



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y
COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO
EXTERIOR**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingenieras en Comercio Exterior

TEMA:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO QUE
OFERTA LA EMPRESA CHOCOLATES FINOS NACIONALES
(COFINA S. A.) HACIA EL MERCADO CHILENO, CIUDAD
SANTIAGO.”**

**Kelly Carina Shiguango Calapucha
Mery Silvana Siquihua Avilés**

**Riobamba – Ecuador
2012**

CERTIFICACIÓN DE TESIS

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

.....
Ing. Rómulo Redrobán Mera
DIRECTOR DE TESIS

.....
Eco. Juan Elías Castillo Zambrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

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

MERY SILVANA SIQUIHUA AVILÉS

KELLY CARINA SHIGUANGO CALAPUCHA

AGRADECIMIENTO

Al finalizar nuestros estudios nos es placentero extender nuestros más sinceros agradecimientos a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas y principalmente a la Escuela de Ingeniería en Finanzas y Comercio Exterior por habernos ayudado a realizar y a culminar con éxito nuestra carrera profesional, a Dios, a todos nuestros maestros quienes han forjado nuestra mente para poder alcanzar nuestros propósitos y anhelos, a todas las personas que de una u otra forma supieron apoyarnos para poder culminar dicho proyecto con éxito. Que recuerden que siempre van a estar en nuestras mentes y en nuestros corazones como unas personas extraordinarias.

Mery Silvana Siquihua Avilés

Kelly Carina Shiguango Calapucha

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a DIOS quien es el guía en mi vida, a mis hermanos, sobrinos, y especialmente a MIS PADRES, por su apoyo incondicional y por toda esa sabiduría que han sabido impartir en mí; también dedico al AMOR, ya que con amor se puede llegar lejos y cumplir sueños, además, a todas aquellas personas que estuvieron y están junto a mí impulsándome a superarme día a día como persona y profesional.

Mery Silvana Siquihua Avilés

Dedico el presente trabajo a mis queridos padres Haidee y Juan, quienes me han apoyado incondicionalmente en todo momento, a mis hermanos y hermanas Jeni, Álvaro, Zuly, Javier y Katty, que siempre han sabido comprenderme y darme la mano sin pedirme nada a cambio, a mi abuela que me ha apoyado con sus consejos, a todos mis sobrinos, sobrinas y cuñados, en especial este trabajo lo dedico a mi hijo Abdiel el amor de mi vida.

Kelly Carina Shiguango Calapucha

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DE TESIS	II
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE CUADROS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
ÍNDICE DE IMÁGENES	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIII
CAPÍTULO I.....	1
1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S. A.)	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. RESEÑA HISTÓRICA.....	2
1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	3
1.4. MISIÓN.....	3
1.5. VISIÓN	4
1.6. OBJETIVOS.....	4
1.6.1.Objetivo general	4
1.6.2.Objetivos específicos	4
1.7. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	5

1.7.1.Distribución de funciones y responsabilidades	5
1.7.2.Organigrama estructural – funcional.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	9
2.1.MERCADO OBJETO DE ESTUDIO	9
2.1.1.Generalidades	9
2.1.2.Análisis de variables	24
2.1.3.Determinación de variables discriminadas.....	30
2.1.4.Determinación de escenarios.....	31
2.1.5.Aspectos de competitividad	33
2.2.ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	35
2.2.1.Producción	47
2.2.2.Volúmenes de producción.....	47
2.2.3.Carteras de productos	48
CAPÍTULO III.....	51
3. PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO QUE OFERTA LA EMPRESA CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S.A.) HACIA EL MERCADO CHILENO, CIUDAD SANTIAGO.	51
3.1.MARCO LEGAL DE LA EXPORTACIÓN	51
3.1.1.Acceso al mercado, obstáculos y barreras.....	51
3.1.2.Sistema generalizado de preferencias	56
3.1.3.Normas de origen	58
3.1.4.Requisitos, trámites y documentos para exportar	58

3.2.PRODUCTO Y EL MERCADO	64
3.2.1.Identificación y evaluación del mercado objetivo.	64
3.2.2.Presentación y características del producto.....	66
3.2.3.Oferta.....	78
3.2.4.Demanda	79
3.3.TAMAÑO DEL MERCADO	80
3.3.1.Segmento de mercado	81
3.3.2.Identificación de la competencia.....	83
3.4.COMERCIALIZACIÓN.....	85
3.4.1.Canales de distribución	85
3.4.2.Precios	87
3.5.ESTRATEGIAS	89
3.5.1.Estrategias para negociar con el mercado objetivo	89
3.5.2.Términos de negociación	91
3.5.3.Condiciones de la negociación.....	92
3.6.PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	95
3.5.2.Logística de exportación	95
3.6.1.Transporte	96
3.6.2.Seguros	100
3.6.3.Empaque y embalaje	102
3.7.ESTUDIO Y ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EXPORTACIÓN.....	108
3.8. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS POR BARRA DE 1 KG DE LICOR DE CACAO....	108
3.9.DETERMINACIÓN DEL PRECIO POR BARRA DE 1 KG DE LICOR DE CACAO...	109
3.10.ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA–SIN FINANCIAMIENTO.....	110

3.11. FLUJO DE CAJA PROFORMA SIN FINANCIAMIENTO – CON INVERSION PROPIA.....	111
3.12.INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCIEROS.....	112
3.12.1.1.Valor actual neto de la exportación.....	112
3.12.1.2.Tasa interna de retorno de la exportación	112
3.12.1.3.Relación beneficio / costo de la exportación.....	113
3.12.1.4.Rentabilidad anual – flujos / ventas netas	113
CAPÍTULO IV	114
4.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
4.1.CONCLUSIONES.....	114
4.2.RECOMENDACIONES.....	116
RESUMEN.....	117
SUMMARY	117
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS	119

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	Título	Pág.
01.	Principales productos exportados de Ecuador a Chile.....	13
02.	Principales productos importados por Ecuador desde Chile.....	15
03.	Balanza comercial	17
04.	Factores externos que afectan a la empresa	30
05.	Análisis morfológico de Chile - Ciudad Santiago.....	31
06.	Identificación de peligros y medidas preventivas para controlar.....	39
07.	Propuesta de implementación de plan HACCP para COFINA.....	42
08.	Volúmenes de producción.....	48
09.	Importaciones de Chile – licor de cacao	65
10.	Oferta y demanda de cacao especial	78
11.	Determinación de la demanda de cacao	79
12.	Determinación de la demanda de cacao del consumo per cápita.....	80
13.	Segmento de mercado	81
14.	Demanda anual.....	81
15.	Oferta anual.....	81
16.	Demanda insatisfecha KG.....	82
17.	Proyección de la demanda.....	82
18.	Proyección de la oferta.....	82
19.	Demanda insatisfecha.....	83
20.	Participación de mercado / producción KG.....	83
21.	Cálculo de importe de la prima a pagar del licor de cacao	102
22.	Peso neto por caja.....	105
23.	Dimensiones del embalaje	105
24.	Peso unitario de los insumos	106
25.	Peso bruto.....	106
26.	Definición de la inversión sin financiamiento	108
27.	Análisis de costos.....	108
28.	Precio por KG para la exportación.....	109
29.	Estado de resultados	110

30.	Flujo de caja	111
31.	Valor actual neto de la exportación.....	112
32.	Tasa interna de retorno (TIR).....	112
33.	Relación beneficio/costo de la exportación	113
34.	Rentabilidad anual/ventas netas.....	113

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	Título	Pág.
01.	Datos relevantes de Chile.....	10
02.	Cuadro sociodemográficos.....	11
03.	Índices económicos	11
04.	Determinación y calificación de variables	25
05.	Países que otorgan preferencias	57
06.	Generalidades del cacao.....	66
07.	Valores nutritivos del cacao.....	67
08.	Estándares internacionales de calidad del cacao	71
09.	Generalidades del licor de cacao.....	73
10.	Descripción de la competencia.....	84
11.	Características de la competencia	84
12.	Criterio de evaluación de la competencia	85
13.	Datos generales de la empresa CAROZZI S. A.	87
14.	Agencia naviera tráfico internacional	98
15.	Dimensiones y tolerancias del contenedor	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	Título	Pág.
01.	Exportación de cacao en grano por calidades	72
02.	Comercialización de licor de cacao a CAROZZI S. A.	86
03.	Representación del término de negociación.....	93

ÍNDICE DE IMÁGENES

Nº	Título	Pág.
01.	Ubicación geográfica de COFINA S. A.....	3
02.	Bandera de Santiago y bandera de Chile	9
03.	Mapa de Santiago	9
04.	Productos de exportación	48
05.	Clasificación del cacao ecuatoriano	71
06.	Formas de embalaje.....	104
07.	Distribución de la mercancía en el contenedor	104

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº	Título	Pág.
01:	Modelo de contrato de compraventa internacional de mercaderías.....	120
02:	Sistema de funcionamiento de la carta de crédito.....	124
03:	Ubicación geográfica de COFINA S. A.	124
04:	Bandera de Santiago y bandera de Chile	125
05:	Mapa de Santiago.....	125
06:	Productos de exportación.....	126
07:	Clasificación del cacao ecuatoriano.....	126
08:	Formas de embalaje	127
09:	Distribución de la mercancía en el contenedor.....	127
10:	Maquinarias de elaboración de licor de cacao	127
11:	Cosecha del cacao ecuatoriano	128
12:	Puerto San Antonio.....	128
13:	Exportación de mercadería	130
14:	Imagen de descarga de mercadería	130
15:	Logotipo puerto San Antonio	131

INTRODUCCIÓN

La Costa Ecuatoriana tiene las condiciones necesarias para elaborar productos de alta calidad que satisfagan las condiciones del mercado internacional y convertirse en una región exportadora, ya que la demanda internacional de bienes de consumo en especial aquellos que hacen referencia a productos agrícolas.

El licor de cacao ha venido creciendo internacionalmente, al mismo tiempo que posee una alta cotización y un precio atractivo de mercado. En el medio, son pocas las empresas dedicadas a exportar este tipo de producto, lo que permite incursionar en dicho campo. En la presente investigación se pretende determinar la factibilidad y la viabilidad de la exportación.

Contando con que la región posee el clima, la tierra, la latitud, y la mano de obra adecuada para la producción de la fruta, para posteriormente ser procesada en licor, pasta o masa de cacao se tienen presente varios puntos claves a realizar como son; conocer la producción, exportación, empaque, calidad, proveedores, productores internos como externos, usos, bondades del producto elaborado, estudios financieros, entre otros. Para tener una información completa sobre lo relacionado con el manejo de este novedoso producto.

La documentación existente para complementar este estudio, se soporta en investigaciones que se han realizado por estudiantes, estudio de mercadeo efectuado por la empresa, documentación de la federación de exportadores, algunas tesis de grado, entre otros.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S. A.)

1.1. ANTECEDENTES

CHOCOLATES FINOS NACIONALES S.A, -COFINA S.A.- Es una sociedad anónima de derecho privado, constituida con la finalidad de vender cacao en grano y semielaborados de cacao a los mercados exteriores, producto agrícola que es producido en todas las zonas cacaoteras del Ecuador, apuntalando y promoviendo este importante sector de la economía nacional. Se encuentra ubicada a la altura del kilómetro 11 de la vía Durán – Tambo – Km 26, en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Durán en la provincia del Guayas. El Representante Legal de la Empresa es Julio Zambrano González en su calidad de Representante Legal de CHOCOLATES FINOS NACIONALES S.A.

En la actualidad emplea directamente a 90 personas, repartidas entre personal administrativo y trabajadores.

Desde sus inicios COFINA S. A. se ha distinguido en exportar cacao en grano que satisfaga las necesidades específicas de sus clientes, tanto procesadores, chocolateros y brokers internacionales de Estados Unidos de Norteamérica, Europa y Asia; siempre en la búsqueda de nuevos mercados y afianzamiento de los actuales, mediante un enfoque en la calidad de los procesos. Su promedio anual de exportación fluctúa entre los 12 a 15 millones de dólares FOB. Se encuentra entre los cinco primeros exportadores del país, representando su exportación el 6% de lo que produce el país.

COFINA, en los últimos años, se ha dedicado a especializarse en cacaos con certificaciones especiales, es así como decide emprender el siguiente paso que es el montar una planta que fabrique semielaborados de cacao en grano tales como licor, manteca y torta/polvo.

Accionistas: Inversión privada ecuatoriana 100%. El paquete accionario está constituido en un 99% por la compañía AMAZON HOLDINGS LLC y el 1% por Ricardo Zambrano González.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., fue fundada en octubre de 1993. Comenzó sus actividades de compra y exportación de cacao en abril de 1994 en Guayaquil, Ecuador desde sus primeras instalaciones ubicadas Mapasingue en la vía a Daule; ante el aumento de sus volúmenes de exportación, en 1998 se comenzó la construcción de la nueva planta en un lugar estratégicamente localizado de la vía Durán Tambo, sobre un terreno de 26 000 m², sitio en el cual viene funcionando desde el año 2000 a la actualidad.

Desde sus inicios COFINA S. A. se ha distinguido en exportar cacao en grano que satisfaga las necesidades específicas de sus clientes, tanto procesadores, chocolateros y brokers internacionales de Estados Unidos de Norteamérica, Europa y Asia; siempre en la búsqueda de nuevos mercados y afianzamiento de los actuales, mediante un enfoque en la calidad de los procesos.

COFINA S. A., en los últimos años se ha dedicado a especializarse en cacaos con certificaciones especiales, es así como decide emprender el siguiente paso que es el montar una planta que fabrique semielaborados de cacao en grano tales como licor, manteca y torta/polvo.¹

¹Fuente: www.cofinacocoa.com

1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La empresa CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S. A.) Se encuentra ubicada a la altura del Kilómetro 11 de la vía Durán – Tambo – Km 26, en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Durán, provincia del Guayas. Las coordenadas geográficas de las instalaciones de la organización son 2° 46' 11,81" de latitud sur y 79° 46' 18,49" de longitud oeste. Teléfono: PBX (593-4) 2513420. Fax: (593-4) 513649. Casilla postal 09.01.9400. E-mail: info@cofinacocoa.com. Sitio Web: www.cofinacocoa.com.²

IMAGEN N° 01. Ubicación Geográfica de COFINA S. A.



1.4. MISIÓN

“Procesar cacao de calidad de acuerdo a los estándares nacionales e internacionales, que satisfaga a las necesidades de los clientes, mediante el mejoramiento continuo de los procesos, relación directa con los proveedores y la conservación del medio ambiente.”

²Fuente: www.cofinacocoa.com

1.5. VISIÓN

“Ubicarse como la empresa líder en innovación, en diversificar su oferta continua de cacao en grano y de semielaborados de cacao exportables a los mercados internacionales, sin desatender al mercado interno.”

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

El objetivo general de la empresa COFINA S. A. es ofrecer productos de calidad, que satisfagan las necesidades de los clientes, entregando productos innovadores que ayuden a incrementar la economía en un corto plazo.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Incrementar la rentabilidad,
- Incrementar las ventas en mercado especiales,
- Incrementar el número de clientes.
- Crear nuevos productos con mayor valor agregado,
- Implementar nuevas tecnologías que logren mejoramiento continuo de calidad minimizando el costo,
- Maximizar la productividad en todas las actividades,
- Colaborar con la protección de un entorno ambiental sano; y,
- Promover un clima organizacional que permita un desarrollo del personal que labora dentro y fuera de la empresa a través de la palpitación con las comunidades locales donde la empresa compra sus productos y se encuentra las principales zonas productivas.

1.7. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

1.7.1. Distribución de Funciones y Responsabilidades

✓ Eco. Carlos A. Zambrano Z.	Presidente
✓ Ing. Ricardo Zambrano González	Vicepresidente
✓ Ing. Julio Cesar Zambrano González	Gerente General
✓ Eco. César Barquet	Gerente Financiero
✓ Sr. Fernando López	Jefe de Producción
✓ CPA. Roberto Anguisaca	Contador General

1. PRESIDENTE EJECUTIVO:

Misión o propósito principal del puesto:

Su función diaria está relacionada con las negociaciones diarias de compra de cacao, y en calidad de su cargo asesorar en todas las aéreas de la empresa, es su responsabilidad que día a día la planta tenga un buen abastecimiento de materia prima.

• Funciones y responsabilidades:

- Nombrar y remover el personal de la empresa.
- Designar las remuneraciones para el personal.
- Fijar precio diario de compra de cacao en grano a proveedores.
- Negociar con proveedores.
- Pago a proveedores.
- Establecer contactos comerciales con proveedores.
- Delegar responsabilidades.
- Manejo de personal en diferentes jerarquías.

2. VICEPRESIDENTE.

Misión o propósito principal del puesto:

Su función es la parte financiera y administrativa, su responsabilidad es gestionar que la empresa cuente diariamente con la liquidez necesaria para poder funcionar con normalidad.

- **Funciones y responsabilidades:**
 - Coordinación de logística de la empresa
 - Supervisar la reducción constante de reducción de costo de la empresa
 - Lograr el cumplimiento de metas fijadas
 - Establecer contactos comerciales con proveedores
 - Negociar con clientes
 - Optimar el uso de recursos de la empresa

3. GERENTE GENERAL

Misión o propósito principal del puesto:

Dirigir y representar a la compañía en todos los actos legales judiciales.

Su función está relacionada con la proyección de la empresa afuera, gestiona las ventas de la compañía, asiste a ferias internacionales para promocionar y abrir nuevos mercados.

Su responsabilidad es el que la planta siempre tenga una demanda de compra continua y pueda vender sus productos a cada día mercados más exclusivos con mejores precios.

En conjunto, o, independientemente con el presidente, se encarga del abastecimiento de materia prima. Desarrollo de nuevos mercados y su organización local.

- **Funciones y responsabilidades:**
 - Fijar políticas comerciales, productivas, de personal y financieras
 - Vigilar la reducción constante de reducción de costos

- Convoca a reuniones de directorio
- Elaborar planes para las distintas actividades de la empresa
- Lograr el cumplimiento de metas fijadas
- Optimizar el uso de recursos de la empresa

4. JEFE DE PRODUCCIÓN

- **Funciones y responsabilidades:**
 - Análisis de calidad para cacao en grano
 - Control de inventario físico de cacao
 - Manejo de partidas de cacao para preparación de lotes
 - Pesada y cosida de sacos con cacao a exportar
 - Fumigación de lotes de cacao a exportación.
 - Limpieza de bodegas

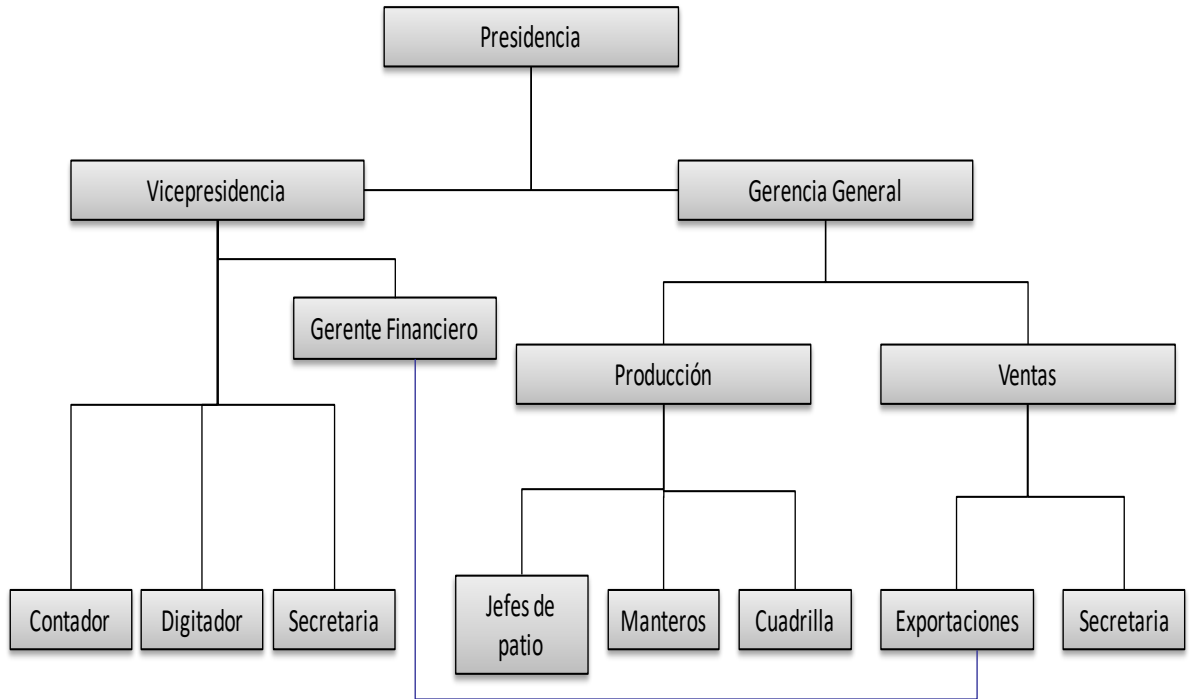
GOBIERNO CORPORATIVO.

Se encuentra estructurado por la junta de accionistas (máxima autoridad), liderada por su presidente y actúa como secretario general.

