, líquenes y musgos.

El Territorio Antártico, se encuentra en su mayor parte cubierto de hielos permanentes, por lo que su diversidad vegetal se reduce a algunas especies de musgos y líquenes. Sin embargo, la fauna alcanza en las costas una riqueza y valor excepcionales.

La costa del país es habitada en toda su extensión por una gran cantidad de aves, como albatros, cormoranes, gaviotas y pelícanos. El lobo de mares característico de toda la costa chilena y existen algunas especies de pingüinos como el pingüino de Humboldt y el de Magallanes y un importante número de cetáceos, como delfines en Coquimbo y ballenas en Magallanes. En el mar, existen diversas especies de peces y mariscos que convierten a Chile en uno de los países con mayor variedad de fauna marina en el mundo: la anchoveta, la cojinova, el congrio, el jurel chileno, el lenguado y la merluza, son algunos de los peces más característicos de la costa chilena, mientras algunos moluscos abundantes son la almeja, el choro, el loco, el ostión y la ostra, entre otros. El salmón y la trucha, introducidos en el país, en la actualidad son las principales especies de peces en los ríos del país.

En los territorios insulares, la fauna y flora son únicas en el mundo. Mientras en isla de Pascua el característico árbol del toromiro está prácticamente extinto, el Archipiélago de Juan Fernández cuenta con más de 200 especies vegetales únicas como la palmera chonta y algunas especies animales endémicas como el lobo marino de dos pelos y el picaflores de Juan Fernández.

#### **1.1.2.7. Población**

Chile tiene una población estimada de 17.094.275 habitantes al año 2010.<sup>1</sup> Según el último censo realizado en 2002, esta cifra era de 15.116.435 habitantes, de los cuales 7.447.695 eran hombres y 7.668.740, mujeres.

El crecimiento de la población se ha reducido durante los últimos años. En 1895, la población alcanzaba los 2.695.625, la que creció a los 5.023.539 en 1940 y a los 13.348.341 habitantes en 1992. Aunque la población de Chile se ha quintuplicado durante el siglo XX, la tasa de crecimiento intercensal 1992-2002 fue del 1,24% anual,<sup>21</sup> la que debería seguir bajando durante los próximos años.

Debido a las mejoras en las condiciones de vida de la población, la esperanza de vida de los chilenos, la más alta de América del Sur<sup>4</sup>, ha aumentado a los 77,74 años en el período 2000 - 2005. En 2007, según el Instituto Nacional de Estadísticas la tasa bruta de natalidad alcanzó el 15,3‰ y la tasa bruta de mortalidad el 5,6‰, con una tasa de crecimiento natural del 9,7‰ (0,97%), mientras que la tasa de mortalidad infantil fue del 7,9‰.<sup>24</sup> Estas cifras permiten establecer un proceso de envejecimiento de la sociedad chilena en la que al año 2020, la mayor parte de la población tendrá sobre 35 años,<sup>25</sup> superando al grupo etáreo joven, dominante en este momento. Así, la pirámide de población se convertirá, para el año 2025, en un perfil campaniforme que representa el proceso de transición demográfica que vive el país.

De acuerdo al último censo, 13.090.113 chilenos, equivalentes al 86,59% del total nacional, vivían en zonas urbanas. Las regiones con mayor tasa de urbanización corresponden a las zonas extremas (97,68% en la región de Antofagasta, 94,06% en la de Tarapacá y 92,6% en la de Magallanes) y a las zonas industrializadas del Valle Central (96,93% en la Región Metropolitana y 91,56% en la de Valparaíso). Por el contrario, 2.026.322 personas, equivalentes al 13,41% de la población total, vivían en zonas rurales dedicadas principalmente a la agricultura y la ganadería, concentrándose en las regiones del centro-sur del país, especialmente en las regiones del Maule (33,59%), de la Araucanía (32,33%) y de Los Lagos (31,56%).

Desde mediados de los años 1920, se inició un fuerte proceso de emigración de habitantes de zonas rurales hacia las grandes ciudades en búsqueda de mejores condiciones de vida. Así, éstas comenzaron a crecer y a expandirse formando grandes áreas metropolitanas y

---

<sup>4</sup> CIA World Factbook (15 de julio de 2008). «Field Listing - Life expectancy at birth

conurbaciones. El caso más notorio es el de la capital del país, Santiago de Chile o *Gran Santiago* que, con 5.428.590 habitantes el año 2002, alberga al 35,9% de la población nacional. En 1907, era habitada por 383.587 habitantes, aumentando a 549.292 para 1920 cuando representaba el 16% del total nacional; sin embargo, en los años siguientes, la explosión demográfica hizo que la ciudad se expandiera hacia las zonas rurales absorbiendo antiguas localidades campesinas, como Puente Alto y Maipú, que son las dos comunas más pobladas de Chile. Santiago es una moderna ciudad en la actualidad, siendo la séptima urbe más grande de América Latina y una de las cuarenta y cinco más grandes del mundo.<sup>5</sup>

Valparaíso y Viña del Mar, de igual forma, se han convertido en una gran conurbación. Ambas, sumadas a Concón, Quilpué y Villa Alemana forman el área metropolitana del Gran Valparaíso. Por su parte, Concepción, Talcahuano, Hualpén, Chiguayante, San Pedro de la Paz, Penco, Coronel, Lota, Hualqui y Tomé forman el área metropolitana del Gran Concepción. Ambas áreas metropolitanas superan los 660 mil habitantes.

El resto de las ciudades más pobladas del país son Coquimbo-La Serena (296.253 habitantes), Antofagasta (285.255), Temuco (260.878), Rancagua (236.363), Iquique (214.586), Talca (191.154), Arica (175.441), Chillán (165.528), Puerto Montt (153.118), Calama (136.600), Copiapó (134.531), Osorno (132.245), Quillota (128.874), Valdivia (127.750), Punta Arenas (116.005), San Antonio (106.101) y Curicó (104.124). La mayoría de las ciudades chilenas se ubican en la costa del Pacífico o en el Valle Central del país entre Santiago y Puerto Montt.

---

<sup>5</sup> Demographia.com. «50 largest world metropolitan areas ranked



**Cuadro No. 3**  
**Principales áreas metropolitanas de Chile**

Principales áreas metropolitanas de Chile (2002) <sup>28</sup>				
Denominación	Región	Habitantes	Superficie	Densidad
1 Gran Santiago	Metropolitana de Santiago	5.428.590	867,75 km <sup>2</sup>	6.255,9
2 Gran Valparaíso	V de Valparaíso	803.683	229,98 km <sup>2</sup>	3.494,6
3 Gran Concepción	VIII del Biobío	666.381	221,15 km <sup>2</sup>	3.013,3
4 Gran La Serena	IV de Coquimbo	296.253	107,41 km <sup>2</sup>	2.758,2
5 Antofagasta	II de Antofagasta	285.255	43,54 km <sup>2</sup>	6.551,6

6

#### 1.1.2.8. La economía chilena

La economía chilena es conocida internacionalmente como una de las más sólidas del continente. A pesar de que a lo largo de su historia ha enfrentado diversos períodos de crisis, en los últimos años ha tenido un importante y sostenido crecimiento. El modelo económico neoliberal, que fue implantado durante el Régimen Militar, se ha mantenido por los gobiernos concertacionistas, que sólo le han hecho cambios menores para costear los programas sociales del gobierno.

A comienzos de mayo de 2010, Chile se convirtió en el primer miembro pleno de la OCDE en Sudamérica y segundo en América Latina, después de México, debido al reconocimiento en los avances económicos de las últimas décadas, desarrollo social y

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Estadísticas (2005). «Chile: ciudades, pueblos, aldeas y caseríos».

fuerte reestructuración institucional, que ha llevado a Chile a ubicarse en la treintena de miembros de esta organización, que agrupa a las principales economías industrializadas del mundo.

Tras años aislados, Chile en la actualidad es un mercado abierto al mundo, con una economía caracterizada por la exportación y la explotación de materias primas.

Conforme a datos del Banco Central de Chile, durante 2006, las exportaciones llegaron a los US\$58.116 millones, aumentando 40,7% respecto a 2005, principalmente debido a los diversos tratados firmados con la Unión Europea, Estados Unidos, Corea del Sur, el Acuerdo P4 y China, sus principales socios comerciales, y a la integración a diversos foros económicos como la APEC, el Mercosur o la Comunidad Andina, donde es miembro asociado en los dos últimos. Por otro lado, las importaciones alcanzaron una cifra de US\$35.973 millones.<sup>7</sup> El PIB en su valor nominal llegó en 2008 a los US\$169.458 millones y el PBI per cápita a los 10.117 dólares,<sup>8</sup> ubicándose, en esta medición, en el segundo lugar de Sudamérica, sólo detrás de Venezuela, y en el primero de la región al comparar los valores ajustados por paridad de poder adquisitivo con US\$14.530 per cápita.<sup>9</sup> A su vez, en 2008, el crecimiento total del PIB fue de un 3,2% y la inflación de 7,1%. No obstante las autoridades esperan una moderación de la inflación, entorno al 2,5%, y una contracción del PIB de -1,6% para 2009.

El principal producto comercial es la minería del cobre, el cual satisface el 36% del mercado mundial, aunque también es importante la explotación de otros recursos como molibdeno, oro y plata<sup>10</sup> En la actualidad, la extracción cuprífera representa el 30% de las exportaciones del país, la que en 1970 llegaba a más del 60% de éstas. La empresa nacional Codelco Chile es una de las mineras más grande del mundo y explota algunos de los principales yacimientos del país, como Chuquicamata y El Teniente. La minería es la principal actividad económica de las regiones de Tarapacá, Antofagasta y Atacama y es de gran importancia en las regiones de Coquimbo, Valparaíso y O'Higgins. En la Región de Magallanes, la explotación de yacimientos de petróleo es de suma importancia para el abastecimiento interno.

