



www.chcapacita.cl

*GESTIÓN LOGÍSTICA Y
ABASTECIMIENTO EN LAS
EMPRESAS*

MODULO 4: LOGÍSTICA INTERNACIONAL

UNIDAD 1	9
CONCEPTOS Y PRINCIPALES ELEMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	9
TEMA 1	9
Globalización e integración económica de las empresas y organismos, tratados nacionales e internacionales.	9
1. La globalización de la economía.....	9
2. Nuevos cambios aparecen en los procesos productivos y en la logística.	10
3. Tratados nacionales e internacionales.....	13
4. Acuerdos y tratados suscritos por Chile.....	18
TEMA 2.....	22
Estrategias de marketing e imagen país en lo internacional.....	22
1. Marketing país y marca país.....	22
2. Imagen internacional de Chile	25
3. Definición de imagen país.....	26
4. Relación entre imagen país y marca país.....	26
TEMA 3.....	27
Gestión de importaciones y exportaciones, legal, logística y operaciones.....	27
1. Comercio internacional, importaciones y exportaciones	27
2. La decisión de exportar	27
4. Costos asociados al proceso de exportación.....	30
5. El seguro de transporte de carga.....	32

6. Reclamo al transportista o porteador	33
7. Reclamo según los riesgos comerciales	34
8. Reclamo de responsabilidad civil.....	35
9. Aspectos logísticos portuarios	35
10. Estrategia para lograr los cambios	37
11. El proceso logístico y sus brechas	38
TEMA 4	39
Tendencias e innovación en los negocios internacionales e impacto del e-commerce en el comercio internacional.....	39
1. Estrategia y estructura de los negocios internacionales.....	39
2. Comercio internacional	41
3. Operaciones de negocios internacionales	42
4. Las nuevas tendencias del comercio mundial.....	44
5. Ha cambiado la estructura del comercio mundial	46
6. Mercados relativamente cada vez más abiertos	46
7. Consumidores mejor informados y más exigentes.....	47
8. El paradigma competitivo.....	49
9. Factores que contribuyen a lograr la competitividad	50
10. A manera de conclusión.....	51
11. Impacto del e-commerce en el comercio internacional.....	52
12. Los negocios por internet y el comercio electrónico en América Latina.....	53
UNIDAD 2.....	57

SISTEMAS DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL.....	57
TEMA1	57
Gestión y administración del transporte y modos en el transporte internacional.....	57
1. Gestión y administración del transporte	57
2. Los modos de transportes y sus operadores	60
3. Transporte marítimo	60
4. Transporte aéreo	61
5. Transporte por carretera.....	62
6. Transporte ferroviario	63
7. Transporte multimodal.....	63
8. Otros medios de transportes.....	64
9. Transitario	64
TEMA 2.....	65
Transporte marítimo y aéreo en la logística internacional y gestión del transporte multimodal.....	65
1. Transporte marítimo	65
2. Características del transporte marítimo internacional	66
3. Ventajas del transporte marítimo	66
4. Desventajas del transporte marítimo.....	67
5. Tráfico mundial de contenedores.....	67
6. Buques de transporte de contenedores	68
7. Organización del transporte marítimo	69

8.	Modalidades del transporte marítimo	70
9.	Sistema de transporte de flete marítimo Tramp	70
10.	Servicios charters.....	71
11.	Contrato de transporte marítimo y documentos.....	71
12.	Definición de transporte aéreo	72
13.	Características principales	72
14.	Ventajas y desventajas	73
15.-	Sistema de transporte aéreo.....	73
16.	Demanda de transporte aéreo.....	75
17.	Transporte multimodal.....	76
18.	Características y ventajas	76
19.	Beneficios del transporte intermodal	77
UNIDAD 3.....		78
Cargas y estibas en las mercaderías		78
TEMA 1		78
Clasificación sistemas de carga y empaques y embalajes de la carga internacional. ...		78
1.	OPERACIONES PORTUARIAS	78
2.	OPERACIONES DE PRACTICAJE.	78
3.	OPERACIONES DE CARGA, ESTIBA, DESCARGA, DESESTIBA Y TRANSBORDO DE MERCADERÍAS.....	79
4.	Actividades de carga y estiba al buque.....	80
5.	Las actividades de desestiba y descarga.....	80

6.	Definiciones de carga marítima.....	81
7.	Clasificación de carga marítima	83
8.	Terminales de contenedores.	86
9.	Zonas de una terminal de contenedores.....	86
10.	Equipos necesarios para la manipulación de contenedores	87
11.	Definiciones de contenedores	88
12.	Tipos de contenedores.....	88
13.	Protección física de la mercadería	90
TEMA 2		92
Transportes de mercaderías peligrosas		92
1.	Transporte marítimo	92
2.	Documentación requerida para el embarque y desembarque de mercaderías peligrosas.	93
3.	Mercaderías peligrosas, que requieren de protección de seguridad en los puertos.	95
4.	Norma chilena oficial nch2190.Of2003	95
5.	Alcance y campo de aplicación.....	96
TEMA 3		97
Logística inversa		97
1.	DEFINICIÓN.....	97
2.	Criterios para clasificar los flujos de la logística inversa.....	98
3.	Destino final de los flujos en la logística inversa	100
4.	Tipos de flujos en la logística inversa en función de los productos.	100

5. Redes de logística inversa. Elementos comunes y diferencias.	102
UNIDAD 4	103
TÉRMINOS INTERNACIONALES DEL COMERCIO, INCOTERMS	103
TEMA 1	103
Definición y clasificación de los incoterms	103
1. Definición y concepto.....	103
2. Versión actual de los incoterms 2010.	104
3. Aspectos importantes en las transacciones de cargas.....	105
4. Clasificación de los incoterms.....	107
5. Términos aplicables a todos los sistemas de transportes	108
6. Determinación del precio de exportación	110
7. Costos en las operaciones de comercio internacional	111
8. Determinación de la parte que asume el riesgo sobre la mercadería.....	113
TEMA 2	113
Costos de los transportes.....	113
1. Costo del transporte terrestre	113
2. Transporte a larga distancia	114
3. Transporte de distribución	115
4. Cálculo del costo de transporte.....	115
5. Unidades de medida.....	116
6. Costo anual de funcionamiento de un camión	117
7. Los costos directos en el transporte marítimo de mercaderías	118

8. Costos del transporte aéreo.....	123
9. Otros costos específicos del transporte aéreo.	124
TEMA 3.....	125
Procesos y contratos de transportes	125
1. El contrato de transporte y sus documentos	125
2. Principales tipos de documentos básicos del transporte	127

UNIDAD 1

CONCEPTOS Y PRINCIPALES ELEMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

TEMA 1

Globalización e integración económica de las empresas y organismos, tratados nacionales e internacionales.

1. La globalización de la economía

A mediados del siglo pasado importantes cambios económicos comenzaron a producirse a escala mundial definiendo nuevos modelos de producción y de intercambios comerciales, todavía vigentes, que han decidido la evolución de los sistemas de logística, transporte y distribución.

Hoy en día se utilizan con naturalidad conceptos que han sido totalmente asumidos: globalización, internacionalización, deslocalización y otros conceptos. Las multinacionales, finalizada la Segunda Guerra Mundial, fueron los principales agentes económicos que promovieron el desarrollo del comercio y las relaciones globales e internacionales.

Las empresas multinacionales, por su naturaleza, incentivan un mercado de competencia imperfecta. El mercado de competencia imperfecta, se basa en el comercio entre grandes firmas comerciales o entre sus filiales y la sede central de la empresa multinacional.

La tendencia a interrelacionarse entre ellas promueve el comercio y el transporte internacional. Las inversiones extranjeras potencian notablemente el comercio exterior. La inversión extranjera hay que considerarla como un catalizador del comercio internacional en cualquier país.

2. Nuevos cambios aparecen en los procesos productivos y en la logística.

A medida que fue avanzando el siglo XX los mercados en los países desarrollados ya eran demasiado maduros para las tasas de crecimiento que algunas empresas buscaban. El proceso de internacionalización productiva se había convertido en un elemento esencial para alcanzar esas tasas de crecimiento, de manera que muchas empresas decidieron sacar parte de su proceso productivo al extranjero y es lo que se conoce como deslocalización industrial. La búsqueda de una mayor rentabilidad y la reducción de los costos les obligaban a trasladar la fabricación de sus mercaderías a lugares lejanos, donde la mano de obra era barata, los impuestos bajos y la legislación laboral y el ambiente más flexible, no restrictivo. Una reducción de los costos productivos y una menor presión social y legislativa les permitían compensar, con creces, los mayores costos que suponía transportar sus productos a los mercados de las naciones más desarrolladas.

Por otra parte, las nuevas técnicas de producción que se han desarrollado con las nuevas tecnologías han conseguido la reducción de los costos de fabricación. El concepto *“just in time”* (JIT) supone la fabricación del producto en el momento que se necesita, porque ya tiene un cliente que lo ha solicitado. Otro concepto es *“just in sequence”* (JIS) que permite el montaje en línea de productos diferenciados en la secuencia de producción y a la demanda del comprador. La disminución de los inventarios con estas técnicas de producción permite disminuir los costos financieros del capital inmovilizado y de los seguros. Estos nuevos conceptos y técnicas de fabricación que van adquiriendo las empresas han operado una profunda evolución en la logística y en los medios de transporte, llegando a unos grados de complejidad que muchas empresas difícilmente pueden asumir de manera directa, sin embargo, la logística y el transporte se convierten en elementos fundamentales en los nuevos procesos de producción, aunque no sean propiedad de la

empresa manufacturera. De esta forma una parte muy significativa de la tensión del proceso productivo pasa de las fábricas a las infraestructuras y a los operadores logísticos, que participan plenamente de la cadena de producción con el abastecimiento y la distribución.



Actualmente los fabricantes observan con otros ojos el transporte y la logística, pues ya no son sólo costos que hay que asumir en las cadenas de abastecimiento y distribución de sus productos, ahora pueden aportar un valor agregado que incrementa la competitividad de las mercaderías en los mercados cada vez más maduros. Los productos cada vez tienen una vida más corta y los clientes son cada vez más exigentes. La economía de escalas que pueden aportar los grandes operadores logísticos en arriendos de bodegas, y fletes en la distribución, reducen ampliamente los costos. Otro aspecto muy atractivo para los fabricantes es la posibilidad de mostrar y convertir en sus balances los costos fijos de las actividades logísticas en costos variables cuando contratan a operadores que se encargarán de ella. Sin embargo, la subcontratación no siempre resulta una solución válida para todas las empresas. La necesidad de medios de transportes fiables y flexibles es una de las piedras angulares de este modelo de producción globalizado.

Los efectos de la globalización se han dado en todo el mundo, su característica principal es que las empresas están organizadas de tal modo que los productos ya no son elaborados

en una sola entidad. Hoy en día, es común encontrar bienes con componentes de varias regiones del mundo.

Estos últimos acontecimientos, en el proceso de globalización, han tenido repercusiones significativas en la logística y en forma especial por la demanda de los servicios de transporte. Ello ha propiciado el surgimiento de una nueva generación de empresas de transporte con sistemas altamente sofisticados, en redes de transportes especiales para cumplir con los despachos de los componentes de los productos. La tendencia de las nuevas empresas de transporte, es conformarse con los elementos de todos los medios de transporte, es decir, formar empresas multimodales complementadas con sistema de información de punta, por ejemplo, Internet y sistemas de administración de flotas, para de este modo poder atender las necesidades de las empresas globalizadas.

El impacto de la nueva organización de la producción mundial debido a la globalización, también se ha visto reflejada en la concentración de la industria del transporte. Es decir, cada vez más se registran fusiones de empresas de transporte en los diferentes países. Esto ha provocado a su vez, una mayor dependencia mutua entre el entorno económico mundial y el transporte multimodal.

Por lo anterior, en el ambiente económico mundial, las tendencias que refuerzan la importancia estratégica del servicio de transporte son:

- a) Expansión de la globalización y de redes flexibles de producción.
- b) Aumento en la velocidad de los negocios.
- c) Crecimiento de presiones para la operación de excelencia logística.
- d) Desarrollo del comercio por Internet.

- e) Mejora sustantiva del servicio al cliente.
- f) Incremento de los gastos de transporte.

Con la especialización de las unidades productivas, derivada de la aparición de redes flexibles, los sistemas de transporte han alcanzado una mayor importancia, pero también se han incrementado los gastos en este rubro. Algunas de las fuerzas que más han contribuido a incrementar el gasto en los sistemas de transporte en la cadena de abastecimiento mundial son las siguientes:

- a) Tendencia acelerada hacia el apoyo de redes logísticas más flexibles.
- b) Minimización de inventarios en el canal y reducción del capital de trabajo.
- c) Incremento de la demanda para servicios de justo a tiempo.
- d) Incremento de los requerimientos para aumentar la rentabilidad del servicio de transporte sobre grandes distancias.
- e) Incremento del precio del combustible y consecuentemente los costos de transporte.

Una visión de futuro en la logística nos señala que las redes de abastecimiento inteligentes necesitarán ser más eficientes ya que actualmente no han conseguido su objetivo de reducción de costos con la globalización. La globalización ha permitido a las empresas mejorar sus márgenes pero no sus costos en el nivel previsto, con fallas como la falta de calidad y el incumplimiento de los compromisos.