Existe un directorio confirmado por el presidente ejecutivo, vicepresidente y el gerente general; quienes deciden las principales estrategias a tomar.³

³Fuente: www.cofinacocoa.com

1.7.2. Organigrama Estructural – Funcional



FUENTE: COFINA S. A.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. MERCADO OBJETO DE ESTUDIO

2.1.1. Generalidades

IMAGEN N° 02. Bandera de Santiago y Bandera de Chile

Bandera de Santiago



Bandera de Chile



Gracias a su ubicación estratégica en el centro de Chile, la capital de Santiago, es uno de los mercados claves para posicionar una marca en el mercado internacional. Gracias a la alta densidad de empresas multinacionales y al gran número de pequeñas y medianas empresas, es un mercado importante a nivel internacional ya que cuenta con 7.069.576,00 habitantes, logrando así que el país tenga un buen desarrollo económico.⁴

IMAGEN N° 03. Mapa de Santiago



⁴ Fuente: www.proexport.com.co

CUADRO N° 01. Datos Relevantes de Chile

DATOS GENERALES	
Nombre oficial	República de Chile
Capital	Santiago
Superficie	736.902.9 km ² , más el Territorio Chileno Antártico de 1.250.000 km ²
Población	17.402.630 habitantes (2012)
Moneda	Peso chileno
Idioma oficial	Español
Principales Ciudades	Concepción, Viña del Mar, Valparaíso, Antofagasta.
Religión	Católicos, Evangélicos, Judíos, Cristianos ortodoxos, Musulmanes, Testigos de Jehová
Agricultura y Ganadería	Agricultura: Cereales: avena, maíz, trigo. Frutas: duraznos, manzanas, peras, uvas. Verduras: ajos, cebollas, espárragos, habas; Ganadería: Porcinos, bovinos y ovinos
Recursos Naturales	Flora y Fauna
EXPORTACIONES	
Productos Exportados	\$81.411 millones de FOB (2011)
Destino de Exportaciones	China 23,8%, Japón 10,2%, Estados Unidos 10%, Brasil 6%, Corea del Sur 5,9%
IMPORTACIONES	
Productos Importados	\$70.619 millones de FOB (2011)
Origen de Importaciones	Estados Unidos 17%, China 13,6%, Argentina 8,5%, Brasil 7,9%, Corea del Sur 5,8%, Japón 5%, Alemania 4%
Deuda Externa (Públicas y Privadas)	\$104.888 millones (2012)

FUENTE: Banco Central de Chile

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

CUADRO N° 02. Cuadro Sociodemográficos

ÍNDICE SOCIODEMOGRÁFICOS	
Tasa de Crecimiento Poblacional	0,884%
Densidad de Población	23,01 hab/km ²
Distribución de la Población	0-14: 22,3% (hombres 1.928.210/mujeres 1.840.839); 15-64 años: 68,1% (hombres 5.751.091/mujeres 5.744.014); 65 años y más: 9,6% (hombres 680.450/mujeres 944.156)
Esperanza de vida	Los chilenos viven hoy 79 años en promedio.
Tasa de Fertilidad	1,88 infantes nacidos/mujer
Tasa de Natalidad	14,33%
Tasa de Mortalidad	5,97 muertes/1.000 habitantes
Tasa de Mortalidad Infantil	7,34 muertes/1.000 nacimientos
Tasa de Alfabetización	99%
Tasa de Desempleo	6,4% (2012)

FUENTE: Banco Central de Chile

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

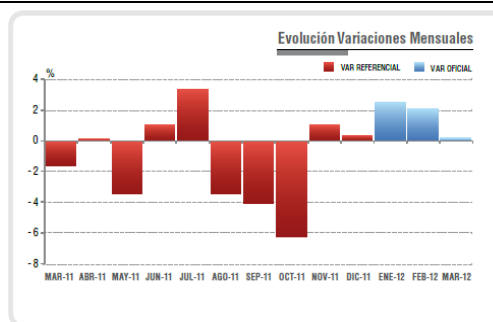
CUADRO N° 03. Índices Económicos

ACTIVIDAD PRODUCTIVA	
Producto Interno Bruto PIB	US\$ 268.278 millones de dólares (2012)
PIB Tasa de Crecimiento Real	6,3%
PIB Per cápita	\$ 15.416dólares (2012)
Composición del PIB por sectores económicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agricultura: 5.6% ✓ Industria: 40.5% ✓ Servicios: 53.9%
Tasa de Inflación Acumulada Anual	3,4% (2012)

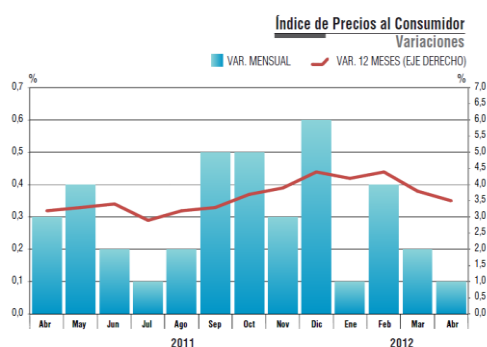
Población Activa	7.58 millones (mayores de 15 años)
Inversión Fija Bruta	23,5%
Tasa Crecimiento Producción industrial	3,2%

PRECIOS

Inflación Anual Índice de Precios al Productor (IPP)



Inflación Anual Índice de Precios al Consumidor (IPC)



SECTORES EXTERNOS

Deuda Externa	\$95.257 millones USD
Deuda Pública	6,20% del PIB
Exportaciones	\$81.411 millones de FOB (13,5%)
Importaciones	\$70.619 millones de FOB (25,9%)
Inversión Extranjera Directa	ENTRADA: \$ 136.3 billón SALIDA: \$ 51.15 billón
Saldo Cuenta Corriente	\$ 3.801.689.228

FUENTE: Banco Central de Chile

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 01. Principales Productos Exportados de Ecuador a Chile

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DE ECUADOR A CHILE									
MILES USD									
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Participación 2009	TCPA 2005-2009
270900	Aceite crudos de petroleos o de minerales bituminosos	223,134	445,519	5 36,453	1 ,341,500	731,695	630,076	81.41%	34.57%
80300	Bananas o platanos, frescos o secos	27,522	31,138	3 1,374	38,674	48,948	52,223	5.45%	15.48%
160414	Preparaciones y conservas de atunes, listados y bonitos, entero o en trozos, excepto el picadoT	11,190	16,910	1 4,095	14,688	6,93	12,26	0.77%	-11.29%
151620	Grasas y aceites vegetales, y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interestificados, reestificados o elaidinizados, incluso refinados, pero sin preparar de otro modo	5,701	9,543	1 2,052	20,453	11,621	19,367	1.29%	19.48%
870421	De peso total con carga maxima inferior o igual a 5t	-	-	-	2 0,607	17,837	-	1.98%	
200891	Palmitos, preparados o conservados de otra forma, inclusoazucarado o edulcorado de otro modo o con alcohol	3,545	6,189	7 ,794	7 ,148	6,652	9,510	0.74%	17.04%
30613	Camarones, langostinos y demas Decapodos natantia	3 ,023	4,402	7 ,391	8 ,090	8,315	10,878	0.93%	28.79%
230120	Harina, polvo y "pellets", de pescado o de crustaceos, moluscos o demas invertebrados acuaticos	1,351	5,234	1 2,516	6,261	3,933	4,556	0.44%	30.61%
160420	Demas preparaciones y conservas de pescado, excepto entero o en trozos	1,993	5,173	3 ,406	2 ,649	4,858	6,876	0.54%	24.95%
80430	Piñas tropicales (ananas), frescas o secas	1,526	2,489	3 ,153	3 ,271	5,867	7,524	0.65%	40.03%
	Total	278,986	526,597	6 28,234	1,463,339	8 46,655	753,268	94.20%	31.99%
	Otros productos	26,247	27,767	3 6,310	40,071	52,174	77,744	5.80%	18.74%
	TOTAL GENERAL	305,233	554,364	6 64,544	1,503,411	898,829	831,012	100.00%	31.00%

FUENTE: Banco Central de Ecuador

ELABORACIÓN: Unidad de Inteligencia Comercial /DPE

COMERCIO BILATERAL ECUADOR – CHILE

Las exportaciones ecuatorianas a Chile han presentado incrementos significativos durante los últimos cinco años (2005-2010).

En el año 2005 se registró en las exportaciones un valor de \$ 305,233 USD, y en el 2006 las exportaciones se fueron incrementando registrando un valor de \$ 554,364 USD, mientras que en los años 2007 y 2008, estos incrementos fueron constantes \$ 664,544USD (2007) y \$ 1503,411 USD (2008).

En el 2009, las exportaciones fueron disminuyendo en un valor de \$ 846,655, comparando con el año 2008 que fue el mejor año para el país.

Además, en el año 2009, los principales productos de exportación ecuatoriano al mercado chileno fueron, aceites crudos de petróleo, con un porcentaje de participación de 81,41% del total exportado a ese país, seguido de bananas o plátanos, frescos o secos con un porcentaje de participación de 5% del total exportado a ese país, etc., estos productos representaron un porcentaje de participación muy importante para la economía del país.

En el 2010, las exportaciones continuaron disminuyendo representando un valor de \$ 831,012 del valor total de exportaciones.

(Ver tabla N° 01)

TABLA N° 02. Principales Productos Importados por Ecuador desde Chile

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE CHILE									
MILES USD									
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Participación 2009	TCPA 2005-2009
'271119	Demas gases de petroleo e hidrocarburos, licuados.	49,644	72,245	72,104	63,750	10,986	24,774	2.20%	-31.41%
'210690	Las demas preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.	24,014	25,615	31,761	34,341	40,893	35,753	8.20%	14.23%
'080810	Manzanas, frescos	23,905	25,125	28,179	33,122	24,627	30,485	4.94%	0.75%
'300490	Los demas medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.	23,291	25,762	24,636	26,260	28,757	27,555	5.77%	5.41%
'721420	Barras de hierro o acero sin alear, con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsion despues del laminado, en caliente.	10,954	18,868	21,195	12,629	23,889	13,507	4.79%	21.52%
'740811	Alambre de cobre refinado, en la que la mayor dimension de la seccion transversal sea superior a 6 mm	8,313	13,833	13,262	21,065	14,728	12,477	2.95%	15.37%
'480100	Papel prensa en bobinas (rollos) o en hojas	12,915	15,304	15,116	13,528	14,010	5,414	2.81%	2.06%
'390210	Polipropileno, en formas primariasT	11,086	16,695	10,076	7,269	8,919	2,229	1.79%	-5.29%
'481092	Multicapas de papel y cartón kraft, de los tipos utilizados para escribir, imprimir u otros fines gráficos.	5,842	7,738	8,314	11,615	11,670	9,580	2.34%	18.88%
'854449	Los demas TAlambre para bobinar	0	0	5,669	25,018	13,156	15,811	2.64%	
'230400	Tortas y demas residuos solidos de la extraccion del aceite de soja (soya), incluso molidos o en pellets.	9,220	12,179	4,423	67	13,783	0	2.76%	10.57%
'392020	Demas placas, laminas, hojas y tiras, de plastico no celular, sin reforzar, ni estratificar ni combinar de forma similar con otras materias, sin soporte, de polimeros de propileno.	4,655	5,026	6,894	9,271	8,82	6,011	1.77%	17.32%
'080610	Uvas frescas	5,103	6,794	7,117	8,466	5,727	11,017	1.15%	2.92%
'200870	Duraznos (melocotones)	4,829	3,885	5,634	10,236	4,673	4,320	0.94%	-0.82%
	Total	193,771	249,069	254,382	276,638	224,636	198,931	45.04%	3.76%
	Otros productos	216,179	241,512	248,900	305,982	274,147	245,773	54.96%	6.12%
	Total General	409,950	490,581	503,282	582,62	498,784	444,704	100.00%	5.03%

FUENTE: Banco Central de Ecuador

ELABORACIÓN: Unidad de Inteligencia Comercial /DPE

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE CHILE

Las importaciones ecuatorianas desde Chile se han incrementado en el periodo 2005-2010, En el año 2005 las importaciones fueron de \$ 409,950 miles USD, mientras que en el año 2006 las importaciones se mantuvieron en un mismo nivel registrando un valor de \$ 490,581 miles USD. En los años 2007 y 2008 las importaciones fueron incrementándose registrando un valor de \$ 503,282 miles USD (2007) y \$ 582,62 miles USD (2008).

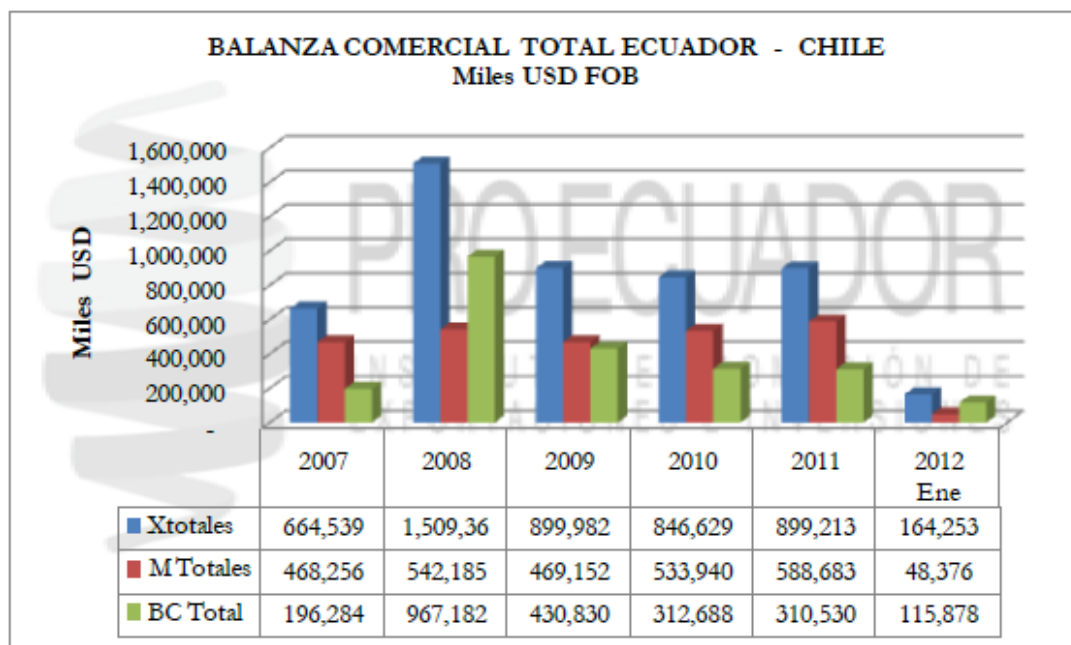
En el 2009 las importaciones ecuatorianas desde Chile fueron disminuyendo en un valor de \$ 498,784 miles USD.

Además, en el año 2009, los principales productos importados fueron: preparaciones alimenticias, registrando un porcentaje de participación del 8% del total importado desde ese país; medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados o condicionados para la venta al por menor con un porcentaje de participación del 6% del total importado desde ese país.

En el año 2010 las importaciones, se mantuvieron en un casi mismo nivel, registrando un valor de \$ 444, 704 miles USD.

(Ver tabla N° 02)

TABLA N° 03. Balanza Comercial



FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORADO POR: PRO ECUADOR

BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial entre Ecuador y Chile en los años 2007- 2012 han presentado saldo positivo tanto en las importaciones como exportaciones.

En el año 2007 registrando un valor 196,284 miles USD FOB, Ecuador registra un saldo positivo en su balanza comercial con Chile.

En el 2008, el superávit se incrementó en un 967,182 miles USD FOB este fue uno de los mejores años diferencia del año 2007, mientras que en el 2009, la balanza comercial fue disminuyendo, presentando un valor de 430,830 miles USD FOB.

En el 2010 éste se redujo a diferencia del 2009 con un saldo de 312,688 miles de USD FOB. En el 2011 se mantuvo equitativamente, registrando un valor de 310,530 miles USD FOB.

En enero del 2012, se observa un valor de 115,878 miles USD FOB, comenzando así un buen incremento en las importaciones y exportaciones en la balanza comercial.

(Ver tabla N° 03)

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LAS QUE CHILE ES MIEMBRO

GATT: El GATT y el Consejo del Comercio de Mercancías

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) abarca el comercio internacional de mercancías. El funcionamiento del Acuerdo General es responsabilidad del Consejo del Comercio de Mercancías (CCM) que está integrado por representantes de todos los países Miembros de la OMC.

ONU: Las Naciones Unidas

Las Naciones Unidas es una organización internacional fundada en 1945 tras la Segunda Guerra Mundial por 51 países que se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacional, desarrollar relaciones amistosas entre las naciones y promover el progreso social, mejores niveles de vida y los derechos humanos.

ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración

Es el mayor grupo latinoamericano de integración. El Tratado de Montevideo 1980 (TM80), marco jurídico global constitutivo y regulador de ALADI, fue suscrito el 12 de agosto de 1980 estableciendo los siguientes principios generales: pluralismo en materia política y económica; convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano; flexibilidad; tratamientos diferenciales en base al nivel de desarrollo de los países miembros; y multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

OMC: Organización Mundial del Comercio

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.

ALCA: El Área de Libre Comercio de las Américas

Es un proceso de negociaciones comerciales, que involucra a 34 naciones democráticas del continente americano, y que busca instaurar una zona de libre comercio e inversión a partir del año 2005.

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es una organización internacional intergubernamental que, en sus inicios, reunió a los países más industrializados con economía de mercado. Fundada en 1961, por 20 países de los países más desarrollados del mundo, hoy cuenta con 30 países miembros. Chile es miembro observador y, en esa condición, participa en diversos órganos de la OCDE y ha suscrito importantes Decisiones de la Organización Internacional.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

El BID es la principal fuente de financiamiento y pericia multilateral para el desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe. El BID trabaja directamente con los países para combatir la pobreza y fomentar la equidad social por medio de programas adaptados específicamente a la coyuntura local. Con la participación de los gobiernos y el sector privado, procura lograr un crecimiento económico sostenible,

aumentar la competitividad, modernizar las instituciones públicas y fomentar el libre comercio y la integración regional.

BM: Banco Mundial

El Banco Mundial es una fuente vital de asistencia financiera y técnica para los países en desarrollo de todo el mundo. Su misión es combatir la pobreza con pasión y profesionalidad para obtener resultados duraderos, y ayudar a la gente a ayudarse a sí misma y al medio ambiente que la rodea, suministrando recursos, entregando conocimientos, creando capacidad y forjando asociaciones en los sectores públicos y privado. No se trata de un banco en el sentido corriente; esta organización internacional es propiedad de 186 países miembros y está formada por dos instituciones de desarrollo singulares: el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y la Asociación Internacional de Fomento (AIF).

CAF: Corporación Andina de Fomento

Institución financiera multilateral con sede en Caracas, Venezuela, a la que pertenecen 18 países de América Latina, el Caribe y Europa (entre los que se incluye España). Su misión se basa en el desarrollo sostenible y la integración regional, por lo que, actualmente, es una de las principales fuentes de financiamiento multilateral de la región andina y la principal fuente de financiamiento en el área de infraestructura en Latinoamérica.

DIRECON: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile

El accionar de la Direcon, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, tiene un directo impacto en la vida cotidiana de los chilenos. En efecto, nuestro crecimiento y empleo dependen básicamente de nuestras exportaciones.

A través de los Acuerdos de Complementación Económica, ACE; los Tratados de Libre Comercio, TLC; y otros convenios bilaterales, se mejoran las condiciones de acceso a diversos mercados, fortaleciendo el desarrollo exportador.

Adicionalmente, la rebaja de aranceles a bienes importados reduce el costo de nuestra producción en insumos, maquinarias y equipos, estimulando el cambio tecnológico y favoreciendo a los consumidores con una oferta de bienes y servicios más variada, de calidad y a precios internacionales.

FMI: Fondo Monetario Internacional

Fondo Monetario Internacional, también conocido como el “FMI” o “el Fondo”, se planteó en julio de 1944 en una conferencia de las Naciones Unidas celebrada en Bretton Woods, New Hampshire (Estados Unidos), cuando los representantes de 45 gobiernos acordaron establecer un marco de cooperación económica destinado a evitar que se repitieran los círculos viciosos de devaluaciones competitivas que contribuyeron a provocar la Gran Depresión de los años treinta.

MERCOSUR: Mercado Común del Sur

MERCOSUR (Mercado Común del Sur) es la Unión Aduanera (libre comercio intrazona y política comercial común) entre Argentina, Brasil, Paraguay, y Uruguay, instituida por la firma del Tratado de Asunción, el 26 de marzo del 1991.

OEA: Organización de los Estados Americanos

La Organización de los Estados Americanos (OEA), creada el 30 de abril de 1948, reúne a 35 países del continente, para fortalecer la cooperación mutua en torno a los valores de la democracia, defender los intereses comunes y debatir los grandes temas de la región y el mundo.

Es el principal foro multilateral para afianzar la paz y la seguridad del continente, el fortalecimiento de la democracia, la promoción de los derechos humanos, y la acción cooperativa para promover el desarrollo económico, social y cultural de los países.⁵

⁵ Fuente: www.icrc.org

CHILE EN AMÉRICA LATINA

Chile en América Latina en la última década muestra un comportamiento notoriamente superior que los demás países latinoamericanos, ya que ha mostrado excelentes resultados en su economía, gracias a las diferentes negociaciones que realiza, con diversos países, es así que se muestra un incremento del 6,3% en la tasa de crecimiento del PIB anual.

Además se le considera como un país de menor riesgo para invertir en América Latina, ya que cuenta con una economía libre y abierta con regulaciones claras para la inversión, proporcionando madurez política que confirma su crecimiento y compromiso de estabilidad social, además las prácticas comerciales de acuerdo con estándares internacionales y un sistema educativo desarrollado y orientado a la capacitación de los trabajadores y ejecutivos, brindando una excelente relación con los países vecinos, en las cuales se obtienen ventajas competitivas en sectores económicos claves como la agricultura y la minería.⁶

ACCESO TERRESTRE

El auto transporte es un factor muy importante en el desarrollo económico, ya que atiende aproximadamente el 80% del movimiento terrestre de carga en nuestro país, su importancia radica en las facilidades de acceso a diferentes puntos geográficos, su flexibilidad operativa y los requerimientos menores de inversión en relación con otros medios de transporte.

ACCESO MARÍTIMO

Aproximadamente el 80% de la superficie de la tierra está cubierta por agua, por lo que es natural que el transporte marítimo sea un factor fundamental para el intercambio de los productos que demandan las diferentes regiones, además de que constituye una vía de comunicación natural.

⁶ Fuente: www.marca-chilena.cl

Las características que este medio de transporte tiene, son su gran capacidad de carga y su adaptabilidad para transportar toda clase de productos, de volúmenes y de valores.

Podemos encontrar diversos tipos de buques que se ajustan a las necesidades de carga, como son los que cuentan con bodegas de ventilación o refrigeración, para carga perecedera, granelero, buques tanque, cementeros, que son diseñados para esa clase de mercancías, además que se construyen para varios tipos, como los buques porta contenedores o los que pueden cargar mineral, granel y petróleo o aquellos que pueden llevar un tipo de carga en un sentido de la ruta y cargar otro para el viaje de regreso.

El bajo costo, comparado con los otros medios de transporte, particularmente para grandes volúmenes y grandes distancias, hacen de este modo el más idóneo para un alto porcentaje de los productos que se comercian internacionalmente.

ACCESO AÉREO

El transporte aéreo es actualmente un pilar muy fuerte de las economías en todo el mundo y el volumen de carga transportada por avión, expresado en toneladas y comparado con el total mundial transportado por cualquier vía, indica que una pequeñísima parte se manejó por avión; pero si consideramos el valor de los productos transportados, la cifra es sorprendente, ya que supera el 30% del valor total mundial.

TRANSPORTE MULTIMODAL

Es el traslado de las mercancías utilizando más de un tipo de transporte en su trayecto de origen a destino. Si ambos puntos se ubican en distintos países se le denomina transporte multimodal internacional.

La novedad del transporte multimodal no consiste en el hecho de que se utilicen dos o más medios de transporte, sino que éste sea realizado como una sola operación, amparada por un documento único de embarque y bajo una sola responsabilidad directa durante todo el trayecto.

El transporte multimodal significa una renovación sustancial del concepto de transporte internacional, al sustituir el antiguo sistema de acarreo de una puerta a otra por el servicio integral conocido como “puerta a puerta”.⁷

2.1.2. Análisis de Variables

Al realizar el análisis de variable obtendremos información relevante acerca de las características del mercado al cual queremos llegar, al mismo tiempo conoceremos la evolución del país en sus diversas áreas.

Este estudio será realizado en tiempo pasado, presente y futuro a fin de compararlas, contribuyendo así a la toma correcta de decisiones al momento de introducir nuestro producto en el mercado Chileno-ciudad Santiago.

