



Universidad Andrés Bello

Facultad de Ingeniería Comercial
Tesis de Licenciatura



“CANGREJO DORADO O CHACEON CHILENSIS”

Profesor:

Christian Lomakin

Profesor Guía:

Kamel Lahsen

Integrantes:

Cristóbal Portales

Juan Pablo Muzard

Gonzalo Délano

Índice

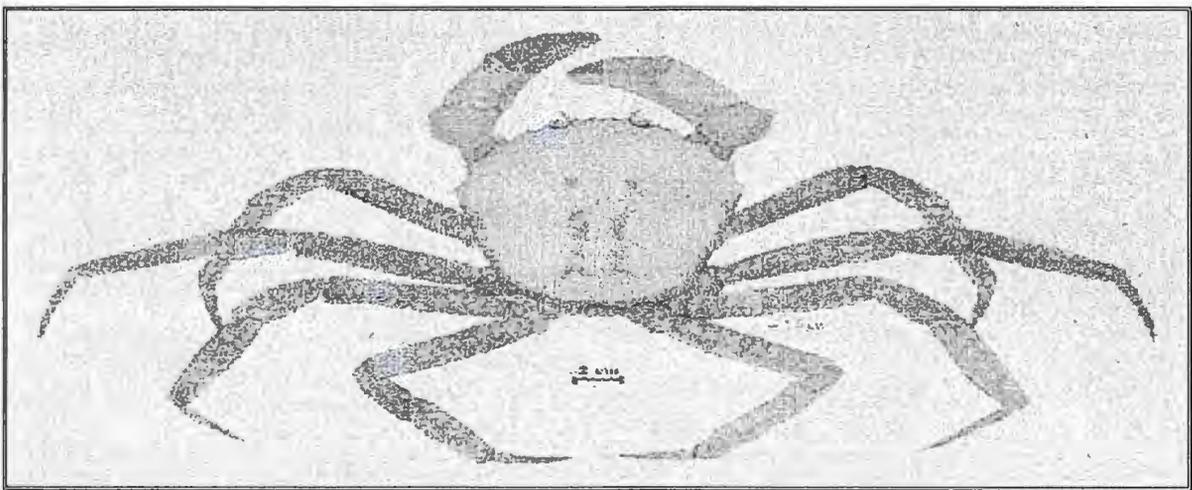
	Página
Tema elegido y sus características _____	1
Antecedentes generales _____	2
Marco teórico _____	4
Análisis del medio _____	7
Misión de Hax _____	9
Análisis de costos _____	12
Procesos y permisos de exportación _____	14
Análisis de las cinco fuerzas de Porter _____	15
Análisis de las 4 Ps _____	17
Fotos _____	21
Descripción del entorno _____	22
Materiales y métodos _____	23
Investigación de Mercados _____	34
Propuesta final sobre el Cangrejo Dorado _____	43
Conclusión _____	46
Bibliografía _____	47

Tema

Elegimos desarrollar un proyecto que consiste en extraer cangrejos dorados desde la Isla Juan Fernández para poder comercializarlos en el mercado nacional en primera instancia para luego poder exportarlo al mercado Japonés.

Los cangrejos dorados son similares a las jaibas y se pescan en la isla de Juan Fernández en profundidades de entre 175 mts. Y 1000 mts. En suelos fangosos y arenosos. Los cangrejos de mayor edad alcanzan grandes tamaños, logrando una alta cantidad de material productivo, de este producto al encontrarse a altas profundidades lo hace de un sabor altamente cotizado por los mercados más exigentes, se compara con la langosta de Juan Fernández, que es reconocida a nivel mundial.

Además la extracción del cangrejo dorado es muy conveniente ya que en los periodos de pesca, es cuando los trabajadores de langostas están desocupados, ya que esta se saca solo en algunos periodos, cada 6 meses al año y el restante se dedican al cangrejo dorado ya que su extracción es más complicada debido a que se encuentra a grandes profundidades, y la langosta no. El cangrejo dorado es considerado un animal prehistórico debido a sus características, pero a la vez desconocido, ya que no se ha encontrado en ninguna otra parte del mundo, fue descubierto en 1997 en Chile en la isla Juan Fernández, y por esto que su biomasa es muy grande y esto lo hace conveniente para su explotación en grandes volúmenes.



Antecedentes Generales

Objetivos Generales

Los objetivos Generales a tomar en consideración para este producto es dar a conocer un producto nacional proveniente de la zona central de Chile, mas específicamente de la Isla de Juan Fernández, que es el cangrejo dorado, ya que es un crustáceo que nunca se ha explotado industrialmente, solo se consume en algunos restaurante y hoteles de prestigio, las cuales son transportadas en bajos volúmenes para su comercialización.

Este producto tiene un gran potencial de comercialización, asociado principalmente a sus cualidades □astronmitas y muy nutritivo, es donde pretendemos incorporar este producto potenciándolo e iniciando nuevas opciones □astronmitas asociados a este productos, que sean del agrado del consumidor objetivo, para que a lo largo del tiempo, puedan adquirir estos productos, en varios locales y en gran parte de los supermercados del país.

Objetivos Específicos

Elegimos desarrollar este proyecto debido principalmente a las altas rentabilidades que se pueden obtener de este producto, tanto en el mercado nacional como en el mercado mundial, empezando en una primera ocasión al mercado nacional, ya que implantáremos el producto en Chile para ver su nivel de aceptación y de preferencia de los consumidores. Para luego enfocarnos en mercados mas grandes como lo es Japón, que es un país desarrollado y el mercado se asemeja al de otros países desarrollados, por lo tanto consideramos que es un buen mercado experimental para la internacionalización de nuestro Producto. Además, en Japón hay una alta valoración por los productos marítimos chilenos, son considerados confiables y de alta calidad, todo esto hace que tengamos mejores oportunidades de negocio en Japón.

Por otra parte el mercado Japonés tiene una ventaja adicional que es su ubicación geográfica y los tratados de libre comercio que tiene Chile con este país lo que más tarde se traducirá en un ahorro de flete y bajas tasas arancelarias y así nuestro producto que llegara con un precio más competitivo. Además aprovecharemos los tratados de libre comercio que Chile esta negociando con los distintos países asiáticos entre los cuales se encuentra Japón, esto permitirá un mejor proceso de internación y una baja en las barreras arancelarias, lo que se traducirá en una ventaja competitiva de nuestro producto al momento de la elección de compra por parte de los japoneses en relación a otro tipo de productos que también son altamente valorados principalmente por sus cualidades gastronómicas que se le que asocia a este tipo de productos.

Marco Teórico

Demanda Interna y Externa del Producto

Actualmente la demanda interna por este producto es muy baja, ya que solo se vende a una selecta cadena de restaurantes, y a pedidos en tiendas dedicadas a comercializar productos marinos, pero aun no se ha transformado en un boom en el mercado ya que cae en la categoría de productos exóticos.

Nuestra idea es hacer más conocida este tipo de carne marina, mediante canales de distribución mas masivos, como son los supermercados y tiendas de comidas no tan especializadas al área marina, siempre orientada al segmento abcl, ya que es un producto que no esta al alcance de toda la población. Con esta políticas de incorporación al mercado nacional esperamos aumentar considerablemente el consumo de este crustáceo a nivel nacional, para poder después empezar a proyectar la exportación de la carne a mercados donde se valora muy bien este tipo de productos, como es el caso de Japón.

En cambio en el mercado internacional, debido a su origen, sabor y textura se transforma en un producto alternativo de consumo en el mercado internacional, especialmente en el mercado Japonés. Los cangrejos dorados son un excelente sustituto para la carne de Jaiba, centolla y langosta, debido a su composición nutricional, el potencial de extracción que no tiene ningún tipo de veda, y es preferido por los consumidores por su especial sabor (más suave y consistente).

El mercado Japonés es un antecedente de cómo se comportarían los mercados externos, sobre el consumo de este tipo de carnes, por lo que desarrollar esta estrategia es lo mas lógico, además que se esta buscando lo que sea mas rentable al largo plazo y este país ofrece todos estos atributos, ya que posee un Pib per cápita mucho mayor que al de Chile, y tiene una cultura de consumo en este tipo de producto mucho mas arraigada a su cultura que la nuestra, a pesar de tener una extensa costa a lo largo de todo el territorio nacional.

Factor Principal del Producto

El motivo por el cual nos interesa exportar este producto, es que gracias a la valoración que se le da en los mercados internacionales por su exquisita composición nutricional, reflejada en la carne, es que se pueden obtener rentabilidades muy superiores en comparación al mercado nacional, debido a esto que nosotros nos basaremos en tres factores para fijar el precio final en el mercado japonés, en un principio, ya que a medida que se vaya incorporando y aumentando su participación nosotros intentaremos abarcar otros mercados, para llegar a ser los principales exportadores de esta exquisita carne a nivel mundial.

1.- El precio de los sustitutos en el mercado internacional, en este caso corresponde al precio de la carne de jaiba. El kilo de carne de jaiba se exporta a Japón, bajo los mismos términos de intercambio en us\$ 18 dólares.