3. Tratados nacionales e internacionales

Como ya hemos dicho anteriormente fueron las compañías transnacionales las que impulsaron el comercio internacional, pero no sólo ellas, también las instituciones y los

gobiernos se organizaron para canalizar y potenciar esas tendencias económicas. En la segunda mitad del siglo XX se realizaron sucesivas reuniones institucionales para crear las reglas del GATT y la Organización Mundial del Comercio (WTO) con la finalidad de favorecer la expansión de los negocios internacionales. Se establecieron protocolos, normas y estándares técnicos y jurídicos que promocionaron el comercio.

El desarrollo del comercio internacional se basa en la existencia de grandes polos económicos: americanos, europeos y asiáticos, estos últimos actualmente son los más dinámicos, pero en paralelo al desarrollo de estos grandes polos económicos se configuraron alianzas a partir de tratados políticos entre los diferentes estados, que paulatinamente llevaron a un proceso de regionalización económica.

La Unión Europea, el Tratado de NAFTA y Mercosur son ejemplos de estas nuevas regiones económicas, aunque con distinto grado de integración. Actualmente el comercio de los productos manufacturados está perdiendo peso en Europa occidental por la competencia de los productos asiáticos, especialmente China. Esta situación genera unos cambios estructurales que se reflejan, por ejemplo, en el crecimiento de los espacios dedicados al almacenamiento de productos terminados y fabricados en el extranjero o en tránsito, por el contrario disminuyen los espacios dedicados al almacenamiento de productos semielaborados necesarios para la fabricación de productos finales.

En conclusión, la progresiva interconexión de los mercados, la internacionalización de las empresas, la normalización mediante acuerdos de los términos y los protocolos del comercio internacional, la subcontratación y el desarrollo de las nuevas tecnologías han restado importancia a la actividad fabril dentro de los procesos de producción. Estas actividades, las han trasladado a otros lugares del mundo con costos operativos inferiores, y por el contrario se ha incrementado notablemente la importancia que tienen las

actividades logísticas y del transporte. La aparición del contenedor y el creciente desarrollo del transporte multimodal en estas últimas décadas están obligando a la modificación de los acuerdos comerciales internacionales. Las empresas multinacionales han sido los motores de la globalización de la economía, pero no podemos olvidar que fueron los medios de transporte una de las principales eslabones de la cadena de transmisión en este inmenso impulso económico. Sin embargo, cada medio de transporte se ha adaptado, de mejor o peor manera, a los cambios que los nuevos flujos económicos han impuesto en un mundo cada vez más globalizado e interconectado. Sin embargo, ¿no sabemos a quién le ha ido mejor, al transporte aéreo, al marítimo o al terrestre?

En relación a los tratados internacionales, Chile con poco más de 17 millones de habitantes, no es un mercado consumidor suficiente para un incremento importante de la producción, cualquiera sea el rubro que se considere. Entonces, entendiendo esta realidad de un mercado interno reducido, el país se ve en la necesidad de participar en forma activa en el comercio internacional para mantener su ritmo de crecimiento en forma sostenida.

En los últimos años, una de las políticas de gobierno ha sido la inserción internacional basada en la apertura comercial. Y dicha apertura comercial, significa disminuir los impuestos a las importaciones. En un proceso de apertura, las barreras arancelarias y no arancelarias tienden a disminuir y los trámites aduaneros rápidos y expeditos.

La inserción económica internacional que ha realizado Chile tiene tres modalidades: la apertura unilateral, las negociaciones comerciales multilaterales y la apertura negociada a nivel bilateral y regional. La apertura unilateral corresponde a la reducción del arancel que un país decide implementar, independiente de lo que haga el resto. Esta medida contribuyó al acelerado crecimiento de las exportaciones tradicionales y no tradicionales, además de estimular una mayor diversificación en términos de productos y mercados de destino.

Las negociaciones comerciales multilaterales complementan la apertura unilateral y permiten la apertura o liberalización de los otros mercados para los productos chilenos.

Para Chile, el principal foro de negociaciones económicas internacionales es el sistema multilateral de la Organización Mundial de Comercio (OMC), en el cual participan más de 130 países.

Si bien el foro de la OMC, es el que muestra mayores beneficios debido a su carácter multilateral y otorga concesiones económicas basadas, principalmente, en la reducción o eliminación de aranceles entre sus miembros, tiene la imperfección de ser demasiado lento en sus avances. Por ello, tanto en América Latina como en Europa, se desarrollaron iniciativas regionales como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o Nafta, en inglés) suscrito por Estados Unidos, Canadá y México; el Tratado de Maastricht de la Unión Europea (UE), que significó la unión monetaria y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), en Sudamérica, que surgió como el principal bloque de la región.

En este contexto, Chile reforzó su opción por la suscripción de acuerdos bilaterales a fin de abrir mercados, asegurar las condiciones de acceso y la estabilidad de las exportaciones, eliminar barreras al comercio, proteger el acceso de las exportaciones y promover los envíos de bienes manufacturados, entre otros.

Como resultado, los productos chilenos ingresan en forma preferencial a mercados, que suman más de 500 millones de habitantes, mediante la reducción o eliminación de los aranceles que rigen para las importaciones en los países con los que se tiene acuerdos. Éstos permiten también, el término de barreras no arancelarias, es decir, de aquellas trabas que no están vinculadas al pago de impuestos aduaneros sino que a otro tipo de requisitos como la presentación de certificados, por ejemplo, sanitarios.

Dentro de los convenios de comercio bilateral, existen los Acuerdos de Complementación Económica (ACE) y los Tratados de Libre Comercio (TLC). Los primeros involucran sólo la negociación de bienes, mientras que los segundos también incluyen otras materias como servicios e inversiones. En los acuerdos bilaterales, regionales o multilaterales, en lo que se refiere a comercio de bienes se abordan los siguientes temas: acceso a mercados, reglas de origen, procedimientos aduaneros y salvaguardias. También se abordan otros capítulos como: comercio de servicios, inversiones, disciplinas comerciales, solución de controversias, propiedad intelectual y medidas sanitarias y fitosanitarias.

Chile en el ámbito multilateral

En el ámbito multilateral, Chile integra la Organización Mundial de Comercio (OMC), mientras que a nivel regional forma parte de la Asociación Latinoamericana de Integración ALADI y del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC). También participa activamente en el proceso de negociación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).

Organización mundial de comercio (OMC)

La Organización Mundial de Comercio (OMC) se estableció el 1 de enero de 1995, tras el término de las negociaciones de la Ronda Uruguay del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) el 15 de diciembre de 1993. Chile es uno de los miembros fundadores de la OMC. La OMC es fundamentalmente un foro de negociación, donde acuden los gobiernos para arreglar los problemas comerciales que tienen entre sí. La mayor parte de la labor actual de la OMC proviene de las negociaciones celebradas en el período 1986-1994, la llamada Ronda Uruguay, y de negociaciones anteriores en el marco del GATT. Actualmente, la OMC es el foro de nuevas negociaciones en el marco del “Programa de Doha para el Desarrollo”, iniciado en 2001. Sus funciones esenciales son administrar y

aplicar los acuerdos comerciales multilaterales y plurilaterales que en conjunto configuran la OMC, servir de foro para la celebración de negociaciones comerciales multilaterales, tratar de resolver las diferencias comerciales, supervisar las políticas comerciales nacionales y cooperar con las demás instituciones internacionales que participan en la adopción de políticas económicas a nivel mundial.

4. Acuerdos y tratados suscritos por Chile

a. Acuerdo de Asociación Política, Económica y de Cooperación CHILE-UE

En Florencia el 21 de junio de 1996, Chile y la Unión Europea (UE) firmaron un Acuerdo Marco de Cooperación que entró en vigencia el 1 de febrero de 1999. El objetivo fue sentar las bases de un proceso destinado a establecer una asociación de carácter político y económico, además de crear un área de libre comercio bilateral.

Para alcanzar este propósito, las partes acordaron realizar un estudio sobre los alcances de un convenio de esas características para iniciar, posteriormente, una etapa que involucró el desarrollo de las negociaciones destinadas a lograr un Acuerdo de Asociación Política y Económica. Para comenzar dichas tratativas, la UE requería la aprobación de un Mandato o Directivas por parte de la Comisión Europea, hecho que se concretó el 22 de julio de 1998.

Según éste, el Acuerdo incluyó tres elementos esenciales: asociación en asuntos políticos y de seguridad; reforzamiento de la cooperación económica y social, y creación de un área de libre comercio en bienes y servicios de acuerdo a las normas de la OMC, considerando las sensibilidades de determinados productos.

b) Tratado de Libre Comercio Chile-Estados Unidos

En el año 2000, se decide iniciar las negociaciones para un Tratado de Libre Comercio bilateral, de última generación entre Chile y Estados Unidos. Era una iniciativa de larga data del Gobierno de Chile y de los principales actores económicos y empresariales. Las tratativas formaban parte de un proceso en el que ambos países habían trabajado durante los últimos años, especialmente desde 1998, cuando se creó la Comisión Conjunta de Comercio e Inversión.

Las rondas de negociaciones se iniciaron formalmente en Washington el 6 de diciembre del mismo año y prosiguieron en Santiago durante el año 2001.

Finalmente, el tratado fue firmado el 6 de junio de 2003 y entró en vigencia el 1 de enero de 2004.

El TLC con EE.UU. es un acuerdo equilibrado e integral, que incluye todos los aspectos de la relación económica bilateral, comercio de bienes, servicios e inversiones, además de incorporar temas propios de la nueva economía como el comercio electrónico, las telecomunicaciones y un tratamiento moderno de los temas ambientales y laborales.

c) Tratado de Libre Comercio Chile-Corea

El 11 de septiembre de 1999, en el marco de la Cumbre bilateral sostenida en Nueva Zelanda con ocasión de la reunión de Líderes del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), los presidentes de Chile y Corea acordaron realizar los esfuerzos necesarios para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio.

El Tratado de Libre Comercio con Corea está vigente a contar del 15 de febrero de 2003.

d) Tratado de Libre Comercio Chile-México

El 17 de abril de 1998, Chile y México firmaron, en Santiago, un Tratado de Libre Comercio (TLC) que reemplazó y profundizó el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 17 que las partes habían suscrito en 1991 y que llegó a estar plenamente vigente siete años después.

El objetivo del TLC, cuya puesta en marcha se concretó el 1 de agosto de 1999, fue establecer una zona de libre comercio que estimule la diversificación del intercambio de bienes y servicios.

e) Tratado de Libre Comercio Chile-Canadá

El TLC con Canadá fue suscrito el 5 de diciembre de 1996 y entró en vigencia el 5 de julio de 1997. En el marco de este Tratado se suscribieron otros dos convenios firmados en Ottawa el 6 de febrero de 1997. Se trata del Acuerdo de Cooperación Ambiental y el de Cooperación Laboral que entraron en vigencia junto con el TLC.

f) Tratado de Libre Comercio Chile-Centroamérica

Guatemala fue el escenario donde los gobiernos de los países de Centroamérica y Chile firmaron el 18 de octubre de 1999 un Tratado de Libre Comercio. Este acuerdo cuenta con dos partes:

La primera, que contiene las normas comunes que regirán las relaciones entre Chile y cada país centro americano en materia administrativa, de comercio de bienes, servicios e inversiones. La segunda, está compuesta por protocolos bilaterales sobre programas de desgravación; reglas de origen específicas; comercio transfronterizo de servicios y valoración aduanera, entre otros.

g) Acuerdo de Complementación Económica Chile-Mercosur

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se inició en 1991, cuando Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay firmaron el Tratado de Asunción. En 1996, con el objetivo de crear una zona de libre comercio con estos países, Chile suscribió con este bloque un Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 35). Si bien Chile no es miembro pleno de MERCOSUR, existe la voluntad política de consolidar de manera integral los vínculos con éste, como también de profundizar el proceso de integración en sus diversos ámbitos: político, económico, social y cultural, entre otros.

h) Acuerdo de Complementación Económica Chile-Perú

El 1 de julio de 1998 entró en vigencia el Acuerdo de Complementación Económica firmado entre los países de Chile y Perú, el 22 de junio del mismo año (ACE N° 38).

Hay un programa de desgravación, que se inició con la entrada en vigencia del acuerdo, con un máximo de 18 años para determinados productos.

Ambos países se comprometieron a evitar que las normas sanitarias y fitosanitarias se constituyan en obstáculos técnicos al comercio.

i) Acuerdo de Complementación Económica Chile-Bolivia

El Acuerdo de Complementación Económica suscrito por Chile y Bolivia el 6 de abril de 1993 (ACE N° 22), tiene por objetivo establecer las bases para una creciente integración de ambas economías.

En julio de ese año, el convenio entró en vigencia con el carácter de un Acuerdo de Alcance Parcial, es decir, con un número limitado de preferencias arancelarias.

El 30 de julio de 1997 las partes firmaron un Protocolo Adicional del Acuerdo, a partir del cual el universo de preferencias arancelarias concedidas por Bolivia a Chile quedó

compuesta por 306 ítems y las preferencias otorgadas por Chile a Bolivia por 393 ítems, los que posteriormente fueron ampliados. Originalmente, el convenio consideraba sólo un total de 360 ítems.

j) Acuerdo de Complementación Económica Chile-Colombia

El Acuerdo de Complementación Económica fue firmado el 6 de diciembre de 1993 y entró en vigencia el 1 de enero de 1994 (ACE N° 24).

k) ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA CHILE-ECUADOR

Este Acuerdo de Complementación Económica fue firmado en Quito, el 20 de diciembre de 1994 (ACE N° 32).