Hemos procedido a calificar 18 variables del ambiente externo de Chile en un rango de 1 a 5 y se ha determinado la prioridad o no de cada factor, de acuerdo al impacto directo que ejerce cada variable sobre la situación real del país objeto de la investigación, así como su trascendencia en la exportación del Licor Cacao a Chile-ciudad Santiago. Dónde:

- 1: Influencia poco significativa
- 2: Influencia débil
- 3: Influencia media
- 4: Influencia fuerte
- 5: Influencia relevante

⁷ Fuente: www.wikipedia.org

CUADRO N° 04. Determinación y Calificación de Variables

N°	O	A	FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE A LA EMPRESA	A1	A2	TOTAL	TIPO DE FACTOR
1	+		Acuerdos Comerciales	5	5	10	Primario
2	+		Avance Tecnológico	5	5	10	Primario
3	+		Balanza Comercial	5	5	10	Primario
4	+		Estabilidad Política	4	3	7	Secundario
5	+		Frecuencia de Compra, gusto y preferencias del consumidor	5	5	10	Primario
6	+		Hábitos Culturales	4	4	8	Secundario
7		-	Impuestos y Aranceles	5	4	9	Secundario
8		-	Inflación	5	5	10	Primario
9	+		Nivel de Competencia y Productividad	5	5	10	Primario
10	+		Marca, Patentes y Derecho de Llave	4	4	8	Secundario
11	+		Leyes Ambientales	5	4	9	Secundario
12	+		Nivel de Educación	5	5	10	Primario
13	+		PIB	5	5	10	Primario
14		-	Restricciones y Barreras	5	4	9	Secundario
15	+		Tasa de Crecimiento Económico	5	4	9	Primario

16		-	Tasa de Desempleo	4	4	8	Secundario
17	+		Tasa de Cambio	4	4	8	Secundario
18	+		Instrumento para financiar la exportación	4	4	8	Secundario

FUENTE: www.bcentralcl/economía

ELABORACIÓN: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES

- **Acuerdos Comerciales:** Tratado comercial, acuerdo entre distintos países para concederse determinados beneficios de forma mutua. Se pueden distinguir tres tipos de tratados comerciales: Zona de Libre Comercio, Unión Aduanera y Unión Económica.
- **Avance Tecnológico:** Conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.
- **Balanza Comercial:** Es la diferencia entre exportaciones e importaciones; El registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo de tiempo.
- **Estabilidad Política:** Tanto en el país de origen como en el país de destino la estabilidad política es un factor primordial para una comercialización exitosa del producto porque si no existe calma interna y el poder es alterada por alguna fuerza peligran las negociaciones.
- **Frecuencia de Compra, gusto y preferencias del consumidor:** La empresa tiene la necesidad de identificar sus mercados, conocer a sus clientes, sus necesidades y de cómo se comportan para satisfacerlas. La importancia de los estudios sobre los gustos y preferencias del consumidor se realiza sobre todo en los entornos altamente competitivos, ya que la empresa corre el riesgo de que el consumidor se incline por los productos de sus competidores.
- **Hábitos Culturales:** Acto adquirido por la experiencia y realizado regular y automáticamente de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y efectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado.
- **Impuestos y Aranceles:** Lista o catálogos de impuestos aduaneros aplicados generalmente por el gobierno sobre las importaciones y a veces sobre las exportaciones.

- **Inflación:** Es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable.
- **Nivel de Competencia y Productividad:** La competencia económica es el medio que utilizan los compradores y vendedores para satisfacer las necesidades de la comunidad y de los individuos. La sociedad estará satisfecha cuando se produzca el máximo número de bienes a los menores precios posibles. Mientras que productividad es la relación entre producto final y factores productivos (tierra, capital y trabajo) utilizados en la producción de bienes y servicios. De un modo general, la productividad se refiere a la que genera el trabajo.
- **Marca, Patentes y Derecho de Llave:** Marca registrada todo signo o medio que sirve para individualizar productos y servicios en el mercado. Patente, conjunto de derechos que la ley concede al inventor de un objeto o producto (entendiendo por tal a su actor o creador), que tiene como principal característica su novedad, es decir, que no haya sido conocido ni puesto en práctica o a prueba en el Estado que explique la patente ni en el extranjero.
- **Leyes Ambientales:** Áreas de la legislación nacional, regional e internacional, orientadas a la protección del medio ambiente. Los elementos claves de la legislación sobre el medio ambiente incluyen el control de la contaminación producida por el ser humano y la protección de los recursos naturales como la fauna, flora y el paisaje.
- **Nivel de Educación:** Es el nivel académico que alcanzan las personas de una población, si es básica, media, o superior.
- **PIB:** El producto Interno Bruto (PIB) o Producto Bruto Interno (PBI) es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un periodo (normalmente es un trimestre o un año).
- **Restricciones y Barreras:** Dada la importancia del comercio internacional para una economía concreta, los gobiernos a veces restringen las entradas de bienes foráneos

para proteger los intereses nacionales o puede responder a un interés por proteger a un sector industrial nacional poco desarrollado: a esta política se la denomina proteccionismo. Por otro lado durante los últimos años se ha incrementado la creación de barreras al comercio internacional, y aunque no siempre se imponen con el objetivo de reducir el comercio, tienen el derecho a este efecto.

- **Tasa de Crecimiento Económico:** Variable que aumenta o disminuye el producto interno bruto (PIB). Si este crece a un ritmo superior al de la población, su nivel de vida aumenta. Pero si la tasa de crecimiento de la población es mayor que la tasa de crecimiento del PIB, podemos afirmar que el nivel de vida de la población está disminuyendo. La tasa de crecimiento económico se utiliza para realizar comparaciones entre distintas economías o entre una economía y el grupo de países a la que pertenece.
- **Tasa de Desempleo:** Se define como la razón entre la población desocupada y la población económicamente activa.
- **Tasa de Cambio:** Con el tipo o tasa de cambio se expresa el valor de una divisa o moneda extranjera expresada en unidades de moneda nacional. Precio de intercambio de una moneda de un país por la de otro o con respecto al oro, derechos especiales de giro (DEGs) y otras unidades internacionales o cualquier otro medio de pago.
- **Instrumento para financiar la exportación:** Entre las principales fuentes de financiamiento que se puede tener es la CORPEI, FEDEXPORT, Acuerdos Internacionales como son el MERCOSUR, la CAN, y Acuerdos Bilaterales.⁸

Escogimos estas variables porque consideramos que son los indicadores económicos, sociales y culturales más importantes para el país de Chile, ya que mediante estas podremos realizar un análisis, el mismo que será útil para monitorear el avance y la evolución del país en diversas áreas.

⁸ Fuente: www.wikipedia.org

2.1.3. Determinación de Variables Discriminadas

Se ha dado priorización a las siguientes variables económicas (8), según su nivel de incidencia en el desarrollo integral de Chile.

TABLA N° 04. Factores Externos que afectan a la empresa

N°	FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE A LA EMPRESA	CALIFICACIÓN TOTAL
1	Acuerdos Comerciales	10
2	Avance Tecnológico	10
3	Balanza Comercial	10
4	Frecuencia de Compras, gustos y preferencias del consumidor	10
5	Inflación	10
6	Nivel de Competencia y Productividad	10
7	Nivel de Educación	10
8	PIB	10

FUENTE: Particular

ELABORACIÓN: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

A criterio de las autoras, nueve son las variables más importantes para la realización de los escenarios, con el estudio de cada una de ellas podremos determinar si el proyecto tendrá éxito en ese mercado, logrando posicionar nuestro producto por mucho tiempo.

2.1.4. Determinación de Escenarios

TABLA N° 05. Análisis Morfológico de Chile-ciudad Santiago

VARIABLES	PESIMISTA	TENDENCIA	OPTIMISTA
ACUERDOS COMERCIALES	Chile celebra pocos acuerdos comerciales con grandes bloques económicos. ↓	Chile ha firmado varios acuerdos comerciales con diferentes bloques económicos. ↙	En los últimos años Chile ha firmado tratados de libre comercio. ↓
AVANCE TECNOLÓGICO	Los adelantos tecnológicos no han sufrido mayores cambios en los últimos tiempos. ↓	La ciencia, la tecnología y la innovación son las verdaderas fuerzas motrices de su economía. ↙	La tecnología crece a un ritmo acelerado en los últimos años siendo muy competitivo. ↓
BALANZA COMERCIAL	Reducción del superávit debido al incremento en las importaciones y disminución en las exportaciones. ↓	Ligero superávit al aumenta las exportaciones y firma de nuevos acuerdo comerciales. ↙	Diversifican las exportaciones, para obtener un superávit. ↓
FRECUENCIA DE COMPRAS, GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	El consumidor Chileno busca seguridad en los productos que adquiere. ↓	El consumidor Chileno busca junto a la seguridad, una buena relación precio calidad. ↙	Alto nivel de consumo de productos de calidad, pagando más por ello. ↓

INFLACIÓN	Chile se perfila como una de las economías más vulnerables de Sudamérica ante la crisis económica. ↓	La inflación para los siguientes años es de un 1,5%, siendo un alto estándar Chileno. ↙	Se prevé una inflación de 3,5% para el 2012, emergiendo así la economía. ↓
NIVEL DE COMPETENCIA Y PRODUCTIVIDAD	En el 2007 la inflación de Chile es del 7,8%, siendo la más alta en los últimos años. ↓	Chile gana un campo competitivo de cara a una globalización sin proteccionismos. ↙	Chile mantiene la mayor economía de Sudamérica y la segunda del continente, y es un país propicio y atractivo para los negocios. ↓
NIVEL DE EDUCACIÓN	Chile vive en un nivel de educación deficitario ya que su nivel de educación tanto en hombres como en mujeres es del 56%. La capacidad de leer y de escribir es solo en una edad especificada. ↓	Chile no solo posee una capacidad de leer y de escribir en una edad especificada, a pesar de que es un país que tiene una economía sólida, también existe un nivel menos de pobreza. ↙	Chile es competitivo en el ámbito educativo ya que cuenta con las potencias mundiales más desarrolladas en educación. ↓
PIB	Crecimiento de 5,8% anual.	Crecimiento cercano 6,3%.	Crecimiento superior 7%.

FUENTE: Particular

ELABORACIÓN: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

2.1.5. Aspectos de Competitividad

Muchas son las empresas que aprovechan este pequeño mercado con una población que dispone de un nivel adquisitivo considerable para lanzar un producto o probar el impacto de una nueva marca.

Chile - posee buenas instituciones, infraestructura, capacidad de innovación, desarrollo tecnológico, y su macroeconomía sólida como los demás países desarrollados, ha dado pasos importantes en ese sentido y se le ha reconocido dicho esfuerzo.

Durante los últimos 6 años la economía de Chile se ha ubicado en la sexta mayor economía de Sudamérica y la segunda del continente en términos de producto interno bruto per cápita entre los países más competitivos del mundo.

AÑO 2006: La economía de Chile en este año se vio respaldada por una coyuntura económica favorable para los países exportadores de commodities, así como por la estabilidad monetaria y el crecimiento sostenido logrados por el país trasandino durante los últimos años. En síntesis, la economía chilena se desacelera levemente durante 2006 con una tasa de crecimiento que supera el 5% por tercer año consecutivo. Por otra parte, la solidez de su sistema financiero y la estabilidad en su sendero macroeconómico minimiza la economía en el mediano plazo.

AÑOS 2007-2008: En estos años, la economía chilena dio mucho de qué hablar ya que en el 2007 la inflación fue de 7,8%, siendo la más alta de los últimos 12 años. En materia de transparencia, se descendió del puesto 20 al 22.

En competitividad mundial se bajó del lugar 23 al 26, a lo que se suman caídas en rankings de competitividad minera y tecnológica. En estos años la bolsa chilena cayó 15,22% registrando la mayor baja desde la crisis asiática. Sin embargo, la situación en el 2008 no se vio muy auspiciosa, ya que el crecimiento del PIB fue entre 4,5% y 5,5%, y que el petróleo llegó hasta los U\$93, el cobre hasta los U\$2,95 y la inflación fue del 4,5%.

AÑO 2009: En este año la economía chilena cayó en 1,5%, fue un desastre histórico, ya que en el 2009 ha sido el peor año en casi tres décadas. Con una caída del producto de 1,9 por ciento, esta contracción no tiene antecedentes desde la crisis de 1982, cuando el producto se hundió sobre el ocho por ciento. Está claro que se ha tratado de una crisis mundial.

La economía chilena, tan publicitada como modelo regional, no sólo ha tenido un tremendo desplome, sino que ha tenido uno de los peores desempeños de Latinoamérica. Sin los altos precios del cobre, las cifras hubieran sido mucho peores. Comparativamente con otros países latinoamericanos, Chile ha tenido muy malos resultados, ya que el PIB cayó al 1,9 por ciento. Uno de los motivos del fuerte deterioro de la economía chilena es su enorme dependencia del comportamiento de sus socios comerciales. La tan elogiada apertura comercial ha sido su lastre. Más de un 60 por ciento de las exportaciones se concentran en cuatro grandes mercados (Unión Europea, Estados Unidos, Japón y China), los que, con la excepción de China, que creció ocho por ciento en 2009, sufrieron fuertes contracciones.

AÑO 2010: En este año la economía de Chile fue la sexta mayor economía de Sudamérica y la segunda del continente en términos de producto interno bruto per cápita. En el 2010 el país se recuperó de la crisis del 2009.

En mayo de 2010, Chile se convirtió en el primer miembro pleno de la OCDE en América del Sur y segundo en Latinoamérica, después de México. Chile posee una economía diversificada y competitiva. Además, tiene uno de los sistemas bancarios más estables y desarrollados de América. Su principal sector económico es la minería, principalmente el cobre, del cual es el mayor productor del mundo.

El Crecimiento económico de las últimas décadas ha sido el factor que más ha contribuido a mejorar los aspectos sociales. Esto se refleja también en la fuerte disminución de la pobreza del 45,1% en 1987 al 15,1% en el año 2009, del cual un 3,7% corresponde a indigentes y 11,4% a personas viviendo por debajo de la línea de pobreza (fue el primer país latinoamericano en cumplir y superar las metas del milenio de reducción de pobreza).

Pero a pesar de los buenos indicadores, la economía de Chile aún presenta un importante problema: una acusada desigualdad en la distribución de ingresos. Según el informe de desarrollo humano de la ONU en 2010, Chile se encuentra en el puesto 119 de la lista de países por igualdad de ingreso, ubicándose entre los 15 últimos estados a nivel mundial, lo que revela una importante carencia en la economía que aún no ha podido ser subsanada.

AÑO 2011: La economía de Chile creció en un 6% en el PIB. En tanto, la demanda interna creció 9.4%, encabezada por el consumo y 5.9% en términos desestacionalizados, lo que confirma que el crecimiento económico se desaceleró en ese lapso, además, la demanda interna muestra un consumo y una inversión que crecen un poco menos.

AÑO 2012: Chile sigue siendo la economía más competitiva de América Latina y del Caribe, gracias a un entorno empresarial sofisticado y un extenso mercado interno, y a una sólida política macroeconómica. Además Chile deberá centrarse cada vez más en abordar el desafío de la innovación a medida que su economía continúa creciendo y avanza hacia mayores cuotas de desarrollo.

El deterioro de las condiciones de seguridad afecta la competitividad de América Central al aumentar el costo de hacer negocios. En el 2012, la economía ha tenido un crecimiento de 4% Adicionalmente, y la demanda se desaceleró menos fuerte de lo que se esperaba, por lo que se creció en torno a 4%.⁹

2.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

La empresa CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S.A.)- Es una sociedad anónima de derecho privado, constituida con la finalidad de vender cacao en grano a los mercados exteriores, producto agrícola que es producido en todas las zonas cacaoteras del Ecuador, apuntalando y promoviendo este importante sector de la economía nacional.

⁹ Fuente: www.wikipedia.org

COFINA S. A. se dedica a la compra de materia prima como es el producto natural, cacao en grano para ser exportado a diferentes mercados. Además, fabrica productos semielaborados de cacao en grano, que ayudan al incremento económico de la empresa, tales como:

- Licor o pasta de Cacao
- Manteca de Cacao, y;
- Polvo de Cacao.

El mercado internacional de cacao reconoce dos tipos de calidades: el cacao fino o de aroma, el cual es muy utilizado en productos de alta gama; y, el denominado cacao básico o corriente, utilizado en productos de baja gama. Ambas calidades son producidas por genotipos de cacaos diferentes y tienen usos diferentes.

Los cacaos finos o de aroma se caracterizan por presentar fuertes aromas y sabores especiales tales como: flores, frutas frescas, frutas secas, hierbas, especias, etc. Mientras que los cacaos corrientes únicamente presentan un sabor básico a cacao con débiles notas de otros aromas.

El cacao se cultiva principalmente en África del Oeste, América Central y Sud América y Asia. Según la producción anual, los ocho países principales productores en el mundo son (en orden descendente): Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Camerún, Brasil, Ecuador y Malasia. Estos países representan el 90% de la producción mundial.

El 95% del cacao producido en el mundo se encasilla como corriente, siendo mayormente producido en el oeste de África, Brasil y el sudeste asiático. En tanto que, el cacao fino o de aroma aporta con sólo el 5% de la oferta mundial, aportando Ecuador con el 60% de esa oferta. Según la última revisión del Convenio Internacional del Cacao, realizada en febrero de 2008 por la Organización Internacional del Cacao (ICCO), se ratifica a Ecuador como un país productor de cacao fino o de aroma en un 75% de su producción.

En Ecuador se producen y exportan las dos calidades. El cacao fino o de aroma es producido por el complejo genético de cacao conocido como Nacional, internacionalmente a este cacao se lo denomina “Arriba”; mientras que, el cacao básico es producido por genotipos de cacao trinitario y forastero (clon CCN-51 y otros). Cabe destacar que el cacao tipo Nacional es originario de Ecuador.

Esta actividad es de gran impacto en la economía ecuatoriana, según el censo agropecuario del 2000, es el cultivo perenne de mayor superficie sembrada en el país, con alrededor de 400.000 hectáreas sembradas, de las cuales dependen casi 90.000 familias campesinas, siendo este cultivo una fuente constante de ingreso de dinero a la economía familiar. A mediano plazo se espera se mantenga el ritmo del aumento de la producción, debido a la entrada en producción de nuevas áreas de siembra.

Durante el último quinquenio las exportaciones de cacao ecuatoriano han superado las 100.000 Tm , manteniendo un crecimiento constante en los volúmenes, hasta llegar en el 2007 a más de 110.000 Tm, debido principalmente al aumento del área sembrada, leve incremento de productividad asociada a factores climáticos favorables y precios altos a los productores. Las divisas generadas al país por este rubro han ido en constante aumento, ubicándose como el cuarto rubro de los ingresos no petroleros del país.

Los mayores mercados de destino para el cacao ecuatoriano han sido históricamente EE.UU. seguido por la Unión Europea, al 2000 representaban el 38% y 35%, respectivamente. Pero esta tendencia ha cambiado notablemente en el último lustro, para el 2007 las exportaciones hacia Europa ahora representan el 57% y hacia EE.UU. expresan el 18% del total.¹⁰

¹⁰Fuente: www.cofinacocoa.com

DIAGRAMA DE FLUJO – PROCESO DE LICOR DE CACAO

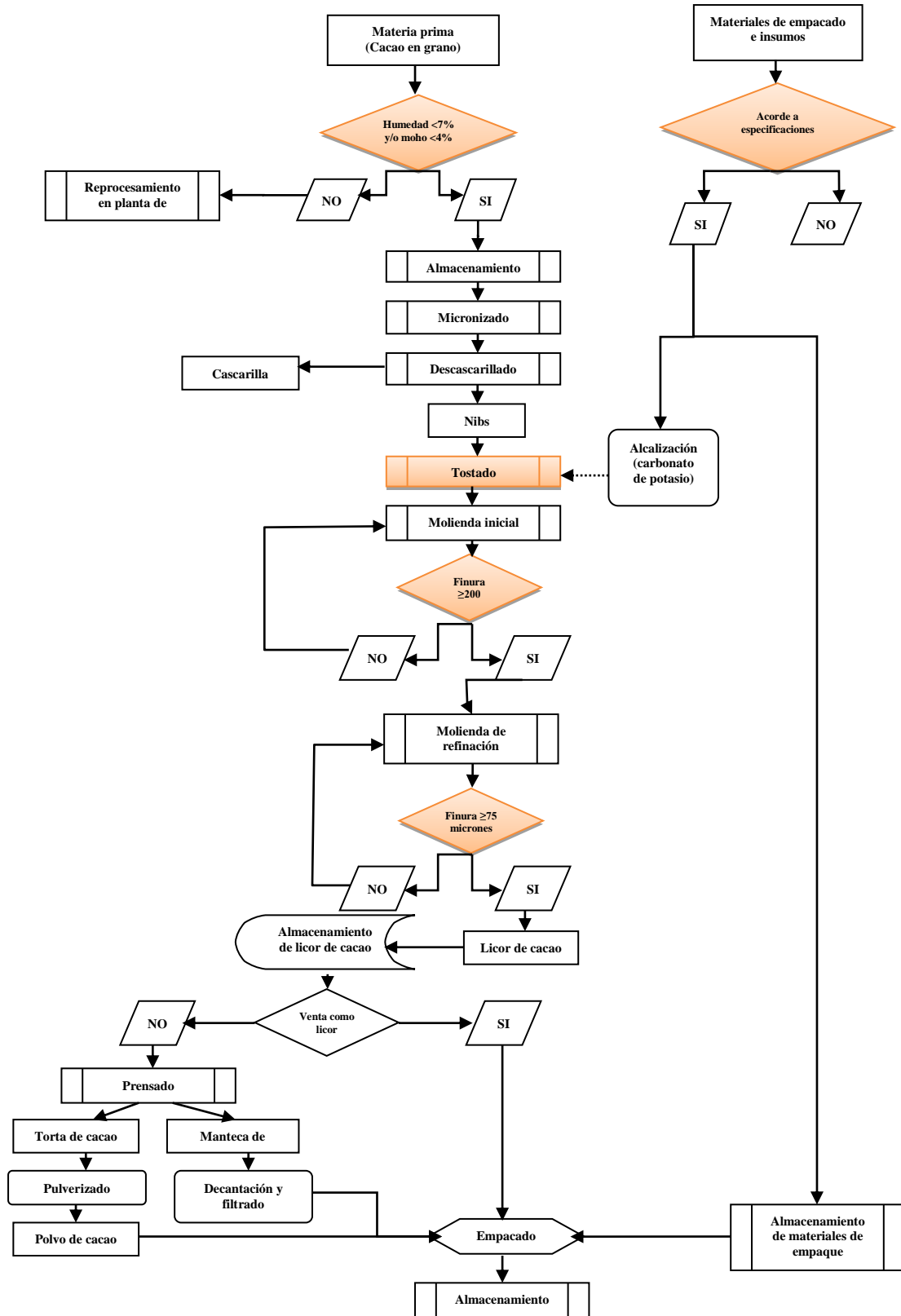


TABLA N° 06. Identificación de Peligros y medidas preventivas para controlar

IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS, ESTIMACIÓN DE RIESGOS Y ESTABLECIMIENTO DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS PARA CONTROLARLOS					
Etapa del proceso	Peligros a la inocuidad del alimento	Riesgos potenciales, introducidos o mantenidos en esta etapa	¿Existe probabilidad razonable de que se presente?	Justifique la decisión	¿Qué medidas preventivas y de control pueden ser aplicadas?
Recepción de materia prima	Físico, biológico y químico	Presencia de mohos internos en grano de cacao aumentando el riesgo de presencia de micotoxinas (aflatoxina y ocratoxina A). Aumento de ácidos grasos libres totales en la parte grasa por acción de hongos.	Si	Humedad mayor al 7,5% favorece desarrollo de hongos. Disminuye rendimiento final, más de 4% de granos mohosos afectan calidad sensorial	Recepción sólo de cacao en grano con humedad inferior a 7,5%, contenido máximo de granos con mohos 4%, libre de impurezas y materias extrañas
Limpieza y clasificación	Físico, biológico	Presencia de MO, impurezas y materias extrañas en materia prima	No	BPM, mantenimiento de equipos. Proceso automatizado.	
Descascarillado	Físico, biológico	Presencia de MO en materia prima	No	BPM, mantenimiento de equipos. Proceso automatizado.	