2.- El segundo elemento a considerar es nuestra estructura de costos, como vamos a comercializar los cangrejos, no tenemos grandes costos fijos por lo cual no necesitamos vender grandes volúmenes a bajo precio, sino que podemos vender un poco menos en cantidad y obtener un mayor margen.

3.- El tercer punto a considerar es el alcance del precio que vamos a fijar, pretendemos exportar bajo el modo FOB, esto significa que nuestro precio contempla la entrega de la mercadería a bordo del medio de transporte, incluyendo los gastos de embarque y los pagos de impuestos de exportación.

Es así como decidimos fijar un precio de us\$ 150 dólares (aprox.) por la bolsa de carne de Cangrejo Dorado de 10 Kg., lo que nos resultaría muy rentable en un principio debido a lo mencionado anteriormente, que nuestro sistema de operaciones incurre en costos muy bajos, ya que pensado a largo plazo y dependiendo de la aceptación que tendrá el producto en el mercado Japonés, que pretendemos industrializarnos, para poder llegar así a distintos mercados y ofreciendo el producto no solo en bolsa de 10 Kg., si no que también en diferentes formatos a diferentes precios.

Otra ventaja que nos da este producto en un principio, es que debido a los bajos costos de extracción y de exportación, es que sus principales competidores como el caso de la jaiba, están en valores similares pero con el consentimiento que es una carne de menor calidad y menos apetecida gastronómicamente, lo que sin duda alguna significa una fortaleza para poder penetrar el mercado y poder vender de forma rápida y segura nuestros productos en el mercado japonés.

Análisis del Medio

I) **Análisis Interno:**

1.1) **Fortalezas**

- Es un producto novedoso que fue descubierto en 1997.
- Se puede obtener su denominación de origen
- Es un producto exclusivo, solo se encuentra en Juan Fernández.
- Es un producto que se puede congelar
- Tiene altas propiedades nutricionales
- Hay una gran biomasa de este cangrejo.
- Es un producto que no tiene veda.

1.2) **Debilidades**

- Estacionalidad de su extracción
- Bajo porcentaje de carne por cangrejo, es de un 26%
- Poca durabilidad del producto fresco
- Es un producto que no se conoce en el mercado
- Su extracción es artesanal

I) **Análisis Externo**

2.1) **Oportunidades**

- Es un mercado emergente
- Bajas barreras de entrada
- Bajas barreras de salida
- Alta demanda en el extranjero
- Industria con alta rentabilidad

2.2) Amenazas

- Amplia gama de sustitutos
- Baja cantidad de proveedores
- Dependencia climática
- Alto riesgo de nuevos entrantes al mercado

Conclusión

Luego de realizársete análisis creemos que es interesante entrar a la industria ya que presenta buenas rentabilidades y altos márgenes. Que haya una alta capacidad de extracción representa una buena característica para intentar internacionalizar el producto. Al igual que cualquier negocio hay riesgos implícitos los cuales nos parece que son menores respecto a la proyección de este mercado emergente.

Misión de Hax

Análisis de Mercado

¿Cómo elegir el mercado?

La principal estrategia que respalda nuestro producto, es la alta diferenciación que este representa. Es un producto de alta calidad con características tan especiales como que son de recolección natural. Es por esto que se hace esencial presentar un producto de alta calidad a un alto precio, donde requerimos un mercado con alto poder adquisitivo y dispuesto a pagar por un producto. Claramente el mercado nacional presenta los atributos necesarios como para lograr un negocio rentable. El mercado asiático, en especial Japón, presenta las características necesarias como para querer internacionalizar el cangrejo a esos destinos. Tienen alto poder adquisitivo, son una población muy grande, poseen una cultura gastronómica de hace muchos años y valoran ventajas competitivas como las que se mencionarán más adelante. En definitiva analizar los atributos del mercado que queremos explorar tiene relación directa con la estrategia y se hace esencial tener claro que necesitamos del destino.

Análisis del Producto

El Cangrejo Dorado, sin duda que es un producto novedoso y poco conocido sobre todo en Chile, es por esto que explicaremos de qué se trata.

En el año 1997 en la isla de Juan Fernández es encontrado por primera vez en Chile el “Chaceon Chilensis” o más conocido como Cangrejo Dorado, es cuando comienzan los estudios de impacto ambiental y de las biomasas presentes en la zona, que entregan como conclusión que estamos en presencia de un gran producto. Sus principales características son las siguientes:

- Alto nivel de propiedades nutricionales.
- Excelente sabor y textura.
- Alimentación y captura natural. (Orgánico).
- Se mantienen las propiedades aun después de cocido y congelado.
- Proviene de una zona reconocida por sus productos del mar.

Análisis Geográfico

Se hace primordial analizar la zona geográfica, sus características y bondades para entender el por que la carne del Cangrejo dorado es tan apetecida en mercados externos.

Es un animal que vive en aguas profundas, entre 100 y 800 metros, por lo que su composición es con alto niveles de grasa lo que lo hace un producto muy sabroso.

Las aguas frías del pacífico entregan características únicas que hacen que el cangrejo sea tan bueno. Su gestación, alimentación y desarrollo es absolutamente natural, donde no se interviene por el hombre. La captura es absolutamente natural por lo que el estrés del animal es muy bajo. Esto lo cataloga con un producto de alta calidad y perteneciente a la categoría de orgánico, concepto que es muy valorado en la gastronomía actual.

Ventajas Competitivas

Una de las más importantes bases en donde potenciaremos nuestros productos son sin duda las ventajas competitivas. Tenemos varias ventajas frente a los otros países, algunas de orden comparativas y otras competitivas. En primer lugar somos privilegiados por toda la cantidad de mar que existe e nuestro país, somos de los pocos países que poseen el Cangrejo Dorado, nuestras condiciones climáticas, como la temperatura de las aguas, las oscilaciones térmicas, las corrientes, los vientos, etc. Son muy adecuados para el perfecto desarrollo del Cangrejo dorado. La biomasa en nuestro país es muy grande lo que nos permite extraer buenas cantidades de materia prima sin dañar el aspecto ambiental. El costo

en mano de obra es muy bajo, que representa un punto muy importante al momento de estructurar los costos y así poder comprar un producto terminado de gran relación precio calidad.

Análisis de Costos

Costos Operacionales	
Mercadería	\$ 5.000.000
Carga de mercadería	\$ 30.000
Flete al puerto	\$ 50.000
Descarga de mercadería	\$ 30.000
Seguro 2 %	\$ 142.456
Despachante aduanas 1,5 %	\$ 106.843
Gastos de representación	\$ 100.000
Total C. Operacionales	\$ 5.459.300

Estado de Resultados negocio Spot	
Ing. X Vta.	\$ 7.122.840
C. operacional (anexo 189	\$ 5.459.300
Mg. Operacional	\$ 1.663.540
Costos Fijos (anexo 176	\$ 800.000
Mg. Bruto	\$ 863.540
Impto.	\$ 146.801
Utilidad x mil kilos	\$ 716.739

Costos Fijos	
Arriendo	\$ 250.000
Sueldos	\$ 300.000
Cuentas Luz, Agua	\$ 150.000
Teléfono	\$ 100.000
Total	\$ 800.000

Nota: Los costos fijos constituyen el 20 % de una empresa que ya esta establecida desde la cual operaremos en una primera etapa.

Procesos y Permisos de Exportación

Para empezar es necesario que la planta exportadora tenga las certificaciones adecuadas y necesarias que se requieren en el país al cual se quiere exportar, en el caso de Japón es necesario:

1. La empresa exportadora necesita tener una razón social, una iniciación de actividades y tener el giro de exportador.
2. Numero de registro de la FDA (foods drug administration)
3. Resolución sanitaria que da el ministerio de salud, en la que se describe que la empresa esta apta para congelar el producto y así poder exportarlo.
4. Certificación del SAG, por lo general se revisa el producto en el frigorífico de salida o bien en el puerto de salida, que tenga las características de sanidad.
5. Control de calidad del producto, en el que se especifican los análisis microbiológicos del producto, en este caso la calidad de las aguas.
6. Se exige tener contrato con el cliente.

Luego de tener las certificaciones necesarias, el proceso es el siguiente:

1. Tramitar la legalización del DUS (documento único de salida)
2. Presentar el Documento único de Salida (DUS).
3. Consumar la exportación.
4. Informar al Banco Central de Chile sobre el destino de las divisas.
5. Tramitar los Beneficios a la Exportación, como:
 - Sistema Simplificado de Reintegro a las Exportaciones no Tradicionales
 - Recuperación de Impuesto al Valor Agregado
 - Pago Diferido de Gravámenes Aduaneros y Crédito Fiscal aplicable a bienes de Capita y su Amortización con Exportaciones
 - Sistema de Reintegro de Derechos y demás Gravámenes Aduaneros

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Sustitutos

El Cangrejo dorado posee una gran cantidad de sustitutos, ya que en todo el mundo hay una gran variedad de distintos tipos de cangrejo, pero ninguno con características tan exclusivas como el cangrejo dorado de Juan Fernández, ya sea por su gran tamaño, por las grandes profundidades que se encuentra, el lugar geográfico que esta localizado, o por pertenecer a un lugar de gran reputación en cuento a productos marítimos como lo es Chile.