Al entrar en vigencia el 1 de enero de 1995, una parte significativa del intercambio bilateral quedó libre de aranceles en forma inmediata.

l) Acuerdo de Complementación Económica Chile-Venezuela

El Acuerdo de Complementación Económica bilateral (ACE N° 23) fue suscrito el 2 de abril de 1993, y entró en vigencia tres meses más tarde. El convenio establece la desgravación inmediata de algunos productos, además de otras modalidades que contemplan la liberalización del comercio en siete años.

TEMA 2

Estrategias de marketing e imagen país en lo internacional

1. Marketing país y marca país

Un factor que puede apoyar la sostenibilidad en el comercio internacional es la marca país, la que se reconoce como parte de una estrategia de marketing. Definimos la marca país como la suma de actividades, comerciales y no comerciales, que realiza un país de modo

que el comprador lo percibe como algo diferente a los demás países, que le otorga superioridad sobre los demás, permitiéndole de esta manera obtener una ventaja inicial al momento de realizar la oferta de su producción. En tal sentido, si un país considera tener un crecimiento consistente de su participación en el mercado internacional debe generar una marca país, muy en especial en el comercio internacional de productos no tradicionales, no en el mercado de las materias primas.

La preocupación de los países debe ser como mantener una oferta sostenible de productos que haga posible la lealtad de sus compradores en el largo plazo. Tenerla asegurada permite un crecimiento permanente de su producción, expresada a través del PIB. Los resultados de la producción expresan crecimiento económico y van a influir en el desarrollo del país. Pero, los resultados macroeconómicos no son determinantes para establecer una marca país. La experiencia empírica de los países que hoy son marca, expone no lo lograron con el crecimiento de sus materias primas, sino con algo novedoso e innovador en el mercado.

En el mercado internacional existen países que tienen características similares de oferta, ofrecen commodities, por lo tanto, es conveniente establecer una ventaja sobre los competidores de manera que asegure y fortalezca el crecimiento económico. Los compradores buscan los productos que tengan los mejores atributos, tangibles e intangibles, que aseguren la satisfacción de sus necesidades, por ejemplo, dar valor agregado a lo que importan como insumo. El establecimiento de una marca país entonces se hace conveniente, para lo cual es necesario realizar una serie de actividades para generar una marca que se posicione en la mente del cliente, actual y potencial.



Las marcas, como la relación a un símbolo, de por si es uno de los caminos que toma la empresa para diferenciar sus productos de otros productores; sin embargo, hay que considerar que las marcas como idea tienen una larga existencia, pero que son mejor aprovechadas cuando son parte de una estrategia nacional o sea utilizado como parte de la política de un país.

Debe tenerse claro que aunque los principios de marketing internacional, en cuanto a países y lugares, guardan concordancia con los principios de marketing para desarrollar productos, las estrategias difieren en consideración a las influencias que hay sobre un país al hacer marketing.

En los aspectos ambientales se debe considerar el comportamiento de los gremios empresariales y laborales, los ciudadanos como individuos, el comportamiento de las organizaciones de consumidores, la integración entre las ciudades del país, el desarrollo de los prestadores de servicios (logística, financieros, insumos locales), la infraestructura de las vías de transporte y todo aquello que permite que un país se integre internamente.

Un proceso o pensamiento a largo plazo es lo que va establecer la marca como concepto. Y este concepto es lo que define el mercado objetivo, no la empresa. Igual ocurre cuando se trata del país; hay una suma de decisiones que ayudan a generar una marca país, que incluyen decisiones comerciales, políticas, sociales, económicas. La marca país es una situación de marketing país, no es una acción aislada.

2. Imagen internacional de Chile

Hoy en el mundo existe una mejor imagen de lo que ocurre en Chile, de la que tenemos nosotros los chilenos. Entonces esta imagen queda, y de hecho estos acuerdos políticos que hemos alcanzado en Chile, luego de los diversos hechos derivados de las denuncias de corrupción, están transformándose en una suerte de referente. Chile tuvo años de gran estabilidad, y que en política interna nos ha costado adaptarnos a las necesidades de una serie de reformas que debieron haber ocurrido ya hace algunos años. Desde el punto de vista económico, nos ha costado entender que se necesita una nueva etapa para recuperar el dinamismo que una vez el país tuvo.



Pero también a nivel internacional durante las últimas décadas, hemos tenido una política de gran éxito como fue la reinserción internacional, que alcanzó su culminación con los tratados internacionales firmados con la Unión Europea, con Estados Unidos y con Corea, después con Japón. Hoy en día tenemos una importante presencia en el escenario internacional. Lo importante es ver cómo se adapta Chile a este mundo de la información, de las nuevas tecnologías y de la forma de hacer negocios internacionales.

3. Definición de imagen país

Cuando la imagen hace referencia a un país o un territorio, se relaciona con el concepto de imagen país. La imagen país, se define como las impresiones que una persona o personas tienen sobre un país en el que no residen. Por otra parte, algunos señalan que por imagen de un grupo humano, se entiende lo que sus miembros proyectan acerca de sí mismos. En el caso de un país son los factores turísticos, políticos, culturales, deportivos, económicos y servicios, que finalmente son los que posicionan al país en un contexto internacional. La imagen puede formarse a través del contacto y la experiencia. Aunque también se puede desarrollar sin tener ningún contacto o experiencia. Las percepciones sobre la imagen país se forman a través de la publicidad y la población, noticias, conversaciones con amigos y familiares, agentes de viaje y experiencias pasadas.

4. Relación entre imagen país y marca país

Siendo la imagen país el acto de construir, cambiar o proteger la reputación internacional del país en cuestión, se evidencia como claramente la marca país se apoya en la imagen país. Porque si el país no tiene buena reputación la percepción (marca) del país no es buena. Por otro lado la estrategia de marca país puede ser una solución a los problemas de imagen, particularmente cuando no se tiene una idea clara de cómo abordarlos. La marca país significa gestionar la imagen y el prestigio de un país. La imagen y el prestigio son componentes interrelacionados. La imagen es lo que se proyecta al mundo, mientras que el prestigio es la información recibida dada por la experiencia del visitante o inversionista.

La marca país es una construcción deliberada. Como parte de la estrategia de marca país se aborda la imagen del país y se trabaja para cambiar la imagen donde sea relevante, o

para destacar los elementos más relevantes de la imagen y generar un posicionamiento adecuado del país dentro de esa imagen.

La marca es finalmente una síntesis de los elementos que la estrategia de marca país determinan como más relevantes para transmitir un mensaje.

TEMA 3

Gestión de importaciones y exportaciones, legal, logística y operaciones.

1. Comercio internacional, importaciones y exportaciones

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales. La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino, de programas de integración. El Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercaderías de un país (exportaciones) entradas de mercaderías (importaciones) procedentes de otros países.

2. La decisión de exportar

La decisión de exportar de una empresa no debe ser considerada como un paliativo para hacer frente a una situación coyuntural que le presenta el mercado doméstico, si no muy por el contrario, debe considerarse como un nuevo objetivo que la empresa decide

emprender. Sin embargo, se requiere mentalizar a los componentes de la empresa de la responsabilidad que con tal decisión se debe asumir.

Debemos distinguir entre exportaciones e importaciones:

Exportación:

La exportación comienza con la participación en una exposición de carácter internacional, en la que se contacta con agentes extranjeros o futuros compradores que manifiestan el interés en los productos ofrecidos.

Importación:

La principal ventaja de efectuar importaciones la constituye el introducirse y participar del comercio internacional con un costo relativamente bajo.

Las cinco claves de las exportaciones:

- ✓ Costo: lograr bajos costos logísticos
- ✓ Calidad: mantener una calidad constante en los productos
- ✓ Cantidad: ajustar la producción a la demanda externa. Respetar cantidades
- ✓ Continuidad: mantener stock para cumplir los compromisos con el cliente.
- ✓ Conducta: honestidad, seriedad y responsabilidad empresarial

3. Factores en el ámbito de la exportación

- 1) Comercialización: realizar y mantener estrecho contacto con los clientes y negociar respetando los acuerdos tomados y cumplir los compromisos. Es muy fácil perder un cliente y muy difícil recuperarlo.

- 2) El estímulo financiero: aprovechar coyunturas relacionadas con el apoyo financiero tanto estatal como privado. Agotar los medios para responder por los créditos otorgados y evitar errores en ese ámbito. Al final todo se sabe y el exportador lleva las de perder.
- 3) Los derechos y franquicias impositivas: cumplir seriamente con los pagos de los derechos aduaneros e impuestos relacionados con las exportaciones e importaciones.
- 4) Los instrumentos de pago: Las importaciones y exportaciones conllevan documentos bancarios que establecen los compromisos para los pagos tanto del exportador como el importador. El prestigio de este tipo de negocios obliga a cumplir los pagos en forma oportuna y de acuerdo a los acuerdos tomados. Es necesario conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.
- 5) Cambios y modificaciones: cualquier cambio y de cualquier tipo en los procesos en marcha, deben ser comunicados entre los compradores y vendedores. No avisar a tiempo cualquier modificación lleva a veces perder credibilidad entre unos y otros.
- 6) El Régimen de Normas internacionales: todos los países tiene sus normas en este tipo de transacciones, por lo tanto ambas partes deben conocer estas normas previo a realizar los negocios o despachos de los pedidos.
- 7) El Transporte Internacional y Fletes: La mayor cantidad de exportaciones e importaciones en el país se efectúa mediante el transporte marítimo. Al momento de concretar los envíos se debe conocer y buscar el transporte más adecuado y que cumpla con los compromisos de salida y llegada de las naves. Una buena negociación en los fletes marítimos es más de un 50% del éxito de los negocios.

- 8) Los Seguros: Son la clave en los negocios de importaciones y exportaciones. Toda carga debe ser asegurada para cubrir cualquier tipo de riesgos. Es un costo fijo ineludible en el comercio internacional.

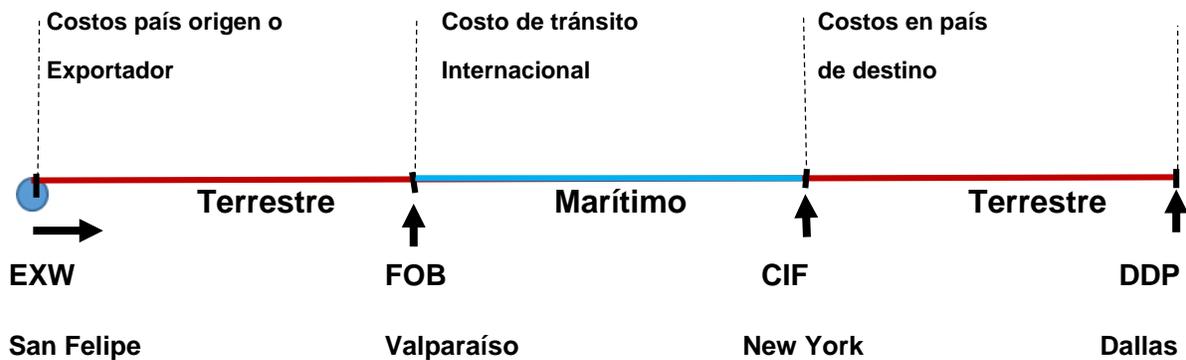
4. Costos asociados al proceso de exportación

Una de las preguntas más frecuentes que se hace el empresario exportador: ¿Cuál es el precio de mi producto de exportación en el lugar que requiere mi comprador internacional? Para dar respuesta a esta pregunta, en apariencia simple, es necesario analizar minuciosamente los eventos de costos y tiempos por los que atraviesa el producto, hasta el lugar de destino fijado por el comprador. Partiendo de los Términos de Negociación Internacional, INCOTERMS 2010, y teniendo en cuenta el valor del producto terminado en fábrica, es en ese momento de partida, cuando se definen cada uno de los costos que considera una exportación.

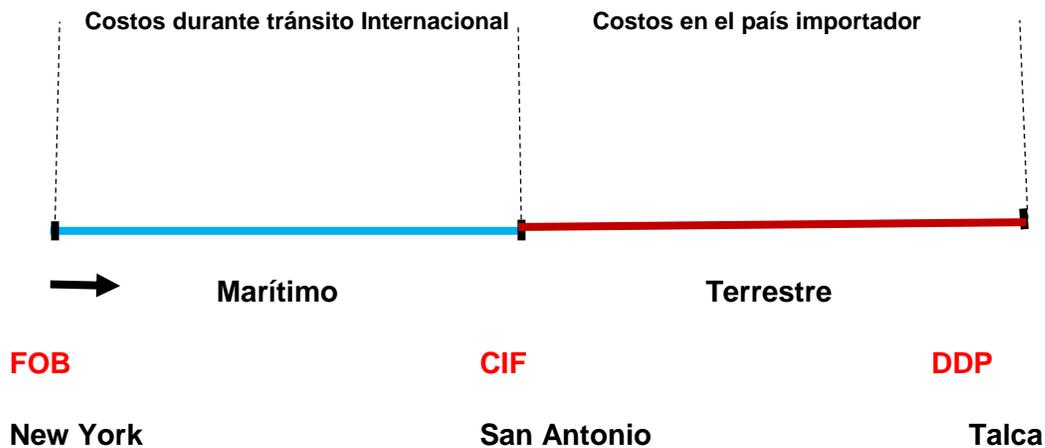
- 1) Costos en el país de origen o exportador: Son todos aquellos costos a pagar desde la fábrica del vendedor hasta el puerto, aeropuerto o sitio acordado para la entrega de la mercadería, dentro del territorio del país de origen o país exportador. Ejemplos de costos por enumerar los principales: empaque, embalaje, documentación, manipulación local del exportador, seguros, transporte, almacenaje, manipulación en el lugar de embarque, documentación aduanera, gastos bancarios y agentes.
- 2) Costos de tránsito internacional: Son los costos a cancelar desde el puerto, aeropuerto o sitio acordado para la entrega de la mercadería en el país de origen hasta el puerto, aeropuerto o sitio acordado de recepción de la mercadería en el país destino. Ejemplo de costos: manipulación al embarque, seguros, transporte, almacenaje, manipulación de desembarque y agentes.
- 3) Costos en el país de destino o importador: Son aquellos a pagar desde el puerto, aeropuerto o sitio acordado para la recepción de la mercadería en el territorio del país

importador, hasta la fábrica o lugar de entrega fijado por el comprador. Ejemplo: manipulación en el lugar de desembarque, almacenaje, seguros, transporte, manipulación en el lugar fijado por el importador, documentación y pagos de derechos aduaneros, gastos bancarios y agentes.