---

<sup>7</sup> Banco Central de Chile (15-03-2007). «Nota de prensa: Boletín Mensual al 15 de marzo

<sup>8</sup> Fondo Monetario Internacional (2009-10). «World Economic Outlook Database»

<sup>9</sup> Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (2009-03). «Indicadores Economía y Negocios Online

<sup>10</sup> Ministerio de Minería (2004). «Anuario de la minería de Chile».

La agricultura y la ganadería son las principales actividades de las regiones del centro y del sur del país. La exportación de frutas y verduras ha alcanzado niveles históricos al abrirse las puertas de los mercados europeos y asiáticos, al igual que productos de la explotación forestal, pesquera y de crustáceos. Un ejemplo de esto es que, durante los últimos años, Chile ha alcanzado a Noruega, el principal exportador del mundo de salmón,<sup>11</sup> y es uno de los más importantes en el rubro vitivinícola.

La industria chilena es principalmente de abastecimiento local, a excepción de la producción de harina de pescado. Ésta se concentra en Santiago y, en menor grado, en Valparaíso y en Concepción. Durante los últimos años se ha tratado de impulsar la industria agroalimentaria con el fin de convertir a Chile en una potencia de este rubro hacia el año 2010. Por otro lado, Chile se ha convertido en plataforma de inversiones extranjeras para otros países de Latinoamérica y muchas empresas han comenzado a instalar sus sedes corporativas en Santiago. También tiene una importante presencia en inversiones en el sector servicios en Latinoamérica.

La desigualdad de género también incide como variable en el dinamismo de la economía de Chile. La baja participación laboral de la mujer (la menor en América Latina) dificulta la reducción del desempleo. Además, se mantiene la gran diferencia salarial entre hombres y mujeres, a pesar de los avances en esta materia en los últimos años.

La moneda oficial en Chile desde 1975 es el peso chileno (\$).

#### **1.1.2.9. El comercio exterior**

La economía de Chile se caracteriza por ser abierta desarrollo (orientada a la exportación): El perfil exportador ha estado compuesto en el último lustro por un 45% de carácter industrial, 45% de carácter minero y un 10% de exportaciones agrícolas, aproximadamente. Estas cifras se modifican coyunturalmente debido a las variaciones del precio del cobre (del cual Chile depende en un 35% sobre las ventas al exterior). Dentro del rubro industrial destaca la exportación de celulosa, madera, metanol, productos agroalimentarios como los hortofrutícolas, lácteos y pesqueros (Chile proyecta convertirse para el 2010 en uno de los 15 mayores proveedores de alimentos al mundo). La industria

---

<sup>11</sup> Gunnar Knapp, Cathy A. Roheim y James L. Anderson. World Wide Fund for Nature (2007-01). «The Great Salmon Run: Competition Between Wild And Farmed Salmon - Chp. 5: The world salmon farming industry

forestal, del mueble, del salmón y del vino de reconocido prestigio internacional, han adquirido gran importancia en la última década.

Chile es un decidido impulsor de la liberalización económica y por tanto, del libre comercio. Es el país del mundo con el mayor número de tratados de libre comercio, firmados con áreas económicas que representan cerca del 90% de la población mundial (entre otros con NAFTA, Unión Europea, EFTA, Corea del Sur, China) que le da acceso preferencial casi la totalidad del mercado mundial de bienes y servicios. Como resultado es una de las economías más globalizadas y competitivas del planeta, gracias a una política consensuada en torno a ésta materia durante más de 15 años.

Conforme a datos del Banco Central de Chile, durante el año 2007, las exportaciones totalizaron los US\$ 67.644 millones y las importaciones alcanzaron una cifra de US\$ 43.991 millones.

**Cuadro No. 4**  
**Exportaciones e importaciones de Chile**

Exportaciones a <sup>5</sup>		Importaciones de <sup>5</sup>	
País	Porcentaje	País	Porcentaje
 China	14,8 %	 Estados Unidos	16,7 %
 Estados Unidos	12,5 %	 China	11,2 %
 Japón	10,5 %	 Brasil	10,3 %
 Países Bajos	5,8 %	 Argentina	9,9 %
 Corea del Sur	5,7 %		
 Italia	5,1 %		
 Brasil	5 %		
Otros	40,6 %	Otros	51,9 %

#### 1.1.2.10 Indicadores tecnológicos

Penetración en la población (a diciembre de 2007)

- Teléfonos fijos: 68%
- Teléfonos móviles (celulares): 98,9% en 2009
- Computadoras personales: 69,6%
- Usuarios de Internet: 88,9%
- Internet de Banda Ancha: 14,7%

- Televisores: 96,8%
- TV cable o satélite(en hogares): 86,8%
- Radios: 93,4%
- Automóviles: 69,6%
- Científicos disponibles: 985 científicos / 1 millón hab.
- Gasto en I+D (% del PIB): 0,7%

### **1.1.3. El Ecuador y las exportaciones de pulpas**

Las condiciones agrícolas del Ecuador son muy favorables para el cultivo de mora, obteniéndose así un producto procesado de excelente calidad y altos rendimientos.

Ecuador comenzó a producir pulpa y jugos de fruta a partir de los años sesenta con tecnología que era media para la época, misma que se podría considerar artesanal en este tiempo dados los alcances con los que ha repuntado la tecnología y las facilidades de conseguirla en un mundo globalizado.

Con el pasar del tiempo las sociedades comenzaron a importar máquinas para optimizar la calidad, y mejorar la variedad y volumen de su producción, esto se mantuvo así hasta que a inicios de la década de los noventa se registran las primeras exportaciones de jugos de frutas. Ecuador ha demostrado su interés de apoderarse de la porción del mercado internacional que le corresponde, por esta razón es que la producción (y por ende la exportación) aumenta y ha mantenido un crecimiento constante, con excepción del año 1998 en que el fenómeno del niño causó pérdidas no solo a los productores de la materia prima y el producto procesado, sino también a todo el sector agrícola del país.

Según estadísticas del Banco Central las exportaciones ecuatorianas de jugo de mora en la década anterior se iniciaron en 1996, con volúmenes insignificantes hasta 1998; sin registrarse ventas al exterior en 1997. En 1999 se exportaron sobre 3 toneladas que representan un crecimiento importante frente al nivel anterior. Hasta octubre del 2000, el volumen exportado decrece en un 24%.

### **1.1.4. ¿Qué es la pulpa de fruta?**

Es el extracto natural de las frutas. Son frutas a las cuales se les ha extraído la cáscara y las semillas, se envasan y se congelan. Es completamente natural, la fruta se envasa sin ningún conservante ni aditivo.

#### **1.1.4.1. Pulpa de mora**

Las frutas son valiosos alimentos que contribuyen a una alimentación sana, son considerados el segundo grupo de importancia en una dieta saludable dado que lo aconsejable es comer entre dos y cuatro raciones de fruta diaria; las frutas y las verduras ayudan a obtener la cantidad diaria necesaria de fibra, minerales y vitaminas además de que muchas de ellas contienen antioxidantes.

La mora es una fruta de gran aceptación para el consumo por su exquisito sabor además de los múltiples beneficios para la salud, sea en fresco y procesado además de la facilidad de cosecha. Su uso primordial en el Ecuador principalmente está en la fabricación de jugos, pulpas, conservas, extractos, compotas y concentrados.

La vida útil de la mora es sólo de 3 a 5 días, ya que posee un alto contenido de agua, lo que la hace muy frágil al manejo y susceptible al periodo de almacenamiento pos cosecha. Por lo que es necesario estudiar otros métodos de conservación para ofrecer productos de calidad y novedosos para el consumidor.

### **1.2. Objetivos**

#### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un Plan de exportación de pulpa de mora a Chile para la empresa MEL Ltda. que permita conocer todos los procedimientos, requerimientos y leyes a seguir en la exportación de la misma.

#### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la existencia de un mercado potencial.
- Elaborar estrategias de mercado para definir la comercialización de este producto.
- Realizar un estudio Técnico para ilustrar los procedimientos de exportación.
- Determinar la posibilidad financiera de la implementación del plan.
- Determinar los costos de producción del producto a producir con el objetivo de darle calidad y valor agregado.
- Evaluar económica y financieramente, mediante la aplicación de métodos, formulas técnico-financieras el plan de exportación.

### **1.3. Misión de Mel. Ltda.**

“La misión es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de manera muy general lo que quiere alcanzar la organización en función de sus aspiraciones y en cuanto a su papel en la sociedad.”<sup>12</sup>

La misión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

#### **¿Qué hace la organización?**

Fabricar y comercializar mermeladas y pulpas de frutas.

#### **¿Para qué?**

Para satisfacer las necesidades de los clientes

#### **¿Cómo?**

A través de una alternativa, saludable y de costo económico.

#### **¿Con que?**

Usando la frutas frescas y de alta calidad.

---

<sup>12</sup> ANDRADE Raúl. Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial.

### **¿Con que criterios?**

Con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.

### **Misión**

“Fabricar y comercializar mermeladas y pulpas de frutas, para satisfacer las necesidades de los clientes, a través de una alternativa, saludable y de costo económico, usando frutas frescas y de alta calidad, con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.”

Dentro de la misión de la empresa aun no se considera el exportar ningún producto, por lo mismo se decidió realizar un ajuste a la misión, la cual incluye la palabra exportación, lo que le da un mayor alcance al objetivo supremo de la empresa, la misma tendrá que ser aceptada por las personas encargadas del manejo de la empresa; la misma quedaría de la siguiente manera:

“Fabricar, comercializar y exportar mermeladas y pulpas de frutas, para satisfacer las necesidades de los clientes, a través de una alternativa, saludable y de costo económico, usando frutas frescas y de alta calidad, con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.”