Poder de negociación con proveedores

El poder de negociación con los proveedores es muy alto, ya que los volúmenes que venden hoy en día son demasiado pequeños, ya que solo lo venden en el mercado nacional, y este muy pequeño, solo los restoranes y hoteles más exclusivos lo compran para ofrecerle a sus clientes, también lo compra un número reducido de compradores particulares que esta dispuesto a pagar un alto precio por este producto tan exclusivo como lo es el cangrejo dorado. Por lo tanto la idea de ofrecerles la compra de grandes volúmenes a nuestros proveedores, seguramente se llevaría a una negociación de precio y facilidades de pago ya que su explotación del producto se alcanzaría altos volúmenes, lo cual seria muy beneficioso para ellos.

Poder de negociación con clientes

El poder de negociación con nuestros futuros clientes es de nivel medio, ya que es un producto nuevo, lo que implica mucho riesgo para el cliente, pero a la vez es un producto muy exclusivo que podría producir un bum explosivo de consumo en mercados que están en busca de nuevos productos exóticos y exclusivos, y que además contengan grandes propiedades alimenticias como lo es el cangrejo dorado.

Rivalidad en la industria

El cangrejo dorado casi no tiene rivalidad en la industria, es exclusivo de Juan Fernández, pero al tener una gran cantidad de sustitutos como lo es la langosta, la jaiva, la centolla, king \square ast, lo hace un producto de difícil venta en los distintos mercados, ya que la diferenciación de precios es muy mínima. Pero la gran especialización de los distintos mercados más exigentes por encontrar nuevos productos, abre grandes expectativas de la aceptación que va a tener el cangrejo dorado a nivel mundial.

Nuevos entrantes al mercado

Las barreras de entradas al mercado son muy altas ya que la mayoría de los productos ya fueron descubiertos hace años y son conocidos en el mundo, y están siendo explotados a distintos niveles, pero todos siempre expectantes a nuevas oportunidades para poder agrandar los volúmenes de explotación, ano ser de que estén regulados por vedas, que en este caso el cangrejo dorado no es una preocupación ya que hay una gran masa que no se ha explotado y lo explotado se hace de forma artesanal y esta no afecta en lo mas mínimo la gran población que existe.

Análisis de las 4 Ps

Producto

Nuestro producto pretende ser percibido como un producto de alta calidad, buscamos diferenciarnos de otros productos, con los cuales debemos competir.

Para esto, hemos preparado un envase de calidad superior, que permita que los cangrejos se mantengan congelados y nuestros clientes lo reciban en óptimas condiciones.

Otro aspecto importante es que pretendemos vender a intermediarios, por lo que las bolsas con carne de Cangrejo Dorado van embaladas en cajas.

El producto es entregado a un especialista en su País de destino, quien se encarga de distribuirlo a los diferentes lugares que queremos llegar con el cangrejo, estos son los restaurantes, hoteles y hogares de altos ingresos.

Política de Precio

Siendo Juan Fernández la única región del mundo en donde se cultivan los Cangrejos dorados no enfrentamos competencia directa, sino más bien de sustitutos.

No realizaremos descuentos por formas de pago por que consideramos la Carta de Crédito Irrevocable como el único medio de pago posible para comercializar. Esto obedece a una política de la empresa para operar en su primera etapa, que no será modificada a menos que esto constituya una traba para la Comercialización, pero jamás en caso de tratarse de clientes nuevos.

Análisis de Costos

Como nuestros costos fijos son bajos y nuestros costos variables son más importantes, no existe un incentivo para aumentar la producción con el fin de buscar una escala mínima eficiente, lo que significa que es preferible vender menos unidades a un mayor precio, para así, marginar más.

Descuentos por volúmenes

Estamos en condiciones de realizar descuentos por volúmenes, ya que nuestros costos operacionales se pueden ver reducidos al contratar volúmenes mayores de flete, de carga y descarga y de costo de la mercadería. A continuación presentaremos una tabla de descuentos por volúmenes.

Tabla de descuentos

1000 Kg. – 3000 Kg.	\$ 7.122
3001 Kg. - 5000 Kg.	\$ 6.980
5001 Kg. – 7000 Kg.	\$ 6.837
7001 Kg. – 10000 Kg.	\$ 6.695
10.001 Kg. – mas	\$ 6.553

Nota: Los precios son los valores por kilo de cangrejo dorado.

Plaza

Comercializaremos en un principio en los principales restaurantes asociados a la preparación de platos con productos del mar, y también en tiendas especializadas del sector oriente de la ciudad de Santiago, donde existe una mayor presencia del segmento al cual apuntamos. Luego de incorporar al mercado nacional buscamos un mercado externo como referencia para abrirse al mundo con este producto.

Elegimos un mercado asiático, específicamente Japón por varias razones entre las que se mencionan las siguientes:

- En primer lugar Japón es un país con gran poder adquisitivo, posee un ingreso per. Capita de 43 mil dólares, que comparado con los 5 mil dólares que es el ingreso per. Capita en Chile, claramente es un mercado mucho más atractivo.

- Otro factor importante a la hora de elegir el mercado es el número de habitantes que tiene un país o una región. En el caso de Japón existe una población de 127 millones de habitantes, alrededor de 8 veces la población chilena.

- También juega a favor la predisposición y la aceptación de los japoneses por consumir productos alimenticios importados, el 11 % de las importaciones japonesas corresponden a productos alimenticios.

- Por último debemos destacar la valoración que existe por parte de los japoneses por los productos naturales, dentro de los cuales el cangrejo dorado, alimentado en forma natural y sin ningún tipo de hormonas, sin duda que tendrá un lugar de privilegio.

Promoción

El primer paso para promocionar nuestro producto será la creación de una página Web, en dos idiomas, que cumpla con dos objetivos principales:

En primer lugar sea un medio de comunicación e información para la difusión de los enormes beneficios que significa el consumo de los Cangrejos Dorados.

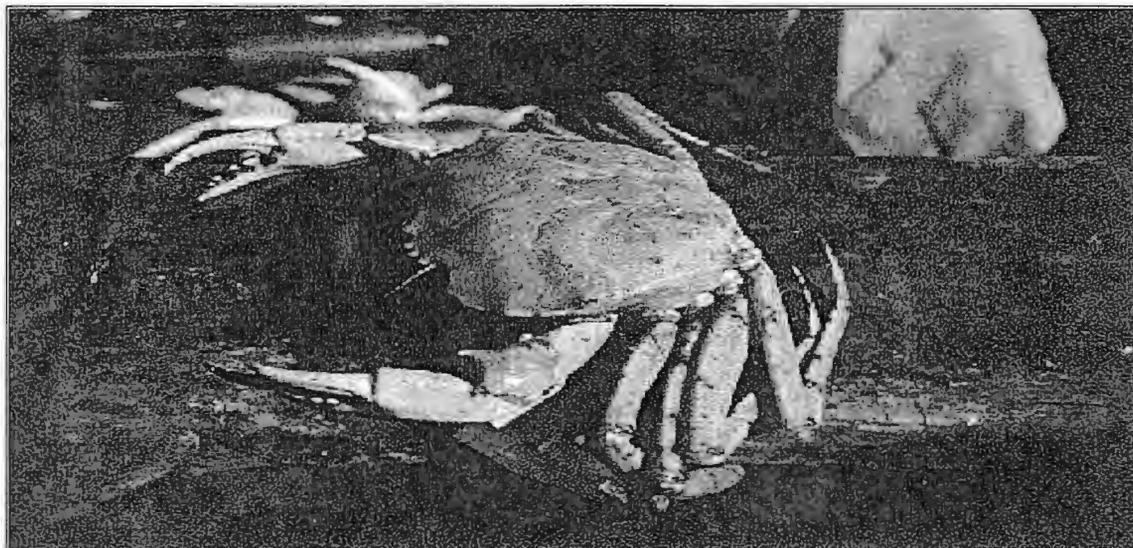
En segundo lugar, que la página sirva como medio de contacto entre nuestros potenciales clientes y la empresa.

El segundo paso será la participación de nuestra empresa en ferias internacionales de comida oriental con platos elaborados con Cangrejos Dorados, destacando sus propiedades alimenticias y su procedencia natural.

Por ultimo, en esta primera etapa de lanzamiento estableceremos contactos directos con un traductor que se encargara de ofrecer y dar a conocer los productos y sus beneficios.