ETAPA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL EN UNA EXPORTACIÓN



ETAPAS DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL EN UNA IMPORTACIÓN



5. El seguro de transporte de carga

El seguro incluye una serie de coberturas para responder al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercaderías durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. Lo debe contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final, aunque lo normal es tomar siempre seguros.

Durante el tránsito de los bienes y mercaderías, se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento en el caso de transporte ferroviario terrestre.

Si el cliente lo solicita de manera expresa, la cobertura puede ampliarse a otros riesgos, como robo por bulto, total o parcial, contacto con otras cargas, manchas, roturas, derrame, oxidación y mojadura de agua, ya sea dulce o de mar.

Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y revueltas populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, transbordo u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Las coberturas de los seguros no incluyen los siguientes aspectos: violación a cualquier ley o reglamento; demoras o atrasos; pérdida de mercado; dolo o culpa grave del asegurado; robo en el que intervenga directa o indirectamente un empleado o subordinado del asegurado; falta de peso por evaporación o pérdida de humedad, así como derrames por envases o embalaje deficientes.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte. La vigencia continúa durante el curso normal de su viaje y

termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada al país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

La suma máxima de responsabilidad debe corresponder al total del valor de la factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional.

En caso de siniestro, se debe enviar un escrito de reclamación dentro del plazo establecido en la póliza, adjuntando lo siguiente:

- a) Copia certificada de la protesta del capitán del buque (vía marítima).
- b) Certificado de daños, emitido por la autoridad a bordo.
- c) Factura y documentos probatorios de los gastos en que se incurrió con motivo del transporte.
- d) Copia del conocimiento de embarque.
- e) Copia de la reclamación de los porteadores.

Los seguros se pueden contratar para un viaje específico, pero también es posible adquirir una póliza por un contrato anual.

6. Reclamo al transportista o porteador

Cuando un embarque o una carga tenga señales de avería, no deberá darse por recibido si antes no se realizan las siguientes acciones:

- a) Presentar por escrito la reclamación al porteador o transportista.
- b) Solicitar la inspección de los bienes y mercaderías, la certificación de daños a la empresa naviera transportista, notario público, autoridad judicial, postal o policía local, según sea el lugar de los hechos o según corresponda de acuerdo a lo indicado en la póliza.
- c) Dar aviso a la empresa aseguradora.

Estos actos se deben efectuar en un plazo de cuatro días hábiles después de la terminación del viaje, o en el momento en que se tenga conocimiento del siniestro.

7. Reclamo según los riesgos comerciales

Este tipo de seguros cubre los riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera o insolvencia del importador para cubrir sus deudas. Los tipos de insolvencia que cubre este seguro son los siguientes:

- ✓ **Insolvencia legal:** Ocurre cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar, que impida el cobro del crédito asegurado.
- ✓ **Insolvencia de hecho:** Se presenta cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que el ejercicio de una acción jurídica en su contra para recuperar el crédito resultaría inútil.
- ✓ **Pago por mora prolongada:** Sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento del crédito y éste no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas. De no configurarse antes alguno de los dos tipos de insolvencia citados (legal o de hecho), la compañía de seguros tiene un plazo máximo que puede transcurrir para que el seguro se haga exigible.

8. Reclamo de responsabilidad civil

Uno de los requisitos indispensables para realizar operaciones comerciales en el mercado internacional, es la contratación de un seguro de responsabilidad civil. Éste cubre los daños, así como los perjuicios y el daño moral que el uso del producto comercializado por el asegurado pueda causar a terceros y por los que éste deba responder, en apego a la legislación vigente en la materia. Tales daños pueden ser por hechos u omisiones no dolosos, ocurridos durante la vigencia de la póliza, que causen la muerte, atenten contra la salud o deterioren los bienes de terceros. El costo de este seguro debe ser incorporado al precio de exportación o deberá negociarse con el cliente. Este seguro es aplicable para casi todos los países en especial para los Estados Unidos.

9. Aspectos logísticos portuarios

Chile tiene un desempeño logístico en línea con su nivel de desarrollo, se ubica en el Índice de Desempeño Logístico liderando en América Latina, pero un 15% por debajo del promedio de los países OCDE. Sin embargo, en el mediano plazo Chile debiera mejorar el desempeño de la logística.

Así, un crecimiento de la economía chilena de 4% promedio hasta 2030 requiere elevar los estándares de infraestructura y de operación logística al nivel que hoy existen en Australia, Canadá y Nueva Zelanda. Lo cual equivale a pasar del 25% superior en la actualidad al 15% superior en términos de su desempeño logístico al 2030 y situarse en niveles de desempeño logístico similares al de los países desarrollados de la OCDE. Lo anterior se considera un enorme desafío para los gobiernos y las instituciones relacionadas con el tema logístico.

Sin embargo, alcanzar la meta señalada requiere modificar el funcionamiento del sistema marítimo y portuario. Las actuales condiciones de las instalaciones portuarias, conllevan riesgos de congestión en el mediano plazo, lo que demanda adaptar la infraestructura actual y construir nuevas instalaciones con mejores capacidades, donde la actual situación portuaria es insuficiente y debe adaptarse.



Instalaciones portuarias

Entre los cambios más relevantes que hay que hacer están:

- 1) La importancia del factor tiempo en el costo del comercio exterior. En el caso de Chile un día de demora en el puerto es equivalente a un arancel de 0,6% en el mercado de destino y de 0,9% en el caso de las importaciones.
- 2) El agotamiento de las capacidades actuales no da para más. Nuevas inversiones requieren de nuevas áreas y equipos para el desarrollo del trabajo portuario.
- 3) La industria naviera avanza hacia la construcción de naves mayores, lo que presiona la infraestructura portuaria, las redes viales y ferroviarias si las hay, y modifica el mercado de transporte marítimo.
- 4) La sociedad chilena aspira a condiciones sociales, medioambientales, y de vida urbana con estándares más elevados.

Para enfrentar con éxito los desafíos se requiere corregir las deficiencias en el funcionamiento del sector marítimo y portuario, lo cual comprende la institucionalidad pública, las estrategias empresariales, el aporte de las organizaciones de los trabajadores y un mejor ambiente de colaboración público – privada.

10. Estrategia para lograr los cambios

Abordar estos desafíos es una tarea que requiere de un entorno de colaboración que no existe en la actualidad. Probablemente el hecho más relevante es que no hay una visión común para el desarrollo del sector y el enfoque logístico que debiera contener. Los gobiernos deben articular esta visión, que está en la base de la estrategia que genere un nuevo impulso de modernización en el sector marítimo y portuario.

Una dificultad adicional para abordar los nuevos desafíos es que en el sistema portuario nacional conviven dos regímenes institucionales. Por una parte hay 10 puertos estatales lo que incluye a las empresas concesionarias y los operadores de terminales. Por la otra, hay alrededor de 20 puertos privados. Pero ambos grupos de puertos hacen un aporte significativo a la conectividad del país. Los puertos estatales transfieren un 64% de la carga general y un 24% de los graneles. Por su parte, los puertos privados transfieren un 36% de la carga general y un 76% de los graneles.

En síntesis, el entorno institucional, puertos privados y estatales, dificulta las condiciones para la construcción de una perspectiva de largo plazo. Así, uno de los desafíos es encontrar soluciones que eviten las controversias institucionales y que generen un ambiente de colaboración en el desarrollo del sector.

Dada la importancia que ha adquirido el sector privado dentro y en el entorno de los puertos, éste no tiene otra opción que contribuir y generar condiciones para un desarrollo de mediano y largo plazo del sector, consistentes con los desafíos del país.

11. El proceso logístico y sus brechas

El sector marítimo y portuario es el principal nexo para el intercambio comercial de Chile con el mundo, adquiriendo así un rol estratégico y preponderante en el crecimiento económico del país. Producto de este valioso rol es que cualquier alteración en su buen funcionamiento tiene efectos significativos en la competitividad de las actividades productivas. De ahí la importancia de mantener un marco claro y estable que permita su adecuado desarrollo.

A su vez, los puertos son el punto de inicio o de término de una cadena logística diseñada y gestionada para transportar, lo más eficientemente posible, la carga de comercio exterior. La cadena logística, configura un sistema complejo de interacciones, operaciones y coordinaciones entre muchos actores privados y públicos, y en eso está lo complejo de la solución al sistema portuario.

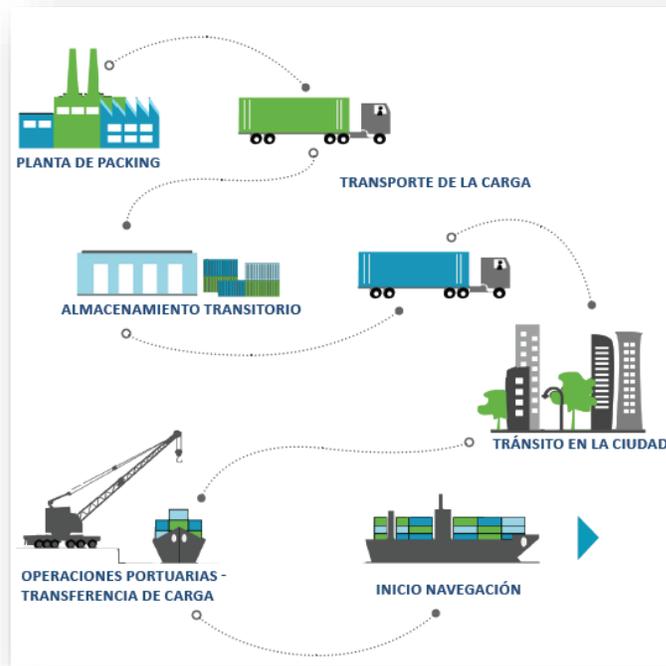
Debido a tal multiplicidad de operaciones, a menudo es más atractivo seguir enfoques parciales para resolver las trabas que entorpecen el proceso, ocultando dos elementos primordiales: la integralidad del proceso y el enfoque en los usuarios finales. Sólo así se puede lograr la meta de mejorar los estándares de la conectividad de Chile con el resto del mundo. Así, la única forma de corregir los problemas y trabas que enfrenta el sector marítimo y portuario nacional es ampliando el campo de análisis de los factores que influyen en su desempeño, buscando sus causas más allá del recinto portuario.

Desde esta perspectiva, pero siempre desde el foco marítimo – portuario, se detectaron cinco brechas que afectan y/o influyen en el desempeño del sector:

- a) Combinación y optimización de los modos de transportes
- b) Plataformas digitales que agreguen valor al proceso logístico.
- c) Aumento de Capacidad Productividad e Infraestructura

- d) Beneficio compartido entre la comunidad y el puerto.

DIAGRAMA DE LA CADENA LOGÍSTICA



TEMA 4

Tendencias e innovación en los negocios internacionales e impacto del e-commerce en el comercio internacional

1. Estrategia y estructura de los negocios internacionales

La estrategia de una empresa se define como el conjunto de acciones encaminadas a alcanzar sus objetivos. Para la mayoría de las empresas, el objetivo principal consiste en maximizar el valor de la empresa para sus propietarios. Los administradores deben adoptar estrategias que incrementen la rentabilidad de la empresa, así como la tasa de crecimiento de la utilidad a largo plazo.

Con la expansión internacional de los negocios y el comercio, los administradores estimulan la rentabilidad de la empresa y aumentan la tasa de crecimiento de la utilidad a largo plazo.

Existen tres enfoques que tienen que ver con la expansión internacional de las empresas, y estos enfoques están orientados a maximizar el posicionamiento, credibilidad y la confianza en el mercado:

1. Creación de valor.
2. Posicionamiento estratégico.
3. Optimizar las operaciones de la cadena de valor.

En la selección e implementación de la estrategia adecuada para su expansión en el mundo, intervienen tres variables fundamentales.

1. Economías en la localización o ubicación de la empresa.
2. Curva de aprendizaje y conocimiento.
3. Economías de escala en las operaciones.