### **1.4. Diseño de la Visión.**

“La visión de la organización debe estar formulada por los líderes de la empresa y debe ser conocida por toda la organización, para tenerla en cuenta en las labores cotidianas, como para impulsar el compromiso con la empresa.”<sup>13</sup>

La visión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

¿Cómo sería la empresa dentro de 3 a 5 años?

---

<sup>13</sup> ANDRADE Raúl. Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial.



¿Qué logros de su empresa le gustaría recordar dentro de 5 años?

¿Qué innovaciones podrían hacerse a los productos que ofrece la empresa?

¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?

¿Qué otras necesidades y expectativas del cliente podrían satisfacer los productos que ofrece su empresa dentro de tres a cinco años?

¿Qué talentos humanos especializados necesitaría su unidad de gestión dentro de tres a cinco años?

### **Visión.**

“Ser pioneros de la fabricación y comercialización de productos saludables en el cantón Riobamba, buscando nuevas alternativas para el consumidor, para mejorar su estilo de vida, implementando tecnología de punta para mejorar la calidad de sus productos”.

De la misma manera se ha optado por rediseñar la visión para ajustarla a las actividades exportadoras, por lo que se propone la siguiente visión para la empresa, misma que deberá ser evaluada y aprobada si conviene a MEL Ltda.

“Ser pioneros de la fabricación, comercialización y exportación de productos saludables, buscando nuevas alternativas para el consumidor, para mejorar su estilo de vida, implementando tecnología de punta para mejorar la calidad de sus productos”.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

#### 2.1. Matriz de implicados.

Como implicados señalaremos a las personas, grupo de personas u organizaciones, que de una u otra manera están relacionados, en un sentido o en otro, con el cumplimiento de la misión de la organización, los mismos influirán directamente o serán influidos por las decisiones de la organización, de modo positivo o negativo.

**Cuadro No. 5**  
**Matriz de Implicados**

IMPLICADOS	CRITERIOS O INDICADORES
<b>Inversionistas. (Dueños)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionan el capital.</li><li>• Participan de utilidades.</li></ul>
<b>Administradores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toman decisiones.</li><li>• Responsables del éxito o del fracaso de la empresa.</li><li>• Representan a la empresa</li></ul>
<b>Gobierno.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Influye con leyes y/o políticas.</li><li>• Ofrece incentivos.</li></ul>
<b>Proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suministran la materia prima, para la realización del producto.</li></ul>
<b>Competidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Afectan el precio del producto por leyes de oferta.</li><li>• Obligan a ser competitivos</li></ul>
<b>Distribuidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrecen servicios de distribución del producto.</li></ul>

<b>Trabajadores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestan sus servicios.</li> <li>• Reciben un salario.</li> <li>• Mueven la empresa.</li> </ul>
<b>Clientes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidores del producto.</li> </ul>
<b>Instituciones financieras.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son una fuente de financiamiento.</li> </ul>
<b>País Importador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El país que tiene la empresa que se encargara de comercializar el producto</li> </ul>

Realizado por: Las Autoras

## **2.2. Determinación de los factores externos estratégicos.**

Respecto a los factores externos nos referiremos a índices, características, y situaciones del medio en el que desenvuelve sus actividades la empresa, estos factores se analizan desde el punto del Macroentorno y Microentorno, y así determinaremos su comportamiento actual y su impacto respecto a la empresa.

### **Microentorno**

El entorno inmediatamente fuera de la empresa es conocido como Microentorno o medio ambiente específico, en este análisis de identifican y evalúan las fortalezas y debilidades de una empresa en sus áreas funcionales, entre ellas:

- Administración.
- Marketing.
- Finanzas.
- Contabilidad.
- Producción.
- Investigación y Desarrollo.
- Ventas.
- Recursos humanos.
- Materia prima utilizada.

## **Macroentorno**

Al identificar el Macroentorno o medio ambiente general estudiaremos las fuerzas que no se puede controlar, es decir que están fuera del alcance de la empresa y en lo que ella no tiene ningún grado de intervención, básicamente consideraremos cuatro aspectos que son los siguientes:

- Factor Económico.
- Factor Social.
- Factor Político - Legal.
- Factor Tecnológico.
- Factor Medio Ambiental

A continuación se presenta una matriz de factores externos, los cuales representan la situación actual, en el que se desenvolverá la empresa y además se indica los implicados en cada factor.

**Cuadro No. 6**

**2.2.1. Matriz de factores externos económicos**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES.</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA EMPRESA.</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<p><b>E.1 Recesión Económica.</b> Fase del ciclo económico caracterizado por una contracción en las actividades económicas de consecuencias negativas.</p>	<p>Existe una recesión económica atribuible leve atribuible al reciente terremoto que causo la escasez de bienes y servicios de todas formas la recesión está siendo superada satisfactoriamente</p>	<p>El impacto es directo, ya que por la recesión no se pueden hacer inversiones hasta que la economía haya recuperado su dinamismo</p>	Gobierno
			Competidores
			Clientes
			Proveedores
<p><b>E.2 Inflación.</b> Describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo.</p>	<p>Su comportamiento se ha mantenido estable, con una leve tendencia al alza, debida a la escasez de productos de primera necesidad y a la especulación, llegando al 7,1 %, se espera que se estabilicen 2%</p>	<p>Afecta directamente ya que el dinero pierde su poder adquisitivo, repercutiendo en el incremento de los precios.</p>	Gobierno
			Competidores
			Clientes
			Proveedores

<p><b>E.3 Impuestos.</b></p> <p>Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley.</p>	<p>El comportamiento de esta variable ha sido estable ya aun existiendo un nuevo régimen no se ha topado estos temas.</p>	<p>Afecta directamente ya que la empresa tendrá que pagar tasas e impuestos al ingresar el producto a Chile.</p>	Cientes
			Proveedores
			Gobierno
<p><b>E.4 Tasa Activa Referencial.</b></p> <p>Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.</p>	<p>Esta tasa mantiene un comportamiento estable en relación a otros indicadores, el mismo se ha mantenido por largo tiempo entre 8% y 13%</p>	<p>Repercute directamente ya que aunque son tasas altas, al mantenerse relativamente estables permitirán a la empresa elaborar planes de inversión y proyectos de ampliación con mayor precisión.</p>	Gobierno.
			Empresas.
			Sector Financiero.
<p><b>E.5 Riesgo país.</b></p> <p>Hace referencia a la situación tanto política como económica de un país.</p>	<p>El riesgo país ha ido tomando una tendencia a estable a pesar de aspectos como el cambio de tendencia política en el</p>	<p>Aunque no afecta de manera significativa, ya que la empresa no necesitara la</p>	Gobierno.

	país	inversión extranjera,	Competidores.
<b>E.6 Comportamiento del dólar a nivel mundial.</b> Se refiere a con qué frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales.	Esta variable actualmente demuestra como el euro (unidad monetaria de la Unión Europea) le está ganando espacio al Dólar, lo que señala una mayor solides del euro respecto al Dólar, y una mayor proyección económica en Europa	No afecta directamente a la empresa, pero sí de manera general al país.	Gobierno.
			Empresas.
			Proveedores.

Realizado por: Las Autoras

**Cuadro No. 7**

**2.2.2. Matriz de factores externos sociales**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES.</b>	<b>COMPORTAMIENTO.</b>	<b>IMPACTO EN LA EMPRESA.</b>	<b>IMPLICADOS.</b>
<p><b>S.1 Migración Interna.</b> Traslado de personas de un lugar a otro para residir en el.</p>	<p>Existe una amplia tendencia a la migración interna en nuestro país, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.</p>	<p>Esta variable impacta de una buena manera en la empresa, ya que el producto tiene una tendencia a venderse más en la ciudad</p>	<p>Clientes.</p>
<p><b>S.2 Clase social.</b> Alta. Media. Media – baja. Baja</p>	<p>Existe en Chile una gran brecha entre las clases sociales, al existir una alta concentración de dinero en manos de unos pocos, y las diferencias con las demás clases son muy amplias.</p>	<p>La variable clases sociales no tiene un impacto determinante a la empresa por el hecho de que el producto será económico y estará al alcance de todas las clases.</p>	<p>Clientes.</p>
<p><b>S.3 Desempleo.</b> Muestra el paro forzoso o</p>	<p>El comportamiento de esta variable es a la baja en el largo plazo, dadas</p>	<p>Repercute negativamente ya que afecta a</p>	<p>Trabajadores</p>



desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran puesto de trabajo	mediadas que se han tomado para incluir al género femenino que tiene una baja participación laboral	la capacidad adquisitiva de los chilenos	Gobierno
			Competidores

Realizado por: Las Autoras

**Cuadro No. 8**

**2.2.3. Matriz de factores externos político-legales**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>IMPACTO EN LA EMPRESA</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>PL.1 Poder judicial</b>	Está constituido por tribunales, autónomos e independientes, y tiene a la Corte Suprema de Justicia como su institución más alta.	No tiene mayor impacto en la exportación de la pulpa	Gobierno
			Empresas
			Trabajadores
			Competencia
<b>PL.2 Marco jurídico vigente.</b> Son las leyes existentes en lo referente a la constitución de la empresa y permisos para el producto.	Existen trámites jurídicos demandados por la ley para la importación de productos	Se deberán tomar en cuenta todos los aspectos legales a la hora de realizar el plan de exportación, poniendo especial atención a las certificaciones y requisitos que demande el país	Gobierno
			Empresas

Realizado por: Las Autoras

### 2.3. Matriz de prioridades

**Cuadro No. 9**

#### 2.3.1. Factores económicos

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad <b>E.1</b> <b>E.2</b> <b>E.5</b>	Media Prioridad <b>E.3</b> <b>E.4</b>	Baja Prioridad <b>E.6</b>
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Las Autoras

**E.1** Recesión Económica

**E.2** Inflación

**E.3** Impuestos

**E.4** Tasas de Interés

**E.5** Riesgo país

**E.6** Comportamiento del dólar a nivel mundial.

Observamos que todos los factores económicos tienen una probabilidad de ocurrencia media, dado que Chile es un país con una economía fuerte y de fácil recuperación pero dado que la mayoría de factores tiene un impacto dentro de la exportación del producto se

los debe tener en cuenta en la realización del plan principalmente en los estudios legal y técnico

**Cuadro No. 10**  
**2.3.2. Factores sociales**

<b>PROBABILIDAD DE OCURENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad <b>S.1</b>	Alta Prioridad <b>S.2</b> <b>S.3</b>	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Las Autoras

**S.1** Migración Interna

**S.2** Clase social

**S.3** Desempleo

Dentro de los aspectos sociales de puede mirar que estos factores tienen un gran impacto en la empresa y su impacto es alto, por lo tanto se los deberá tomar en cuenta principalmente en la formulación de las estrategias de mercado, ya que el producto deberá estar destinado a todo tipo de clase social y en cuanto a la migración interna considerada como beneficiosa ya que nuestro producto en su introducción estará enfocado al mercado urbano, en cuanto al desempleo no afecta directamente al plan, pero se debe tener en cuenta en el punto de que esto disminuye los ingresos de los Chilenos y afectaría en la comercialización del mismo.