Tostado	Biológico	Microrganismos patógenos	SI	Presencia de MO patógenos	Control y registro de temperatura de tostado de 120°C durante 30 minutos. Humedad de producto inferior al 2,5%
Molienda inicial	Físico	Limallas y restos de metal de equipo de molienda	Si	Limallas y piezas metálicas que pueden afectar la inocuidad y la calidad final del producto	Electroimán a salida de molino, registros de mantenimiento de equipos de molienda.
Molienda de refinado	Físico	Limallas y restos de metal de equipo de molienda	Si	Limallas y piezas metálicas que pueden afectar la inocuidad y la calidad final del producto	Electroimán a salida de molino, registros de mantenimiento de equipos de molienda.
Almacenamiento de licor de cacao	Biológico	Microrganismos patógenos	No	BPM, mantenimiento de equipos. Proceso automatizado.	
Prensado	Biológico	Microrganismos patógenos	No	BPM, mantenimiento de equipos. Proceso automatizado.	
Filtrado de manteca de cacao	Biológico	Microrganismos patógenos	No	BPM, mantenimiento de equipos. Proceso automatizado.	

Empacado de licor, manteca y polvo de cacao.	Biológico	Microrganismos patógenos	Si	Proceso manual	Supervisión y control de envasado y sellado, revisión, limpieza y mantenimiento de equipo de envasado y sellado
Almacenamiento	Biológico	Microrganismos patógenos, contaminación cruzada	No	Producto en bodegas refrigeradas, control y registro de mantenimiento de bodegas frías. Implementación de FIFO. ¹¹	

¹¹ Fuente: www.cofinacocoa.com

TABLA N° 07. Propuesta de implementación de plan HACCP para COFINA.

N° PCC y ubicación	Límites críticos	Procedimientos de vigilancia y frecuencia de los mismos	Registros HACCP	Procedimientos de verificación y frecuencia de los mismos	Acciones correctivas
<p>1. Recepción de materia prima</p>	<p>Granos con moho interno 4% máximo Humedad interna del grano 7,5% máximo</p>	<p>A cada lote se realizan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prueba de corte a 300 granos de una muestra aleatoria de 1 kg. • Determinación de humedad por gravimetría. 	<p>Registro de control de calidad de materia prima. Registro de mantenimiento de equipo.</p>	<p>Jefe y asistente de control de calidad muestrean y analizan la calidad de cada uno de los lotes comprados por la empresa.</p>	<p>Encargados de compras no aceptan lotes de cacao en grano por encima de los límites máximos de humedad y mohos. Jefe de control de calidad de materia prima rechazará o no destinará para producción de semielaborados de cacao, lotes por encima de los límites máximos, seguidamente, se procederá al secado adicional hasta lograr la mínima requerida.</p>

<p>2. Tostado</p>	<p>Temperatura y tiempo de tostado predefinido de acuerdo a producto final requerido. Temperatura de tostado 110-120 °C ±2 Tiempo de tostado 30 -45 minutos Humedad interna del nib 2,0% máximo</p>	<p>En cada lote de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control y supervisión de temperatura del equipo de tostado. • Control y supervisión de banda transportadora en el tostador. • Control de humedad al final del tostado. • Determinación de humedad por gravimetría. 	<p>Registro de temperatura. Registro de humedad de nibs. Registro de mantenimiento de equipo.</p>	<p>Supervisor de calidad realiza cada dos horas análisis de humedad de nibs y prueba sensorial previa a fin de determinar aroma a quemado. Operarios controlan temperatura y velocidad de tostado. Jefes de control de calidad y planta revisan registros de temperatura, tiempo y humedad de tostado.</p>	<p>Ajuste de temperatura y velocidad de tostado a cargo del operario y/o supervisor de turno. Vigilancia preventiva a cargo de personal de mantenimiento.</p>
--------------------------	--	--	---	--	--

<p>3. Molienda inicial</p>	<p>Contenido de limallas: Ausencia Tamaño de partícula 100 micrones</p>	<p>Al final de cada lote de producción revisión de presencia de limallas en electroimanes. Cada 6 horas revisión, supervisión y medición de tamaño de partícula. Mantenimiento de equipo de molienda cada 4 meses.</p>	<p>Registro diario de producción de cada lote. Registro de mantenimiento de molino.</p>	<p>Operador controla funcionamiento correcto de equipo de molienda. Supervisor de calidad realiza cada seis horas revisión de presencia de limallas en electroimanes. Personal de mantenimiento realiza cada 4 meses revisión general de maquinarias y equipos. Jefes de control de calidad y planta revisan registros de producción de lote.</p>	<p>Mantenimiento preventivo de equipos de molienda a cargo de personal de mantenimiento. Eliminación de limallas retenidas en imán.</p>
-----------------------------------	---	--	---	---	---

<p>4. Molienda de refinación</p>	<p>Contenido de limallas Ausencia Tamaño de partícula 75 micrones</p>	<p>Al final de cada lote de producción revisión de presencia de limallas en electroimanes. Cada 6 horas revisión, supervisión y medición de tamaño de partícula. Mantenimiento y limpieza de equipo de molienda cada 4 meses.</p>	<p>Registro diario de producción de cada lote. Registro de mantenimiento y limpieza de molino.</p>	<p>Operador controla funcionamiento correcto de equipo de molienda. Supervisor de calidad realiza cada seis horas revisión de presencia de limallas en electroimanes. Personal de mantenimiento realiza cada 4 meses revisión y limpieza general de maquinarias y equipos. Jefes de control de calidad y planta revisan registros de producción por cada lote.</p>	<p>Mantenimiento preventivo de equipos de molienda a cargo de personal de mantenimiento. Eliminación de limallas retenidas en imán.</p>
---	---	---	--	--	---

<p>5. Empacado de licor, manteca y polvo de cacao</p>	<p>Temperatura de producto en tubería de llenado (líneas de licor y manteca) 60°C máximo</p> <p>Temperatura de enfriado para solidificación 9°C</p> <p>Tiempo de enfriado para solidificación 15 minutos</p> <p>Recuento total aerobio menor que 10.000 UFC/g</p> <p>Recuento de hongos filamentosos < 50 UFC/g</p> <p>Recuento de hongos levaduriformes < 50 UFC/g</p> <p>Recuento de coliformes totales < 10 UFC/g</p> <p>Presencia de <i>Escherichiacolien</i> 25 g Negativo</p> <p>Presencia de <i>Salmonella spp.</i> en 25 g Negativo</p>	<p>Cada dos horas se revisarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temperaturas en líneas de conducción de producto. • Temperatura en túnel de enfriamiento. • Velocidad de banda transportadora. • Liberación de producto terminado en bodega una vez que análisis microbiológico señale conformidad del mismo. <p>Muestreo cada seis horas de producto final y análisis microbiológico externo.</p> <p>Mantenimiento y limpieza de equipo de envasado cada 4 meses.</p>	<p>Registro diario de producción de cada lote.</p> <p>Registros de análisis microbiológicos externos.</p> <p>Registro de mantenimiento y limpieza de línea de envasado.</p>	<p>Operador controla funcionamiento correcto de equipo de envasado.</p> <p>Supervisor de calidad realiza cada seis horas revisión de temperaturas en línea de envasado.</p> <p>Personal de mantenimiento realiza cada 4 meses revisión y limpieza general de maquinarias y equipos.</p> <p>Jefes de control de calidad y planta revisan registros de producción por cada lote.¹²</p>	<p>Producto no conforme no se liberará para su venta.</p> <p>Producto no conforme a especificaciones microbiológicas, será reprocesado, luego de una profunda y exhaustiva limpieza general.</p> <p>Mantenimiento preventivo de equipo de envasado y túnel de refrigeración.</p>
--	--	---	---	---	--

¹² Fuente: www.cofinacocoa.com

2.2.1. Producción

La empresa esta fortalecida en 4 actividades:

- Cacao en grano (materia prima)
- Licor de Cacao (pasta o masa)
- Manteca de Cacao (aceite de Theobroma)
- Polvo de Cacao (cacao fino)

2.2.2. Volúmenes de Producción

En el 2008, las zonas cacaoteras del Ecuador comprenden 463.787 hectáreas sembradas, de las cuales están en producción 386.362 ha, es decir, en los próximos cinco años entrarán a producir más de 77 mil hectáreas, con un rendimiento promedio de 6 qq/ha, se estima que alrededor de 23.000 Tm se sumarán al promedio de 120.000 Tm anuales. Estimándose que la productividad puede ir en aumento, dado que se trata en la mayoría de los casos de clones, donde el rendimiento promedio por hectárea podría llegar a un promedio de 15 qq/ha/año cuando las huertas estén en pleno desarrollo.

Durante el último quinquenio las compras de cacao en grano de COFINA S. A., para la exportación, han promediado casi 6.000 Tm anuales, llegando incluso a exportarse 10.000 Tm en el 2004 y 2005, lo que deja entrever la capacidad de compra a través de sus proveedores establecidos en la cadena de comercialización interna de cacao.

Actualmente se producen: 10.000 Tm anuales y 833,33 Tm mensuales de cacao en grano, 100 toneladas mensuales de licor de cacao y manteca de cacao, 126 toneladas mensuales de torta y polvo de cacao. Esta producción es constante puesto que la planta trabaja 360 días al año y sólo debe parar para mantenimiento general durante 5 días al año.¹³

¹³ Fuente: www.cofinacocoa.com

TABLA N° 08. Volúmenes de Producción

VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN	
PRODUCTOS	PRODUCCIÓN MENSUAL
CACAO EN GRANO	833,33 Tm
LICOR DE CACAO	100 Toneladas
MANTECA DE CACAO	100 Toneladas
POLVO DE CACAO	126 Toneladas

Fuente: COFINA S.A.

Elaborado por: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

2.2.3. Carteras de Productos

Su línea de productos son: Cacao en grano, licor de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao.

IMAGEN N° 04. Productos de exportación

CACAO EN GRANO



LICOR DE CACAO



MANTECA DE CACAO



POLVO DE CACAO



2.3. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS:

- ✓ Manejo de cacao especiales y orgánicos que nos permiten mejores márgenes de utilidad.
- ✓ Somos un exportador importante hacia el mercado japonés, el cual es el de mejores precios de venta a nivel mundial, para lo cual estamos haciendo pruebas a fin de garantizar el estándar japonés.
- ✓ Planta mejor diseñada y maquinaria más moderna

OPORTUNIDADES:

- ✓ Crecimiento del mercado interno ecuatoriano especialmente en el consumo de polvo de cacao, bajo el sistema de maquila.
- ✓ Crecimiento de la siembra de cacao en el Ecuador y de la productividad de las plantaciones en un 20% de lo producido en el 2010.
- ✓ Déficit mundial de cacao proyectado en 700.000 toneladas para los próximos años sin solución a corto y mediano plazo; lo que hace esperar futuros incrementos del precio internacional del cacao.

DEBILIDADES:

- ✓ La mayor debilidad de la industria (no sólo de Cofina) es la variación climática actual la cual no permite hacer una programación totalmente confiable de abastecimiento de materia prima.
- ✓ Creación de impuestos directos al sector por parte del gobierno central.

AMENAZAS:

- ✓ La llegada de nuevos actores foráneos al mercado nacional. Estos actores son de presencia global y provocan distorsiones en el mercado interno de cacao; como ARMAJARO, para lo cual estamos sellando alianzas de financiamiento con productores y asociaciones de agricultores de cacao lo cual nos garantice el abastecimiento permanente lo cual permite crear alianzas de proveer directamente a chocolateros grandes del exterior y no con intermediarios.

CAPÍTULO III

3. PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO QUE OFERTA LA EMPRESA CHOCOLATES FINOS NACIONALES (COFINA S.A.) HACIA EL MERCADO CHILENO, CIUDAD SANTIAGO.

3.1. MARCO LEGAL DE LA EXPORTACIÓN

3.1.1. Acceso al Mercado, Obstáculos y Barreras

ACCESO AL MERCADO CHILENO, CIUDAD SANTIAGO

Chile, Ciudad Santiago a pesar de su constante progreso es una nación dependiente del comercio exterior que sigue un patrón típico de un país desarrollado y competitivo, tiene un buen grado de apertura al exterior y muy similar al de los países de su entorno, por su localización, tamaño, y grado de desarrollo, carece de un mercado interno capaz de consumir todos los bienes que produce, “ de ahí que las exportaciones de productos alto valor agregado y avanzada tecnología, sean vitales en sus desempeños cotidianos, así como la importación de materias primas, productos intermedios y productos de escaso valor agregado.”¹⁴

El mercado Chileno, Ciudad Santiago, protege a sus fabricantes a través de los estándares de calidad que exige a quienes están interesados en ingresar sus productos al país.

El consumidor Chileno busca seguridad en los productos que consume y está dispuesto a pagar más por esa seguridad. Sin embargo, no es un consumidor “derrochador”, sino que busca una buena relación precio calidad. Los importadores Chilenos prestan gran atención a parámetros de comportamiento que pueden ser determinantes en el momento de las negociaciones.

Las firmas Chilenas son constantes receptoras de ofertas provenientes de todo el mundo, originarias tanto de países altamente industrializados como de aquellos denominados

¹⁴**Fuente:** Enciclopedia Salvat de todos los países – Conocer el Mundo, Tomo III

“emergentes”. Para que una oferta sea tomada en consideración, debe ser lo más completa, clara, detallada y precisa posible.

Se debe ofrecer una información objetiva, amplia y pormenorizada del producto, con sus especificaciones técnicas o analíticas y órganos lépticas, controles de calidad y de denominación de origen del producto, cantidades disponibles, tipo de envases, embalajes, transporte, condiciones de entrega, precio CIF o FOB, ya sea en pesos o en dólares estadounidenses, condiciones de pago, etc.

Es importante que el exportador respete los compromisos asumidos ya que, de lo contrario, pone en serio riesgo su presencia en el mercado, no solo a través de su comprador habitual, sino que, al tratarse de un mercado de reducidas dimensiones y existiendo vínculos profesionales entre los actores del sector, la información sobre la calidad y seriedad de un exportador circula con rapidez.

El importador Chileno, ciudad Santiago demuestra gran interés por tener información no solo sobre los bienes sino sobre las empresas y entidades interesadas en exportar, con el propósito de asegurar a sus clientes que estas no emplean sustancias dañinas o procesos que estén por fuera de las normas laborales y del Medio Ambiente.¹⁵

Identificar los importadores Chilenos con potencial o interés y saber claramente a que sector se quiere entrar, es un elemento que permite a los exportadores ganar terreno en las negociaciones y ahorrar tanto esfuerzos innecesarios como recursos financieros importantes.

De igual forma, el exportador debe tener presente las siguientes tendencias del mercado Chileno:

- ✓ Crecimiento de grupos orientados hacia la calidad de los productos – clientes consientes y críticos ante el precio.
- ✓ Crecimiento de la importancia por lo saludable.

¹⁵Fuente: GUÍA DE NEGOCIOS – En busca de nuevos mercados, Chile 2005

- ✓ Aumento de la conciencia regional.
- ✓ Interés por el medio ambiente y su protección así como el cuidado de los animales.

Los siguientes aspectos son de vital importancia para los importadores Chilenos:

- **Profesionalidad:** Tanto en la presentación de las ofertas y de los productos, como en el cumplimiento de las condiciones acordadas, tales como requisitos de embarque, plazos de entrega, etc.

Los importadores Chilenos prefieren siempre ser contactados directamente por los exportadores, y no a través de intermediarios.

- **Calidad:** El consumidor Chileno es muy exigente en este aspecto, y en ningún caso precios más bajos podrían compensar deficiencias en la calidad.
- **Capacidad de producción:** El exportador debe contar con la capacidad de producción necesaria para suplir las cantidades acordadas con los importadores.
- **Información sobre el exportador:** Debido al incremento de la conciencia social y de nutrición del consumidor en Chile, que es mayor que en los demás países de América Latina, el importador querrá probablemente obtener información, no solamente sobre los productos, sino también sobre la empresa del exportador, a fin de poder asegurar a sus clientes que la misma no utiliza sustancias dañinas en su producción y que respeta normas laborales y de medio ambiente.

PRINCIPALES BARRERAS ARANCELARIAS

Las exportaciones de Licor de Cacao ecuatoriano se benefician de los acuerdos regionales preferenciales otorgados al país por los diferentes mercados de destino, liberando el producto del arancel de importación.

Por la aplicación de Sistema Generalizado de Preferencias para los países Andinos (SGP) Chile no aplica arancel en las exportaciones ecuatorianas.

La partida arancelaria NANDINA de este producto es 1803.1000 “Licor de cacao – Sin desgrasar”

Los aranceles aplicados al cacao y sus derivados en Latinoamérica dependerán del país de origen de la importación así como del producto. Un asunto importante a tener en cuenta son las “reglas de origen”. Las normas de origen son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serían aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar al SGP+ (Sistema General de Preferencias). Si el “cacao y sus preparaciones” cumplen origen, entonces podrán aplicar al SGP+.

Las preferencias del SPG se aplican a las importaciones en el territorio aduanero de la Comunidad Andina de productos específicos procedentes de países individuales. Dichos productos deben ser originarios de un país beneficiario que disfrute del régimen SPG que incluye estos productos. Para que se consideren originarios del país exportador, los productos deben satisfacer algunas exigencias que se establecen en las normas de origen. Las normas de origen que se aplican a las importaciones en el marco del SPG tienen por objeto garantizar que las preferencias arancelarias favorezcan el desarrollo de los países beneficiarios.

Mientras que los productos enteramente obtenidos en el país exportador se consideran originarios de este país, los productos fabricados a partir de elementos procedentes de otros países se consideran originarios solamente si fueron sometidos a una elaboración o una transformación suficiente.

Al cumplirse la regla de origen, entonces Ecuador podrá aplicar al SGP+ consistente en ARANCEL DEL 0%. En el caso del NMF (Nación Más Favorecida) dependiendo del tipo de producto, tendrá que pagar desde 7%, 8% hasta 9,6% de arancel para ingresar al mercado Latinoamericano.

ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES

La mayor parte de los aranceles que tiene Chile son específicos y varían de acuerdo al producto importado. Chile emplea el Sistema Armonizado establecido por las organizaciones de comercio para la clasificación de bienes.

El nivel de tarifas depende del país de origen y del producto de que se trate. Generalmente, la tarifa aumenta con el nivel de procesamiento del producto.

Las importaciones que provienen de algunos países en vías de desarrollo, tales como Ecuador, Bolivia, y Perú, están sujetos a reducciones arancelarias bajo el esquema SGP (Sistema Generalizado de Preferencias). Para poder ser beneficiario del tratamiento dado por el SGP, los exportadores deberán obtener certificado de tipo “Forma A” publicado por las autoridades apropiadas en el país respectivo.

El **impuesto al valor agregado** para bienes y servicios (**IVA**) en Chile es del 19%, para algunos bienes de primera necesidad como productos alimenticios y bebidas no alcohólicas éste es del 4%.

BARRERAS NO ARANCELARIAS

La importación de cualquier producto a Chile debe estar autorizada por medio de una **Licencia de Importación**. Esta, “puede definirse como el procedimiento administrativo que requiere la presencia de una solicitud u otra documentación (Distinta de la necesaria a efectos aduaneros) al órgano administrativo pertinente, como condición previa para efectuar la importación de mercancías”.

Las licencias son otorgadas dependiendo del tipo de bien:

- **En forma automática:** productos como leche, ciertos tipos de queso, miel café, té, cacao, cereales panificables, productos de la molienda, semillas y frutos oleaginosos, sebo, aceites vegetales y animales, margarinas, legumbres hortalizas.

Todos los bienes que entran a Chile deben ser presentados a la oficina de aduana correspondiente. La declaración debe darse dentro de los plazos establecidos por la ley, durante los días siguientes a la llegada al país. El tiempo se encuentra determinado de acuerdo al medio de transporte utilizado: 24 horas por vía terrestre, 48 horas por vía fluvial y 7 días por vía férrea o aérea.

Dentro de las Barreras no Arancelaria también se encuentran **las normas sanitarias y fitosanitarias**, que hacen referencia a las leyes de conservación de los alimentos y productos vegetales y a la preservación de los animales, que tienen como fin proteger y garantizar las condiciones para la salud humana, animal, vegetal y del medio ambiente.

Las **restricciones cuantitativas** son otro mecanismo de protección a la industria nacional chilena. Estas son impuestas principalmente sobre las importaciones agrícolas.

En cuanto al **control de divisas**, Chile no aplica ninguna restricción en especial, por lo que todas las operaciones en moneda extranjera pueden hacerse libremente.

3.1.2. Sistema Generalizado de Preferencias

Por medio del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), Ecuador y Chile son beneficiarios de los países Europeos que otorgan preferencias comerciales unilaterales para beneficio de todos los países en vías de desarrollo.

El SGP se aplicó por primera vez el primero de 1971 y su objetivo principal es promover y fortalecer la diversificación de la producción y de las exportaciones de los países beneficiarios, mediante el fomento a la industrialización. Todos los países en desarrollo

tienen derecho a aquellas preferencias, con excepción de los países y territorios que hayan alcanzado un alto nivel de desarrollo.¹⁶

**CUADRO N° 05. Países que otorgan Preferencias
COMERCIO EXTERIOR: ALGUNOS PAÍSES AMERICANOS BENEFICIARIOS
DEL SGP**

Beneficiarios	Países que otorgan preferencias															
	Australia	Belarus	Bulgaria	Canadá	R. Checa	UE	Hungría	Japón	Nueva Zelandia	Noruega	Polonia	Rusia	Eslovaquia	Suiza	USA	
Argentina	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
Bolivia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
Brasil	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
Chile	*	*	*		*	*			*	*		*	*	*	*	
Colombia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Costa Rica	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		
Cuba	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
Ecuador	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
México	*	*			*	*		*	*			*	*	*		
Perú	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Venezuela	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	

FUENTE: Elaboración embajada de Colombia, en base a datos de – UNCTAD/IT/CD/TSB/Misc. 62, United Nations Conference on Trade and Development, “Generalized System of Preferences – List of Beneficiaries” June 22, 2001, <http://www.unctad.org/en/docs/poitcdtsbm62.en.pdf>

En el siguiente cuadro se observa que con el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Ecuador y Chile son beneficiarios de los países Europeos que otorgan preferencias comerciales unilaterales para beneficio de todos los países en vías de desarrollo.