Por regla general, las empresas disponen de cuatro estrategias estándar para competir en el ambiente internacional:

1. De estandarización global.
2. De localización o ubicación.
3. Estrategia trasnacional.
4. Estrategia internacional.

Cuando se refiere a la estructura organizacional de la empresa, nos referimos a la forma en que la empresa decide crear una organización acorde a la cultura y la economía del lugar escogido para crecer. Y en ese sentido existen tres aspectos fundamentales que aquí señalamos:

1. Ubicación de las responsabilidades en la toma de decisiones dentro de esa estructura, la que puede ser centralizada o descentralizada.
2. División formal de la organización en departamentos, gerencias o áreas operativas. Es decir, los departamentos que configuran la organización.
3. Establecimiento de los mecanismos de integración para coordinar las actividades de los departamentos.

2. Comercio internacional

Al momento de que las empresas deciden ingresar en un mercado en el extranjero, hay tres análisis básicos que deben ser ejecutados:

1. El mercado al cual se ingresa.
2. El momento indicado para ingresar.
3. Hasta que nivel pensamos ingresar en ese mercado.

Finalmente, una vez que una empresa decide entrar en un mercado extranjero, lo que sigue es determinar la mejor manera de hacerlo. Las empresas utilizan seis formas básicas de entrada a los mercados internacionales:

1. A través de las exportaciones.
2. Proyectos de inversión llave en mano.
3. Licencias.
4. Franquicias.
5. Alianzas o Coparticipación con empresas locales
6. Creación de sucursales o subsidiarias.

3. Operaciones de negocios internacionales

Podemos definir producción como una de las actividades relacionadas con la creación de un producto. Se utiliza el término producción para señalar tanto las actividades de los procesos de manufactura, como la de los servicios.

La logística comprende las actividades necesarias para hacer llegar los materiales a las instalaciones de manufactura a lo largo del proceso de producción y los sistemas de distribución hasta el usuario final.

La subcontratación o externalización, consiste en que una empresa encargue a una segunda empresa algún proceso o actividad de creación de valor a cambio de un pago por medio de un contrato de servicio.

A menudo, los negocios internacionales se enfrentan a la decisión sobre realizar ellos mismos el llevar a cabo cierta actividad de creación de valor o subcontratar esas actividades a una segunda entidad o una empresa externa.

Cuando una empresa decide internacionalizarse, es decir, ofrecer sus productos o servicios en un mercado extranjero, debe pensar como dará a conocer, como deberá adaptar su oferta, y como hará llegar su oferta a los consumidores finales en ese mercado.

El marketing consiste en un conjunto de actividades que tienen el objetivo de brindar soluciones para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Las actividades más importantes del marketing son:

- ✓ Investigación de los mercados.
- ✓ Segmentación de mercados.
- ✓ Adaptación del producto.
- ✓ Promoción.
- ✓ Establecimiento de un precio para el consumidor.
- ✓ Distribución y
- ✓ Servicio de postventa.

Para que una empresa logre una alta rentabilidad, se requiere un fuerte acoplamiento entre los recursos humanos y la estrategia. No solo se requiere que la estrategia sea la correcta, sino también que la estrategia se base en la estructura organizacional y las personas sean la piedra angular de la estructura organizacional de la empresa.

La función de los recursos humanos, por medio de las actividades de contratación, capacitación, remuneraciones y evaluación, tiene un efecto crítico en la estructura organizacional de las empresas. También hay que considerar que los negocios internacionales tienen que enfrentarse a una serie de problemas contables a los que los negocios nacionales no tienen que hacer frente.

Aunque influyen muchos factores en el desarrollo del sistema contable de un país, existen cinco variables principales.

1. La relación entre las empresas y los proveedores de capital.
2. Los lazos políticos y económicos con otros países.
3. El nivel de inflación.
4. El nivel de desarrollo económico de un país.
5. La cultura predominante en el país.

La administración financiera es el manejo y la optimización de los recursos financieros de la empresa para lograr los objetivos de la creación de valor de las empresas internacionales. A grandes rasgos, la administración financiera internacional está enfocada en tres aspectos principales: Las decisiones de inversión, decisiones de financiamiento y administración de los flujos de dinero.

4. Las nuevas tendencias del comercio mundial

Nadie puede discutir que los negocios en el mundo están cambiando. Todo está cambiando, los productos cambian a una velocidad extrema, las ofertas son mucho mayores hoy que ayer, los consumidores requieren velocidad y ganar tiempo, el mundo se está digitalizando

y la tecnología la lleva. Existen muchas nuevas tendencias que hacen que los negocios, las empresas y las personas se adapten a este nuevo hecho de modernidad y de revolución comercial mundial. Algunas de esas tendencias las señalamos a continuación:

1. El comercio mundial crece más rápido que el producto mundial
2. Ha cambiado la estructura del comercio mundial
3. Productos diferenciados para mercados particulares
4. Acelerado cambio tecnológico
5. Mercados definitivamente más abiertos
6. Consumidores mejor informados y más exigentes
7. Nueva organización del comercio mundial
8. Nuevos temas en la agenda de negociación
9. Nuevo Regionalismo y,
10. El Paradigma Competitivo.

Todas estas nuevas tendencias no dejan fuera la logística, todo lo contrario, para la actividad logística esto es un nuevo desafío para lograr que las cosas sucedan de una forma más ágil y expedita. Los costos van a ser nuestra piedra en el zapato y no va a quedar otra que adaptar las operaciones a este mundo comercial y activo que se nos viene encima. Las empresas y operadores se tendrán que adaptar a nuevas estrategias para evitar de desaparecer.

5. Ha cambiado la estructura del comercio mundial

No sólo han evolucionado favorablemente los valores y volúmenes del comercio mundial. También se han producido cambios sustanciales en su estructura. Actualmente, son cada vez menos importantes, siempre en términos relativos, las exportaciones de materias primas y commodities y a la vez, son cada vez más importantes las exportaciones de manufacturas, servicios y de productos no tradicionales.

En consecuencia, existe una "cultura del mayor valor agregado", lo que significa que, para lograr una inserción exitosa en el contexto global, los países deben apuntar a desarrollar industrias competitivas y no quedarse solo en los productos básicos que implican una gran vulnerabilidad para sus economías dadas las fluctuaciones de las cotizaciones internacionales de éstos productos, además de su extrema sensibilidad frente a situaciones de crisis en la economía mundial.

El ya conocido deterioro de los términos de intercambio sigue vigente y afecta de manera decisiva a los países menos desarrollados que basan sus economías en la exportación de solo las materias primas.

6. Mercados relativamente cada vez más abiertos

Actualmente los mercados mundiales están relativamente mucho más abiertos que hace cincuenta años. Las tasas arancelarias promedio han disminuido sustantivamente.

Desde el fin de las negociaciones y el Acuerdo GATT´94, los países se han comprometido a disminuir o eliminar las barreras para-arancelarias (cuotas, permisos de importación, restricciones de exportaciones, uso indebido de restricciones sanitarias, licitaciones, entre otras).

Esto es un paso positivo pero, no nos confiemos, el comercio internacional actual dista mucho todavía del mercado libre que se plantea en los estudios y textos de los entendidos. Las barreras al libre comercio las encontramos no sólo en algunos países, sino también en los propios países industrializados. Ante ésta constatación de la realidad del comercio internacional, proponemos que los países adopten una apertura gradual pero negociada frente a la opción unilateral que muchos países adoptaron en los años noventa.

Una segunda observación en este punto es que no debemos abandonar el uso del arancel como instrumento de política comercial y de política económica. Los países siempre se reservarán un mínimo margen de maniobra a través de las políticas arancelarias para regular sus flujos comerciales, obtener ingresos para el Estado y aún para proteger temporalmente a la producción nacional. Los países menos desarrollados no pueden liberalizar al 100 por ciento sus economías, mientras los países industrializados mantienen, con el apoyo directo o indirecto de sus gobiernos, barreras al libre comercio.

Entonces, efectivamente hoy en día los mercados están relativamente más abiertos que antes, pero ello no debe llevarnos a abandonar el uso de eficaces políticas comerciales y arancelarias.

7. Consumidores mejor informados y más exigentes

En el contexto global y competitivo lo que hoy tenemos, son consumidores mejor informados y, por lo tanto, más exigentes. Ello debido, fundamentalmente al avance en las tecnologías de la información y de las comunicaciones que permiten a los consumidores poder tomar sus decisiones en base a mayores elementos de juicio.

Por otro lado, como decíamos anteriormente, el diseño de estrategias competitivas con base en la diferenciación obliga a las empresas a desarrollar políticas más personalizadas, orientadas a satisfacer al cliente en los más mínimos detalles que son precisamente los que hacen la diferencia con relación a la competencia.

De otro lado, surgen nuevos mercados, segmentos o partes de mercado que plantean nuevas exigencias que es necesario atender. Una de las características de este proceso es el surgimiento de nuevos consumidores de productos y servicios, que ofertados por el mundo que antes veían limitada la atención de sus demandas a solo lo que señalaba el plan.

Por otro lado sin duda, la evolución de la economía china es uno de los fenómenos más interesantes en estas últimas décadas. China se ha convertido en un gran exportador, pero también en un muy importante importador en el que hay –nada menos- que un mercado de 1,200 millones de habitantes en China. El reciente ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio con sus deberes y derechos ejercidos a plenitud, le dará un mayor dinamismo al comercio mundial.

Otro aspecto a tener en cuenta son los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores que se van observando en casi todos los países. Uno de esos importantes cambios se relaciona a la preferencia por lo natural en todo aquello que se consume. La cultura light, ha modificado de manera importante la demanda de alimentos así como los requerimientos de envases, embalajes, transporte y conservación. Cada vez es mayor el número de consumidores que demandan medicinas naturales, endulzantes naturales, algodón ecológico o que prefieren destinos turísticos de naturaleza y aventuras.

La demanda varía también en función a aspectos de tipo cultural y a los cambios generacionales. En el Japón de la actualidad tres segmentos son los más dinámicos y

exigentes demandantes de bienes y servicios de todo el mundo: los jóvenes (que tienen gustos y preferencias muy distintos a las de sus padres y abuelos); las mujeres (que ahora participan de manera más directa en la economía japonesa con relación a lo que hacían algunas décadas atrás); y la población de la tercera edad (jubilados con alto poder adquisitivo que tienen especiales demandas por ejemplo en la actividad turística). A todos ellos hay que conocer en profundidad y atender sus requerimientos de comercio internacional.

8. El paradigma competitivo

Las investigaciones de varios autores coinciden en que los países y las empresas que han logrado resultados exitosos duraderos en el comercio mundial son los que han diseñado y puesto en ejecución estrategias competitivas. Coinciden también en que el término competitividad supone un escenario internacional de referencia.

La competitividad se relaciona a una capacidad de liderazgo que permite atender segmentos dinámicos y cada vez más exigentes del mercado mundial. Para ser competitivo hay que tener ventajas comparativas, pero no todos los que poseen ventajas comparativas logran alcanzar posiciones de liderazgo competitivo. De hecho, hasta los años noventa se diferenciaban las ventajas comparativas naturales o estáticas de las ventajas comparativas dinámicas. Pero, cuando se habla de ventajas competitivas hay un componente adicional: se trata no sólo de tener los menores costos sino, también de ser los mejores para un determinado mercado.

El paradigma competitivo ha desplazado a los antiguos paradigmas basados en la abundancia de recursos naturales o en la abundancia de mano de obra local. La competitividad se hace, nadie nace competitivo. Una estrategia competitiva se sustenta en

políticas que buscan el permanente incremento de la productividad, sustentadas –a su vez– en mejoras de la eficiencia y de calidad.

Una estrategia competitiva se puede sustentar en precios bajos o en productos o servicios diferenciados. En éste último caso, la diferenciación puede basarse en diferentes aspectos tales como: marca, ubicación geográfica, diseño, tecnología, servicio, moda, oportunidad de entrega, exclusividad, duración, etc. Existen en los diferentes países y sectores económicos una serie de ejemplos de liderazgo competitivo. Lo interesante es que países de tamaño económico mediano o pequeño pueden también aspirar a lograr un liderazgo competitivo para cierto segmento del mercado mundial o en cierta época del año. Un entorno macroeconómico estable es una condición necesaria pero no suficiente para lograr el éxito competitivo. La estabilidad macroeconómica, el mantenimiento de las reglas del juego, ayudan a generar confianza y un clima adecuado para las inversiones y, en general, para la adecuada y oportuna toma de decisiones. Sin embargo, se requiere asimismo un entorno competitivo en el que muchos son los que deben participar para conseguirlo.

9. Factores que contribuyen a lograr la competitividad

- ✓ Políticas gubernamentales que propicien la competitividad
- ✓ Consumidores exigentes
- ✓ Proveedores eficientes
- ✓ Factores productivos de calidad
- ✓ Innovación tecnológica
- ✓ Competidores que estimulen la competencia leal

- ✓ Productos y servicios de excelencia y
- ✓ Una cultura orientada hacia el mercado.

10. A manera de conclusión

Como hemos visto a lo largo de este ensayo, el comercio mundial ha experimentado cambios trascendentales en las últimas décadas en un contexto también espectacular de cambios en la economía internacional.

En la aldea global, el comercio internacional de bienes y servicios es un factor fundamental. Los países menos desarrollados, deben esforzarse por participar activamente en este proceso. Los mercados seguirán cambiando en el futuro y el cambio no nos debe sorprender.