**Cuadro No. 11**  
**2.3.3. Factores políticos**

<b>PROBABILIDAD DE OCURENCIA</b>	<b>Alta</b>	Alta Prioridad <b>PL.2</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad
	<b>Media</b>	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad <b>PL.1</b>
	<b>Baja</b>	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
		<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>		

Realizado por: Las Autoras

**PL.1** Poder Judicial

**PL.1** Marco jurídico vigente

Dentro de lo que se refiere a factores políticos resaltamos que el poder judicial no tiene ningún efecto dentro la realización del plan, ni la exportación del producto, sin embargo el marco jurídico vigente tienen una ocurrencia y un impacto significativo, ya que afectan al plan produciendo incertidumbre dentro de lo que se refiere a toma de decisiones en cuanto a aspectos técnicos y legales, por lo mismo dentro del respectivo estudio legal se deberán toma en cuenta todos los factores para la sostenibilidad del plan.

**Cuadro No. 12**

**2.4. Matriz de perfiles estratégicos externos.**

FACTOR	CLASIFICACION DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran amenaza	Amenaza	E	Oportunidad	Gran oportunidad
Recesión económica.		*			
Inflación.		*			
Desempleo.		*			
Impuestos.			*		
Tasas de interés.				*	
Riesgo país.				*	
Cotización del dólar.		*			
Migración interna.				*	
Clase social.			*		
Poder Judicial.			*		
Marco jurídico vigente.			*		
<b>PORCENTAJE</b>	<b>0%</b>	<b>36%</b>	<b>36%</b>	<b>27%</b>	<b>0%</b>

Realizado por: Las Autoras

**ANÁLISIS**

La matriz de perfiles estratégicos muestra la identificación de los factores reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, una oportunidad o con un impacto normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que existe:

Gran amenaza **0%**

Amenaza **36%**

E **36%**

Oportunidad **27%**

Gran oportunidad **0%**

Estos factores se tomarán en cuenta en los siguientes estudios de tal manera que el plan se ajuste de la manera más adecuada a la situación económica actual de Chile.

## **2.5. Análisis Interno**

Permitirá determinar las fortalezas y debilidades de la empresa

**Cuadro No. 13**

**2.5.1. Factores clave internos**

<b>FACTORES Y SUS DIMENSIONES.</b>	<b>SITUACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>IMPLICADOS</b>
<b>M. Función de Marketing</b>	El marketing abarca muchas áreas dentro de sí mismo, en la empresa encontramos que necesita designar mas presupuesto para esta área, y realizar un plan de comunicación.	Administración
		Socios
<b>P. Función Producción</b>	La empresa tiene bien estructurada esta área, inclusive tiene diagramado todas las funciones y tareas a realizar, lo que se constituye en una gran fortaleza.	Administración
		Socios
<b>R.H. Recursos Humanos</b>	El personal de la empresa tiene una amplia experiencia en lo que se refiere a la preparación del producto y el uso de la maquinaria, además se nota un buen ambiente de trabajo	Administración
		Personal
<b>F. Finanzas</b>	En el ámbito financiero la empresa se maneja muy bien tiene una deuda controlada que le ha permitido mejorar su capacidad de producción dado que el mercado demanda mas producto	Administración
		Socios
<b>A. Administración.</b>	El administrador lleva mucho tiempo dirigiendo y ha demostrado manejarla de la mejor manera	Administración
		Socios
<b>I.D. Investigación y Desarrollo</b>	La empresa no asigna presupuesto a la investigación debido a que la formula de las pupas ya están hechas de todas formas pasa a ser una debilidad	Administración
		Socios

Realizado por: Las Autoras



**Cuadro No. 14**

**2.5.2. Matriz de perfiles estratégicos internos.**

FACTOR	CLASIFICACION DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran Debilidad	Debilidad	E	Fortaleza	Gran Fortaleza
M. Función de Marketing		☼			
P. Función Producción					☼
R.H. Recursos Humanos				☼	
F. Finanzas				☼	
A. Administración.			☼		
I.D. Investigación y Desarrollo	☼				
	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>33%</b>	<b>17%</b>

Realizado por: Las Autoras

**ANÁLISIS**

La matriz de perfiles estratégicos muestra la identificación de los factores reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, una oportunidad o con un impacto normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que existe:

Gran Fortaleza **17%**

Fortaleza **33%**

E **17%**

Debilidad **17%**

Gran Debilidad **17%**

Estos factores se tomarán en cuenta en los siguientes estudios de tal manera que el plan se ajuste de la manera más adecuada a la situación actual de la empresa, la cual por lo que podemos observar solo necesita pequeños ajustes en los departamentos con debilidades y maximizar las fortalezas que la misma ya tiene.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. Estudio técnico**

Se realizará primero un estudio técnico en razón de tener una visión más amplia de los procesos que intervienen dentro de la fabricación de la pulpa y de la situación de la empresa MEL LTDA.

La empresa MEL LTDA. se dedica a la producción de pulpas de mora, ya desde hace varios años, por el momento el volumen de producción es bastante amplio por lo que ha deseado el exportar su producto y abarcar nuevos mercados, además de tener el contacto en Chile para comenzar a exportar, su motivación además, es el de comenzar esta actividad para obtener reconocimiento a nivel nacional e internacional, la empresa se encuentra ubicada en la panamericana norte km 47 vía Latacunga – Quito.

#### **3.1.1. Descripción técnica**

El producto obtenido a partir de procesar moras frescas es la pulpa de mora 100% natural, sin preservantes, sin azúcar, ni colorantes. El producto obtenido será pasteurizado, empacado higiénicamente y congelado.

El tipo de embalaje que generalmente se ocupa para exportar este producto es a través de un tambor metálico con el producto empacado en doble bolsa de polietileno calibre 2 y el peso de cada unidad es de 220 kg aproximadamente.

#### **Características del polietileno de baja densidad**

El polietileno de baja densidad es un polímero que se caracteriza por:

1. Buena resistencia térmica y química.
2. Buena resistencia al impacto.
3. Es translúcido, poco cristalino.
4. Es más flexible que el polietileno de alta densidad.
5. Presenta dificultades para imprimir, pintar o pegar sobre él.

6. Muy buena procesabilidad, es decir, se puede procesar por los métodos empleados para los termoplásticos, como inyección y extrusión.

**Gráfico No. 1**  
**Polietileno De Baja Densidad**



Se transporta refrigerado; las canecas permanecen completamente cerradas y presentan sello de seguridad. Se evita el transporte mezclado con sustancias que sean tóxicas, corrosivas o que impartan olores.

### **3.1.2. Infraestructura de la planta**

A continuación se detallan las principales secciones que tiene la planta de MEL LTDA:

- Área de oficinas
- Laboratorio
- Área de Sanitarios
- Cámara de almacenamiento
- Área de Proceso
- Bodega
- Tratamiento de aguas residuales
- Área de carga

### **3.1.3. Maquinarias y equipos**

A continuación se detallan la maquinaria existente en la empresa MEL LTDA

- Transportador de rodillo
- Cepilladora (Lavadora)
- Tanque triturador
- Tanque estabilizador
- Filtro prensa
- Tanque de preparación
- Pasteurizadora
- Envasadora

#### **3.1.4. Materia prima requerida**

En lo que se refiere a la materia prima la empresa ha dado el dato de que para fabricar 1 Tonelada métrica de pulpa de mora, se necesitaría 1,25 Tonelada métrica de la fruta mora es decir el 80% del peso de la fruta será la pulpa.

#### **3.1.5. Personal de MEL. LTDA.**

La planta ofrece actualmente 15 plazas de trabajo entre obreros y mano de obra especializada.

**Mano de obra directa.-** Dentro de este grupo se encuentran 6 obreros que trabajarán dentro de la planta.

**Mano de obra Indirecta.-** En este grupo se encuentran los técnicos especializados, entre ellos están un ingeniero químico y un tecnólogo de alimentos.

**Empleados de ventas.-** Se dispone de 4 personas especializadas en la distribución del Producto.

**Empleados de administración.-** Dentro de este grupo se encuentra: la secretaria, el contador y el gerente.

### **3.1.6. Ingeniería**

Los procesos de producción de pulpa de mora son:

- Recepción de Materia Prima
- Transportadora de rodillo
- Cepilladora
- Tanque triturador
- Tanque de estabilización
- Filtro prensa
- Tanque de preparación
- Pasteurización
- Envasado y almacenamiento

### **3.1.7. Calendario de producción**

La producción tiene un lapso de 12 meses, la maquinaria de la empresa funciona a un 40% de su capacidad instalada. Se cuenta con el beneficio extra, el cual la mora no presenta estacionalidad, es decir que se las encuentran en el mercado durante cualquier época del año.