¹⁶Fuente: SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) 2006

3.1.3. Normas de Origen

Las reglas de origen exigidas por Chile son muy similares a los otros países de América Latina que hacen parte de los requisitos que tienen los países para verse beneficiados por el SGP. Los productos tienen que ser producidos en su totalidad por el país beneficiario o haber sufrido una transformación en un país vinculado al sistema, de acuerdo a los criterios establecidos en los estatutos.

Estas normas deben verse sustentadas por documentos que hagan evidentes el origen de los productos.

Así mismo, el Gobierno del País exportador debe notificar a las Autoridades Chilenas, la entidad que envía los productos y su legalidad, sustentando de esta forma a través de sellos y documentos el origen de éstos. Dicha notificación debe realizarse a la **National Customs Service of Chile**.

3.1.4. Requisitos, Trámites y Documentos para Exportar

MODELO DE TRANSPORTE: MARÍTIMO

1. Recepción de la orden de pedido del cliente.

Antes de todo debemos estar en la capacidad de enviar el producto solicitado, las dos partes deben estar de acuerdo con los precios, el tiempo de entrega y la forma de pago, para continuar con los siguientes pasos:

2. Ordenes de pedido a fábricas y empresas para la elaboración del producto a exportarse.

En la orden de pedido se debe especificar la siguiente información:

- Cantidades solicitadas

- Presentación del producto
- Tiempo de entrega
- Precio de compra
- Forma de pago
- Forma de entrega
- Fecha de caducidad del producto

3. Solicitar cotizaciones de contenedores de 20 o 40 pies dependiendo de las cantidades solicitadas por el cliente.

En la solicitud de cotización se debe pedir la siguiente información:

- Fecha de partida
- Nombre del buque
- Costo y tiempo de tránsito

4. Confirmar a la naviera la reserva del contenedor enviando la proforma BL de acuerdo al formato de cada naviera, solicitar el nombre del buque, la fecha de envío y toda la información necesaria para la elaboración de los formularios AISV (formularios para el ingreso del producto al puerto).

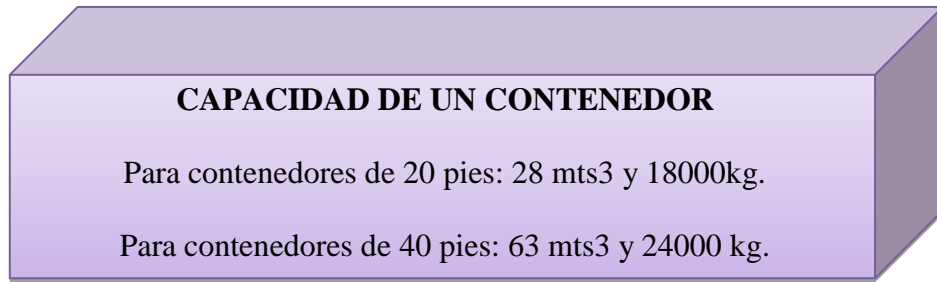
5. Cálculo de peso y volumen del producto a enviarse. Éste cálculo se lo obtiene multiplicando las tres medidas (alto, ancho y largo) del embalaje (cartones, fundas, sacos, etc...), poniendo el cero adelante cuando la medida no alcanza la centena.

Ejm: El cartón de mermelada de 12 unidades mide 12 x 29 x 22 cm.

$0.12 \times 0.29 \times 0.22 = 0.008$ volumen por cartón.

Para el cálculo de **Kilo volumen** hay que multiplicar las tres medidas (alto, ancho y largo) y dividirlo para 6000.

Ejm: $12 \times 29 \times 22 = 7.656 / 6000 =$ peso volumen por cartón.



6. Una vez definida la naviera con la que se trabajará y la fecha en la que se despachará el producto hay que enviar al cliente la **Factura Proforma** para que nos depositen **50% de anticipo**, indicando la fecha de partida del buque y los datos bancarios para el depósito.¹⁷



7. Con los datos del peso bruto y el volumen se procede a **contratar los camiones** para transportar el producto al puerto.
8. Con tres o cuatro días de anticipación se elabora el **Packing List**, la **Factura** en papel membretado del centro de exportaciones y **Forma A**, los mismos que deben ser entregados a nuestro agente Ing. Cesar Zambrano para que proceda con la legalización de los documentos.

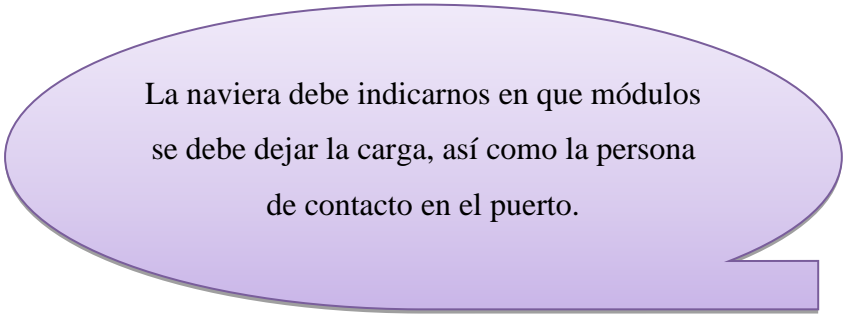
¹⁷**Fuente:** Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S.A.- Centro de Exportaciones

9. Si en el contenedor se estuviera enviando cacao en pepa o cualquier otro derivado de cacao hay que hacer una **Solicitud de inspección a Anecacao**, esta solicitud se enviará al Ing. Cesar Zambrano 5 días antes de cargar el producto en el puerto.
10. Para todos los productos alimenticios se debe sacar la certificación de inspección **“Fitosanitario”** que otorga el SESA (Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria). Para esto se debe realizar una solicitud al SESA de Guayaquil para la Pre inspección.

Luego del pre inspección se procede a depositar \$ 50 USD en el Banco Nacional de Fomento en la cuenta de SESA Cta. Cte. 0010000926, el documento recibido de pre inspección se entrega al Ing. Cesar Zambrano para sacar el fitosanitario donde se tendrá que pagar \$ 4 USD.

11. Un día antes se envía por fax una **Solicitud de Inspección** de la carga al departamento de **Antinarcóticos**, documento que se enviará en original al Ing. Cesar Zambrano el día que se consolide la carga en el puerto.

DOCUMENTO PARA LOS TRANSPORTISTAS:



La naviera debe indicarnos en que módulos se debe dejar la carga, así como la persona de contacto en el puerto.

12. **Guías de transporte terrestre y de remisión:** **Guía de transporte terrestre** se debe hacer 2 por cada camión, donde se especificará los datos del exportador, consignatario, lugar de entrega y persona de contacto en el puerto, tipo, peso y volúmenes de la carga total, datos de la naviera, chofer y camión. **La guía de remisión** se debe hacer una por cada camión, debe constar los datos del cliente, hora

y fecha de salida, lugar de origen y destino, datos del chofer, especificación de la carga (#de cartones o bultos, peso bruto, volumen), módulo, naviera buque y destino.

13. Formulario de autorización de ingreso y salida de vehículos AISV, para obtener el # de autorización hay que llenar el formulario ingresando a la página Web de Puerto de Guayaquil www.puertodeguayaquil.com, digitar nombre de usuario y contraseña.

Nombre de usuario: **cofina06**

Contraseña: **chocolatesfinos06**

Una vez ingresado, en la parte izquierda seleccionar la opción **ingreso y salida del puerto**, luego seleccionar **registro**, una vez ingresado al formulario hay que llenar los casilleros, para esto se debe tener la siguiente información:

- ✓ Nombre del buque
- ✓ Nombre de la naviera
- ✓ Nombre del módulo donde se debe entregar la carga
- ✓ Nombre del Agente Afianzado
- ✓ Puerto de destino
- ✓ Especificar si es contenedor o carga suelta (normalmente se pone “Suelta” porque siempre se consolida en el puerto)
- ✓ Especificar el tipo de embalaje, o especificar “Varios”
- ✓ Nombre del chofer
- ✓ Número de cédula
- ✓ Número del CAE (solicitar al agente el # de DAU)
- ✓ Pulsar el botón “ingresar”

Después de unos segundos aparecerá el formulario con un número de registro de autorización de ingreso y salida de vehículos que contendrá 12 dígitos.

Estos números deben ser entregados al agente para que pueda imprimir los formularios de ingreso al puerto.

Nota: Hay que llenar el formulario por cada camión.

Guías de remisión, guías de transporte, formulario AISV (copiado en Word e impreso), copia de la factura deberán ser entregados en un sobre a cada chofer.

ENVÍO DE DOCUMENTOS AL CLIENTE

14. Se deberá enviar los documentos al cliente máximo 10 días después de ser despachada la carga. Los documentos son los siguientes:

- ✓ Factura Comercial
- ✓ Packing List
- ✓ Certificado de Origen Forma A
- ✓ BL (Bill of Loading)
- ✓ Fitosanitarios, se emitirá un certificado por uno o dos productos alimenticios enviados.
- ✓ Certificado de Anecacao, solo si se envía cacao o productos derivados de cacao.

Actualmente estamos trabajando con DHL Express, tarda aproximadamente 15 días antes de llegar a su destino.

NOTAS:

- Todas las negociaciones tanto con la naviera, el cliente y los proveedores deben realizarse por escrito para cualquier reclamo posterior.
- Enviar siempre en los camiones cascos o chalecos, dos o tres cartones o bultos más de los facturados para reemplazarlos por los que puedan dañarse durante el viaje o en la revisión que realiza el departamento de Antinarcóticos.

- Es recomendable que se saque una autorización si alguien aparte del chofer quiere ingresar al puerto.

3.2. PRODUCTO Y EL MERCADO

3.2.1. Identificación y Evaluación del Mercado Objetivo.

Las perspectivas para el mercado de cacao fino son prometedoras si se tiene en cuenta que en los últimos años se ha venido incrementando notoriamente la demanda de chocolates de calidad excepcional y de diversos productos semielaborados de cacao.

El mercado Chileno, ciudad Santiago es un mercado muy importante para el cacao ecuatoriano, no sólo por el volumen de compra sino por ser un mercado que paga mejores precios por calidad, debido a que es uno de los principales consumidores de chocolate con mayor contenido de cacao. Ya que el que encabeza la lista de consumidores es Europa con una participación de 42% en el mercado internacional, seguido por los países de América latina que representan el 35% de la demanda y Asia con un 13%.

Los principales importadores de cacao son: Europa con el 64.3%, Alemania, Estados Unidos con el 26.35%, Japón participa con el 3.6% y América Latina y el Caribe 3.4%. En Latinoamérica se destacan Chile y Argentina como los principales importadores de cacao que es utilizado casi en su totalidad para la elaboración de chocolate, postres y mantequillas.

Según un estudio realizado por la Organización Internacional del cacao sobre el consumo mundial de chocolate en el mundo, Chile es el segundo mayor consumidor de chocolate en Latinoamérica con 2,8 kilos per cápita, superado solamente por Argentina, que llega a los 3 kilos per cápita, según cifras de Euro monitor International.

TABLA N° 09. Importaciones de Chile – Licor de Cacao

IMPORTACIONES DE CHILE – LICOR DE CACAO
(En dólares)

ORIGEN	2007	2008	2009	2010	TOTAL	PROM.	%
Argentina	21.547				21.547	6.156	0,2
Brasil	2.872.332	1.999.596	1.943.068	846.166	7.661.162	2.188.903	88,0
Ecuador	240.001	270.685	302.594	152.423	965.703	275.915	11,1
Perú	43.007		1.643	6.831	51.481	14.709	0,6
Venezuela		2.992			2.992	855	0,0
Total ALADI	3.176.887	2.273.273	2.247.305	1.005.420	8.702.885	2.486.539	99,8
R. del M.		9.452	5.649	5.389	20.490	5.854	0,2
Total	3.176.887	2.282.725	2.252.954	1.010.809	8.723.375	2.492.393	100

FUENTE: www.aladi.org

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

El cacao juega un papel importante en la industria de Chilena pues la mayor parte de los que se importa va de las firmas procesadas al comercio de alimentos. Esto es utilizado principalmente para generar chocolate, un producto que ha tomado importancia en el mercado durante los últimos años.

Chile por su ubicación estratégica en el centro de Chile, la ciudad de Santiago es uno de los mercados claves para posicionar una marca en el mercado internacional. Gracias a la alta densidad de empresas multinacionales y al gran número de pequeñas y medianas empresas, es un mercado importante a nivel internacional ya que cuenta con un buen número de habitantes, logrando así que el país tenga un buen desarrollo económico.

Su población dispone de un nivel adquisitivo considerable, una alta estabilidad política y financiera, un alto nivel de innovación y desarrollo, una infraestructura moderna. Chile goza de un atractivo comercial y de una alta competitividad que la convierte en un lugar privilegiado para el desarrollo económico garantizado.

3.2.2. Presentación y Características del Producto

CUADRO N° 06. Generalidades del Cacao

Familia a la que pertenecen:	Pertenece a la familia de Sterculiaceae
Nombre científico:	Theobroma cacao- Theobroma
Nombres comunes:	Kakaw, Cacao, Cacaotero, “Chocolate tree”, Cacaoyer, Kakaopflanze, Árbol del Cacao, kokoa.
Origen:	Mesoamérica (Comprende México y los países de Centroamérica)
Variedades:	Existen tres tipos de Cacao, que son los más comercializados a nivel mundial: Forastero: (90% del grano del mundo, y se ubica en África, Asia, Brasil, Ecuador) Criollo y Trinitario: (Considerados los granos más finos y de sabor, se encuentra en México, Colombia, Centroamérica, Ecuador, y algunas islas del Caribe) 55% de manteca.
Clasificación comercial:	Cacao ordinario: granos producidos por los cacaos tipo “Forastero”; éstos son utilizados en la fabricación de manteca de cacao y de productos que tengan una elevada proporción de chocolate. Cacao fino o de aroma: En términos generales, los granos de cacaos “Criollos” y “Trinitarios” corresponden a lo que en el mercado mundial se conoce como cacao fino o de aroma.
Composición de un grano de cacao:	15% cáscara, 30% Cacao.
Condiciones de Clima:	Temperatura: (15°C mínima, 35° máxima, ideal 25°C. El Clima: (Cálido y húmedo, sin estaciones secas acentuadas). Precipitación pluvial (1000 a 3000

	mm/año).
	Altitud: (0-1000 msnm).
Suelo:	Deben de ser ricos, profundos, franco arcillosos, con buen drenaje y topografía regular, con un pH de 4 a 7.4.

FUENTE: Anecacao

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

VALOR NUTRICIONAL

El cacao es un alimento muy nutritivo, por su contenido de grasas, hidratos de carbono y proteínas. La grasa que contiene el chocolate proviene de la manteca del cacao que es rica en ácido esteárico, que a diferencia de otros ácidos grasos no aumenta el nivel de colesterol en la sangre.

Las grasas contienen una fuente de energía. El cacao y el chocolate contienen grasa en forma de manteca de cacao. Su digestibilidad y asimilación es muy alta, contribuyen a evitar la oxidación del colesterol en la sangre y han sido relacionadas con la prevención de trastornos cardiovasculares y la estimulación de las defensas del organismo y minerales como el potasio, fósforo y magnesio.

CUADRO N°07. Valores Nutritivos del Cacao

COMPARACIÓN DE LA COMPOSICIÓN EN MACRO Y MICRONUTRIENTES DEL CACAO Y SUS DERIVADOS					
Contenido por 100g	Cacao polvo desgrasado (materia prima)	Chocolate	Chocolate con Leche	Chocolate Blanco	Soluble de Cacao
Energía (Kcal)	255	449-534	511-542	529	360-375
Proteínas (g)	23	4.2-7.8	6.1-9.2	8	4-7
H. de carbono	16	47-65	54.1-60	58.3	78-82

disponibles (g)					
Almidón	13	3.1	1.1		2-8
Azúcares (g)	3	50.1-60	54.1-56.9	58.3	70-78
Fibra (g)	23	5.9-9	1.8		7
Grasas (g)	11	29-30.6	30-31.8	30.9	2.5-3.5
Grasa Saturada (g)	6.5	15.1-18.2	17.6-19.9	18.2	
G.Monoinsaturada (g)	3.6	8.1-10	9.6-10.7	9.9	
G. Polinsaturada (g)	0.3	0.7-1.2	1.1	1.1	
Sodio (g)	0.2	0.02-0.08	0.06-0.12	0.11	0.07-0.13
Potasio (g)	2	0.4	0.34-0.47	0.35	0.44-0.9
Calcio (mg)	150	35-63	190-214	270	30-300
Fosforo (mg)	600	167-287	199-242	230	140-320
Hierro (mg)	20	2.2-3.2	0.8-2.3	0.2	4-9
Magnesio (mg)	500	100-113	45-86	26	100-125
Cinc (mg)	9	1.4-2.0	0.2-0.9	0.09	2
Vit. A (UI)	3	3	150-165	180	Trazas
Vit. E (mg)	1	0.25-0.3	0.4-0.6	1.14	0.2
Vit. B1 (mg)	0.37	0.04-0.07	0.05-0.1	0.08	0.07
Vit. B6 (mg)	0.16	0.04-0.05	0.05-0.11	0.07	0.03
Ac. Fólico (micro g)	38	6-10	5-10	10	7.6

FUENTE: Instituto del Cacao y el Chocolate (ICC)

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

ENERGÍA

Los chocolates y los solubles de cacao son alimentos eminentemente energéticos. Por esta razón, su consumo es especialmente indicado en situaciones que requieren de un aporte energético concentrado (alta energía y poco volumen de alimento).

GRASAS

El soluble del cacao presenta muy bajo contenido en grasa. Por el contrario, este contenido es superior en los chocolates, donde la mitad de la energía del producto procede de la grasa que contiene.

PROTEÍNAS

Las proteínas son nutrientes poco destacables en estos productos, ya que su contenido no es muy alto, no obstante, cabe destacar que en el chocolate con leche y el chocolate blanco, la presencia de proteínas lácteas aumenta algo su valor proteico.

HIDRATOS DE CARBONO

En el cacao como materia prima se encuentra una cantidad ínfima de azúcares y unas proporciones más destacables de almidón y de fibra. En los productos acabados, estos componentes quedan diluidos por la mezcla con otros ingredientes.

FIBRA DIETÉTICA

En el cacao se encuentran cantidades apreciables de fibra dietética, tanto solubles como insolubles; mientras que estas cantidades se diluyen por el efecto del procesado, y son poco significativas, en los productos acabados.

ELEMENTOS MINERALES

En el soluble de cacao y los chocolates, las proporciones de minerales del cacao materia prima se reducen por la dilución con otros ingredientes. Por el contrario, en los chocolates con leche y blanco se produce un enriquecimiento en algunos minerales, debido al aporte de la leche, sobre todo para el calcio.

VITAMINAS

El aporte vitamínico del cacao es menos relevante que el de minerales y sólo cabe destacar el aporte de ácido fólico.

EFFECTOS SOBRE LA SALUD

Debido a la escasa presencia de cafeína en el cacao, en el que predomina la teobromina, los efectos estimulantes sobre el sistema nervioso central del cacao y derivados son poco significativos. Los micro elementos contenidos en el cacao incrementan la eficiencia, estimulan la actividad intelectual, y mejoran la memoria. También es capaz de ayudar a manejar la depresión, estimulando la producción de endorfina, la “hormona del placer”. Recientes investigaciones realizadas en Pennsylvania (EE.UU.) prueban que el licor de cacao reduce el riesgo de enfermedades del corazón. Se encontró que las personas, que ingerían chocolate con alto contenido de cacao, tenían un alto nivel de “colesterol bueno”. Además de flavonoides que son antioxidantes perfectos que previenen el envejecimiento.

Además hay que destacar que las características de la grasa presente en el cacao y chocolates (manteca de cacao) son muy favorables, ya que el ácido graso saturado predominante provoca un efecto neutro o ligeramente favorable respecto a la regulación de los niveles de colesterol plasmático. Los polifenoles, debido a su carácter antioxidante, han sido relacionados con la prevención de procesos aterosclerótico y de la aparición de algunos tipos de cáncer.¹⁸

¹⁸ **Fuente:** (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT)

IMAGEN N° 05. Clasificación del Cacao Ecuatoriano



Fuente: ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE CACAO EN EL ECUADOR, Sistema de información y procesos en marcha.

A continuación, se han presentado datos importantes sobre el licor de cacao, como su valor nutricional, proteínas, vitaminas, entre otros, los cuales representan un requisito para la exportación.

CUADRO N° 08. Estándares Internacionales de calidad del cacao

Grado I		Grado II	
Tipo de Grano	Estándar	Tipo de Grano	Estándar
Mohosos	Max. 3%	Mohosos	Max. 4%
Pizarrosos	Max. 3%	Pizarrosos	Max. 8%
Planos, germinados o dañados por insectos	Max. en total 3%	Planos, germinados o dañados por insectos	Max. en total 6%

Fuente: INFOCOMM

El cacao en grano se clasifica de acuerdo a un conjunto de parámetros de calidad de la siguiente manera:

ASE: Arriba Superior Época (51% fermentado mínimo, 25% violeta máximo, 18% pizarroso máximo, 6% defectuoso máximo).

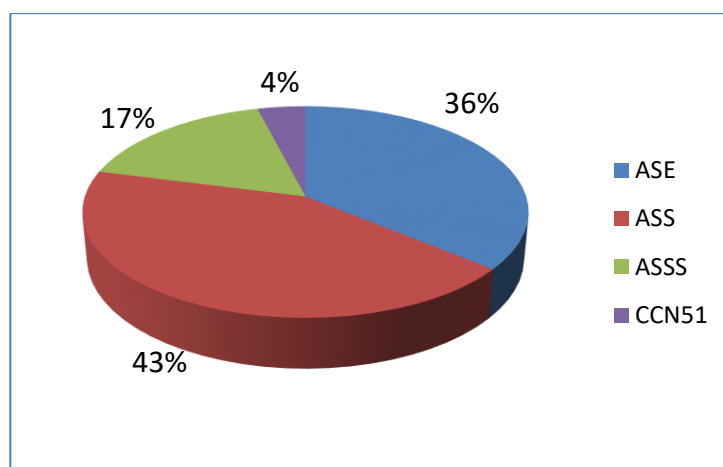
ASN: Arriba Superior Navidad (52% fermentado, 25% violeta, 18% pizarroso, 5% defectuoso).

ASS: Arriba Superior Selecto (65% fermentado, 20% violeta, 12% pizarroso, 3% defectuoso).

ASSPS: Arriba Superior Summer Plantación Selecta (85% fermentado, 10% violeta, 5% pizarroso, 0% defectuoso).

ASSS: Arriba Superior Summer Selecto.

GRÁFICO N° 01. Exportación de cacao en grano por calidades



FUENTE: ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE CACAO EN EL ECUADOR, Sistema de información y procesos en marcha.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

En el presente gráfico se puede apreciar el porcentaje de exportación de cacao en grano por diferentes calidades como son: ASE (Arriba Superior Época) representa un 36%, ASS (Arriba Superior Selecto) 43%, ASSS (Arriba Superior Summer Selecto) 17%, y CCN51 4%, lo que quiere decir es que ASS (Arriba Superior Selecto) es el más consumido a nivel internacional.