Fotos

Cangrejo Dorado (vivo)



Cangrejo Dorado (Envasado)



Descripción del Entorno

Durante 1997, la Escuela de Ciencias del Mar de la Universidad Católica de Valparaíso desarrolló un programa de pesca exploratoria en el archipiélago de Juan Fernández, labor que fue financiada por el Fondo de Investigación Pesquera (FIP). El principal objetivo de dichas labores consistió en identificar recursos pesqueros potenciales, a fin de diversificar la pesquería existente en estas islas, la cual está orientada casi exclusivamente a la extracción de la langosta. Como resultado se detectó la presencia del cangrejo dorado en torno a ambas islas, entre 175 y 1000 m de profundidad. Esto motivó la realización de una campaña de pesca experimental, que fue orientada a determinar el aparejo más adecuado para su captura, definir la distribución en profundidad y establecer el equipamiento y régimen operacional apropiado para la extracción de este recurso.

El objetivo del presente es el establecer un primer estimado de la abundancia y biomasa de Cangrejo dorado, en aguas circundantes a las islas Robinson Crusoe y Santa Clara. Así también, dada la importancia que puede representar esta especie para los pescadores insulares, se consideró la determinación de algunos aspectos básicos de su biología pesquera.

El Archipiélago Juan Fernández se encuentra a aproximadamente 670 km al oeste del territorio continental chileno en el Océano Pacífico y está conformado por las islas Robinson Crusoe (4.794 ha), Santa Clara (221 ha) y, a una distancia de 180 km más al oeste de las primeras dos, la isla Marinero Alejandro Selkirk (4.952 ha). Descubierta en 1574, la entonces isla Masatierra (ahora Robinson Crusoe) sólo comenzó a ser habitada en forma permanente desde 1877. Hoy día viven allí alrededor de 600 personas. Actualmente es considerada por la UNESCO como una de las siete reservas de la biosfera que tiene Chile, gracias a su flora y fauna, que es única en el mundo.

MATERIALES Y MÉTODOS

Aspectos generales

La información utilizada fue obtenida en las operaciones de pesca experimental del cangrejo dorado, realizadas entre 175 y 625 m de profundidad en aguas del archipiélago de Juan Fernández. La zona de estudio se ubicó al área noreste de la isla Robinson Crusoe, frente a bahía Cumberland (Fig 1), en atención a que se determinó la presencia de esta especie en todos los fondos que fueron previamente explorados. El área proporciona la conveniencia adicional de estar cerca de la base de operaciones (San Juan Bautista), para permitir el rápido retorno a puerto ante eventuales cambios meteorológicos.

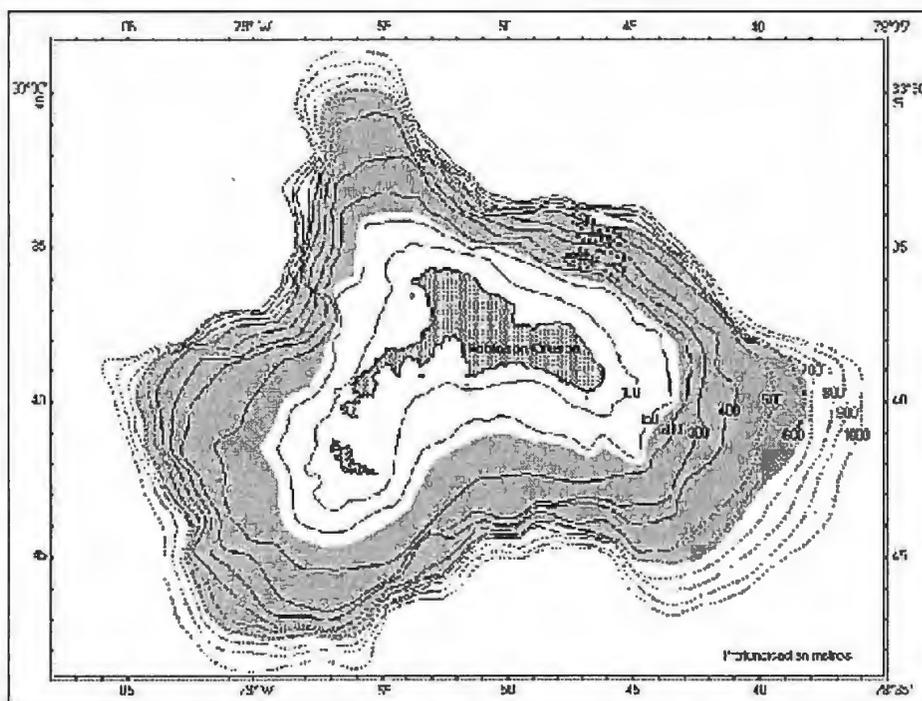


Figura 1. Ubicación de las trampas durante la pesca experimental (•) y área de estimación de la biomasa y abundancia (sombreado) del cangrejo dorado (*Chaceon chilensis*).

Figure 1. Location of traps (•) during the experimental fishing of the golden crab (*Chaceon chilensis*). Biomass and abundance area of estimation (gray area).

Las trampas empleadas incluyeron diversas variantes tecnológicas de diseño, dimensiones geométricas, así como forma y tamaño de las entradas. Los diseños utilizados fueron: a) Truncocónica con entrada rectangular; b) Truncocónica con entrada circular; c) Tetragonal pequeña con entrada rectangular; d) Tetragonal pequeña con entrada circular; e) Tetragonal grande con entrada rectangular; f) Tetragonal grande con entrada circular; g) Piramidal pequeña con entrada rectangular; h) Piramidal pequeña con entrada circular; i) Piramidal grande con entrada rectangular; j) Piramidal grande con entrada circular; k) Langostera con entrada en un extremo; y l) Langostera con entrada en la parte superior. Se trabajó simultáneamente con varias tenas compuestas cada una por dos trampas de distinto diseño, amarradas a la línea de calado a 100 m la una de la otra, con chicotes de 30 m de longitud. Las trampas fueron caladas mediante un orinque de polietileno torcido de 5 y 6 mm de diámetro. Como carnada se utilizaron especies de peces locales.

Metodología de evaluación

La estimación de abundancia se efectuó mediante la metodología del Área Teórica de Influencia de las Trampas. Este procedimiento, que se asemeja al de Área barrida cuando se trabaja con redes de arrastre, se ha propuesto para evaluar poblaciones marinas en el caso de recursos que son capturados con trampas. Este método ha sido empleado por la Comisión para la Conservación de los Recursos Vivos Marinos.

La metodología de área de influencia de las trampas se sustenta en que los organismos son muy sensibles a los estímulos químicos de las sustancias disueltas en el agua por los cebos o carnadas. De allí que cada trampa tiene un “radio de acción”, o “un área teórica de influencia” respecto a los organismos que se encuentran a su alrededor.

RESULTADOS

Aspectos generales

Las faenas de pesca experimental se realizaron entre el 23 de marzo y el 2 de junio de 1997, en el rango entre 175 y 625 m de profundidad. La elección de dicho rango tiene relación con la distribución batimétrica del recurso objetivo y la dificultad de operar a más de 600 m de profundidad con una embarcación artesanal.

Composición de la población

Las capturas de Cangrejo dorado se caracterizaron por la extracción casi exclusiva de machos. En todo el período de trabajo, con todos los tipos de trampas utilizados y en todo el rango de profundidad estudiado la fracción de hembras alcanzó únicamente al 2,2% (n = 56 hembras). Esto motivó que los análisis biológico-pesqueros se hayan efectuado solamente en machos de esta especie.

Respecto al peso total individual, los valores máximos y mínimos observados correspondieron respectivamente a 250 y 1410 g. El peso total promedio de los ejemplares (machos) fue de 863 g.

Los ejemplares estuvieron comprendidos entre 84 y 147 mm de longitud cefalotorácica. La distribución de frecuencias de tallas de los machos es claramente polimodal, con la moda centrada alrededor de 118 mm de longitud cefalotorácica. Se destaca en ella la escasa proporción de ejemplares con tallas menores de 105 mm y mayores de 130 mm. En el caso de las escasas hembras capturadas, se distribuyeron principalmente a los 85-100 mm, 105-110 mm y 130-140 mm.