### **3.1.8. Costo de producción**

El costo de producción por tonelada (1000kg) para la pulpa de mora es de US\$1,760.

## **3.2. Análisis de la comercialización**

A continuación se encuentran las empresas que presentan requerimiento de pulpa de mora, cabe resaltar que la mora es una fruta exótica en Chile debido a que no se da en este país.

### **3.2.1. Empresas que requieren pulpa de mora en Chile**

**Cuadro No.15**  
**Empresa Rocofrut**



**Rocofrut S.A.**

<b>DIRECCIÓN:</b>	Avenida Luis Thayer Ojeda 0130 Of. 610 Providencia – Santiago
<b>TELÉFONOS:</b>	(56) - (2) – 3352109
<b>FAX:</b>	(56-2) 3350879
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.rocofrut.cl">Http://www.rocofrut.cl</a>
<b>INICIO ACTIVIDADES</b>	01-01-1993
<b>ACTIVIDADES</b>	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
Francisco Beauchemin	Ventas / marketing / publicidad
Adriano Donoso	Gerencia general

**Política de calidad de ROCOFRUT S.A.**

“Nuestro compromiso es lograr la satisfacción de los clientes, entregando productos con calidad asegurada, acorde con los requerimientos contractuales y con las exigencias de la industria alimentaria, para lo cual nos comprometemos a adoptar acciones de mejoramiento continuo en todas las áreas que conforman el Sistema de Gestión de Calidad.”

Adriano Donoso G.  
Gerente General  
Rocofrut S.A.

**Cuadro No. 16**

**Productos de la empresa Rocofrut**

<b>PRODUCTOS:</b>
<b>Cerezas Marrasquino Rojo</b>
<b>Cerezas Marrasquino Verde</b>
<b>Cerezas Marrasquino menta</b>
<b>Cerejas ao Mraschino (exportación)</b>
<b>Pulpa Duraznos</b>
<b>Pulpa Frutilla</b>
<b>Fruta Confitada</b>
<b>Dulce Membrillo</b>
<b>Cítrico Confitado</b>
<b>Cereza Sulfitada</b>
<b>Duraznos mitades y cubitos en almíbar</b>
<b>Mermelada Frambuesa</b>
<b>Mermelada Durazno</b>
<b>Mermelada Damasco</b>
<b>Mermelada Frutilla</b>
<b>Mermelada Guinda</b>
<b>Cerezas Al jugo</b>
<b>Rodajas de Manzanas</b>
<b>Puré Manzanas</b>



**Cuadro No. 17**  
**Empresa Langer**

<b>LANGER</b>	
<b>JOSE MANUEL LANGER GIORDANO</b>	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Los Cipreses 2569 La Pintana – Santiago
<b>TELÉFONOS:</b>	(56-2) 8521240 (56-2) 8520243
<b>FAX:</b>	(56-2) 8529003
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.langer.cl">http://www.langer.cl</a>
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
José Manuel Langer	Gerencia General

### Cuadro No. 18

**Empresa Lecker Delikatessen Puerto Octay**

**Heidi Carolina Kramm Marty**

<b>Lecker Delikatessen Puerto Octay</b>	
<b>Heidi Carolina Kramm Marty</b>	
<b>DIRECCIÓN:</b>	calle monjitas 620 Santiago – Santiago
<b>TELÉFONOS:</b>	(56) - (2) – 6644358
<b>FAX:</b>	(56-2) 6644358
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.lecker.cl">http://www.lecker.cl</a>
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
Heidi Kramm	Ventas / Marketing / Publicidad

Se ha elegido como empresa receptora de nuestro producto únicamente a la empresa ROCOFRUT debido a que la misma requiere una gran cantidad de pulpa, lo que abaratará los costos, la misma podría vender a las otras empresas de ser necesario, pero el plan se enfocará únicamente a la venta de pulpa a la empresa ROCOFRUT

#### **3.2.2. Selección del mercado objetivo**

Se ha identificado al mercado objetivo en la ciudad de Santiago de Chile – Chile dada que la empresa que necesita la pulpa se encuentra en esta ciudad.

#### **3.2.3. Selección de productos**

Dentro de la selección de Productos se tiene que responder la siguiente incógnita: ¿Que productos han sido seleccionados para exportar?, para esto se ha realizado una lista de los productos que ofrece la empresa MEL LTDA (anexo 1), dado que tiene gran variedad de

pulpas, pero se tendrá en cuenta al momento de elegir únicamente la fruta que requiere la empresa que receptara el producto en Chile.

Dado que las empresas chilena Rocofrut S.A requieren únicamente pulpa de mora, no se ha puesto mayor hincapié en la exportación de los demás productos de la empresa MEL LTDA por lo tanto el plan de exportaciones esta dirigido a la exportación de pulpa de mora, de todas maneras al plan se lo podrá tomar como referente para exportar otros productos similares en el caso de requerirse.

## **PULPA DE MORA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

### **Cuadro No. 19**

#### **Parámetros sensoriales de la pulpa de mora**

<b>PARAMETROS SENSORIALES</b>	
<b>Color</b>	Violeta Característico
<b>Sabor</b>	Característico
<b>Olor</b>	Fresco aroma Característico
<b>PARAMETROS QUIMICOS</b>	
<b>Grados brix</b>	6.3 – 7.5
<b>pH</b>	2.6 – 3.5
<b>PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS</b>	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

### 3.2.4. Métodos de distribución

Se realizó una investigación acerca de cómo es el canal de distribución de la empresa chilena Rocofrut S.A. y se pudo obtener la información de cómo comercializa, dado que es una empresa mediana la misma únicamente vende sus productos a supermercados a través de distribuidores, a continuación se representa gráficamente los canales de distribución:

**Grafico N° 2**

#### **Canales de Distribución**



### 3.3. Plan de Exportación

El plan de exportación es una descripción, análisis y planificación detallada de las actividades de exportación que la empresa planea desarrollar es una herramienta empresarial muy útil.

Es un plan de acción secuencial que define objetivos, metas, etapas, tiempos, estrategias, responsables y un presupuesto determinado y puede servir como una herramienta de presentación de la empresa hacia el exterior.

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto que sea de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

Se diseñara de forma flexible de tal manera que se puedan generar cambios futuros para adaptarlo a la realidad actual de un momento dado.

#### Grafico No. 3

##### 3.3.1. Esquema básico de exportación



Se debe tener en cuenta que se realiza una exportación indirecta, ya que el producto de MEL. LTDA lo procesara Rocofrut y la misma pondrá su marca en el producto, por lo tanto usara sus propios canales de distribución y todo lo concerniente a lo que refiere a la publicidad.

Vale la pena puntualizar que una exportación directa implicaría la formación de una sucursal en Chile que venda el producto o la contratación de agentes, distribuidores o minoristas, el cual no es el objetivo de la empresa.

### **3.3.2. Requisitos y documentos para exportar**

#### **3.3.2.1. Registro como exportador**

Se lo realiza directamente en el sitio Web de la CAE ([www.cae.gov.ec](http://www.cae.gov.ec)): llenando el formulario electrónico previsto para el caso; la CAE le asigna clave y nombre de usuario

#### **3.3.2.2. Documentos para exportar:**

##### **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)**

Las personas naturales o jurídicas deben tener el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogadas como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta, y, guías de remisión

##### **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE**

Se utiliza para el transporte marítimo y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

Los datos que contiene son:

- Datos del cargador.
- Datos del exportador.
- Datos del consignatario.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.

- Importe del flete.
- Marcas y números del contenedor o de los bultos.
- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- Fecha de embarque.

## **FACTURA PROFORMA**

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
  - Nombre,
  - Dirección
  - Teléfono
- Factura Pro Forma N°
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
  - Nombre
  - Dirección
  - Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

Nota: No es imprescindible cumplir con ningún tipo de formalidad establecida por el SRI

## **FACTURA COMERCIAL:**

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

### **CARTA DE PORTE:**

Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

- Exportador.
- Consignatario.
- Importador.
- Lugar y fecha de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Ruta y plazo del transporte.



- Marcas y números.
- Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
- Formalidades para el despacho de la mercadería.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)
- De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

### **LISTA DE EMPAQUE - PACKING LIST**

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo ha como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

### **CUPÓN DE APORTE A CORPEI**

El exportador deberá efectuar el pago de la cuota redimible de la CORPEI., prevista en La Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI, determinada en el literal e) del artículo 22:

"Las cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; excepto aquellas de US\$ 3.333, 00 (tres mil trescientos treinta y tres dólares de los Estados Unidos de América) o menores, las cuales deberán aportar US\$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América); del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación, excepto aquellas menores a US\$ 20.000,00 (veinte mil dólares de los Estados Unidos de América), las cuales deberán aportar US\$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América)."

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de 500 USD, generan un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; sin reconocer intereses y garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto.

**Grafico No.4**  
**Cupón Corpei de exportación**

El formulario es un cupón de exportación de Corpei. En la parte superior izquierda, dice "CUPON CORPEI DE EXPORTACION" con un recuadro rojo "A" al lado. Debajo de esto, en menor tamaño, se lee "CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI". A la derecha, el número "Nº 2500001" tiene un recuadro rojo "B" al lado. Debajo del número, hay un campo para "Ciudad" y otro para "Fecha" (con subcampos para día, mes y año), también con un recuadro rojo "B".

El campo "Nombre del Aportante:" tiene un recuadro rojo "C" al inicio. Debajo de esto, el campo "Tipo/Numero de Identificación:" incluye opciones con recuadros:  R.U.C,  C.C,  C.I,  PASAPORTE. A la derecha de estas opciones hay un campo de 10 dígitos con un recuadro rojo "D" al final.