CUADRO N° 09. Generalidades del Licor de Cacao

LICOR DE CACAO. (<i>Cocoa Liquor</i>).	
Nombre del producto:	Licor de cacao. <i>Cocoa Liquor</i>
Categoría del producto:	Producto final
Ingredientes:	Licor de cacao natural
Descripción: <i>Description:</i>	Es un producto obtenido, mediante la molienda de semillas de cacao tostado, la pasta obtenida puede servir para la producción de manteca de cacao y polvo de cacao, o bien para la fabricación de chocolates. <i>It is a product obtained by milling of toasted cacao beans. This paste may be used for the production of chocolate or may be pressed to obtain cocoa butter and cocoa powder.</i>
Condiciones del envase <i>Pack aging</i>	Caja de cartón de buena calidad con doble corrugado en V con bolsa de polietileno en su interior con capacidad de 25 Kg. <i>25 Kg corrugated cardboard box of good quality with polyethylene bag in its interior.</i>
Condiciones de almacenaje: <i>Storage Conditions</i>	Almacenar a temperatura ambiente de 25-28 °C en local libre de olores extraños. La humedad relativa debe ser 50% o menos. Se debe colocar el producto en una zona que permita una circulación de aire apropiada, evitando la exposición directa al sol. <i>Store at temperature of 25- 28°C in a place free from foreign odors. The relative humidity should be 50% or less. You must place the product in an area that allows for proper air circulation, avoiding direct sunlight.</i>
Vida útil: <i>Shelf life</i>	2 años en empaque original y en condiciones adecuadas de almacenamiento, libre de humedad y alejado de fuentes de calor. <i>2 year in original packaging and in proper storage conditions, free from moisture and away from heat sources.</i>
Propiedades físico	Humedad <i>Moisture</i> : Max – 2%

químicas: <i>Physical and chemical analysis.</i>	Grasa <i>Fat content:</i> Min – 48% Finura <i>Fineness</i> Min – 99,5% (75 microns) Densidad <i>Density</i> Min 1.0600 - Max 1.100. pH <i>Ph</i> Min 5.40 – Max 5.90
Análisis microbiológico: <i>Microbiological analysis:</i>	Aerobios Mesófilos <i>Aerobic mesophilic:</i> Max 5.000 FC/g Mohos <i>Molds</i> Max 50 UFC/g Levaduras <i>Yeasts:</i> Max 50 UFC/g Coliformes <i>Coliforms:</i> Negativo/ <i>negative</i> <i>Salmonella</i> Negativo/ <i>negative</i> <i>Escherichiacoli</i> Negativo/ <i>negative</i>
Aplicaciones y usos: <i>Applications and uses</i>	Apropiado para la producción de chocolates, helados, y para la obtención de manteca y polvo de cacao. <i>Suitable for the production of chocolate, ice cream, and for obtaining butter and cocoa powder.</i>

FUENTE: COFINA S.A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

NOMBRE ESPECÍFICO DEL PRODUCTO

Licor de Cacao (***Cocoa Liquor***).

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PRODUCTO

Es un producto obtenido mediante la trituración o la molienda de semillas de cacao (*Theobroma cacao*), previamente seleccionadas, tostadas y descascaradas sin la adición de aditivos. También se le denomina masa o pasta de cacao.

Licor de cacao natural convencional o con certificaciones especiales, líquido o sólido de color oscuro muy viscoso no es amargo o ácido, proveniente de una mezcla de finos cacaos de primerísima calidad, grano fermentado, Tipo Nacional, la cual a través de un riguroso proceso de control de calidad permite lograr y preservar el más puro sabor y aroma típico del cacao Arriba.

El término licor es usado para describir al cacao en grano finamente molido. Durante la molienda, el molino se calienta y se logra que los granos logren un tamaño de partícula muy fino, luego esta pasta sale del molino. Cuando el licor de cacao se enfría se solidifica, es similar a un chocolate de repostería sin dulce. No debe creerse que el licor de cacao sea una bebida alcohólica. El licor de cacao no tiene contenido alcohólico.

USOS

El cacao es un producto ampliamente utilizado por la industria para la fabricación de chocolates, mantequillas, bebidas energizantes, cosméticos, entre otros.

El licor de cacao obtenido puede servir para la producción de manteca de cacao y polvo de cacao, o bien para la fabricación de chocolates. La mayoría del licor de cacao está en los chocolates negros o “dark” con alto contenido de productos de cacao.

PRESENTACIÓN

Caja de 25 kg.

CONDICIONES DE CONSERVACIÓN Y ALMACENAMIENTO

Almacenar a temperatura ambiente de 25-28 °C en local libre de olores extraños. La humedad relativa debe ser 50% o menos. Se debe colocar el producto en una zona que permita una circulación de aire apropiada, evitando la exposición directa al sol.

PERIODO DE VIDA ÚTIL

Vida útil: 2 años en empaque original y en condiciones adecuadas de almacenamiento, libre de humedad y alejado de fuentes de calor.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

EMPAQUE Y EMBALAJE

Empaque	Tipo	Material	Capacidad
Envase primario	Barras – Bolsa	Polietileno de alta densidad	25 kg
Envase secundario	Caja de embalaje	Cartón corrugado	1 kg en fundas

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

CONSIDERACIONES IMPORTANTES

CALIDAD DEL PRODUCTO

La calidad de los productos de la Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., como el licor de cacao se obtiene primero haciendo una limpieza de los granos de cacao, luego estos son tostados y se separan los cotiledones de la cascarilla. Los cotiledones son molidos, y se genera un producto pastoso llamado licor de cacao. El cual es fluido cuando está caliente, pero se solidifica luego de enfriarse. Normalmente el licor de cacao es empacado en papel a prueba de agua.

Al obtener el licor de cacao, la finura debe ser superior al 98%, para ser conducido por impulsión de bombas a los tanques de homogenización y esterilización donde al licor de cacao se lo somete a choques térmicos superiores a los 120 grados centígrados por 10 ó 15 minutos, de aquí se le baja la temperatura por medio de un tanque de doble camisa con agua fría y de ahí se lo lleva a la temperadora para ser empacado en bloque o pasar al túnel de kibbled para ser embalado de esta forma. En este túnel se solidifica el licor de cacao y este va siendo quebrado en forma de kibbled o galletas.

Los fabricantes de chocolate ahora se inclinan a comprar licor de cacao en lugar de procesarlo ellos mismos. Cofina está animada a la producción y desarrollo de varios licores de cacao específicos con equipo especial y cacao en grano seleccionado.

Los controles se realizarán a todos los procesos de producción, supervisando y requiriendo enmiendas a las no conformidades observadas. El departamento de control de calidad de la empresa deberá, con el personal a cargo de los procesos, asegurarse que el producto cumpla con las especificaciones del cliente y del producto. El aseguramiento de la calidad es uno de los instrumentos más recomendables para que el producto sea procesado de acuerdo a los requerimientos del cliente.

En todos los procesos se hará un aseguramiento de la calidad, desde la llegada de materia prima hasta el embarque del producto terminado, y se cubrirán las siguientes actividades:

- Revisión de las instalaciones y equipos previos al inicio del proceso;
- Control de materia prima e insumos a la compra/recepción;
- Control de subproductos;
- Procedimientos de limpieza;
- Selección y clasificación del producto;
- Comprobación de empaques;
- Control de producto terminado;
- Inventario de existencias en bodega;
- Control de producto en bodega;
- Inspección y embarque del contenedor; y,
- Reportes de calidad y de embarque del contenedor.

Para todos los puntos de control se llevarán registros de todos los análisis efectuados. En situaciones de no conformidad de materias primas, insumos o productos terminados, se informará inmediatamente al jefe de producción y gerente para que tomen la decisión de aceptar o rechazar el producto no conforme.

La revisión de la materia prima se hará conforme a un muestreo de al menos el 30% de sacos que conforman dicho lote, en dicha muestra se determinarán los parámetros físicos, organolépticos y químicos.

Durante el procesamiento de los lotes, se muestrearán para determinar la uniformidad de los parámetros de calidad correspondientes al producto realizado.

En el control de producto terminado y embodegado se realizarán pruebas sobre muestras para determinar los parámetros de calidad correspondientes.

3.2.3. Oferta

La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., oferta 150.000 kg de licor de cacao para lo cual se utilizará 250 TN mensuales de cacao nacional, de las cuales el 40% se estima para las exportaciones, es decir nuestra oferta para el mercado de Chile sería de 18.145 kg.

TABLA N° 10. Oferta y Demanda de Cacao Especial
OFERTA Y DEMANDA DE CACAO ESPECIAL Y CON CERTIFICACIÓN DE
ORIGEN DE ECUADOR

CASOS ESPECIALES
Cacao con Certificación orgánica
Cacao con certificación de comercio justo
Cacao con certificación de comercio justo + orgánico
Cacao con certificación Rainforest Alliance
Cacao de calidad – origen

FUENTE: ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE CACAO EN EL ECUADOR

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

El cacao especial con certificaciones de origen ecuatoriano, son los más utilizados por las industrias a nivel mundial, ya que son productos orgánicos beneficiosos para los consumidores.

3.2.4. Demanda

DEMANDA DE CACAO EN EL MERCADO CHILENO, CIUDAD SANTIAGO

Complementariamente, también ha aumentado la demanda de consumo de chocolate, ya que Chile es el segundo consumidor de chocolate en América Latina. De hecho se estima que el mercado absorbe 44% de la producción mundial de cacao en grano y sus derivados, siendo esto un nicho en expansión que de acuerdo a estimaciones preliminares podrían crecer entre 3 y 6% anualmente.

Complementariamente, según datos de la Organización Mundial de Cacao, la tasa de crecimiento del mercado bajo comercio justo es del 8 al 12%.

TABLA N° 11. Determinación de la Demanda de Cacao

DEMANDA EN BASE A LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

POBLACIÓN DE SANTIAGO DE CHILE			
AÑOS	N° DE HABITANTES	% CRECIMIENTO POBLACIONAL	TOTAL HABITANTES
2012	7.007.620	0,88%	7.069.567

FUENTE: www.guiadelmundo.com/paises/cl/poblacion.html

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

De acuerdo a la fuente detallada anteriormente la población de Chile, ciudad Santiago es de 7.007.620 millones de habitantes al 2012 y su crecimiento poblacional es de 0.88% el cual nos servirá de referencia para el cálculo del crecimiento de la población año a año, donde el resultado arrojado determina la población de Chile.

TABLA N° 12. Determinación de la Demanda de Cacao del Consumo Per cápita

DEMANDA EN BASE AL CONSUMO PER CÁPITA DE CHOCOLATE

DEMANDA ESTIMADA EN CHILE				
AÑOS	POBLACIÓN CHILE, CIUDAD SANTIAGO	CONSUMO PER CÁPITA CHOCOLATE	DEMANDA KILOS	DEMANDA TONELADAS
2012	7.069.567	3,2 kg	22.622.614	22.7623

FUENTE: www.guiadelmundo.com/paises/chl/poblacion.html

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

En base a la tasa de crecimiento poblacional del mercado Chile, Ciudad Santiago se procedió a realizar el cálculo de la demanda proyectada en relación al consumo per cápita de chocolate que es de 3,2 kg de chocolate al año por persona, la cual se refleja una referencia considerable para Chile, de acuerdo a los resultados, se predice que la demanda de Cacao seguirá en ascenso.

3.3. TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño del mercado de la presente investigación se lo determina por la demanda del Licor de Cacao en Chile, Ciudad de Santiago.

POBLACIÓN - SANTIAGO DE CHILE	MERCADO (18%)
7.069.567,00	1.272.522,06

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

3.3.1. Segmento de Mercado

TABLA N° 13. Segmento de Mercado

% SEGMENTO	SEGMENTO	HOMBRES	MUJERES	% HOMBRES	% MUJERES	TOTAL
35%	445.383	178.153	267.230	40%	60%	100%
40%	509.009	330.856	178.153	65%	35%	100%
25%	318.131	143.159	174.972	45%	55%	100%
TOTAL	1.272.522	652.168	620.355			

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 14. Demanda Anual

DEMANDA ANUAL DE SANTIAGO DE CHILE					
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	Kg/percápita	DEMANDA
18 -25	178,153	267,230	445,383	3.2	1,425,224.71
26- 32	330,856	178,153	509,009	3.2	1,628,828.24
33-39	143,159	174,972	318,131	3.2	1,018,017.65
	SEGMENTO TOTAL		1,272,522	3.2	4,072,070.59

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 15. Oferta Anual

OFERTA ANUAL DEL ECUADOR	
EMPRESA	PRODUCCIÓN EN KG
PHB	720,000.00
Nestlé	690,000.00
La Universal	760,000.00
Confiteca S.A	768,000.00
TOTAL	2,938,000.00

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 16. Demanda Insatisfecha Kg.

DEMANDA KG	OFERTA KG	DEMANDA INSATISFECHA KG
4.072.070,59	2.938.000,00	1.134.070,59

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 17. Proyección de la Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SANTIAGO DE CHILE		
AÑO	DEMANDA PROYECTADA	FACTOR DE CRECIMIENTO
1	4,072,070.59	0.88%
2	4,107,904.81	0.88%
3	4,144,054.38	0.88%
4	4,180,522.05	0.88%
5	4,217,310.65	0.88%

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 18. Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE SANTIAGO DE CHILE		
AÑO	OFERTA PROYECTADA	FACTOR DE CRECIMIENTO
1	2,938,000.00	0.88%
2	2,963,854.40	0.88%
3	2,989,936.32	0.88%
4	3,016,247.76	0.88%
5	3,042,790.74	0.88%

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

TABLA N° 19. Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA DE SANTIAGO DE CHILE			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
1	2,938,000.00	4,072,070.59	(1,134,070.59)
2	2,963,854.40	4,107,904.81	(1,144,050.41)
3	2,989,936.32	4,144,054.38	(1,154,118.06)
4	3,016,247.76	4,180,522.05	(1,164,274.30)
5	3,042,790.74	4,217,310.65	(1,174,519.91)

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

TABLA N° 20. Participación de Mercado/Producción Kg.

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO SANTIAGO DE CHILE /PRODUCCION kg				
AÑOS	D. INSATISF.	PORC. DE PART.	T. PORC. DE PART	TOTAL
1	1,134,070.59	40%	453,628	18,145
2	1,144,050.41	40%	457,620	18,305
3	1,154,118.06	40%	461,647	18,466
4	1,164,274.30	40%	465,710	18,628
5	1,174,519.91	40%	469,808	18,792

FUENTE: Particular

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

3.3.2. Identificación de la Competencia.

De acuerdo al Índice de Competitividad Exportadora Mundial para la cadena de valor del Cacao, el Ecuador ocupa el sexto puesto a nivel mundial en el Ranking de exportación de Cacao en Grano, en productos intermedios el décimo cuarto lugar y en exportación de Chocolate el puesto número sesenta, pero es el primero en América Latina, es decir sus principales competidores serian Costa de Marfil y Ghana.

Cabe recalcar que el Ecuador por su ubicación geográfica y su clima favorable es el primero y mejor producto de Cacao Fino y de Aroma en el mundo donde no tiene competencia.

CUADRO N° 10. Descripción de la Competencia

NOMBRE DE LOS COMPETIDORES	UBICACIÓN
PHB	A nivel Nacional
Nestlé	A nivel Nacional
La Universal	A nivel Nacional
Confiteca S.A.	A nivel Nacional

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

Los criterios de evaluación de la competencia son en base a:

- ❖ Calidad de sus productos
- ❖ Precio
- ❖ Crédito para clientes

CUADRO N° 11. Características de la Competencia

COMPETENCIA	Calidad del Producto o Servicio			Precio de Producto o Servicio			Crédito	
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	SI	NO
PHB	X			X				X
Nestlé	X			X			X	
La Universal	X			X			X	
Confiteca S.A.	X				X		X	

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

Los criterios de evaluación de la competencia son en base a:

- ❖ Calidad de los productos y servicios
- ❖ Calidad de Materia Prima

CUADRO N° 12. Criterio de Evaluación de la Competencia

COMPETENCIA	Calificación del Personal			Calificación de Materia Prima			Servicio Post Venta		Calidad del Producto/Servicio		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	SI	NO	Alta	Media	Baja
PHB	X			X				X	X		
Nestlé	X			X			X		X		
La Universal			X	X				X	X		
Confiteca S.A.		X		X				X	X		

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

La evaluación de la competencia describe las principales empresas competidoras a nivel nacional, a las que COFINA S. A., debe enfrentarse en el ámbito comercial.

3.4. COMERCIALIZACIÓN

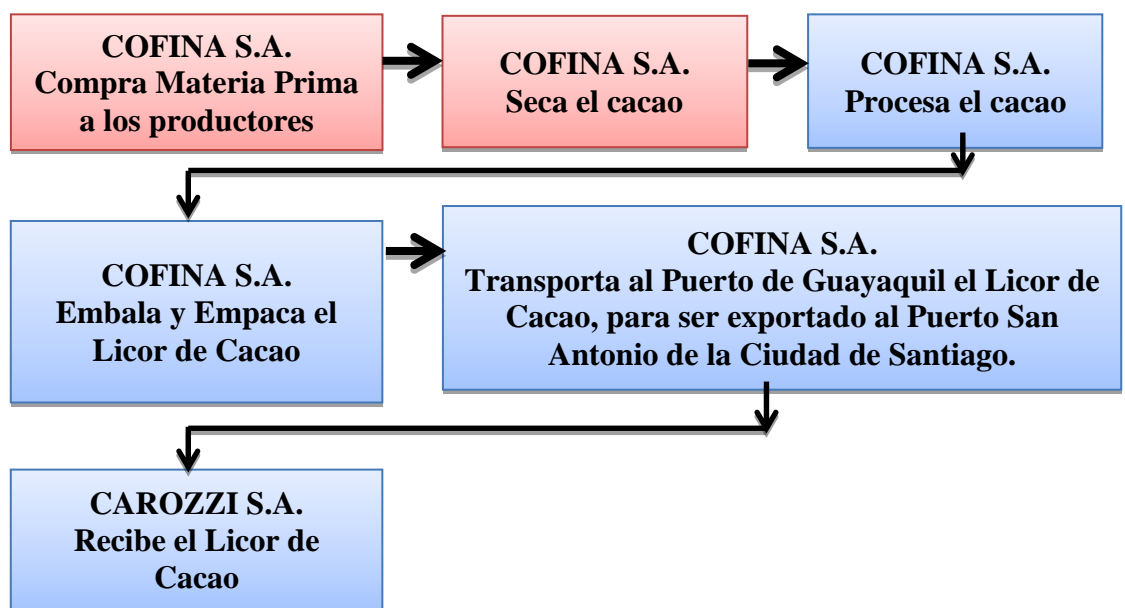
3.4.1. Canales de Distribución

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y pueden generar costos para el proyecto.

La venta de Licor de Cacao sería una posibilidad para la Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A. de tener un valor agregado a la materia prima en cantidades relativamente altas y así poder aprovechar la capacidad de la fábrica planificada. La utilidad en la venta de Licor de Cacao es comparable con la venta de barras de chocolate.

El comercio es un estado de flujo, cuando un agricultor siembra un fruto, es porque tiene un mercado una demanda del mismo en este caso, el mercado del cacao es para una demanda derivada de un mercado que se llama chocolate a nivel mundial por lo cual esto crea que muchos compradores y vendedores de otros países de alguna manera a través de la oferta y la demanda se establezca un precio referencial de cacao mundial.

GRÁFICO N° 02. Comercialización de Licor de Cacao a CAROZZI S. A.



EMPRESAS CAROZZI S. A.

Empresas CAROZZI S.A. es una empresa multinacional chilena especializada en la industria alimenticia. Es uno de los conglomerados más grandes de Latinoamérica y alcanzó en 2008 una facturación anual de más de 860 millones de dólares. La Compañía cuenta con plantas productivas en Chile, Perú y Argentina, donde opera a través de sus filiales Molitalia y Bonafi de Golosinas. Es una de las empresas líderes en América del Sur en los dulces y los negocios de chocolate. Además empresa líder en productos de pasta en Chile y empresa líder en bebidas instantáneas en el sur de América.

CUADRO N° 13. Datos Generales de la Empresa CAROZZI S. A.

DATOS GENERALES	
Nombre de la Compañía:	EMPRESAS CAROZZI S.A.
Dirección:	Camino Longitudinal Sur N° 5201. Nos, San Bernardo, Región Metropolitana.
Código postal:	02399
Ciudad:	Santiago
Región:	Metropolitana
País:	CHILE
Teléfono:	56 2 377 6400
Fax:	56 2 377 6655
E-mail:	jllugany@carozzi.cl
Pág. Web	http://www.carozzi.cl/
Productos:	Carozzi en Pastas, Costa en Chocolates y sus preparaciones de chocolate, Galletas, Ambrosoli en Caramelos, Chocolates y Confites, Teófilo Grob en Harinas, Pomarola en Salsas de Tomates, Sprim en Bebidas Instantáneas, Caricia en Postres, Agrozzi en Pulpas de Fruta y Pastas de Tomates.

3.4.2. Precios

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao, que se estima que dura un poco más de 20 años. Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios.

En consecuencia, los precios bajos fruto del exceso de producción generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

En este momento la Empresa COFINA S.A. les está brindando asistencia técnica a los productores para el mejoramiento del producto siendo éste uno de los beneficios ofrecidos por esta empresa a los productores, en estos momentos otro de los beneficios ofrecidos a los productores es la compra del producto a buenos precios.

En la actualidad, la producción de cacao está muy concentrada, de hecho una decena de países suman el 90% de la producción mundial.

FORMA DE PAGO:

La Empresa Chocolates finos Nacionales “COFINA S. A.” deberá negociar estratégicamente la forma de pago, de acuerdo a los términos, del contrato de compraventa y teniendo en cuenta el grado de credibilidad que le inspire al comprador. Por lo que se ha optado por utilizar la Carta de Crédito como garantía de pago, considerándose de bajo riesgo ya que el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato.

La Carta de Crédito utilizada es la denominada Irrevocable y Confirmada, pudiendo lo convenido modificarse solo en el consentimiento de ambas partes y el Banco notificador Chileno asume el compromiso de pago, adicional al banco emisor de la Carta de Crédito.

Sujetos que intervienen:

- **ORDENANTE** – Solicita la apertura de la Carta de Crédito: Empresa Carozzi S.A. – Chile. Empresa Chocolates finos Nacionales “COFINA S. A.”
- **LOS BANCOS EN RELACIÓN:**
- **Banco Emisor** – Emite la carta de crédito a favor del beneficiario por el orden del importador: Banco de Crédito Chileno.

- **Banco confirmador** – Obligación de cancelar el o los montos de la carta de crédito independientemente que haya recibido o no el reembolso del banco emisor.
- **Banco Corresponsal Notificador** – Notifica al beneficiario de la apertura de la carta de crédito: Banco del Pichincha.
- **Banco pagador o reembolsador** - Efectúa los pagos al beneficiario:
- **Banco Negociador y aceptante** – negocia los documentos (adelantar el pago) al beneficiario contra presentación de los documentos. Banco de Crédito Chile.
- **BENEFICIARIO** – Exportadora a favor de quien se emite la carta de crédito a la empresa Chocolates finos Nacionales “COFINA S. A.”

El cobro de la Carta de Crédito por parte del exportador será mediante pago a la vista, contra presentación de los siguientes documentos previo al embarque: Conocimiento de embarque (BL), Factura Comercial, Certificado de Origen y Certificado de Seguro.