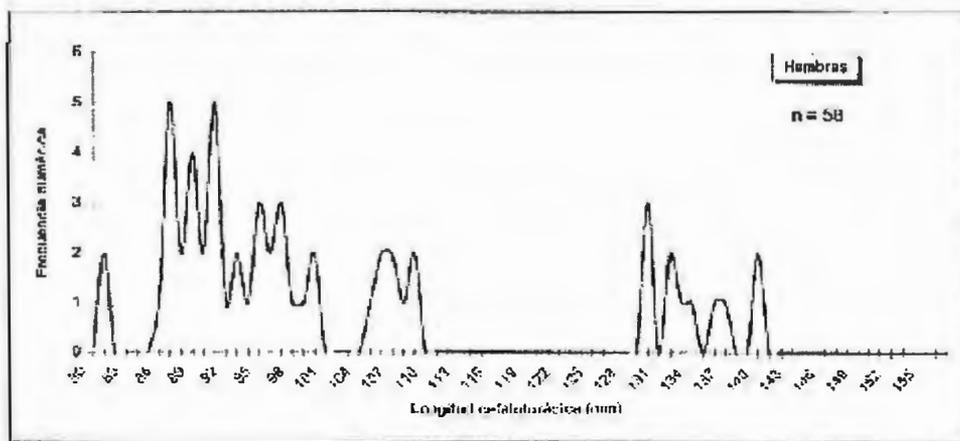
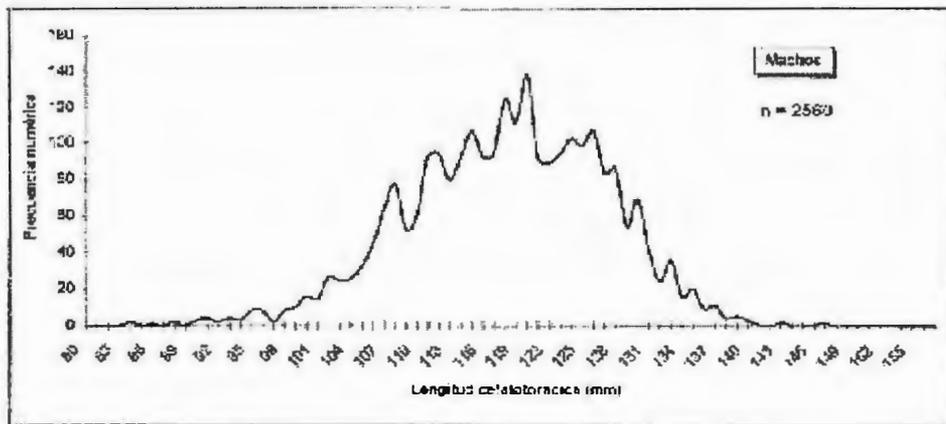


Figura 2. Distribución de frecuencias de tallas del cangrejo dorado (*Chaceon chilensis*).

Figure 2. Length frequency distributions of golden crab (*Chaceon chilensis*).

Al comparar las tallas medias de Cangrejo dorado capturados por rango de profundidad, éstas mostraron ser estadísticamente semejantes entre 400 y 550 m (Fig. 3). No obstante, los promedios determinados en 250, 300 y 350 m, así como en 600 m son estadísticamente diferentes entre sí y mayores a los observados en el rango 400 a 550 m. Esto demuestra que los ejemplares de mayor talla se encuentran distribuidos principalmente sobre 425 m y bajo 575 m de profundidad.

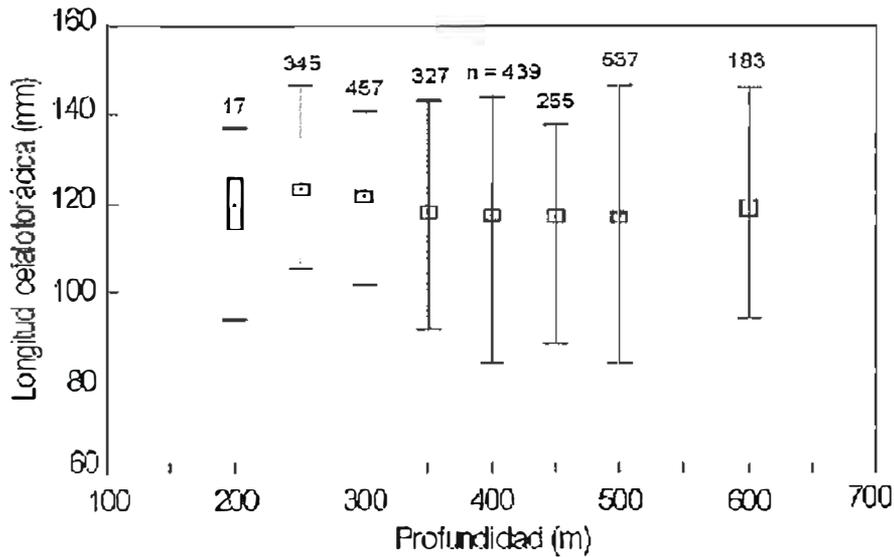


Figura 3. Longitudes cefalotorácicas medias, banda de confianza al 95% y desviación estándar de cangrejo dorado capturado a diferentes profundidades.

Figure 3. Cephalothoracic mean lengths, 95% confidence band and standard deviation for golden crab caught at different depths.

Estimación de abundancia y biomasa

Para determinar la biomasa disponible de Cangrejo dorado, se consideraron los siguientes aspectos, a la vez que se determinaron los valores que se indican a continuación:

a) Distribución del recurso. Se consideró que la distribución del cangrejo dorado es similar al observado en el área donde se realizó la pesca experimental, dada las características de estas islas y los resultados obtenidos en las faenas de pesca exploratoria. Así también, si bien este crustáceo se encontró entre 175 y 1000 m de profundidad, la evaluación se efectuó únicamente hasta los 625 m, dado que sólo hasta esa profundidad se contó con registros representativos de captura por unidad de esfuerzo.

b) Área de cada estrato de profundidad. El área total entre 175 y 625 m es de 133,2 mn². En el caso del estrato 176-225 m, se utilizó sólo la mitad del área determinada, en atención a que ésta corresponde al área límite de distribución del recurso. De esta forma, se considera que hasta 625 m el área total en que se encuentra presente este recurso es equivalente a 117,5 mn².

Tabla 2. Estimación de biomasa (en peso) y densidad (ind./1000 m²) de cangrejo dorado de Juan Fernández, mediante el método de área de influencia de las trampas.

Table 2. Golden crab biomass estimate (by weight) and densities (ind./1000 m²), by the trap area of influence method.

Rango de profundidad (m)	Profundidad media (m)	Superficie total (mn ²)	CPUE media (kg/trampa)	CPUE media (ind/trampa)	Área de pesca de las trampas (m ²)	Estimación en peso		Estimación en número	
						Biomasa disponible (ton)	Densidad promedio (ind./1000 m ²)	Número de individuos	Densidad promedio (ind./1000 m ²)
176-225	200	15.0	6.07	6.00	2827.4	110.5	2.0	109.177	2.1
226-275	250	16.9	6.07	6.07	2827.4	124.4	2.1	124.375	2.1
276-325	300	14.2	7.41	7.41	2827.4	127.7	2.7	127.669	2.6
326-375	350	11.5	6.69	6.69	2827.4	93.5	3.0	93.458	2.4
376-425	400	13.2	6.40	6.40	2827.4	102.7	2.9	102.683	2.3
426-475	450	14.9	5.06	5.06	2827.4	91.7	2.3	91.674	1.8
476-525	500	12.6	8.45	8.45	2827.4	128.7	3.8	128.695	3.0
526-575	550	10.2	9.44	9.44	2827.4	116.6	3.5	116.553	3.3
576-625	600	9.0	9.12	9.12	2827.4	99.7	3.2	99.713	3.2
TOTAL		117.5	7.08	8.20		995.3	2.9	993.997	2.4

Radio base de influencia de la trampa = 30 m
 Peso medio de los ejemplares (machos) = 863 g

Radio (m)	30
Factor q	1
Factor área	1

c) Captura por trampa. Para la evaluación de la abundancia se utilizó el valor de captura por trampa obtenida por trampas de diseño troncocónico con entrada de plástico, dado que éste fue el modelo determinado como más apropiado para la pesca de este recurso. Se considera que la CPUE obtenida con este aparejo es representativa de la abundancia en el correspondiente rango batimétrico de pesca e igualmente en todas las zonas alrededor de las islas. Dicha CPUE es de 7,1 kg/trampa u 8,2 ejemplares/trampa.

d) Radio de influencia del aparejo. Uno de los aspectos más preponderantes en la metodología de evaluación mediante el Área Teórica de Influencia de las Trampas, es la definición del radio de influencia del aparejo de pesca. De acuerdo a resultados de investigaciones en las que se ha utilizado técnicas fotográficas y otros medios de observación directa, se ha estimado el radio de pesca efectiva de 27 a 30 m al emplear trampas en la captura de cangrejos de aguas profundas de los géneros Geryon y Chaceon.

Por tal motivo, se adoptó un radio de 30 m en este estudio, al igual a como se han efectuado evaluaciones en experiencias similares en estos cangrejos. Así, también, se consideró que no existe interacción entre las trampas, ya que éstas quedaron distanciadas entre sí entre 100 y 200 m.

e) Crecimiento. Se inspeccionaron las distribuciones de frecuencias de tallas obtenidas y se determinaron las posibles modas en dicha distribución. Para ello se utilizó el programa computacional FISAT (FAO/ICLARM Stock Assessment Tools), utilizando como antecedentes los valores de incrementos por muda señalados por Melville-Smith (1988b, 1989). Con esta información, se obtuvo los siguientes parámetros de crecimiento (Figs. 6 y 7):

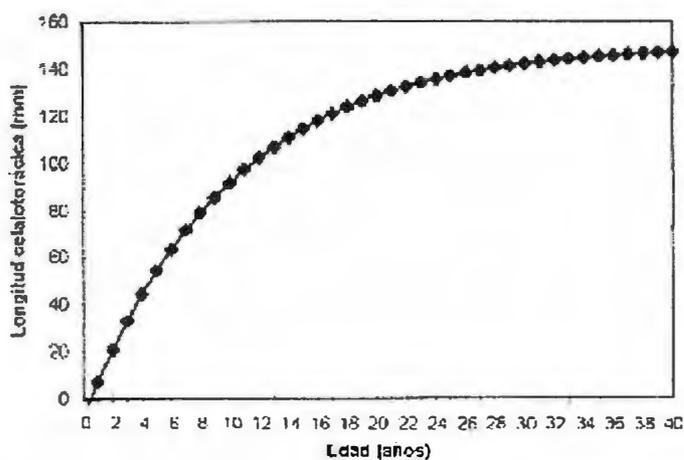


Figura 6. Curva teórica de crecimiento en longitud de machos de cangrejo dorado (*Chaceon chilensis*).