El campo "Nº FUE" (Número Preimpresa del Formulario) tiene un recuadro rojo "E" al final. Debajo de esto, se indican "Valor FOB: USDS" (Base imponible) con un recuadro rojo "F" y "Valor Cuota: USDS" con un recuadro rojo "G".

En la parte inferior izquierda, hay un texto de declaración: "Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximo a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea." Debajo de este texto hay un campo para la "Firma de Responsabilidad" con un recuadro rojo "H" al inicio. A la derecha de la declaración hay un espacio grande y vacío para un sello o firma adicional.

En la parte inferior derecha del formulario, se indica "CORPEI" y "xor-fop-09/ver Jun 03".

### 3.3.2.3. Certificados

La exportación de ciertos productos requiere un registro del exportador, autorizaciones previas o certificados entregados por diversas instituciones. Entre los certificados tenemos:

#### 3.3.2.3.1 Certificados sanitarios

- a) Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, a la Unión Europea otorga el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- b) Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAG.
- c) Certificado Zoosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA-MAGAP.

d) Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca -INP.

### 3.3.2.3.2 Certificado de origen

- a) Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.
- b) Para los productos acogidos a los beneficios del SGP y ATPDEA extiende el MIC.
- c) Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

**Grafico No.5**  
**Certificado de origen**

CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN			A N° 003213
<p>LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS. <i>The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.</i></p> <p>DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____ <i>Declared in Commercial Bill No. _____</i></p> <p>POR _____ <i>by</i></p> <p>EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR <i>Shipped at the port of</i></p> <p>EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____ <i>On the vessel of flag</i></p> <p>CON DESTINO A _____ <i>bound for</i></p> <p>Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____ <i>and consigned to for</i></p> <p>SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR <i>are of Ecuadorian origin</i></p>			
BULTOS PACKAGES		ARTICULOS ITEMS	
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS
			<p style="text-align: right;">Quito, _____ del 200 _____</p> <p style="text-align: center;">FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>

### **3.3.2.3.3. Certificados de calidad**

- a) Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca.
- b) Para conservas alimenticias otorga el INEN.
- c) Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes

### **Documentos a presentar por Mel Ltda.**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.

Nota: Mel Ltda. no necesita el certificado fitosanitario expedido por Agrocalidad debido a que la pulpa de mora es un producto industrializado.

### **3.3.2.4. Trámites de exportación**

#### **Trámite en la aduana**

Aduana: Para el aforo deberá presentar:

- Factura comercial (4 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación.
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.

### **Trámite de embarque**

- Constatación del pago de derechos y gravámenes arancelarios, de ser el caso.
- Recibo de pago de tasas por almacenamiento, carga, muellaje, vigilancia, etc.
- Entrega a la Aduana de cuatro copias del documento de embarque definitivo emitido por el transportista.

**Cuadro No. 20**

**TRÁMITES COMPLEMENTARIOS: CERTIFICADOS NO EXIGIBLES**

<b>Certificado de Calidad</b>	
Instituto Nacional de Pesca	Productos del mar y derivados
Instituto Ecuatoriano de Normalización Respectivos Programas Nacionales	Conservas alimenticias Café y cacao

<b>Certificado de Origen</b>	
Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios.	
MIC FEDEXPOR - CAMARAS	Todos los productos y mercados Países ALADI y CAN
<b>Certificados sanitarios</b>	
Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.	<u>Certificado fitosanitario</u> : para productos de origen vegetal no industrializados.
SESA	<u>Certificado de residualidad de plaguicidas</u> : para flores naturales exportadas a Uruguay
Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez	<u>Certificado sanitario</u> : para exportar frutas y hortalizas frescas a la UE
Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, SESA	<u>Certificado zoosanitario</u> : para exportar animales, productos y subproductos de origen animal.
Veterinario acreditado	<u>Certificado de vacunación y/o salud</u> : para exportar animales vivos.
Instituto Nacional de Pesca	<u>Certificado ictosanitario</u> : para productos del mar y derivados.

### 3.3.2.5. Regímenes aduaneros

- **Exportación a consumo:**

Las mercaderías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

- **Exportación temporal con reimportación en el mismo estado:**

Permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna; salvo la depreciación normal por el uso. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en Aduana.

- **Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:**

Permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en Aduana.

- **Reexportación:**

Cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino, por falta de cumplimiento del comprador, por fuerza mayor, etc. o por tratarse de elementos auxiliares que sirvan para la exportación del producto (canillas, tubos, conos o carretas) y de acuerdo a lo que indique la Ley Orgánica de Aduanas; estarán exentas del pago de tributos a la importación y el exportador tendrá derecho a la devolución del pago de los



tributos por la exportación, a excepción de las tasas por servicios prestados, valor por el cual el Administrador de Aduanas le emitirá una nota de crédito.

- **Exportación bajo régimen de maquila:**

Es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas. Se tramita en el Ministerio de Finanzas, Banco Central y banco corresponsal. Ver Ley de Maquila: Ley 90 de agosto 1990

- **Ferías internacionales:**

Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de impuestos, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento.

- **Trueque:**

Trámite en banco en que se registra el contrato. También se paga cuota redimible a la CORPEI.

El régimen aduanero al cual Mel. Ltda. se apega es el régimen de consumo.

### 3.3.3. Elección de la forma de pago

En los contratos comerciales se establecen condiciones de entrega de las mercancías, forma de pago, garantías, seguros, reparto de costos y riesgos del transporte entre las partes, la mayoría de transacciones se efectúan mediante el pago contra presentación de documentos o pago documentario.

Las formas de pago más convenientes para el tipo de producto y considerando que ambas empresas tiene un alto grado de seriedad son:

**Pago a la vista.-** El comprador recibe la factura del vendedor y paga por adelantado o en la fecha convenida, sin más formalidades;

**Pago por documentos.-** Este es un sistema muy utilizado, pues los documentos que existen de por medio entre exportador e importador, constituyen la base que evidencia la exportación, o sirve como prueba de que la exportación ha sido ya efectuada.

Y por último en esta investigación se destaca la utilización de la carta de crédito o crédito documentario que es uno de los métodos más utilizados, conocidos y convenientes.

**Crédito documentario.-** Las posibilidades de que el importador rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima o inexistente con esta modalidad de pago: crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del importador.

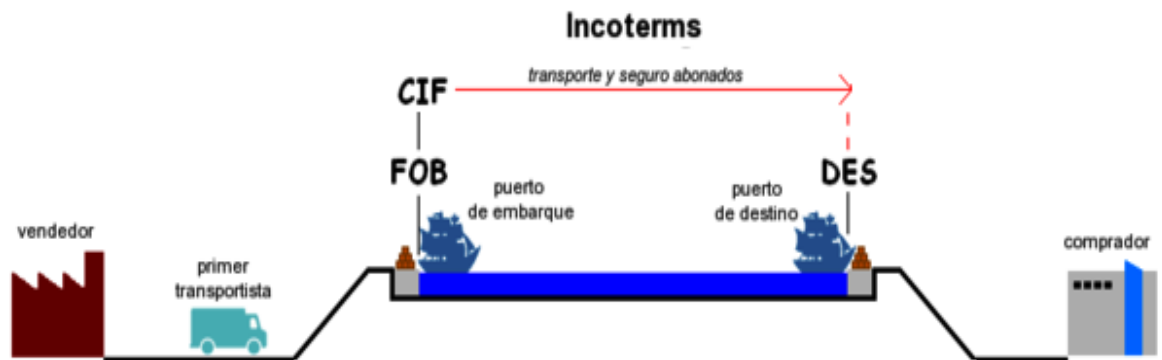
**Procedimiento.-** Un Banco del Exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor del exportador a través de un Banco Corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas y cada una de las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito.

Por lo tanto se recomienda a la empresa utilizar el crédito documentario el mismo que presta muchas facilidades y seguridad de pago

### 3.3.4. Incoterms

Los *incoterms* (acrónimo del inglés *international commercial terms*, ‘términos internacionales de comercio’) son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

**Grafico No. 6**  
**Incoterms**



A continuación se explicaran los principales incoterms y se señalaran los que se utilizaran en lo que respecta al la exportación de la pulpa de mora:

#### **FOB**

*Free On Board (named loading port)* → ‘franco a bordo (puerto de carga convenido)’

El vendedor entrega la mercancía colgada de la grúa que realiza la carga de la mercancía, cuando la carga ha sobrepasado la borda del buque en el puerto acordado. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.

El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general.

El incoterm FOB se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo, fluvial o transporte aéreo.

## **CIF**

*Cost, Insurance and Freight (named destination port)* → ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El incoterm CIF sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

## **DES**

*Delivered Ex Ship (named port)*: ‘entregada sobre buque (puerto de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se entrega en el puerto de destino (barco atracado en el muelle y mercancías en la bodega del barco). Los riesgos también los asume hasta ese momento.

El incoterm DES sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

### **3.4. Términos Financieros**

Dentro de este punto se detallaran los costos de producir la pulpa de mora, la utilidad de la empresa, cuanto le cuesta el transporte interno desde la empresa hasta el puerto, los valores que se cobran dentro de los trámites aduaneros, cupones, etc. hasta llegar al valor en términos FOB que como se determinó antes significa cuanto le cuesta a la empresa dejar el producto en el puerto; luego se añadirá el valor del flete internacional el cual incluye la descarga y se sumará además el seguro, por lo tanto se estaría hablando en términos CIF ya que el vendedor en este caso MEL Ltda. Cubrirá el flete marítimo y el seguro.