La experiencia internacional nos muestra que las políticas comerciales deben enfocarse en el nuevo contexto. Desde nuestro punto de vista, seis son las principales características que deben tener las políticas comerciales de los países. En primer lugar, está claro que a nivel de país y de empresas deben diseñarse y ponerse en ejecución estrategias competitivas por productos, servicios e incluso por regiones. Estas estrategias deben estar orientadas hacia los clientes finales y ésta será la clave para tener éxito. Debemos producir exactamente lo que necesita el mercado y debemos estar atentos a los cambios que se van sucediendo en esos mercados.

El énfasis en el valor agregado es otra lección clara de estos tiempos. Triunfan los que dan el salto cualitativo desde la producción de materias primas hacia la producción de bienes manufacturados y de servicios. Otra constatación importante es que lo más adecuado a nuestra realidad y, principalmente al tamaño de nuestras economías, se relaciona a la

producción de bienes y servicios diferenciados y orientados hacia mercados particulares, que pagan más por tener acceso a la diferencia y lograr así la ventaja competitiva.

11. Impacto del e-commerce en el comercio internacional

El comercio electrónico mundial seguirá creciendo significativamente y existe un enorme potencial de crecimiento para aquellas personas o empresas que quieran vender online a clientes situados en mercados como EEUU, China, India, Europa, Asia o América Latina.

Este rápido crecimiento en el comercio electrónico es impulsado en parte por un aumento similar en la población mundial conectada a Internet. Sobre la base de un estudio de Forrester¹, el total de la población online mundial aumento de 2,2 mil millones de usuarios de Internet en 2011 hasta 2,8 mil millones en 2013. Latinoamérica es uno de los continentes que lidera en las tasas de crecimiento de Internet como canal de negocios y se ha transformado en una herramienta estratégica para el crecimiento económico y el aumento de la competitividad de las empresas, principalmente Pymes y emprendedores.

Solo el comercio electrónico B2C en América Latina crecerá a más de 40% al año representando más de US\$ 70,000 millones de dólares. Para algunas grandes empresas y Pymes, el canal de ventas online ya es una parte significativa de su facturación y sigue creciendo. Muchas empresas preparan activamente su ingreso y se proyecta un verdadero boom para los próximos años.

Una mención especial merece la penetración de uso de móviles y su futuro impacto en los negocios por Internet y el comercio electrónico. Existen hoy más de 5.300 millones de personas en el mundo con suscripciones a un plan de telefónica móvil de los cuales 940 millones tienen acceso a servicios de 3G o sea con posibilidad de navegar por Internet, y

se espera que a finales de mediados de la década, ya existan en el mundo 2.300 millones de teléfonos inteligentes o Smartphone.

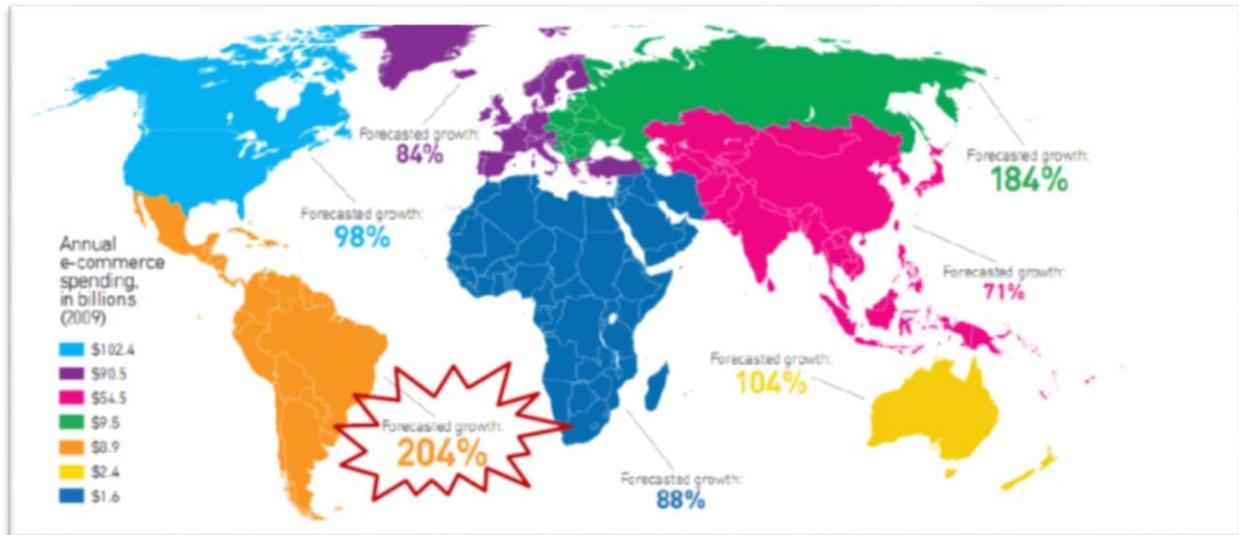
Los usuarios están migrando rápidamente a nuevos dispositivos o interfaces de acceso que están utilizando para acceder a Internet donde ya en el año 2013 los móviles superaron a las PC como pantalla, con el cual los usuarios se conectaran a Internet.

12. Los negocios por internet y el comercio electrónico en América Latina

La región de Latinoamérica y el Caribe, presenta un balance relativamente positivo, siendo que la región cuenta con casi el 10% de los usuarios de Internet del mundo, siendo que de su población el 36,2% accede a Internet.

Mejor balance aún, presenta el caso de América Latina, en dicha zona encontramos el 5,8% de los habitantes del mundo, quienes conforman a su vez un 7,8% de los usuarios de Internet del mundo y donde la penetración de Internet alcanza al 40% de sus habitantes.

En este sentido, la situación actual es el resultado de las políticas que vienen implementándose desde la década del 90 en adelante en la región. En efecto, los gobiernos vienen desarrollando e implementando acciones dirigidas a brindar los beneficios de las tecnologías digitales a la población. Se pueden destacar diversos programas que han sido implementados en los países de la región, tales como la inclusión de estas tecnologías en las escuelas a través de la entrega de equipos personales a los participantes y la implementación de programas didácticos interactivos. La promoción de las nuevas tecnologías a través de campañas mediáticas, la atención y beneficios ofrecidos para las industrias del hardware y el software, así como la digitalización de los procesos en los gobiernos.



Comercio electrónico en el mundo

Estas políticas se han visto profundizadas y se han intensificado a lo largo de los años, y quizás lo más relevante es que han ido incorporando al sector privado de forma progresiva, como socio fundamental a la hora de implementar y adoptar los nuevos avances en la tecnología digital. Por otro lado, el uso de páginas Web está creciendo más rápido en América Latina que en ninguna otra región del mundo.

En 2009, hubo 150 millones de usuarios de PC y 40 millones de personas tuvieron acceso a la banda ancha en su hogar, lo que obviamente supuso toda una masa de consumidores con acceso a páginas Web. Para 2010 la región alcanzó porcentajes del 20% y del 15% respectivamente en la penetración del PC y de banda ancha. Tal expansión en el acceso a Internet en combinación con un crecimiento económico positivo ha disparado recientemente el comercio online en muchos países latinoamericanos.

Otro hallazgo importante fue que el comercio B2C, éste superó la barrera de los 70.000 millones de dólares USD en 2013 y que se prevé un incremento superior al 30% para los

próximos cinco años. Un contexto semejante genera nuevas oportunidades de mercado para aquellas empresas que sean capaces de explorar y de interpretar los hábitos de compra y los intereses de la población, y que puedan así ofrecer nuevos productos y servicios online.

Los grandes jugadores del sistema están alineados, tras el mismo objetivo: Lograr una experiencia positiva de ventas en línea, logrando y así ser dueños de la llave del éxito del mundo de los Negocios por Internet. Pero, ¿en dónde están los que realmente hará explosivo y exponencial este crecimiento en los negocios por Internet?



E- commerce

Desde distintos enfoques y caminos cada uno está llegando al modelo o solución integral que hoy ofrece, el gran líder y nave insignia que es Amazon.

A saber, o como lo están haciendo o como lo hacen los otros competidores:

- ✓ Ebay con la compra de Magento, ha fortalecido su capilaridad para potenciar el mercado transaccional.
- ✓ Groupon, con la incorporación de nuevas categorías, nuevos segmentos de empresas y servicios integrales para todos sus usuarios.
- ✓ Mercadolibre con sus tentáculos que posee: mercadoclicks, mercadoshop, mercadopago y ahora mercadoenvío.

- ✓ Buscapse con su modelo integrado, buscando ser parte y mejorar la experiencia en todo el proceso de compra online.
- ✓ Mejor ni hablar de las movidas de VISA, Paypal, Mastercard, Samsung y otros que apuntan a la ubicuidad multicanal con lo que esta mezcla de ofertas se vuelve cada vez más explosiva.
- ✓ Facebook y Google, son los dos jugadores que traen el condimento del éxito para que realmente se complete el circuito y se disparen todas las proyecciones hasta las más optimistas.
- ✓ WhatsApps, Twitter, Hashtag, a pesar de ser lo más nuevo está dando la sorpresa en los que a redes sociales se refiere.

Ellos, con ellos o a través de ellos, se creara un nuevo escenario que vamos a bautizarlo: e-commerce+ o e-commerce plus, y es algo que al paso que vamos, se ve venir.

UNIDAD 2

SISTEMAS DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

TEMA1

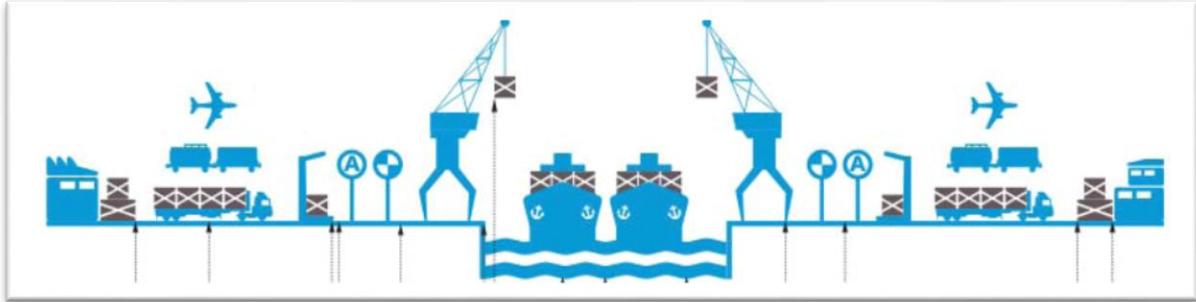
Gestión y administración del transporte y modos en el transporte internacional

1. Gestión y administración del transporte

El transporte y la logística internacional es un proceso complejo, que se inicia con la llegada del pedido procedente de los mercados exteriores y sólo finaliza con la entrega del producto al cliente. Por tanto, un plan de marketing internacional quedaría incompleto si no incluyera la gestión del transporte y la logística. El marketing internacional define las formas de entrada, la política de productos, la fijación de precios, la selección de los canales de distribución y la promoción más adecuada para conseguir los objetivos propuestos en cada uno de los mercados externos.

La forma de entrada en los mercados condicionará el papel que el transporte y la logística van a jugar en el planteamiento de la estrategia de marketing internacional. Este papel es muy limitado cuando la empresa accede a los mercados a través de la exportación indirecta, ya que serán los intermediarios en la comercialización los encargados de la distribución física del producto. En los demás casos, en unos en mayor medida que en otros, la gestión del transporte y la logística es controlada por la empresa.

Las alternativas que se ofrecen en la logística internacional son mayores que en la logística nacional. Los medios de transporte, la documentación, los seguros, el embalaje, etc., exigen una mayor profesionalidad por parte de los responsables de la gestión logística. Además, esta función compleja se ve acentuada por las barreras a la importación que imponen las legislaciones de algunos países.



Secuencia de actividades en el transporte internacional

En la Figura, se ilustra la secuencia de actividades en el transporte internacional de mercaderías: carga y transporte interior en origen, despacho aduanero de exportación, estiba en vehículo internacional, transporte internacional, desestiba en destino, despacho aduanero de importación e impuestos interiores (aranceles, etc.), transporte interior y descarga en destino.

La importancia de llevar a cabo una buena gestión logística reside principalmente en los costos y en el servicio al cliente. Los costos logísticos, tienen un peso muy importante en el precio final del producto. Una adecuada gestión logística no sólo economiza los costos logísticos, sino que también reduce o elimina los denominados costos ocultos, más difíciles de valorar pero no por ello menos importantes. Estos costos, que se pueden evitar, incluyen los relacionados con la pérdida de ventas por falta de satisfacción de clientes y distribuidores, el costo por atrasos, los intereses del capital invertido en la mercadería, directamente relacionados con la duración del envío, y las pérdidas por falta de un seguro.

Un buen servicio supone cumplir los plazos de entrega convenidos y la entrega de la mercadería en buenas condiciones. La logística aborda el flujo de los materiales, los productos terminados y la información asociada con los mismos, desde el proveedor hasta el cliente, con la calidad requerida, en el lugar y momentos precisos, y con los mínimos

costos. Esta actividad comprende el estudio integrado de funciones básicas de la organización, como la gestión de abastecimiento, la gestión de producción y de distribución.

El transporte juega un papel importante dentro de la cadena logística, básicamente en los procesos de abastecimiento y distribución, sin embargo, éstos a la vez guardan estrecha relación con los procesos productivos y, por esa razón, no puede aislarse el transporte de la cadena logística.