Figure 6. Theoretical length growth curve in male of golden crab (*Chaceon chilensis*).

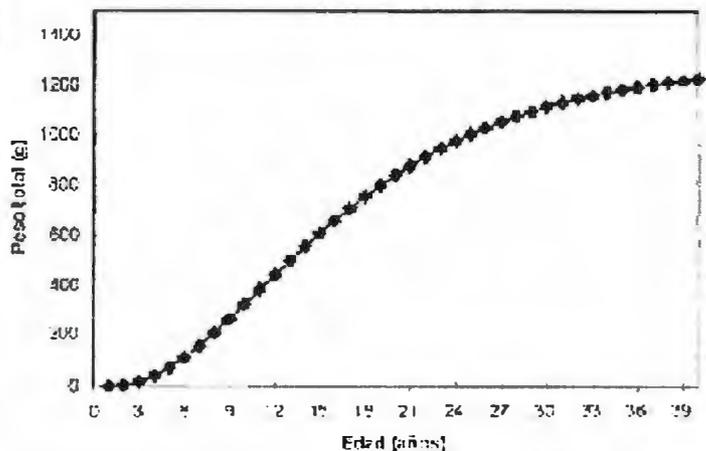


Figura 7. Curva teórica de crecimiento en peso de machos de cangrejo dorado (*Chaceon chilensis*).

Figure 7. Theoretical weight growth curve in male of golden crab (*Chaceon chilensis*).

- $L_{\infty} =$ 150 mm de largo cefalotorácico
- $W_{\infty} =$ 1297 g de peso total húmedo
- $k =$ 0,1 año⁻¹
- $t_0 =$ 0,5 años

f) Mortalidad natural. Este valor se determinó mediante un proceso iterativo, de forma que el valor de mortalidad, en ausencia de pesca, permitiera que una mínima parte de organismos alcanzara el 95% de la longitud asintótica. Así, se estimó como valor más probable $M = 0,15$.

La biomasa disponible de Cangrejo dorado se estimó en 995,3ton en el rango de profundidad de 175 a 625 m (Tabla 2), con un promedio general de 100 toneladas en cada estrato de 50 metros. La densidad promedio, utilizando el peso medio global de los ejemplares, corresponde a 2,9 ind./1000 m².

Tabla 2. Estimación de biomasa (en peso) y densidad (ind./1000 m²) de cangrejo dorado de Juan Fernández, mediante el método de área de influencia de las trampas.

Table 2. Golden crab biomass estimate (by weight) and densities (ind./1000 m²), by the trap area of influence method.

Rango de profundidad (m)	Profundidad media (m)	Superficie total (mn ²)	CPUE media (kg/trampa)	CPUE media (ind/trampa)	Area de pesca de las trampas (m ²)	Estimación en peso		Estimación en número	
						Biomasa disponible (ton)	Densidad promedio (ind/1000 m ²)	Número de individuos	Densidad promedio (ind/1000 m ²)
176-225	200	15.0	6,07	6.00	2827,4	110.5	2.0	109.177	2.1
226-275	250	16.9	6,07	6.07	2827,4	124.4	2.1	124.375	2.1
276-325	300	14.2	7,41	7.41	2827,4	127.7	2.7	127.669	2.6
326-375	350	11.5	6,69	6.69	2827,4	93.5	3.0	93.458	2.4
376-425	400	13.2	6,40	6.40	2827,4	102.7	2,9	102.683	2,3
426-475	450	14.9	5,06	5.06	2827,4	91.7	2,3	91.674	1,8
476-525	500	12.6	8,45	8.45	2827,4	128.7	3,8	128.695	3,0
526-575	550	10.2	9,44	9.44	2827,4	116.6	3,5	116.553	3,3
576-625	600	9.0	9,12	9.12	2827,4	99.7	3,2	99.713	3,2
TOTAL		117,5	7,08	8,20		995,3	2,9	993.997	2,4

Radio base de influencia de la trampa = 30 m
 Peso medio de los ejemplares (machos) = 863 g

Radio (m)	30
Factor q	1
Factor área	1

Al efectuar la evaluación utilizando la captura promedio por trampa en número de ejemplares, se determinó la abundancia en 993.997 ejemplares (Tabla 2). En cada rango de 50 metros se estimó la presencia de aproximadamente 100.000 ejemplares. La abundancia así estimada permitió proyectar una densidad promedio global de 2,4 ind./1000 m².

Los resultados fueron sensibilizados respecto al radio de influencia de las trampas y al coeficiente de capturabilidad de las mismas (Tabla 3). En el caso del radio, se empleó con valores equivalentes al 50%, 75%, 150% y 200%, y el coeficiente de capturabilidad en 60%, 70%, 80% y 90%. Como respuesta de este análisis, queda en evidencia la notable variación que se encuentra al considerar diversos valores en estas variables. Dentro del rango de sensibilización empleado, se obtuvieron biomazas comprendidas entre un mínimo de 500 ton y un máximo de 5.500 ton.

Tabla 3. Sensibilización del cálculo de biomasa (ton), de acuerdo al rendimiento promedio por trampa y al radio de influencia de las trampas.

Table 3. Sensibilization of biomass (ton) computations relative to the mean yield per trap and to the range of influence of the traps.

		Factor de sensibilización del radio de influencia de las trampas				
		0.50	0.75	1.00	1.50	2.00
Factor de sensibilización del coeficiente de capturabilidad de las trampas (q)	0,60	5529	3686	2765	1843	1382
	0,70	4062	2708	2031	1354	1016
	0,80	3110	2073	1555	1037	778
	0,90	2457	1638	1229	819	614
	1,00	1991	1327	995	664	498

Base de cálculo (1.0) : Coeficiente de capturabilidad (q) = 1,0
Radio de influencia de la trampa (r) = 30 m

Tabla 4. Sensibilización del rendimiento máximo sostenible (en toneladas), de acuerdo a la estimación de biomasa y de mortalidad natural (M).

Table 4. Sensibilization of maximum sustainable yield (in tons), relative to the biomass and natural mortality (M) estimates.

		Factor de sensibilización del radio de influencia de las trampas				
		0,50	0,75	1,00	1,25	1,50
Factor de sensibilización del estimado de M	0,50	19	28	37	47	56
	0,75	28	42	56	70	84
	1,00	37	56	75	93	112
	1,25	47	70	93	117	140
	1,50	56	84	112	140	168

Base de cálculo (1.0) : MRS = Biomasa virgen * 0,5 * M
Biomasa virgen (ton) = 995
M = 0,15

El rendimiento máximo sostenible (RMS) se determinó en 75 ton, utilizando la fórmula de Gulland (1971), considerando para ello el valor más probable de biomasa disponible y la mortalidad natural de $M = 0,15$ (Tabla 4). Dicho valor equivale a tres veces el desembarque que se efectúa anualmente de la langosta de Juan Fernández. En el escenario más pesimista se obtiene un rendimiento máximo sostenible de 19 ton, mientras que el más optimista alcanza a 168 ton.

Pronósticos

En el caso que se inicie la explotación de Cangrejo dorado en estas islas, los resultados obtenidos permiten prever la ausencia de problemas inmediatos asociados a la conservación de este recurso debido a que prácticamente no se capturan hembras, por lo que no sería necesario proteger este segmento de la población. Además, los cangrejos retenidos en las trampas son de gran talla, posiblemente la mayoría de ellos con longitudes superiores a la correspondiente de primera madurez sexual.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que es factible explotar este recurso en niveles de cierta importancia por parte de los pescadores de esas islas, los que hasta ahora dirigen sus labores casi en forma exclusiva hacia la langosta (*J. Astronom*) y peces que constituyen la carnada de las trampas utilizadas para la extracción de este crustáceo. Si bien existe incertidumbre sobre los parámetros biológico-pesqueros y la evaluación de la abundancia y biomasa determinado en este estudio, debido a los métodos que son posibles de aplicar al efectuar las capturas con trampas, es factible iniciar la extracción con cantidades que se incrementen en forma escalonada en el tiempo. Esto permitiría monitorear el efecto de la pesca sobre este cangrejo y confirmar diversos aspectos relacionados con la biología de este recurso. Como primer horizonte de captura se podría definir un total de 20-25 ton/año, lo que representaría un desembarque equivalente al efectuado de langosta en la actualidad, lo que repercutiría positivamente en la economía insular y en beneficio directo de los pescadores que se dediquen a la extracción de este nuevo recurso.