**Cuadro No.21**

<b>Tabla de costos 500g</b>	
<b>Costo de Producción</b>	0,88
<b>Utilidad</b>	0,09
<b>Precio Ecuador para exportar</b>	0,97
<b>Transporte Interno</b>	0,02
<b>Servicios Aduaneros</b>	0,07
<b>Cupón Corpei</b>	0,0013
<b>FOB</b>	1,06
<b>Flete Internacional y descarga</b>	0,80
<b>2% seguro (FOB)</b>	0,02
<b>CIF</b>	1,88

Se debe considerar que el precio en que la empresa receptara el producto debe estar en un rango de entre 400 y 500 pesos chilenos los 250 g. de pulpa de mora por lo tanto se debe tomar en cuenta siempre el tipo de cambio, para que no afecte el mismo a las exportaciones.

El tipo de cambio según el Banco Central de Chile al 27 de octubre del 2010 es de 487 pesos cada dólar, por lo tanto a continuación del valor CIF dividiremos para 2, ya que la comparación se realizará con 250g. y se elaborará una regla de tres para determinar el valor de los 250g. pero en pesos chilenos.

Los 500g. de pulpa de mora en términos CIF es de:  $1.88 / 2$

Los 250g. de pulpa de mora en términos CIF es de: 0.94 dólares americanos

### Tasa de cambio

<b>Dólar</b>	<b>Pesos</b>
1	487
0,94	?

**456.65 pesos**

Por lo tanto dado que 465.65 pesos, están entre el rango aceptable (400 – 500 pesos) este mes (octubre) se podría exportar, por lo tanto siempre se debe tener en cuenta la tasa de cambio para que convenga a MEL Ltda. y a su Contraparte.

## CAPÍTULO IV

### 4. Conclusiones y recomendaciones

#### 4.1 Conclusiones:

1. Existen varias formas de pago que la empresa Mel Ltda. puede utilizar, se han investigado entre otras, el pago a la vista, la carta de crédito y pago por documentos.
2. En el Ecuador en los últimos años han existido variaciones en las leyes de comercio internacional principalmente en la creación de barreras arancelarias
3. Se debe tener en consideración el tipo de cambio, de dólar americano usado en el Ecuador al peso chileno antes de realizar la operación de exportación y la firma del contrato.
4. Existen varios regímenes aduaneros a los cuales Mel Ltda., el régimen al cual se acogió es “exportación de Consumo” debido a que la pulpa será consumida definitivamente en el exterior.
5. Los términos de condición de entrega al cual se acogió Mel. Ltda. es decir El Incoterm elegido y acordado fue en términos CIF.

## **4.2 Recomendaciones**

- 1.** Se recomienda la utilización de la carta de crédito o crédito documentario como forma de pago, dado que es una de las formas más seguras y convenientes.
- 2.** Se debe dar un Seguimiento periódico a la creación de barreras arancelarias por parte de ambos gobiernos o cualquier ley que pueda afectar al libre desempeño de la exportación
- 3.** Se recomienda tener en cuenta el tipo de cambio antes de realizar la importación, y de firmar el contrato, para que no vaya a perjudicar a la empresa.
- 4.** Se debe tener en cuenta cualquier cambio dentro de los regímenes aduaneros dado que pueden beneficiar o perjudicar según corresponda la variación en los esquemas del régimen.
- 5.** Con el tiempo se debe negociar el cambiar el incoterm CIF a uno que releve las responsabilidades del exportador como en términos FOB.



## **Resumen**

La presente tesis es la elaboración de un plan de exportación de pulpa de mora para la empresa Mermeladas Mel Ltda. A Santiago de Chile, con la finalidad de ampliar su mercado, explorar nuevos horizontes y convertirse en una empresa exportadora.

Se utilizó la observación directa, entrevistas, el análisis FODA, que consistió en recolectar información, además documentación bibliográfica y virtual para completar la investigación.

Dentro de la propuesta en el desarrollo del plan de exportación, se procede a conocer cuáles son los requisitos para exportar, los trámites a realizarse, y la forma más apropiada para los pagos. La estrategia es la alianza que realizamos con la empresa ROCOFRUT quién nos comprará nuestro producto para ser embotellado, distribuido y comercializado con su propia marca, conocer la cultura de negociación de los chilenos, e incrementar sus ventas abriendo nuevos nichos de Mercado en otros países

Los resultados obtenidos señalan, entre otros, que las exportaciones siguen representando la principal fuente de ingresos, además de entregar un producto que sea de una calidad excelente y con una atención adecuada, precisa para lograr el éxito deseado.

Se recomienda la utilización de la carta de crédito como forma de pago, dado que es una de las formas más seguras y convenientes, Elaborar estrategias de mercado para definir la comercialización del producto, Realizar un estudio Técnico para ilustrar los procedimientos de exportación.

## **SUMMARY**

## **Bibliografía**

[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

[www.corpei.org.ec](http://www.corpei.org.ec)

[www.google.com/superbank.gov.ec](http://www.google.com/superbank.gov.ec)

[www.google.com/agronegocios](http://www.google.com/agronegocios)

<http://es.wikipedia.org/wiki/exportaciòn>

[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

[www.fda.gov](http://www.fda.gov)

[www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)

### **Instituciones**

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR INDUSTRIALIZACIÓN PESCA Y COMPETITIVIDAD: El Ecuador y las exportaciones de pulpas, Relaciones comerciales, El comercio exterior, Ciudad Quito, Año (2009- 2010)

CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES INVERSIONES (CORPEI) Exportaciones, estrategias de exportación, Métodos de distribución, Análisis de comercialización, Ciudad Quito, Año (2009-2010)

FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR): Certificados de origen, Trámites y requisitos para exportar, Documentos de exportación, Regímenes aduaneros, Ciudad Quito, Año (2009-2010)

### **Libros**

GONZALEZ Isabel, Primera edición, Año 2009, Gestión del comercio exterior

FEELIX Arese Héctor, Negocios y comercio exterior, Año 2008. Introducción al comercio exterior.

ANDRADE Raúl. Planificación del desarrollo estratégico empresarial.

ENCIMA Francisco y Castedo Leopoldo, Resumen de la historia de Chile, Año (2009)

## **ANEXOS**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

**CERTIFICADO DE ORIGEN** A N° 003213  
**CERTIFICATE OF ORIGIN**

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS.  
*The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.*

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. \_\_\_\_\_ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. \_\_\_\_\_  
*Declared in Commercial Bill No. \_\_\_\_\_*

POR \_\_\_\_\_  
*by \_\_\_\_\_*

EMBARCADOS EN \_\_\_\_\_ REPUBLICA DEL ECUADOR  
*Shipped at the port of \_\_\_\_\_*

EN EL TRANSPORTE \_\_\_\_\_ DE BANDERA \_\_\_\_\_  
*On the vessel \_\_\_\_\_ of flag \_\_\_\_\_*

CON DESTINO A \_\_\_\_\_  
*bound for \_\_\_\_\_*

Y CONSIGNADOS A \_\_\_\_\_ PARA \_\_\_\_\_  
*and consigned to \_\_\_\_\_ for \_\_\_\_\_*

SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR  
*are of Ecuadorian origin*

BULTOS PACKAGES			ARTICULOS ITEMS
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS

Quito, \_\_\_\_\_ del 200 \_\_\_\_\_  
 FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES  
 FEDEXPOR

**INSTRUCTIVO PARA LLENAR CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES**

Este certificado tiene como objetivo el demostrar que la mercadería enviada es de origen Ecuatoriano, más no le implica una disminución del arancel a pagar en el país de destino, ya que no tenemos acuerdos comerciales con los mismos.

Los países a los que normalmente se envía con este documento son los de Centroamérica, Medio Oriente, Asia y Oceanía.

**LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES – FEDEXPOR,  
CERTIFICA LAS MERCADERIAS**

**DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No.** Número de la factura comercial

**FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No.** Número del Formulario Único de Exportación

**POR:** Razón social de la empresa exportadora o productora

**EMBARCADOS EN:** Puerto De Embarque en la **REPUBLICA DEL ECUADOR**

**EN EL TRANSPORTE:** nombre del transporte en el que se envía la mercadería

**DE BANDERA:** la nacionalidad del transporte en el que se envía

**CON DESTINO A:** lugar de destino

**CONSIGNADOS A:** Razón social de la empresa Importadora

**PARA:** el país de destino de la mercadería

**BULTOS Y ARTÍCULOS**

**MARCA:** de la mercadería enviada

**CANTIDAD:** unidades de peso o medida de la mercadería enviada

**CLASE:** de la mercadería

**ARTICULOS:** designación de la o las mercaderías

Fecha: de firma del certificado de origen

Entidad Certificadora: FEDEXPOR

Firma del Funcionario habilitado.

**CUPON CORPEI**



**CUPON CORPEI DE EXPORTACION** A

CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Nº 2500001

Ciudad

Fecha  /  /  B

Nombre del Aportante: C

Tipo/Numero de Identificación:  RUC  C.C.  CL  PASAPORTE  D

N° FE  E  
 (N° Preimpresa del Formulario)

Valor FOB: USDS F \_\_\_\_\_ Valor Cuota: USDS G \_\_\_\_\_ CORPEI

(Base imponible)

Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximo a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea.