La logística tiene una importancia estratégica en las empresas. Existen estudios que reflejan que la ventaja competitiva de algunas de ellas reside precisamente en sus operaciones logísticas. Este es el conocido caso de la cadena de moda ZARA y del resto de marcas de la multinacional española y otras multinacionales de conocido prestigio por su logística.

Los altos niveles de competencia en algunos mercados llevan a algunas empresas a iniciar relaciones de intercambio de información, materiales y recursos con los proveedores y clientes, en una forma mucho más integrada.

La logística se desarrolla mediante una serie de actividades en cadena y de forma interrelacionada. La manera de llevar a cabo una de las actividades logísticas casi siempre influye en las demás. Por ejemplo, la utilización de un determinado medio de transporte determina el tiempo que tendrán que estar almacenados los productos en los mercados de destino, la gestión del control de inventarios y pedidos, los embalajes a utilizar, etc.

Como consecuencia del gran desarrollo de las comunicaciones y la tecnología, en los últimos años se ha producido una reducción de los costos y se ha mejorado el servicio al cliente. El control de inventarios y el procesado de los pedidos son cada vez más eficientes. Los costos de transporte se han reducido a través de mejoras técnicas como el uso del

contenedor multimodal o la simplificación documental a través del transporte combinado multimodal.

2. Los modos de transportes y sus operadores

Existen cuatro vías posibles de transporte: marítima, aérea, por ferrocarril y por carretera. En caso de pequeños envíos se suele utilizar el correo internacional o los servicios urgentes de paquetería y mensajería.

Para seleccionar el medio de transporte más adecuado se han de considerar los siguientes aspectos: el tipo de producto, su peso, las dimensiones, el punto de origen y destino, y el plazo de entrega.

Así, por ejemplo, si el peso y el volumen son reducidos puede interesar enviar la mercadería por transporte aéreo, ya que el transporte marítimo y el terrestre tienen unos precios mínimos por envío.

3. Transporte marítimo

Es el medio de transporte más utilizado en el comercio internacional debido a su menor costo y mayor capacidad de carga. Este tipo de transporte tiene dos grandes especializaciones: el transporte de "carga fraccionada", que normalmente lo realizan los buques de línea regular, y el de "carga masiva", que se realiza entre dos puntos de poco tráfico marítimo, generalmente en los llamados "buques tramp".

En cualquier caso, el flete se fija en función del peso o el volumen de la mercadería, el que resulte superior. Así, por ejemplo, una mercadería voluminosa y ligera pagará por volumen.

Una vez hecha la reserva del flete, la empresa transportista envía una nota de embarque en la que se indica quién se ocupará de recoger la mercadería una vez que ésta llegue al puerto de destino, quién pagará los costos de descarga y si la mercadería debe depositarse en los almacenes y bodegas del puerto de destino.

Los operadores que intervienen son:

- ✓ El Armador (Shipowner): es el propietario del buque. Puede suscribir contratos de flete con el porteador.
- ✓ El Porteador: es el transportista, que puede ser también el propio armador.
- ✓ Consignatario: es el agente del armador o porteador que realiza la gestión comercial del transporte en cada puerto.
- ✓ Cargador (Shipper): es el exportador o el importador responsable del embarque de la mercadería que suscribe el contrato de transporte marítimo.
- ✓ Estibador: es el empleado de la empresa autorizada para realizar las operaciones portuarias.

4. Transporte aéreo

El transporte aéreo tiene la gran ventaja de la rapidez. Es una vía muy utilizada para llegar a mercados poco accesibles y para el transporte de productos perecederos o de gran valor en relación a su peso. Es el más caro de los medios en relación al peso y se utiliza frecuentemente para el transporte de muestras.

Por su rapidez, en relación a otros medios, presenta varias ventajas: ahorro de costos financieros de capital inmovilizado; reducción del costo de embalaje y de seguro, y menor riesgo de demoras y robos. Además, su utilización es relativamente sencilla y la logística es menos compleja que la del transporte marítimo. Se entrega la mercadería en la terminal

de carga de la línea aérea con la que se ha reservado el espacio y ésta se encarga del transporte principal. Muchas líneas aéreas tienen su propio servicio de recogida de mercaderías hasta la terminal. Según las instrucciones dadas, la línea aérea, una vez que llega la carga al aeropuerto de destino, notificará al destinatario dicha llegada o bien esperará que la carga sea recogida por éste.

El transporte aéreo está sometido a limitaciones en cuanto a las dimensiones, tanto en tamaño como en peso, debido al tamaño de las puertas de acceso de los aviones y al peso máximo por superficie.

Aunque en la mayoría de las líneas aéreas las tarifas internacionales se establecen de acuerdo a la International Air Transport Association (IATA), en la práctica, debido a la intensa competencia, las líneas aéreas ofrecen distintos precios a través de descuentos especiales u otras fórmulas.

5. Transporte por carretera

El transporte internacional por carretera es poco complejo y muy accesible para cualquier exportador. Permite llevar prácticamente cualquier tipo de producto de "puerta a puerta", de una forma relativamente rápida y económica.

La especialización general del transporte por carretera es de cargas completas o de cargas agrupadas o consolidadas. En las cargas completas se contrata un vehículo para un determinado recorrido. Las cargas consolidadas, implican a varios cargadores que comparten un mismo vehículo.

6. Transporte ferroviario

El transporte internacional ferroviario es adecuado para el envío de vagones completos a largas distancias.

7. Transporte multimodal

El transporte lo realiza un solo operador, que emite un documento único, aunque empleando dos o más medios de transporte.

Entre los aspectos técnicos del transporte multimodal están el concepto de “ruptura de carga” que es la descomposición o fragmentación, total o parcial, de la carga en sus elementos para proceder a su almacenaje o a su transporte a los receptores de la mercadería.

La gestión comercial del transporte multimodal es realizada por los denominados Operadores de Transporte Multimodal (OTM), que son generalmente compañías navieras y operadores ferroviarios especializados en la gestión de este tipo de transporte. Frecuentemente no son propietarios de los medios utilizados, sino que establecen un contrato de transporte multimodal, asumiendo la responsabilidad del cumplimiento del mismo.

Las ventajas del transporte multimodal son:

- ✓ Reducción de los tiempos de manipulación en las operaciones de carga y descarga.
- ✓ Disminución de los costos de transporte, al combinarlo con el sistema de transporte más adecuado.
- ✓ Disminución de los plazos de transporte al utilizar el sistema más rápido y fiable.

- ✓ Reducción de las inspecciones por un sistema de precinto (identificación) que elimina controles aduaneros.
- ✓ Simplicidad de la documentación al utilizar un único documento.
- ✓ Seguimiento de la mercadería o trazabilidad.
- ✓ Reducción del número de robos y daños, favoreciendo la disminución de las primas de seguros.

8. Otros medios de transportes

El servicio de mensajería urgente, también llamado Courier tiene las mismas características que el aéreo y se utiliza generalmente para documentación, muestras, repuestos, etc. FedEx es actualmente la compañía de transporte urgente más grande del mundo, junto a DHL y UPS. Esta compañía creó el servicio overnight, es decir, las mercaderías que se recogían en un día se entregaban al día siguiente, haciéndolas pasar a través de un centro de conexión (HUB), dos ideas que no existían hasta ese momento. Desarrolló además un sistema informático propio para el control de la mercancía (trazabilidad) a través de códigos de barras.

9. Transitario

Se trata del agente del cargador (exportador/importador). En lo que se refiere a la elección del transporte, la contratación del mismo y toda la documentación necesaria, la empresa puede optar por ocuparse de estas gestiones o dejarlas en manos de un operador de tránsito. También llamado como Agente de Carga o Freight Forwarders.

Los operadores de tránsito aportan ciertas ventajas a los exportadores, como las siguientes:

- ✓ Asesoran sobre el medio de transporte más adecuado para cada envío, el embalaje necesario y las facilidades de almacenamiento.
- ✓ Se encargan de toda la tramitación y documentación del transporte, que puede ser laboriosa y difícil para una empresa no habituada a exportar.
- ✓ Reservan grandes espacios de carga en distintos medios de transporte que luego reparten entre sus clientes, consiguiendo mejores precios que los que ofrecen algunas compañías de transporte. Los grandes operadores de tránsito cuentan incluso con su propia flota de transporte.

TEMA 2

Transporte marítimo y aéreo en la logística internacional y gestión del transporte multimodal

1. Transporte marítimo

El transporte marítimo es el medio de transporte más utilizado en el Comercio Internacional. El 85% del comercio mundial total se realiza vía marítima, sin embargo el total de las mercaderías embarcadas por este medio es de menos del 30% del total mundial. En el transporte marítimo se pueden obtener grandes ventajas en costo debido a los altos volúmenes de mercaderías que se manejan. En el embarque de mercaderías a bordo se deben utilizar empaques y contenedores especiales para evitar que la humedad y la sal dañen las mercaderías.

El transporte marítimo se clasifica en tres categorías:

- 1) Tráfico de altura: Interoceánico
- 2) Tráfico de Cabotaje: es el que va recalando en puertos sobre un mismo litoral.
- 3) Tráfico Mixto: es el que pasa de tráfico de altura al de cabotaje o viceversa durante el viaje.

2. Características del transporte marítimo internacional

- a) **Carácter internacional:** es el único medio económico de transporte de grandes volúmenes de mercaderías entre puntos distantes geográficamente.
- b) **Capacidad:** los tonelajes de los buques llegaron hace muchos años a superar el medio millón de toneladas de peso muerto (TPM o DWT) en los grandes petroleros.
- c) **Flexibilidad:** esta característica viene dada por la posibilidad de emplear buques de pequeños tamaños (100 TPM) hasta grandes tamaños (petroleros).
- d) **Competencia:** a pesar de las tendencias de algunos países, la mayor parte del tráfico marítimo internacional se realiza en régimen de libre competencia según las leyes de mercado de los fletes.
- e) **Versatilidad:** por la gran cantidad de diferentes tipos de buques adaptados para diferentes tipos de carga.

3. Ventajas del transporte marítimo

Capacidad: el transporte marítimo es el modo de transporte que emplea mayor capacidad de volumen de transporte de mercaderías.

Flexibilidad: gran variedad de buques para los distintos tipos de carga.

Continuidad de las operaciones: es menos susceptible de sufrir variaciones climáticas en sus desplazamientos en navegación.

Competitividad: se beneficia de las economías de escala, lo cual le permite ofrecer tarifas más bajas a sus clientes en los fletes.

4. Desventajas del transporte marítimo

Velocidad: incluso en los últimos modelos de buques portacontenedores, la duración de la mantención de las velocidades en el mar es más larga y constante.

Accesibilidad: puerto de recalada apartados de centros productivos y de sus destinos finales.

Frecuencia de servicio y congestión portuaria: son características inherentes y desventajas en el transporte marítimo internacional.

Costos de embalajes: este transporte exige embalaje resistente y de alto costo en la mayoría de los casos de las mercaderías.

5. Tráfico mundial de contenedores

El tráfico mundial portuario de contenedores aumentó en aproximadamente un 13,3 % hasta llegar a 531,4 millones de TEU al año 2010 y se espera que a partir de ese año, el incremento sobrepase las cifras y tendencias que se vienen dando año a año. El efecto de los puertos continentales de China continuarán aumentando su proporción en el tráfico portuario mundial de contenedores que se sitúa en un 24,2%, El índice de conectividad de las líneas marítimas muestra que China mantiene su posición prominente como el país más conectado. Le siguen los puertos de Hong Kong y los puertos de países como Singapur y Alemania.

OPERACIONES PORTUARIAS RELACIONADAS CON LA MANIPULACIÓN DE LAS MERCADERÍAS



6. Buques de transporte de contenedores

Existen una variedad de diseños de buques porta contenedores, algunos de los cuales señalamos a continuación:

- ✓ Buque diseñado con una sola cubierta y su cubierta de carga que incluye arreglos especiales con divisiones de celdas para el transporte de contenedores.
- ✓ Buque porta contenedores con cubiertas sin aperturas o escotillas superiores.
- ✓ Con cubierta de bodega adicional de carga para el transporte de carga seca o líquida, además de los contenedores como carga.
- ✓ Buque con puntos específicos para contenedores eléctricos de refrigeración.
- ✓ Buque con cubierta de carga totalmente refrigerada para el transporte de carga perecible.

DIMENSIONES CONTENEDORES

Tamaño	Dimensiones internas mm			Dimensiones Puertas mm		Carga Kg.
	Largo	Ancho	Alto	Ancho	Alto	
20	5.867	2.299	2.197	2.286	2.134	20.320
20 HC	5.867	2.299	2.350	2.286	2.261	20.320
40	11.998	2.299	2.197	2.286	2.134	30.480
40 HC	11.998	2.299	2.350	2.286	2.261	30.480

HC (High Cube): Mayor altura, lo que complementa capacidades volumétricas.



CONTENEDOR

7. Organización del transporte marítimo

Los transportes marítimos se agrupan en Conferencias, que son asociaciones creadas con el objetivo de establecer tarifas y estándares de servicio mínimo para evitar una guerra de precios que provoque la quiebra de las empresas navieras. La participación en el mercado del sistema naviero se basa en la calidad del servicio y no en los precios y tarifas.

La siguiente es la clasificación del transporte marítimo:

- a) En Conferencia: con y sin itinerario fijo

- b) Fuera de Conferencia: sin itinerario fijo.