Investigación de Mercados

I. Antecedentes y propuesta de estudio.

Esta investigación esta orientada para conocer si el segmento objetivo al cual esta orientada este producto tiene aceptación. Ya que es un producto nuevo, el cual tiene cualidades muy valoradas por los grandes chef de Chile.

La propuesta de este estudio es para ver si es rentable realizar la extracción masiva de este producto, y para ello se busca levantar información necesario para ver si realmente el mercado esta dispuesto a conocer y comprar este producto.

II. Objetivos generales y específicos

Objetivo General

- Evaluar si la población conoce el Cangrejo Dorado
- e) Evaluar si la población esta dispuesto a consumirlo a un precio determinado

Objetivos Específicos

- Conocer cuales son los atributos relevantes del producto para los potenciales consumidores.
- Conocer por que la población no tiene conocimiento sobre este tipo de productos.
- Conocer cuanto estarían dispuesto a pagar por este tipo de producto proveniente del archipiélago Juan Fernández

- Conocer si realmente los precios que se cobran son los mismo que cobran respecto a otros productos provenientes del mar que tienen las mismas cualidades
astronomitas

III. Grupo objetivo de estudio.

- Segmento socioeconómico ABC1, C2, C3 que viven en Santiago, específicamente en el sector oriente de la capital (Vitacura, Las Condes, Lo Barnechea). Que tengan más de 25 años de edad.
- Elegimos este rango de edad por que coincide con el segmento al cual estamos orientando la investigación y quienes estarían dispuestos a comprar el cangrejo dorado.

Se eligieron estos segmentos socioeconómicos debido al elevado precio del producto, en este caso los productos de elite provenientes del mar.

IV. Metodología

- a. Enfoque metodológico
Método cuantitativo
- Elegimos este enfoque porque el estudio está dirigido al cliente final, no al fabricante por lo que éste no puede modificar los atributos del producto, es decir los atributos están predefinidos y por lo tanto no se necesita profundizar en un tema si no que obtener información precisa con preguntas cerradas y predefinidas principalmente.

b. Cuestionario

Encuesta específica personal por que es más fácil llegar así al segmento objetivo y obtener una mayor tasa de respuesta. Además se requiere de apoyo gráfico.

c. Diseño Muestral

La población meta, definida anteriormente, la dividiremos en:

- Edades

Personas mayores de 25 años de edad, quienes estarían dispuestos a comprar este producto y que además tienen los ingresos para poder hacerlo.

e) Sexo

Hombres y Mujeres

Realizaremos un total de 300 encuestas, dividiéndolas entre los 3 integrantes del equipo.

d. Selección de la Muestra

La muestra que vamos a tomar para nuestro estudio será de aquellas personas que consuman cualquier tipo de producto Provenientes del mar, y que estén constantemente dispuestos a comprar este tipo de productos y que les gusten probar nuevas delicatessen respecto a productos del mar. Y que vivan en el sector oriente de la capital, como son las comunas de Las Condes, Vitacura y Lo Barnechea.

f) Trabajo de Campo

Las encuestas van a ser realizadas por nosotros mismos en diferentes lugares del sector oriente de la capital, mas específicamente en los supermercados Líder y Jumbo, para esto dividiremos el grupo en 3.

Uno va a encuestar en los pasillos de los Supermercados y el otro grupo se va a encargar de encuestar en la salida de los supermercados. Cada integrante hará 100 entrevistas en total como se indica mas adelante en el cronograma.

g. Procesamiento y Análisis de Resultados

Vamos a tabular los datos recolectados para luego analizarlos. De esta forma serán entregados los resultados finales con clara y concisa interpretación a nosotros mismos, ya que la información es útil para llevar a cabo esta. El ordenamiento de la información se realizará en una planilla de Excel.

g) Presentación de resultados

Mediante un informe escrito y la presentación de un resumen ejecutivo apoyado por gráficos, además de una presentación apoyado por Data Show, para un mejor entendimiento.

h) Cronograma

Del 27 de Noviembre al 29 de Noviembre se hizo la planificación del estudio de planificación de mercado.

Jueves 30 de Noviembre, parte el proceso de realización de encuestas en donde cada integrante realizará 50 encuestas, 150 entrevistas en total.

Viernes 01 de Diciembre, realización de encuestas en donde cada integrante realizará 50 encuestas, 150 entrevistas en total.

Lunes 04 de Diciembre, se juntan los datos levantados en la encuestas y se hace el procedimiento de tabulación, para luego realizar los análisis pertinentes al caso y objetivos de esta investigación

Borrador de Preguntas

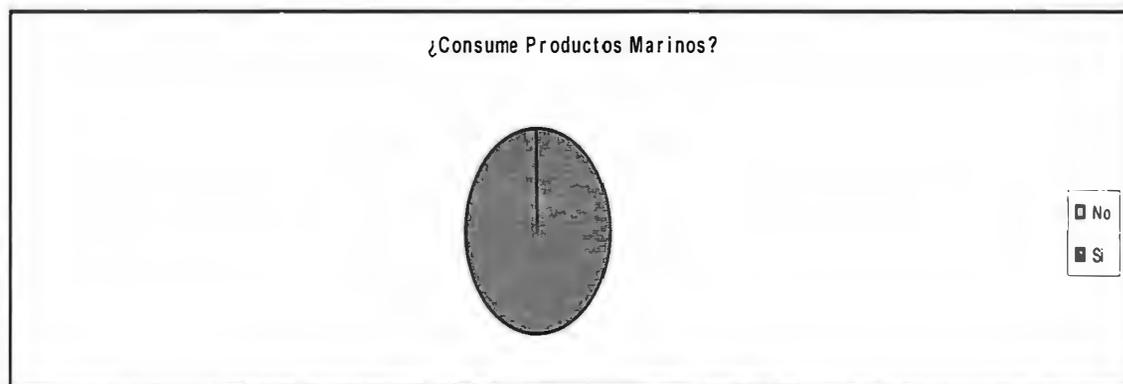
Para las primera 4 preguntas contestar si o no

- 1) Es usted consumidor(a) de productos provenientes del mar?
- 2) ¿Conoce el crustáceo llamado Cangrejo Dorado?
- 3) ¿Ha escuchado hablar sobre el Cangrejo Dorado?
- 4) ¿Estaría dispuesto(a) a probar el Cangrejo Dorado?
- 5) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un Kilogramo de Cangrejo Dorado?
 - a) Menos de 8000 pesos b) 8000 pesos c) Más de 8000 pesos
- 6) ¿Cuándo usted consumiría el Cangrejo Dorado?
 - a) Semana Santa b) Navidad c) Año Nuevo d) Celebraciones Varias
 - e) Imprevisto.

Resultados de la Encuesta

i) Es Usted consumidor(a) de productos provenientes del mar?

Pregunta 1	frecuencia	porcentaje
No	0	0
Si	300	100%
	300	100%



2) ¿Conoce el crustáceo llamado Cangrejo Dorado?

pregunta 2	frecuencia	Porcentaje
No	248	82,6%
Si	52	17,4%
	300	100%



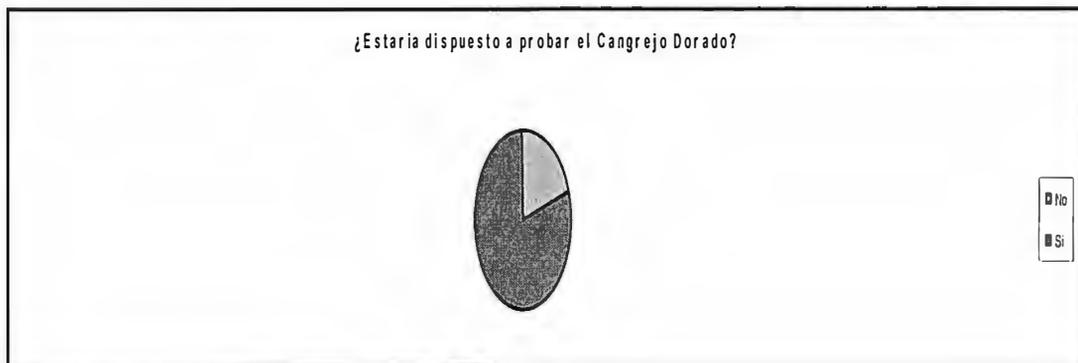
3) ¿Ha escuchado hablar sobre el Cangrejo Dorado?

Pregunta 3	Frecuencia	Porcentaje
No	203	67,50%
Si	97	32,50%
	300	100,00%



4) ¿Estaría dispuesto(a) a probar el Cangrejo Dorado?