En las dos primeras operaciones de exportación se cobrará mediante Carta de Crédito, con el fin de fortalecer las relaciones comerciales logrando un alto grado de confianza entre las partes. En lo posterior se garantizará el cobro a través de Transferencia Bancaria.

3.5. ESTRATEGIAS

3.5.1. Estrategias para Negociar con el Mercado Objetivo

Los negocios internacionales son el estudio de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y organizaciones. Estas actividades económicas son operaciones comerciales, como en el caso de exportar o importar bienes, la inversión directa de fondos en compañías internacionales.

Cerca del 80% de la inversión directa la realizan las 500 empresas más grandes del mundo, representan más de la mitad del comercio internacional. Así pues, el estudio de los

negocios internacionales se centra principalmente en las actividades de las grandes empresas multinacionales o transnacionales, con sede en un país pero con operaciones en otro. Estas organizaciones representan la mayor parte de la inversión y el comercio a escala mundial.

Tan sólo en los últimos diez años, este tipo de corporaciones ha invertido directamente miles de millones de dólares en el extranjero para comprar o crear negocios. La mayor parte de estas inversiones son en dos sentidos: Estados Unidos invierte en la comunidad europea y ésta a su vez lo hace en Estados Unidos; Japón invierte en Estados Unidos y este país lo hace en Japón; lo mismo sucede con las inversiones de Estados Unidos y Canadá.

En los últimos años las empresas multinacionales han comenzado a centrar su atención en los países en vías de desarrollo, muchos de los cuales han roto con el comunismo. Europa Oriental, por ejemplo, empieza a convertirse en un mercado atractivo para la inversión a medida que los gobiernos venden las industrias a los particulares.

Otra modalidad que se centra en los negocios internacionales es el de empresa de riesgo compartido o coinversión que es un convenio entre dos o más socios para poseer y controlar un negocio internacional.

En una negociación internacional se busca llegar a un acuerdo beneficioso para cada una de las partes, para ello es necesario seguir una serie de pasos los cuales facilitan este proceso. Sin embargo, nos hemos fijado objetivos que contribuirán a la culminación del proceso de exportación.

- Promoción del comercio Justo y el Consumo Responsable a través del desarrollo de una **marca** de economía solidaria que englobe a los productos con los principios que estos promuevan, agregándole el valor de una identidad común a la promoción de los mismos. Complementariamente, la elaboración de un sitio **Web**, a través del cual los consumidores pueden conocer la oferta de productos de Comercio Justo y Economía Solidaria y las organizaciones que los comercializan, con su respectiva filosofía de trabajo y actividades.

- Establecer por el intermedio de la creación de sellos, un mecanismo que le permita al consumidor Chileno encontrar producto social y ecológicamente justos en sus lugares de compra habituales, para lo cual comercializaremos con el sello **FAIRTRADE Comercio Justo**.
- Exportar el Licor de Cacao cumpliendo con los más altos estándares de calidad, otorgándole así un mayor valor agregado, es decir calidad superior al de la competencia, ya que a la hora de comprar los consumidores Chilenos priorizan la calidad antes que el volumen o el precio.
- A razón de que el Licor de Cacao será exportada a través de la cadena de comercialización que se maneja bajo la denominación de “Comercio Justo”, el precio con el que ingresará a Chile será más alto que en el mercado tradicional.
- Establecer una relación firme a largo plazo en la cual derechos y obligaciones de ambos serán respetados mutuamente. Estos acuerdos de largo plazo tendrán que ser confirmados por un intercambio de cartas de intención comprometidas a más tardar tres meses antes de la estación de cosecha. Renovaciones anuales tendrán que ser confirmadas por lo menos tres meses antes de caducar la previa carta de intención, lo que permitirá mantener la estabilidad y relación directa y de respeto mutuo, a fin de generar lealtad a la marca y a la empresa.

3.5.2. Términos de Negociación

INCOTERMS

El licor de cacao será transportada al país de destino, es decir Chile, ciudad Santiago; por Vía Marítima, razón por lo que se exportará utilizando el Término de Negociación FOB – LIBRE A BORDO (puerto de carga convenido).

Al negociar en término FOB, la responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido,

exigiéndolo despachar las mercaderías para la exportación desligándose de responsabilidad al momento que el comprador toma posesión; debiendo soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto como parte de su precio de compra.

3.5.3. Condiciones de la Negociación

Responsabilidad del Vendedor:

- Alcance del precio: El precio ofertado por la empresa “COFINA S. A.”, contiene todo lo detallado en el término EXW más todos los gastos hasta que la mercadería está despachada y cargada sobre el medio de transporte seleccionado.
- Lugar de entrega de la mercancía: El material se considerará entregado al momento que se encuentre cargado sobre el medio de transporte de carga antes pactado.
- Contratar el flete (de fábrica al puerto de embarque convenido)
- El vendedor debe proporcionar, a sus propias expensas, el empaque y embalaje.
- Pagar Gastos de Exportación (maniobra, almacenaje, agentes).
- Transferencia del riesgo: El riesgo sobre la mercadería se transfiere al momento que la mercadería cruza la borda del buque que hará la travesía internacional.
- Documentación a proveer por el Exportador: La empresa “COFINA S. A.” realiza la Factura de Exportación, la Lista de Empaque, el Certificado de Origen y demás documentos, permiso, requisitos e impuestos que surjan de la operación de exportación.

Responsabilidades del Comprador:

- Pago de la mercadería.
- Contrato y pago de flete y seguro de la mercancía desde el Puerto de Embarque hasta el Puerto de Destino convenido.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

- Flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

GRÁFICO N° 03. Representación del Término de Negociación.



FUENTE: World Wide Trading Operat, Incoterms 2000

ESTRATEGIAS

- Acuerdo mutuamente beneficioso.
- Intereses propios y del oponente.
- Otra parte es un colaborador.
- Genera clima de confianza.
- Permite seguir negociando en el futuro.
- “GANAR – GANAR” o “WIN-WIN”

TIPS DE NEGOCIACIÓN EFECTIVA

1. El éxito de la negociación depende en gran medida de una buena comunicación.
2. Escuchar el doble de lo que se habla.
3. Conocer con precisión la posición del interlocutor.
4. Estamos más preocupados en lo que queremos decir que en oír lo que nos dicen.
5. Cuando el interlocutor ha expuesto algo importante conviene repetir sus palabras.
6. La otra persona agradecerá que se le preste atención.

7. Un buen negociador sabe preguntar.

COMO NEGOCIAR

NEGOCIAR EN NUESTRAS OFICINAS.

- Tranquilidad emocional.
- Se dispone de toda la información necesaria.
- Permite elegir la sala de reunión.
- Se dispone mejor de los tiempos.

NEGOCIAR EN SUS OFICINAS.

- Permite presionar a la otra parte.
- Permite jugar con las interrupciones y ganar tiempo.

TERRENO NEUTRAL.

- Conviene para iniciar negociaciones.

El conocer las diferentes formas y estrategias de negociar, ayuda al inversionista a tener mejor comunicación, de las cuales ambas partes se benefician, para generar una relación comercial a largo plazo.

3.6. PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.5.2. Logística de Exportación

Gestión del flujo de información y materiales a través de toda la cadena de aprovisionamiento desde los proveedores hasta el uso final, que busca suavizar y acelerar ambos flujos, con la finalidad de satisfacer el mercado mediante el aumento de servicio (entregas completas, oportunas, precisas y a un costo razonable) y de rentabilidad de los clientes.¹⁹

En términos simples Logística es asegurarse de tener el producto correcto, en el lugar correcto, en el tiempo correcto y al precio correcto.

¿Cuál es el beneficio de la logística?

Manejo eficiente de la información, producción, distribución, recursos monetarios y humanos para poder vender el producto, ya que en la actualidad al comprador no solo le interesan las especificaciones del producto y la calidad, sino también el precio y su entrega ágil, oportuna y segura.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

La empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica.

1. Macro localización de COFINA S. A.

La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S.A., se encuentra localizada en Ecuador, en la Provincia del Guayas, en el Cantón Durán.

¹⁹**Fuente:** Logística – Centro de Planeación Logística (COFOCE)

2. Micro localización de COFINA S. A.

Las zonas aptas para desarrollar cultivos de cacao se encuentran en los lugares de la costa, oriente y parte de la sierra ecuatoriana. Para realizar el cultivo del cacao se deben tener en cuenta aquellos suelos aluviales, los francos y los profundos con subsuelo permeable y de aquellas tierras con vocación frutícola además de las zonas ecológicas aptas.

Las zonas óptimas para el cultivo del cacao son todas aquellas que circundan los siguientes poblados:

Región Costa, Sierra y Oriente: Azuay, Bolívar, Cañar, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Guayas, Los Ríos, Manabí, Santo Domingo y Nororiente.

3.6.1. Transporte

El Puerto San Antonio es el principal puerto de Chile, ubicado en la zona central siendo el terminal portuario más cercano a Santiago, la capital del país. Su área de influencia está conformada por Chile central y la provincia de Mendoza, en Argentina.

PUERTO SAN ANTONIO

San Antonio, es un puerto, comuna y capital de la Provincia de San Antonio y además forma parte de la V Región de Valparaíso, Litoral Central. Es el principal puerto de Chile. La ciudad emplazada sobre cerros y dunas costeras, inmediatamente al norte de la desembocadura del río Maipo y es cruzada en dos sectores por los esteros Arévalo en la parte norte y el estero San Pedro en el sector de Llolleo.

Es una empresa autónoma del Estado, creada por ley en diciembre de 1997, cuyo objeto es la administración, conservación y desarrollo de la actividad marítimo-portuaria de Puerto San Antonio. La propiedad de la empresa es 100% estatal y no participa en la propiedad de

otras empresas filiales ni coligadas. Su política de financiamiento se sustenta con recursos propios.

Puerto Comercio:

En la actualidad, alrededor de 2 millones de toneladas de importación de productos, ingresan al Puerto San Antonio, teniendo una buena capacidad de almacenamiento de los productos.

Una gran ventaja de Puerto San Antonio es su ubicación estratégica y excelentes vías de acceso: se comunica con la capital del país (a sólo 100 km.) mediante la Autopista del Sol, una carretera de alta velocidad y de doble vía. A través del Camino de la Fruta está conectado con la zona central y el sur del país. Asimismo, cuenta con rutas que comunican a Puerto San Antonio con las ciudades circundantes a la provincia argentina de Mendoza (a 458 km).

El sistema portuario San Antonio cuenta con excelentes condiciones a nivel de infraestructura, instalaciones, además de equipamiento especializado y operadores eficientes, otorgando seguridad a las cargas que se transfieren dentro del puerto.

Ruta de Origen – Destino

A fin de perfeccionar el proceso de exportación, el trayecto empieza en la Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., desde donde el producto es trasladado al Puerto de Guayaquil, lugar en que la mercancía es colocada sobre el buque y transportada vía marítima, en donde parte del puerto de Guayaquil directo al Puerto de San Antonio.



Mediterranean Shipping es la Agencia Naviera que se ha contratado, la misma que se encargará de coordinar y organizar el embarque, consolidar la carga de exportación y emitir al exterior los documentos de transporte propio de su actividad. Esta empresa opera como una línea marítima independiente, respondiendo rápidamente a las necesidades de transporte internacional con una global, efectiva y pronta solución, capaz de dar repuesta a todos los requerimientos particulares de transporte.

CUADRO N° 14. Agencia Naviera tráfico Internacional

MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY DEL ECUADOR COMPAÑÍA ANÓNIMA (EMESSEA)	
CONTACTOS:	
Gerente General:	CHRISTIAN PAUL ELTE RUBIO
Presidente:	AULIFFE IAN BARRY TAYLOR MAC
OFICINAS:	
Dirección Principal:	AV. FRANCISCO DE ORELLANA 501 Y ALBERTO BORGES Piso: 12 Dep.: 2 Edif.: CENTRUM
Teléfonos:	(593) 04-2693283
Fax:	(593) 04-2693292
Pág. Web:	www.mscecuador.com
E-mail:	wgonzales@mscecuador.com
Puerto de Embarque:	Guayaquil - Ecuador

FUENTE: www.mscecuador.com

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

El Agente de Carga Internacional (ACI) actúa a nombre de terceros como coordinador entre los generadores de carga y los transportadores efectivos de la misma.

Art.1. BASES DEL CONTRATO: Todos los servicios llevados a cabo por el ACI serán exclusivamente regidos por estas Condiciones Generales.

Art.2. RESPONSABILIDAD: El ACI, bajo su propia discreción, en nombre y representación del cliente, salvo que las instrucciones del cliente sean diferentes, será responsable de la debida coordinación de la instrucción de despacho, así como por cualquier daño resultante del incumplimiento de sus obligaciones contractuales, derivadas de la coordinación del transporte de carga.

Art.3. OBSTÁCULOS EN AL ENTREGA: En caso de que el cliente no acepte la carga, o en caso de que el ACI no pueda entregar la carga por razones injustificada del consignatario, el ACI tiene derecho a almacenarla, devolverla al cliente, disponer de ella, o destruirla según su naturaleza. Los gastos en que se incurran son a cargo del cliente.

Art.4. INSTRUCCIÓN DE DESPACHO: La instrucción del despacho debe ser entregada a el ACI por escrito, conteniendo al menos la siguiente información: Tipo de carga; descripción y su calificación: tipo de embalaje especificado; contenido, cantidad, peso (bruto/neto) y dimensiones de los bultos; lugar de recepción y entrega.

Art.5. CONDICIONES DE PAGO – RESPONSABILIDAD DEL CLIENTE: El cliente debe pagar al ACI contra facturación, además cancelar tasas, derechos de aduana, transporte o cualquier otro servicio no contratado con el ACI, así como fletes, gastos y demás costos relacionados con su actuación, en cualquier momento para liberar la carga.

Art. 6. LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD: La indemnización no excederá de: \$5 por metro cubico, en transporte marítimo sin exceder la suma de \$500 por embarque.

Art.7. SEGURO: El ACI no provee de seguros que cubran perdida/daño de la carga, a no ser que el cliente así lo instruya previa y específicamente por escrito.

Art.8. CADUCIDAD Y PERIODO DE RECLAMACIÓN: En el momento de la entrega, los consignatarios deberán verificar en qué condiciones se encuentra la carga, así como la cantidad, el número y el peso de los bultos, e inmediatamente tienen que informar sobre cualquier inconsistencia. En el caso de que alguna irregularidad o pérdida no sea observada inmediatamente, el destinatario debe hacer constar sus reservas por escrito

dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes a la entrega de la carga. De lo contrario perderá el derecho a hacer cualquier reclamación.

3.6.2. Seguros

La contratación de una póliza de seguro consiste en establecer y cumplir mediante técnicas de seguridad en las actividades productivas que realicen (empresas productoras exportadoras), con dicho mecanismo podrá reducir el grado de riesgo inherente a la producción, procurando así mantener inalterable las actividades comerciales.

El seguro ampara los bienes transportados contra los riesgos que puedan afectarles durante su desplazamiento de un lugar a otro y en el transcurso de periodos en que los bienes deben permanecer en reposo debido a las circunstancias del viaje (carga/descarga, estancias....). Además, cubre los daños producidos al medio de transporte y a terceros.

ASEGURADORA DEL SUR C.A.

COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS

PÓLIZA DE SEGURO DE TRANSPORTE: CONDICIONES GENERALES

LA EMPRESAS CHOCOLATES FINOS NACIONALES “COFINA” S.A. representado por el Ing. Cesar Zambrano con RUC. 1500844665001 procede a contratar una póliza de seguro de transporte a todo riesgo a la **ASEGURADORA DEL SUR C.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS**, bajo los siguientes términos y condiciones:

- ❖ **Tipo de Póliza.-** Se contratara una Póliza de tipo “A”, donde queda cubierto todo riesgo por perdida o daño de la cosa asegurada, excepto lo que específicamente está excluido por la propia clausula. Dichas exclusiones contemplan: conducta dolosa del asegurado, derrames usuales, pérdidas ordinarias de peso o de volumen, uso, desgaste normal y embalaje inadecuado o insuficiente del bien objeto del seguro, demora, insolvencia del transportista, huelgas, guerras.
- ❖ **Naturaleza del producto.-** Producto no perecible, frágil.

- ❖ **Tipo de carga.-** Carga solida con empaque, unitarizada, requerimiento, condiciones especiales de almacenamiento a fin de controlar el aire y humedad.
- ❖ **Magnitud del embarque.-** Peso bruto: 18.729,75 KG; Peso neto: 18.145 KG, distribuidos en 726 cajas de 25KG.
- ❖ **Valor Asegurable.-** Su derecho tiene como límite máximo el valor real (asegurable) del objeto siniestrado.
- ❖ **Prima.-** porcentaje sobre la suma asegurada, la misma que será el 1% del valor FOB.
- ❖ **Recargos e impuestos.-** La contribución a la Superintendencia de Bancos que constituye el 3,5% de la prima y derecho de emisión que constituye los valores que establece la aseguradora por los documentos que nos entrega.
- ❖ **Vencimiento de la Prima.-** La prima vence el momento en que se coloca la mercadería en la borda del buque convenido.
- ❖ **Lugar y Forma de Pago.-** Dirección de Aseguradora del Sur, lugar en el que se contrató la póliza de seguro; y el pago se lo hará en efectivo.
- ❖ **Dirección y trayecto Asegurado.-** El contrato tendrá validez desde el momento que el producto sale de la empresa al puerto de Guayaquil, hasta su colocación en la borda del buque en el puerto convenido, teniendo como máximo 6 meses desde la fecha de emisión.
- ❖ **Pago de indemnización.-** Dentro de 15 días, contados a partir del momento en que sucedió el siniestro.

Obligaciones del Asegurador:

- ❖ Pago de la indemnización, al término de las encuestas y peritaciones precisas y pertinentes para establecer la existencia del siniestro y en su caso el importe de los daños que resulten del mismo.

Obligaciones del Asegurado:

- ❖ Pago de la primera en las primeras condiciones estipuladas en la póliza.
- ❖ Comunicar al asegurador que se ha producido el siniestro, como obligado está a hacerlo el beneficiario, debiendo ambos recurrir a los medios a su alcance para aminorar las consecuencias del mismo.

TABLA N° 21. Cálculo de importe de la Prima a Pagar del Licor de Cacao

VALOR ASEGURADO	148,261.14
PRIMA BRUTA: 1% del valor FOB	1,482.61
(+) Intereses e impuestos	
3,5% Superintendencia de Bancos y Seguros	5,189.14
Derecho de Emisión	5
PRIMA NETA	6,671.75
12% IVA Prima	800.61
PRIMA A PAGAR	<u>7,472.36</u>

FUENTE: www.segurosdelsur.com.ec

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

FÓRMULA DE CÁLCULO DE LA PÓLIZA DE SEGURO

	Valor Asegurado
(X)	Tasa Anual
(=)	Prima Neta
(+)	Intereses e Impuestos
(=)	Prima a Pagar

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

3.6.3. Empaque y Embalaje

Todos los esfuerzos de dirección, desarrollo del producto, producción, comercialización, mercadotecnia, ventas y LOGÍSTICA de una empresa se pierden con cada producto que llega dañado a su destino final, es por ello que al momento de exportar se debe determinar el empaque y embalaje adecuado, ya que este se utiliza para guardar, proteger y preservar los productos durante su distribución, almacenaje y manipulación de tal manera que no se

alteren las características físicas, químicas y sensoriales, a la vez sirve como identificación y promoción del producto e información para su uso.

EMPAQUE:

Por lo general, el empaque se realiza en fundas de polietileno de alta densidad dispuestas en cajas de cartón corrugado. En esta etapa se deberá realizar un control de peso y material de empaque según los requerimientos del cliente.

Empaque	Tipo	Material	Capacidad
Envase primario	Barras - Bolsa	Polietileno de alta densidad	25 kg.
Envase secundario	Caja de embalaje	Cartón corrugado	1 kg en funda

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

EMBALAJE:

El embalaje protege la mercadería durante el transporte y los almacenamientos preliminares, intermedios y terminales. Si el embalaje no está bien concebido, la mercadería está sujeta a daños y a la operación comercial resulta infructuosa.

El embalaje a utilizarse debe ser conforme a las especificaciones técnicas indicadas en la ficha técnica del producto, por lo que se brindara protección durante el transporte, destinada a contrarrestar los efectos de la compresión, la torsión, los cortes, las sacudidas y las vibraciones.

FORMAS DE EMBALAJE

A fin de que la manipulación de la carga no afecte a las características físicas ni químicas del producto se debe realizar el marcado de los embalajes, que consiste en instrucciones sobre manejo y advertencia.

IMAGEN N° 06. Formas de Embalaje



DISTRIBUCIÓN DE LA MERCADERÍA EN EL CONTENEDOR

Unitarización:

Para facilitar el apilamiento, almacenamiento y manipuleo durante el trayecto se procede a transformar unidades menores a unidades mayores de carga, mediante la Paletización de las cajas. Dichos pallets poseen medidas de 120 * 100 cm.

Para fijar las mercaderías sobre las paletas, se utilizara láminas de plástico envolvente o de adherencia térmica, para lograr la estanqueidad del producto.

IMAGEN N° 07. Distribución de la mercancía en el contenedor



Una vez terminado el embalaje y marcado, se prepara la lista de embalaje, en la que figuran los siguientes aspectos; marcas, cantidad, peso bruto y peso neto en kg, dimensiones en cm, volumen y detalle del contenido.

CARACTERÍSTICAS DEL EMBALAJE:

El Licor de Cacao será exportada como materia prima para la elaboración de chocolates, siendo el embalaje utilizado para efectos del envío de mercancías al exterior es:

TABLA N°22. Peso Neto por Caja

Producto	Peso neto kg
Licor de cacao Cartón – 25kg en barras de 1 kg	25

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

TABLA N° 23. Dimensiones del Embalaje

Material	Test	Peso unidad kg	Largo (mm)	Ancho (mm)	Altura (mm)
Cartón Corrugado	150	1	15	16	18

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

Normativa de Empaque y Embalaje del país de destino:

No existen normas determinadas de como embalar o empaquetar una carga, para ingresar al mercado Chileno, pero si su relación directa con factores como:

- Tipo de protección que se desea por motivos de fragilidad, calidad, dimensiones.
- Vías de transporte a utilizar (el “riesgo “tiene incidencia directa con el tipo de embalaje, que protege la carga).
- Relación de resistencia con: Peso, manipuleo (carga, descarga, transporte, transbordos) volumen total de la carga.

Sin embargo es importante tomar en cuenta el Reglamento de la Organización Internacional del Trabajo O.I.T. en el que estipula que por razones ergonómicas ninguna carga que requiera manipularse por fuerza humana en algún momento podrá pesar en bruto más de 25kg.