H

\_\_\_\_\_  
Firma de Responsabilidad

10r-top-09/ver Jun 03

**MODELO DE DECLARACIÓN ADUANERA**

CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR DAV (1)				DAV N°		
<b>1. ADUANA</b>								
Hoja adicional de No. Formulario DAV		Regimen		1.1 Aduana		2. REGISTRO DE ADUANAS		
1.3 Contingentario o Importador				1.2 RUC / CIF / Catalogo / Paises		Codigo		
				1.4 Nivel Comercial		Codigo		
<b>3. PROVEEDOR</b>								
3.1 Nombre / Razón Social				3.2 Condición		3.3 Director		
3.4 Códigos		3.5 País		3.6 Fax		3.7 Teléfono		
						E-mail		
<b>4. TRANSACCION</b>								
4.1 Naturaleza (Cod.)		4.2 Incoterms		Lugar		4.3 F de Resolución de Aduana		
						4.4 Fecha		
						4.5 N° de Factura		
						4.6 Fecha de Factura		
4.7 IP de contrato / Libro Doc.		4.8 Fecha control		4.9 Tipo de Cambio		4.10 Fecha cambio		
						4.11 Moneda (Cod.)		
						4.12 País de Origen		
						Codigo		
4.14 Fuente de origen		4.15 N° de envíos		4.16 Modo de transporte		4.17 Puerto de Embarque		
Fraccionamiento ( ) Unico ( )						4.18 Puerto de Descarga		
						Codigo		
						4.19 Forma de Pago		
						Codigo		
<b>5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA</b>								
Item		5.1 Subpartida (Mercadería)		5.2 Descripción Comercial			5.3 Características / Tipo	
5.4 País de Origen								
1								
2								
3								
4								
5								
Item		5.5 Marca Comercial		5.6 Modelo		5.7 Año		
						5.8 Estado de mercadería		
						5.9 Cantidad		
						5.10 U. Com.		
						5.11 FOB unit. US\$		
1								
2								
3								
4								
5								
<b>6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR</b>								
6.1 Se utilizó intermediario en la transacción comercial?				SI		NO		
6.2 Dirección				6.3 Nombre del Intermediario		6.4 Ciudad		
						6.5 País		
						6.6 Tipo interm.		
<b>7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION</b>								
7.1 Existe vinculación con el proveedor?							SI	NO
7.2 Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas?							SI	NO
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías?							SI	NO
7.4 Existen cánones o derechos de licencias relativos a las mercaderías importadas que Ud. esté obligado a pagar directamente o indirectamente como condición de venta?							SI	NO
7.5 Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier venta, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierta directa o indirectamente a su proveedor extranjero?							SI	NO
7.6 Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importado, de acuerdo a lo señalado en el Artículo 1 del Acuerdo del GATT							SI	NO
7.7 Depende de la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar							SI	NO
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones							SI	NO
<b>8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION</b>								
<b>8.1 Base del Cálculo</b>				<b>8.2 Adiciones e importes no incluidos en 8.1 y a cargo del comprador</b>				
8.1.1 Precio Factura				8.2.1 Comisiones, corretaje, salvo comisiones de compra				
8.1.2 Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros				8.2.2 Envases y embalajes				
Total 8.1				8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías importadas				
8.3 Deducciones; importes incluidos en 8.1				8.2.4 Cánones y derechos de licencia				
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación				8.2.5 Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierta al proveedor extranjero				
8.3.2 Intereses				8.2.6 Gastos de entrega hasta el lugar de importación				
8.3.3 Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción				8.2.7 Gastos de transporte hasta el lugar de embarque				
8.3.4 Derechos de Aduana y otros impuestos				8.2.8 Gastos de transporte desde el lugar de embarque al lugar de importación				
8.3.5 Otros gastos				8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulación				
Total 8.3				8.2.10 Gastos de seguro				
8.4 Valor en Aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3				Total 8.2				
8.5 Tiene caracter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5				SI		NO		
<b>9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA</b>								
9.1 FOB US\$		9.2 Flete US\$		9.3 Seguro US\$		9.4 Otros US\$		
<b>10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE</b>								
10.1 Nombre del Importador				10.2 Cargo		10.3 Fecha		
<p style="text-align: center; font-size: small;">Se debe bajo juramento que la información aquí suministrada es correcta y sujeta a las disposiciones legales vigentes. Conocer que cualquier omisión puede dar origen a los procesos legales y sanciones señalados en la Ley Orgánica de Aduanas.</p>								
<p>_____</p> <p>Firma Importador</p>								

## MODELO DE CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de **COMPRAVENTA INTERNACIONAL** que celebran de una parte “xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx”, con RUC xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, debidamente representada por xx, en su calidad de **GERENTE** a quien en adelante se le denominará **EL VENDEDOR**; y de la otra parte, la empresa “xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx” debidamente representada por su gerente, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, identificado con la C.I. xxxxxxxxxxxxxxxx, en adelante **EL COMPRADOR**, en los términos y condiciones siguientes:

### ***PRIMERA: Objetivo del Contrato.***

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una Compraventa Internacional de Mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

*MERCANCIA:*

*CANTIDAD:*

*FRECUENCIA:*

*CALIDAD:*

*ESPECIFICACIONES:*

### ***SEGUNDA:***

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de \$ xxxxxxxx dólares americanos por kilogramo de pulpa de mora

### ***TERCERA: Condiciones de Entrega.***

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos EX-WORK.



Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

***DÉCIMO: Ley Aplicable.***

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de la República del Ecuador.

***DÉCIMO PRIMERA: Solución de Controversias.***

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas parte al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Ecuador, a cuyas normas y procedimientos se someten de manera voluntaria.

Firmado por duplicado, a los xxxxx días del mes de xxxxx del 20xx, en la ciudad de xxxxxxxxxxxx.

.....

**EL VENDEDOR**

xxxxxxxxxxxxxx

C.I. xxxxxxxxxxxxxx

.....

**EL COMPRADOR**

xxxxxxxxxxxxxx

C.I. xxxxxxxxxxxxxx

**Cuadro No. 22**

**LISTA DE PRODUCTOS DE PULPA DE FRUTAS QUE OFRECE MEL LTDA  
PULPA DE FRUTILLA**

**ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

PARAMETROS SENSORIALES	
<b>Color</b>	Fucsia Característico
<b>Sabor</b>	Característico
<b>Olor</b>	Fresco aroma característico
PARAMETROS QUIMICOS	
<b>Grados brix</b>	6.3 – 7.5
<b>Ph</b>	2.6 – 3.5
PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

## **PULPA DE NARANJILLA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

---

PARAMETROS SENSORIALES	
<b>Color</b>	Amarillo Característico
<b>Sabor</b>	Característico
<b>Olor</b>	Característico
PARAMETROS QUIMICOS	
<b>Grados brix</b>	8-13
<b>pH</b>	3.5 – 4.1
PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

---

## **PULPA DE MORA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

---

PARAMETROS SENSORIALES	
<b>Color</b>	Violeta Característico
<b>Sabor</b>	Característico
<b>Olor</b>	Fresco aroma Característico
PARAMETROS QUIMICOS	
<b>Grados brix</b>	6.3 – 7.5
<b>pH</b>	2.6 – 3.5

---

PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

### **PULPA DE TOMATE DE ARBOL**

#### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empaçadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

PARAMETROS SENSORIALES	
<b>Color</b>	Amarillo – Rojo Característico
<b>Sabor</b>	Característico
<b>Olor</b>	Característico

PARAMETROS QUÍMICOS	
<b>Grados brix</b>	8-12
<b>pH</b>	3.5 – 4.1

PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

### **PULPA DE MARACUYA**

**ESPECIFICACIONES:** Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empaçadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.



---

**PARAMETROS QUIMICOS**

---

**PARAMETROS SENSORIALES**

<b>Color</b>	Amarillo Característico
--------------	-------------------------

<b>Sabor</b>	Característico
--------------	----------------

<b>Olor</b>	Característico
-------------	----------------

<b>Grados brix</b>	14.1 +/- 0.4
--------------------	--------------

<b>pH</b>	2.6 – 3.2
-----------	-----------

**PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS**

<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
-------------------------	------------

<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
--------------------------	------------

<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
---------------------------	----------

<b>E –Cóli</b>	Ausencia
----------------	----------

**PULPA DE COCO****ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

---

**PARAMETROS SENSORIALES**

<b>Color</b>	Blanco Característico
--------------	-----------------------

<b>Sabor</b>	Característico
--------------	----------------

<b>Olor</b>	Fresco aroma Característico
-------------	-----------------------------

**PARAMETROS QUIMICOS**

<b>Grados brix</b>	16.7 – 17.7
--------------------	-------------

<b>pH</b>	6 - 8
-----------	-------

**PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS**

<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
-------------------------	------------

<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
--------------------------	------------

<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
---------------------------	----------

<b>E –Cóli</b>	Ausencia
----------------	----------

## **PULPA DE MANGO**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

---

<b>PARAMETROS SENSORIALES</b>	
<b>Color</b>	Amarillo Característico
<b>Sabor</b>	Acido Característico
<b>Olor</b>	Característico
<b>PARAMETROS QUIMICOS</b>	
<b>Grados brix</b>	8-13
<b>pH</b>	3.6+/-8
<b>PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS</b>	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E -Cóli</b>	Ausencia

---

## **PULPA DE TAMARINDO**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

---

<b>PARAMETROS SENSORIALES</b>	
<b>Color</b>	Café Característico
<b>Sabor</b>	Característico

---

<b>Olor</b>	Fresco aroma Característico
<b>PARAMETROS QUIMICOS</b>	
<b>Grados brix</b>	20 - 30
<b>pH</b>	2.6 – 3.5
<b>PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS</b>	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

## **PULPA DE GUANABANA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

<b>PARAMETROS SENSORIALES</b>	
<b>Color</b>	Blanco Característico
<b>Sabor</b>	Acido Característico
<b>Olor</b>	Característico
<b>PARAMETROS QUIMICOS</b>	
<b>Grados brix</b>	12.5 - 14.0
<b>pH</b>	3.3 - 3.8
<b>PARAMETROS MICROBIOLÓGICOS</b>	
<b>Aerobios totales</b>	Menor a 10
<b>Mohos y levaduras</b>	Menor a 10
<b>Coliformes Totales</b>	Ausencia
<b>E –Cóli</b>	Ausencia

## **PULPA DE PAPAYA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

## **PULPA DE GUAYABA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.

## **PULPA DE PINA**

### **ESPECIFICACIONES:**

Pulpa de Fruta congelada de un peso de 500 gr, empacadas en fundas de polietileno de baja densidad de 3.5 micras pasteurizadas y congeladas. Vida útil: 6 meses.