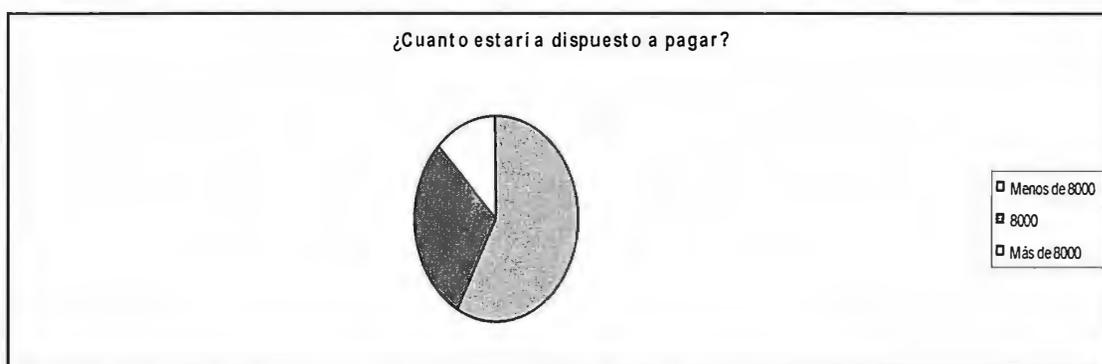
Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
No	60	20,00%
Si	240	80,00%
	300	100,00%



5) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) pagar por un kilogramo de Cangrejo Dorado?

- a) Menos de \$8000
- b) \$8000
- c) Más de \$8000

Pregunta 5	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 8000	173	57,50%
8000	90	30,00%
Más de 8000	37	12,50%
	300	100,00%

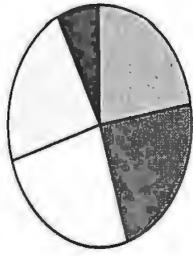


6) ¿Cuándo usted consumiría el Cangrejo Dorado?

- a) Semana Santa
- b) Navidad
- c) Año Nuevo
- d) Celebraciones varias
- e) Imprevisto

Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
Semana Santa	68	22,50%
Navidad	68	22,50%
Año Nuevo	75	25,00%
Celebraciones Varias	68	22,50%
Imprevisto	22	7,50%
	300	100,00%

¿Cuándo lo consumiría?



- Semana Santa
- Navidad
- Año Nuevo
- Celebraciones Varias
- Impr evisto

Propuesta final del Cangrejo Dorado

Al estudiar el cangrejo dorado en profundidad nos pudimos llegar a las siguientes conclusiones.

El cangrejo dorado es un producto de excelencia a nivel mundial, los entendidos en el tema, valoran mucho este producto tanto o igual como una langosta de Juan Fernández, que son reconocidas a nivel mundial y esto se ve beneficiado nuestro producto, gracias a la influencia de la langosta ya que son provenientes de la misma región y la buena apariencia que tiene Chile en el Mundo y a nivel nacional que sus productos marinos son de primera categoría.

Gracias a la encuesta realizada, en Santiago en clase media alta, podemos darnos cuenta que el producto no es muy conocido por la gente, pero existe gran incertidumbre por saber lo que es, y por probarlo, la gente tiene por lo general incertidumbre por los nuevos productos y más aun por un producto novedoso proveniente de aguas chilenas, por eso creemos que el producto va a tener buena aceptación en el mercado nacional y más aun en los mercados internacionales.

El mercado nacional en un principio va a costar debido a la incertidumbre del producto y más aun un producto que al principio se confunde con carne de jaiba, pero los entendidos en el tema culinario como los chef de re nombre que saben lo que sucede en mercados internacionales y están a la moda en las nuevas tendencias globales, saben lo que es el producto y lo valoran y pagan precios que corresponde al producto sin problemas, y esperamos que esto se va a ver transmitido a los consumidores habituales que estamos buscando alcanzar, todo esto se va a ver reflejado en las ventas futuras que se esperan alcanzar para hacer rentable el negocio para posteriormente poder tener los capitales necesarios para poder exportar grandes volúmenes. Se planea hacer planes estratégicos de marketing de promoción para dar a conocer el producto, pero esto se debe hacer de forma muy selectiva pero no desprestigiar el producto y mantenerlo como un producto de muy alto nivel. Ya que se debe dar a conocer de forma selectiva a gente de alto estrato social que

esta dispuesta pagar lo que vale un producto nuevo que no se conoce, pero que esta dando que hablar de este nuevo mercado que se abre al nivel nacional.

En el desarrollo del tema nos pudimos dar cuenta que el cangrejo dorado al poseer la gran biomasa que aparece en los estudios realizados, hay gran cantidad de producto por explotar en un futuro y poder abastecer grandes volúmenes que exigen los mercados internacionales como lo es Japón.

Lo que se va a tener que desarrollar a futuro es la explotación a nivel industrial del cangrejo dorado ya que hoy en día se explota solamente de forma artesanal y estacionariamente en distintos periodos del año, pero se puede contratar mas gente especializada en pesca de profundidad para suplir a los pescadores de langosta en los meses que están ocupados y aprovechar los meses restantes de los pescadores de la langosta que están la mitad del año desocupados, ya que se extrae solo seis meses en el año.

En un principio la extracción del cangrejo puede ser de forma artesanal como lo es hoy en día y alcanza perfectamente para satisfacer el mercado nacional, pero en el futuro hay que industrializarla.

Nosotros creemos que al ser el cangrejo dorado al ser considerado un animal prehistórico y afrodisíaco la venta en el extranjero puede ser de forma explosiva de un minuto a otro estamos preparando desde ya para poder cumplir con la exigencias de los mercados internacionales.

Las rentabilidades que se pueden obtener por el producto son muy grandes, ya que se va a poder marginar mucho ya que los costos de extracción son bajos y los costos de traslados son altos, se podrá obtener un gran margen por cada producto, ya que los mercados internacionales valoran mucho este tipo de productos, al vender grandes cantidades de volúmenes si va a poder marginar aun más.

En un futuro avanzado el proyecto se va a poder optimizar los costos de transacción que son los que elevan el precio final, ya que tiene que ser vía aérea, a cualquier parte del mundo ya que la duración del producto congelado mientras mas rápido se consuma el producto se encuentra en mejores condiciones.

En la introducción de los nuevos mercados que queremos introducir el producto hemos hecho estudios de cual es el mercado internacional a explotar en un principio, y los que mejor resultados nos arrojó fue Japón, primero debido a los acuerdos comerciales que tiene y desarrolla Chile hoy en día con los países del Asia Pacifico, son muy convenientes en el tema de aranceles y de barreras de entrada a mercados tan exigente como este, ya que Chile esta muy bien catalogado con los productos que se consumen en Japón que provienen de Chile, ya que son de primera calidad, segundo Japón es un mercado líder para los demás países, y todos estén pendientes lo que sucede en este mercado y lo toman como ejemplo a seguir y a copiar las tendencias que este tiene, si es bien aceptado en este mercado se abren barreras para los demás mercados que son de gran exigencia y mas aun al ser productos perecibles y productos provenientes del mar debido a su complejidad de mantenimiento.

Lo mas importante de destacar es que estamos tratando con un producto de primera categoría, que hoy en día se valora tanto en el mercado nacional como en el internacional, al ser un producto tan altamente cotizado por la gente que lo conoce y lo ha probado que es gente de mundo y de una alta clase, nos da un muy buen presagio de que lo que estamos comercializando un producto que a futuro va a ser conocido a nivel mundial y cotizado por los mas altos personajes del mundo.

Conclusión

En conclusión la exportación del cangrejo dorado de Juan Fernández, tiene muy buenas expectativas ya que en los distintos sectores en que fue analizado, arrojo muy buenos resultados, ya sea en materia de costos, al ser un producto tan refinado y tan exclusivo, que a nosotros nos cuesta barato, debido al mercado que nos estamos enfocando, están dispuesto a pagar grandes precios por nuevos productos tan exclusivos y refinado como lo es el cangrejo dorado. El cangrejo dorado posee grandes ventajas en relación a sus sustitutos, tales como la gran cantidad de crustáceos que se encuentra disponible, lista para ser explotada sin problemas de vedas, que es un producto novedoso, es catalogado como un producto exclusivo y exótico, además al ser un producto proveniente de un país tan prestigioso en cuanto a productos marítimos como lo es Chile, se tiene una gran ventaja y diferenciación con respecto de los otros productos provenientes de otros mercados, tomando en cuenta que Chile últimamente ha negociado nuevos tratados de libre comercio con los países Asiáticos, esto favorece aun más a nuestro producto ya que las barreras de entrada cada vez serán menores.

También al tener tanta diferencia de precio que lo compramos y al precio que lo vamos a vender, esto lo hace muy provechoso ya que entraremos a competir no por cantidad si no que por la calidad. Ya que logremos entrar a un reducido sector del gran mercado que es Japón, va a ser una gran cantidad de volúmenes de exportación, para un producto que solo se explota de forma artesanal, por ahora. Y esto hace énfasis a nuestra estrategia principal de nuestro negocio que es la diferenciación de productos refinados a mercados exigentes.

Bibliografía

- www.comunajuanfernandez.cl
- www.sernatur.cl
- www.aqua.cl
- www.scielo.cl
- www.terramar-chile.com