TABLA N° 24. Peso Unitario de los Insumos

Descripción	Peso Unitario kg	Cantidad	Peso Total
Funda plástica	0,0001	726	0,073
Cartón Corrugado	0,3041	726	221
Láminas de plástico	0,01	8	0,08
Pallets de madera	45,45	8	363,6
PESO BRUTO EMBALAJE			584,75

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

TABLA N° 25. Peso Bruto

Producto	Cantidad	Peso Neto kg	Peso Embalaje	Peso Bruto kg
Pasta de Cacao en barras de 1 kg	Cada caja	25	0,3041	25,3041
	Total kg	18.145	584,75	18729,75

FUENTE: COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango


Ya que el volumen de la mercancía a exportarse es menor que el contenedor, se procederá a consolidar la carga, esto consiste en agrupar la mercancías pertenecientes a uno o a varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un puerto, aeropuerto o terminal terrestre, en contenedores o similares, siempre y cuando se encuentren amparadas por un mismo documento de transporte.

Composición y Distribución de la mercancía dentro del contenedor en paletas y cartones de 25kg:

Tomando en consideración que el Licor de Cacao constituye una carga seca, para efectos de la exportación del producto se usara un contenedor común conocido como DRYVAN o Estándar, puesto que sirve para transportar la mayoría de los productos, la carga seca es la mercancía que en mayor medida utiliza el contenedor.

Las dimensiones y pesos están basados en especificaciones de los fabricantes. Los factores de tolerancia siempre deben ser tenidos en cuenta por el embarcador, pudiendo variar entre las distintas compañías, por lo que se procedió a consultar a la Agencia Naviera con la que vamos a trabajar.

CUADRO N° 15. Dimensiones y tolerancias del contenedor

CONTENEDORES STANDARD O DRYVAN									
Tipo de contenedor	PIES	Dimensiones	Ancho (m)	Largo (m)	Alto (m)	Volu men (m3)	Carga (ton)	Tara (ton)	Descripción
	20	Exterior	2,438	6,060	2,590	33,0	28,15	2,33	De acero. Para carga seca como paquetes, cartones, cajas, carga delicada, etc.
		Interior	2,352	5,900	2,390				
		Puerta	2,340	----	2,283				
		Interior	2,352	12,030	2,390				
		Puerta	2,340	----	2,275				

FUENTE: Manual de Costos de Exportación, Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), Corporación de Promoción de Exportaciones e inversiones (CORPEI), 2007

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.7. ESTUDIO Y ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EXPORTACIÓN

TABLA N°26. Definición de la Inversión sin Financiamiento

INVERSION	
MAQUINARIA	\$ 25,000.00
GASTO EXPORTACIÓN	\$ 6,000.00
TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	\$ 31,000.00

FUENTE: Análisis de Inversiones de COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.8. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS POR BARRA DE 1 KG DE LICOR DE CACAO

TABLA N°27. Análisis de Costos

MATERIA PRIMA						
CACAO kg				PRECIO EN LIBRAS	COSTO EN 2 KG	
Precio kg de cacao en bruto		\$ 80,00	QUINTAL	\$ 0,80		
Barra de Cacao Materia Prima	2 kg cacao/1kg caco en barra		kg		\$ 1,76	
COSTO POR 2 KG EN MATERIA PRIMA PARA TRANSFORMAR A KG EN BARRAS						\$ 3,52
MANO DE OBRA				KG DE PRODUCCION AL AÑO	18,145	
5	SUELDOS	292	1460	17520	0.97	
5	BENEFICIOS DE LEY	292	1460	1460	0.08	
5		292	1460	1460	0.08	
TOTAL COSTO MANO DE OBRA POR KG DE PRODUCCION					1.13	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					CARTONES	
FUNDAS		18,145		0.14	726	
EMBALAJE		726		0.38		
EMPAQUE		726		0.43		
TOTAL					0.95	

FUENTE: Análisis de costos de COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.9. DETERMINACIÓN DEL PRECIO POR BARRA DE 1 KG DE LICOR DE CACAO

TABLA N° 28. Precio por KG para la Exportación

PRECIO POR KG PARA LA EXPORTACIÓN	
COSTOS	5.60
% UTILIDAD 46%	2.57
PRECIO POR KG DE LICOR DE CACAO	8.17

FUENTE: Análisis de Precios de COFINA S. A.

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.10. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA – SIN FINANCIAMIENTO

TABLA N° 29. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
CUENTAS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS DE EXPORTACIÓN		\$ 148,261.14	\$ 149,565.84	\$ 150,882.02	\$ 152,209.78	\$ 153,549.23
COSTOS DE VENTAS		\$ 101,548.73	\$ 102,442.36	\$ 103,343.85	\$ 104,253.28	\$ 105,170.71
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 46,712.42	\$ 47,123.48	\$ 47,538.17	\$ 47,956.51	\$ 48,378.52
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 21,754.35	\$ 21,754.35	\$ 21,754.35	\$ 21,754.35	\$ 21,754.35
GASTOS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00
GASTOS FINANCIEROS		\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 20,658.06	\$ 21,069.13	\$ 21,483.82	\$ 21,902.16	\$ 22,324.17
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 20,658.06	\$ 21,069.13	\$ 21,483.82	\$ 21,902.16	\$ 22,324.17
	15%	\$ 3,098.71	\$ 3,160.37	\$ 3,222.57	\$ 3,285.32	\$ 3,348.63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 17,559.35	\$ 17,908.76	\$ 18,261.25	\$ 18,616.83	\$ 18,975.55
	23%	\$ 4,038.65	\$ 4,119.02	\$ 4,200.09	\$ 4,281.87	\$ 4,364.38
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 13,520.70	\$ 13,789.75	\$ 14,061.16	\$ 14,334.96	\$ 14,611.17

FUENTE: Proyecciones Autoras

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

3.11. FLUJO DE CAJA PROFORMA SIN FINANCIAMIENTO – CON INVERSIÓN PROPIA

TABLA N° 30. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
CUENTAS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 13,520.70	\$ 13,789.75	\$ 14,061.16	\$ 14,334.96	\$ 14,611.17
INVERSION SIN FINANCIAMIENTO	\$ 31,000.00					
MAQUINARIA	\$ 25,000.00					
GASTO EXPORTACIÓN	\$ 6,000.00					
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00
VALOR RESIDUAL						\$ -
FLUJO DE CAJA NETO	\$ 31,000.00	\$ 17,220.70	\$ 17,489.75	\$ 17,761.16	\$ 18,034.96	\$ 18,311.17

FUENTE: Proyecciones Autoras

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango.

3.12. INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCIEROS

3.12.1.1. Valor Actual Neto de la Exportación

TABLA N° 31. Valor Actual Neto de la Exportación

AÑOS/INDICADOR	lo	1	2	3	4	5
	31,000.00	17,220.70	17,489.75	17,761.16	18,034.96	\$ 18,311.17
VAN	(509.94)	24,270.88				
TASA DE DESCUENTO %	50	18				

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.12.1.2. Tasa Interna de Retorno de la Exportación

TABLA N° 32. Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR					
	18	18	50	24,270.88	
TIR				24,270.88	(509.94)
		18	32	24,270.88	
				24,780.82	
		18	32	0.98	
		18	31.34		
		49.34	%		

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.12.1.3. Relación Beneficio / Costo de la Exportación

TABLA N° 33. Relación Beneficio/Costo de la Exportación

AÑOS	
INVERSIÓN	\$ 31,000.00
FLUJOS DE CAJA	\$ 17,220.70
	\$ 17,489.75
	\$ 17,761.16
	\$ 18,034.96
	\$ 18,311.17
RELACION BENEFICIO / COSTO	\$ 2.87

POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

3.12.1.4. Rentabilidad Anual – Flujos / Ventas Netas

TABLA N° 34. Rentabilidad Anual/Ventas Netas

AÑOS	FLUJOS DE CAJA	VENTAS NETAS	RENTABILIDAD
1	\$ 17,220.70	\$ 148,261.14	11.62%
2	\$ 17,489.75	\$ 149,565.84	11.69%
3	\$ 17,761.16	\$ 150,882.02	11.77%
4	\$ 18,034.96	\$ 152,209.78	11.85%
5	\$ 18,311.17	\$ 153,549.23	11.93%

ELABORADO POR: Mery Siquihua; Kelly Shiguango

El estudio y análisis financiero para la exportación de Licor de Cacao, ayuda a la empresa a saber si va a obtener resultados favorables, lo cual se ha llegado a la conclusión de que la empresa tendrá una rentabilidad del 11,50% en el primer año y se espera llegar a tener una rentabilidad de 11,80% en el quinto año, determinando la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Hablar del Cantón Durán y de sus productos de la Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A. en el Ecuador, es sinónimo de lo que las Agroindustrias pueden alcanzar, Calidad del producto y una Gestión Empresarial adecuada, las cuales les han permitido producir su “propio dinero” creando fuentes de trabajo que han traído como consecuencia una economía estable y progresista.

- La empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., adquiere toda clase y tipo de cacao fino y de aroma que proviene de las diferentes provincias del Ecuador como: Esmeraldas, Azuay, Bolívar, Cotopaxi, El Oro, Santo Domingo, Los Ríos, Manabí, Guayas entre otros, logrando así un encadenamiento sectorial agroindustrial coherente con el cacao proveniente de pequeños productores agrícolas, desarrollando así el mercado interno de uno de los principales productos tradicionales de exportación del Ecuador.

- El desarrollo de este Plan de Exportación entre Ecuador y Chile pretende ser una herramienta comercial para los exportadores del país, que se encuentran interesados en incursionar en nuevos mercados y abrir así caminos en el exterior, utilizando de esta forma los recursos financieros y las ventajas de la industria nacional de una manera óptima, además, debido a las condiciones económicas que presenta y a su alto nivel de desarrollo industrial, comercial y tecnológico, el mercado Chileno puede ser visto como una fuente de nuevas oportunidades tanto de negocios como de cooperación e inversión para los empresarios ecuatorianos.

- La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., cuenta con un personal constantemente capacitado y un producto innovador que mantiene precios competitivos con estándares de calidad y acuerdos para dicho mercado demandado.

- La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., mediante la garantía y calidad de sus productos, asiste constantemente a ferias nacionales e internacionales, manteniendo su prestigio y las relaciones comerciales, asegurándole su pertenencia dentro de diferentes mercados.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se sugiere especializar al personal en planes de negocios orientados a la viabilidad financiera, asociatividad para asumir conjuntamente las oportunidades y desafíos del mercado global enmarcados en el contexto institucional, legal, social y ambiental.

- Crear sucursales en diferentes provincias de país, para facilitar al productor la comercialización del producto, ayudando de esta manera a aumentar sus ingresos.

- Elaborar en el cantón Durán, productos finales, proporcionándole valor agregado a la materia prima que daría lugar a otro proyecto de investigación.

- La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A., al evolucionar estará en la obligación de cuidar el desarrollo de las capacidades personales de gestión y liderazgo, de interpretación de las señales del mercado y de relación en un entorno complejo en lo cultural, organizativo, tecnológico, geográfico, etc., sin excluir los conocimientos puramente técnicos.

- Explorar nuevas oportunidades de mercados, y; a la vez cuidar celosamente las relaciones comerciales existentes, fortaleciendo además los acuerdos comerciales que facilitan y benefician a la empresa para promocionar sus productos y de esta manera mantenerse en el mercado.

RESUMEN

Se ha diseñado un Plan de exportación de Licor de Cacao que oferta la Empresa Chocolates Finos Nacionales (COFINA S. A.) hacia el mercado Chileno, ciudad Santiago, que permita fortalecer la gestión exportadora, estructura organizativa y competencias, poniendo énfasis en el comercio justo donde los consumidores obtienen productos innovadores y de calidad con la garantía de que se ha respetado los derechos de los trabajadores y el medio ambiente, garantizando así el incremento económico de la empresa y del país.

Para su desarrollo se utilizó la Observación de Campo, la recopilación de información sobre series históricas de importación y de consumo realizadas por ese país, dimensionando así la demanda insatisfecha futura y franja de mercado que será atendida, además una identificación de convenios, acuerdos y tratados internacionales existentes.

Se determina que Chile por su ubicación estratégica en el centro de América del Sur, es uno de los países claves para posicionar este producto, ya que cuenta con una economía próspera, moderna y estable, gracias a la alta densidad de empresas multinacionales y al gran número de PYMES, es un mercado importante a nivel internacional.

El resultado de llegar a cumplirse este plan permitirá incrementar más fuentes de trabajo seguras en el país y así el beneficio sería no solo para los empresarios sino para la comunidad.

Se recomienda la aplicación de la siguiente información, ya que contiene un producto muy importante en nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

- MUÑOZ ZABALA, Rubén Darío; MORA G., Luis Aníbal. Diccionario de logística y Negociaciones Internacionales. 3ed. Bogotá, Ecoe Ediciones. 2009
- TORRES GAYTÁN, Ricardo. Teoría del Comercio Internacional. Siglo XXI Editores. México 1975
- ÁVILA MARCUE, Felipe. Tácticas para la negociación internacional. Editorial Trillas 1998
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Ley de comercio Exterior e Inversiones. Editorial Ecoe Ediciones. 2009
- Estudios Sociales, Boom Cacaotero, Ediciones Santillana, 2003.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA (CEPAL). Informes Económicos
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC). Estadística del Comercio Mundial
- www.cofinacocoa.com (en línea).
- www.google.com (en línea).
- www.cae.gov.ec (en línea).
- www.corpei.gov.ec (en línea).
- www.anecacao.com (en línea).
- www.bcentral.cl (en línea).
- www.aduana.cl. (en línea).
- www.bce.fin.ec (en línea).
- www.unctad.org (en línea).
- www.wikipedia.org (en línea).

ANEXOS

ANEXO N° 01: Modelo de contrato de compraventa internacional de mercaderías

La Empresa Chocolates Finos Nacionales COFINA S. A. representado en este acto por el Ing. Cesar Zambrano cuya sede legal se encuentra en la parroquia Eloy Alfaro del cantón Durán en la provincia del Guayas, País Ecuador, ubicada a la altura del kilómetro 11 de la vía Durán – Tambo – Km 26, RUC N 2100501583001.

Y

La empresa **EMPRESAS CAROZZI S. A.** cuya sede legal se encuentra en la Ciudad de Santiago, Región Metropolitana, País Chile, Camino Longitudinal Sur N° 5201. Nos, San Bernardo, Región Metropolitana, contando con Sucursales en diferentes países.

Quienes en lo sucesivo se les denominara como “La Vendedora” y “La Compradora” respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y clausulas.

DECLARACIONES

Declara “La Vendedora”

Que es Una sociedad anónima de derecho privado legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Ecuatoriana el 06 de agosto del 2010, según consta en Acuerdo N 00896 pasada ante la fe del notariado publico Dr. Antonio Abedravo de la ciudad de Guayaquil.

Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización, y exportación de Licor de Cacao.

Que cuenta con la capacidad, conocimiento, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.

Que el Ing. Cesar Zambrano es el legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representante en los términos del mismo.

Que tiene su domicilio en **La ciudad de Guayaquil, Provincia de Guayas, País Ecuador**, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara “La Compradora”

Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en Chile y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de “La vendedora”.

Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.

Que tiene su domicilio en la **ciudad de Santiago, País Chile**, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Ambas partes declaran: Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y al tenor de las siguientes.

CLAÚSULAS

PRIMERA.- Objeto del contrato. El presente contrato establece en detalle los procedimientos y las condiciones económico/financieras de compra.

“La vendedora” y “La compradora” respetan todas las cláusulas de este contrato.

Por medio de este instrumento “La vendedora” se obliga a vender y “La compradora” a adquirir **18000 KG de Licor de Cacao**.

SEGUNDA.- Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que “La compradora” se compromete a pagar será la cantidad de \$ 105.480,00, valor FOB. Puerto de embarque convenido. INCOTERMS, 2000 CCI.

TERCERA.-Forma de pago. “La Compradora” se obliga a pagar a “La Vendedora” el precio pactado en la cláusula anterior, así como el 50% de anticipo y el valor restante mediante **carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista** contra entrega de los documentos siguientes: Conocimiento de embarque (BL), Factura Comercial, Certifica de Origen, Certificado de Seguro.

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, “La Compradora” se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el **Banco de Pichincha, de la ciudad de Quito, con una vigencia de 10 días**.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por “La Compradora”.

CUARTA.- Empaque y embalaje de las mercancías. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo con las especificaciones siguientes:

Empaque	Tipo	Material	Capacidad
Envase primario	Barra - Bolsa	Polietileno de alta densidad	25 kg.
Envase secundario	Caja de embalaje	Cartón corrugado	1 kg en funda

Embalaje: Laminas de plástico envolvente o de adherencia térmica.

La vendedora es responsable por los costes extra acarreados por embalajes insuficientes, inadecuados o incorrectos. La pérdida incidental por mercancías averiadas y los costes contingentes por re-manipuleo serán reducidos del saldo de pago.

QUINTA.- Fecha de entrega. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato de 6 días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

SEXTA.- Vigencia del contrato. Ambas partes convienen que una vez que “La Vendedora” haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y “La Compradora” haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operara automáticamente su terminación.

SÉPTIMA.- Rescisión por incumplimiento. Si una de las partes contratantes incumple de manera manifiesta y deliberada una varia de las condiciones sustanciales de este acuerdo, la otra parte puede rescindir el presente contrato, previo a una discusión y análisis de las razones del incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

OCTAVA.- Insolvencia. Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores, o cualquier otro tipo de insolvencia.

NOVENA.- Demoras en la entrega. El vendedor no responderá a los perjuicios que pudiera ocasionar al Comprador como consecuencia de demoras en la llegada de la mercancía a destino, salvo que tales demoras se hubiesen motivo por causas imputables al Vendedor y no pudiera acreditar causa justificada que hubiese ocasionado dicho retraso.

DÉCIMA.- Cesión de Derechos y Obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

DÉCIMA PRIMERA.- Limite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender de los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

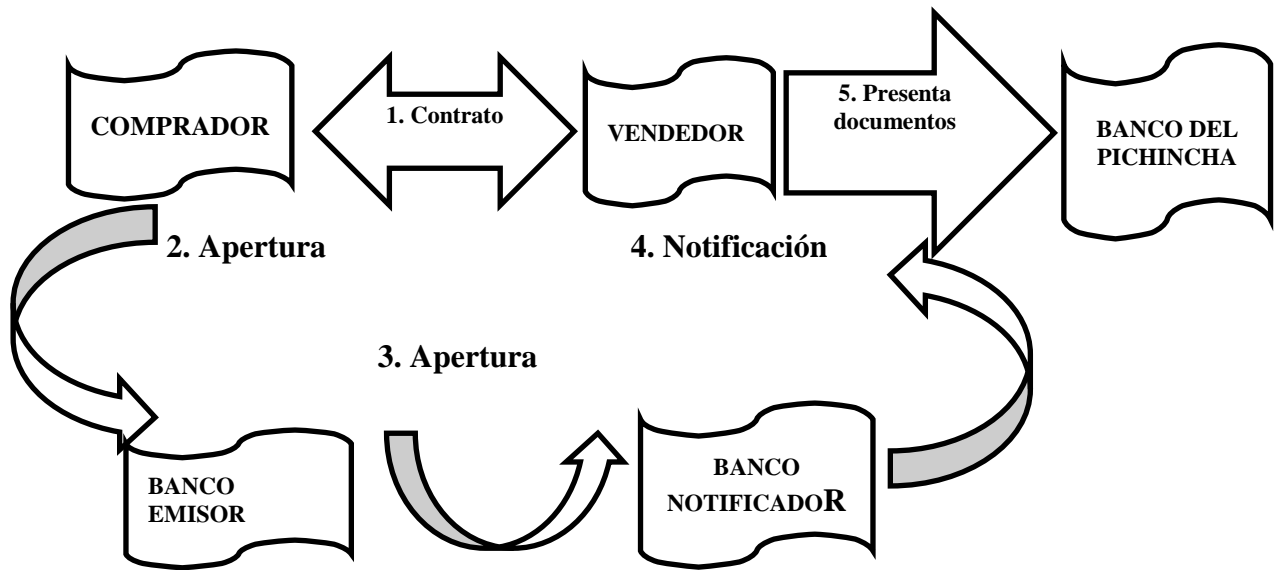
DECIMA SEGUNDA.- Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por la leyes vigentes en la República Ecuatoriana, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

Se firma este contrato en la ciudad de Guayaquil a los dos días del mes de Septiembre del 2012.

“La Vendedora”

“La Compradora”

ANEXO N°02: Sistema de Funcionamiento de la Carta de Crédito



ANEXO N° 03: Ubicación Geográfica de COFINA S. A.



ANEXO N° 04: Bandera de Santiago y Bandera de Chile

Bandera de Santiago



Bandera de Chile



ANEXO N° 05: Mapa de Santiago



ANEXO N° 06: Productos de exportación

CACAO EN GRANO



LICOR DE CACAO



MANTECA DE CACAO



POLVO DE CACAO



ANEXO N° 07: Clasificación del Cacao Ecuatoriano



ANEXO N° 08: Formas de Embalaje



ANEXO N° 09: Distribución de la mercancía en el contenedor



ANEXO N° 10: Maquinarias de elaboración de licor de cacao



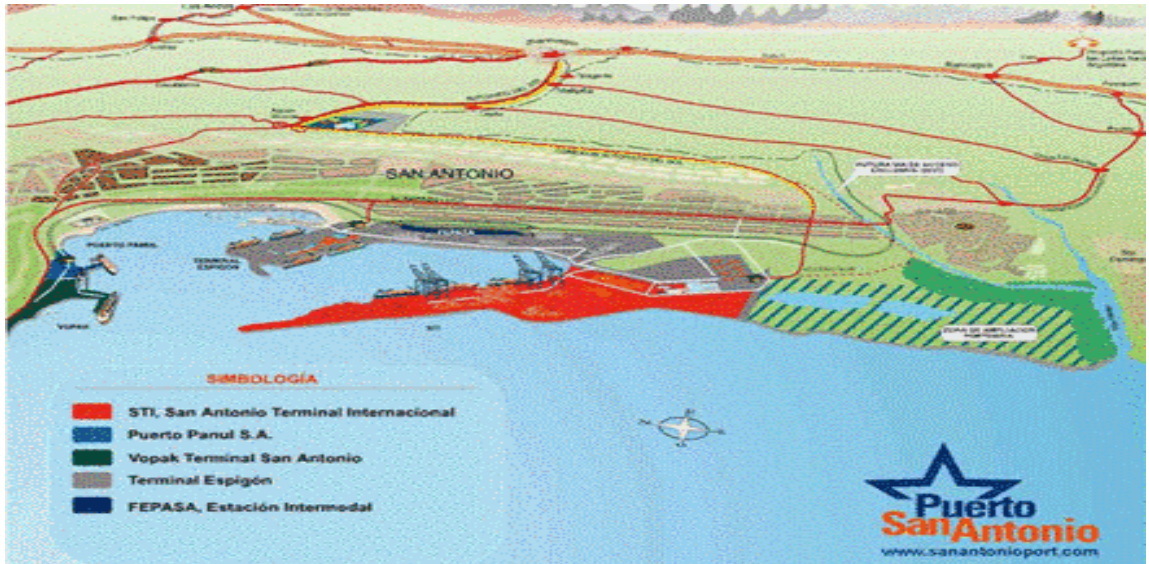


ANEXO N°11: Cosecha del Cacao Ecuatoriano





ANEXO N° 12: Puerto San Antonio



ANEXO N° 13: Exportación de mercadería



ANEXO N° 14: Imagen de descarga de mercadería



ANEXO N° 15: Logotipo Puerto San Antonio