A los buques transportistas que no pertenecen al sistema de Conferencia, se les denomina Outsiders o independientes, los cuales negocian su tarifa libremente.

8. Modalidades del transporte marítimo

1. Transporte marítimo de línea regular o liner: consiste en líneas regulares ofreciendo un servicio de carácter permanente en un tráfico determinado que cubre rutas y frecuencias habituales. Con salidas y recaladas a puertos que integran el itinerario y de escalas a intervalos regulares y tarifas fijadas de antemano.
2. La misma modalidad anterior pero que además, adecuada para el transporte de carga general y contenedores.
3. Además puede ser realizada a través de:
 - ✓ Tráfico de sistema de Conferencia
 - ✓ Con armadores independientes (outsiders)
 - ✓ A través de Consorcios de líneas navieras.

9. Sistema de transporte de flete marítimo Tramp

1. Este tipo de flete Tramp, se realiza contratando el espacio de carga de un buque en forma total o parcial. Empleado para efectuar uno o varios viajes determinados, o bien para utilizarlo por un período de tiempo.
2. Póliza de fletamento o charty party.

3. Flete tipo Tramp se utiliza para el transporte de grandes volúmenes de mercaderías a granel, líquidos o sólidos y de gran número de unidades como automóviles o cargas pesadas.

10. Servicios charters

- a) Flete por viaje (trip charter)
- b) Flete por tiempo (time charter)
- c) Flete a casco desnudo (bareboat charter). Buque integralmente disponible y vacío.



TRANSPORTE MARÍTIMO

11. Contrato de transporte marítimo y documentos

Se considera como contrato de transporte marítimo aquel documento comprobado por un Conocimiento de Embarque o cualquier documento similar que se habilite para el transporte de las mercaderías por mar. Así como también habilita el conocimiento o documento similar extendido en virtud de un contrato de flete, a partir del cual rigen las relaciones entre el transportista y el portador del documento.

El documento Conocimiento Marítimo de Embarque o Bill of Lading, es un documento de contrato de transporte de tenencia de mercaderías entre el transportista y el embarcador.

Para la modificación de este documento por cualquier motivo o razón, se debe usar el documento Correction Notice.

12. Definición de transporte aéreo

El transporte aéreo es un servicio que permite el traslado de un lugar a otro a personas o un determinado cargamento mediante la utilización de aeronaves.

Los fines de este tipo de transporte son comerciales, en el caso de tener fines militares sería considerado como una actividad dentro de la logística.

Los contenedores aéreos y el diseño de nuevos aviones permiten transportar cargas con importantes volúmenes de productos, el cual se va incrementado de manera constante.

Según las estadísticas, el transporte aéreo es el más seguro de los medios de transporte gracias a los adelantos producidos en la navegación aérea y en las telecomunicaciones, favoreciendo su progreso sostenido.

13. Características principales

- 1. Rapidez:** Es el medio de transporte más rápido existente, por lo que se adapta a un proceso logístico ideal.
- 2. Seguridad:** Es el medio de transporte más seguro de los existentes, unido en gran medida al transporte ferroviario, teniendo unos índices de seguridad muy elevados.
- 3. Flexibilidad:** Hay una gran diversidad de aviones adaptados al tipo de carga y de transporte a realizar, admitiendo hasta cargas de más de 100 toneladas.

4. Control de seguimiento: Los sistemas de control electrónicos, al igual que en los demás sistemas de transporte, permiten un seguimiento exhaustivo del punto exacto de localización de las mercancías en cada momento (trazabilidad).
5. Globalización internacional: es un sistema de transporte que, por sus características, permite una adaptación y conexión con cualquier punto del planeta.
6. Costo elevado: También resulta ser el más costoso por Kg o m3 transportado de todos los medios de transporte.
7. Carga limitada: debido a la capacidad de carga por peso o por volumen del avión y las medidas de las puertas y los accesos.

14. Ventajas y desventajas

Ventajas:

- ✓ Rapidez
- ✓ Agilidad en la tramitación administrativa
- ✓ Menor riesgo en daños a la mercadería. Es el medio de transporte con menor índice de siniestralidad

Desventajas:

- ✓ Alto costo
- ✓ Limitación de peso y volumen de las mercaderías. Limitaciones también derivadas de la capacidad de carga total del avión y por las dimensiones de las puertas de las bodegas.

15. Sistema de transporte aéreo

El sistema de transporte aéreo representa, desde el punto de vista logístico, un extremo respecto del resto de modos de transporte. Esta situación se debe a los siguientes aspectos:

- ✓ El modo de transporte aéreo utiliza una tecnología de punta.
- ✓ La red de transporte, pierde parte del efecto comunicación en el territorio, puesto que el transporte aéreo como tal tiene lugar por aire.
- ✓ Los costos logísticos que presenta resultan muy elevados. Algunos de estos costos son el costo de las paradas en aeropuertos, aterrizaje y despegue, costo de la tripulación, costo de los vehículos de apoyo, costo según el valor del tiempo de viaje y de espera de los pasajeros, etc.

Otra de las características del sistema de transporte aéreo es que muestra de una forma clara como debe estructurarse una red de distribución física de muchos orígenes a muchos destinos. Es lo que se denomina red “hub-and-spoke”. Aunque este concepto también puede darse en algún otro modo de transporte (diseño de rutas en transporte terrestre), sin duda es en el transporte aéreo donde la red está formada por un mayor número de puntos de captación y distribución.

En cualquier caso, el transporte aéreo es la forma de transporte moderno que más rápidamente se desarrolló y por ello resulta importante saber que su evolución ha sido muy rápida y muy técnica, desde su aparición hasta hoy en día.

De este modo, se puede concluir que durante el siglo XX, y los primeros años del siglo XXI, el desarrollo de la infraestructura del transporte aéreo se ha constituido como un elemento imprescindible en la evolución y modernización de los países. Este desarrollo ha resultado más acentuado cuanto más extenso resulta el territorio nacional, y mayor es su relación social y sobretodo económica con los países del resto del mundo.



TRANSPORTE CARGA AEREA

16. Demanda de transporte aéreo

El tránsito de pasajeros, aeronaves y mercaderías ha crecido espectacularmente en los últimos años hasta alcanzar cifras que actualmente parecen normales. Y todo ello se ha producido en un espacio de tiempo relativamente corto, mucho más que respecto a cualquier otro medio de transporte público.

De esta forma, y paralelamente al incremento de pasajeros, se ha producido un importante incremento en el número de aeronaves y su capacidad. Por el contrario, el transporte de mercaderías no ha seguido este gran incremento, quizá debido a que las aeronaves se diseñan fundamentalmente para el transporte de personas, por lo que el transporte de mercaderías se entiende como una fuente adicional de ingresos de las compañías aéreas.

En cualquier caso, el conocimiento de la demanda es un dato fundamental para poder planear las necesidades de las infraestructuras. Resulta igualmente importante un adecuado pronóstico de cómo va a evolucionar dicha demanda.

Tan solo comentar que el primer paso para realizar estos pronósticos de tráfico futuro consiste en disponer de unas series históricas de datos confiables, en las que se recoja el

número de pasajeros y de aeronaves día a día, e incluso hora a hora, durante todo el año, y a lo largo de no menos de diez años.

17. Transporte multimodal

Se define el Transporte Multimodal como el traslado de la misma mercadería mediante transporte de más de dos medios de transporte, entre un punto de origen y otro de destino. Este tipo de transporte es ofrecido por un Operador de Transporte Multimodal (OTM) y a al amparo de un documento de transporte multimodal. Las bondades de esta práctica consisten principalmente en reducir los costos operativos de los servicios otorgados mediante la optimización de los medios de transporte y la eficiencia de los procesos logísticos. Al mismo tiempo, toda la cadena del comercio exterior se beneficia cuando a esto se le suma la simplificación documentaria.



TRANSPORTE MULTIMODAL

18. Características y ventajas

- ✓ Contrato de transporte entre un OTM y su cliente.
- ✓ Mayor seguridad
- ✓ Proporciona precios previamente establecidos para las operaciones puerta a puerta.

- ✓ Proporciona nuevas oportunidades comerciales para exportaciones no tradicionales, como consecuencia de mejores servicios de transporte.
- ✓ Impulsar la conformación de empresas operadoras intermodales de servicio de origen – destino y alto valor agregado con un nivel de servicio internacional, permitirá que el transporte se vuelva competitivo.

19. Beneficios del transporte intermodal

1. Aumenta la productividad operacional: con menor cantidad de recursos se mueve mayor cantidad de carga.
2. Simple documentación: un solo documento como contrato de transporte facilita los procesos.
3. Flujo comercio exterior: más competitivo en el escenario internacional
4. Seguridad en las operaciones: medios de transporte operacionalmente más seguros.
5. Volatilidad de las operaciones: disminuyen las posibilidades de robos, desvíos y atrasos en el transporte de la carga.
6. Riesgos de la carga: se distribuye los riesgos de daños o pérdidas en razón de transporte de mayor cantidad de carga.
7. Costos: se distribuye los costos fijos entre mayor cantidad y volumen de carga transportada.
8. Externalidad: no comparte la misma infraestructura utilizada por particulares u otras compañías navieras, lo que evita congestiones y previene los accidentes.

UNIDAD 3

Cargas y estibas en las mercaderías

TEMA 1

Clasificación sistemas de carga y empaques y embalajes de la carga internacional.

1. OPERACIONES PORTUARIAS

La operación portuaria es un proceso amplio que engloba aspectos administrativos previos al atraque, procesos que se llevan a cabo en el momento en que el buque arriba al puerto, manipulación de la mercadería y servicios prestados a los pasajeros. En todas estas actividades intervienen una serie de agentes especializados cuya misión será lograr el máximo rendimiento al mínimo costo.

Dentro de las actividades que componen las operaciones portuarias adquiere un rol muy importante la manipulación de mercaderías en su paso por el puerto, desde el transporte marítimo al terrestre o viceversa encuadrados en el concepto de maniobras o movimientos realizados por los medios de transporte.

2. OPERACIONES DE PRACTICAJE.

Se entiende por practicaaje el servicio de asesoramiento a capitanes de buques para facilitar su entrada y salida y las maniobras náuticas dentro de los límites geográficos de la zona de practicaaje en condiciones de seguridad y en los términos que se establece en la ley.

Este servicio se prestará a bordo de los buques, incluyéndose en el mismo las instrucciones impartidas por los prácticos desde el primer momento en que el práctico toma contacto con

la nave. El servicio de practicaje será obligatorio en los puertos cuando así lo determine la Autoridad Marítima.

La Autoridad Marítima y Portuaria determinará el número de prácticos necesarios para la prestación del servicio, previo informe de la Capitanía del Puerto.

3. OPERACIONES DE CARGA, ESTIBA, DESCARGA, DESESTIBA Y TRANSBORDO DE MERCADERÍAS.

Las primeras operaciones que se realizan cuando el barco está amarrado en el puerto, son las de desestiba, con la finalidad de que las mercaderías que transporta el barco sean ubicadas correctamente en las áreas y zonas de carga, teniendo en cuenta todas las normas de seguridad aplicables en cada operación. El segundo paso consiste en la descarga de las mercaderías en el muelle.



CARGA DE CONTENEDORES

El proceso de carga/descarga se considera finalizado cuando la carga descansa en el vehículo que la va a transportar. El vehículo transportará la mercadería desde el lugar de carga/descarga al lugar designado para la espera para salir del puerto. Cuando la mercadería no sale inmediatamente del puerto o el muelle, esta va a almacenamiento

dentro de los recintos del puerto, hasta que salga en forma definitiva o se embarque en otra nave con un nuevo destino.

4. Actividades de carga y estiba al buque

Estas actividades de las carga en puerto, consisten en lo siguiente:

- ✓ La recogida de la mercadería del puerto y el transporte horizontal de la misma hasta el costado del buque en el muelle para las operaciones relacionadas con la carga.
- ✓ La aplicación del gancho, cuchara, spreader o cualquier otro dispositivo que permita izar o transferir la mercadería directamente desde un medio de transporte, o desde el muelle hacia el costado del buque.
- ✓ El izado o transferencia de la mercadería y su colocación en la bodega o a bordo del buque.
- ✓ El embarque de la mercadería por medios rodantes y grúas en el buque.
- ✓ La estiba de la mercadería en bodega o a bordo del buque.

5. Las actividades de desestiba y descarga

- ✓ La desestiba (descarga desde a bordo) de mercaderías desde la bodega del buque, comprendiendo todas las operaciones precisas para la toma de la carga y su colocación y preparación para el izado.
- ✓ La aplicación del gancho, cuchara, spreader o cualquier dispositivo que permita izar la mercadería o transferir la mercadería al muelle.
- ✓ El izado o transferencia de la mercadería y su colocación en un medio de transporte o en el muelle al costado del buque.



DESEMBARQUE DE CARGA

- ✓ El desembarque de la mercadería desde el buque por medios rodantes o grúas.
- ✓ Descarga de la mercadería directamente, bien sobre vehículos de transporte terrestre, bien sobre el muelle para su recogida por vehículos o medios de transporte horizontal directamente al exterior del puerto o a zonas de depósito o almacenamiento temporal.
- ✓ El desplazamiento de la mercadería, previa recogida cuando proceda desde el costado del buque hasta otra ubicación en la zona de usos portuarios.
- ✓ La actividad de transbordo comprende la desestiba en el primer buque, la transferencia de la mercadería directamente desde un buque a otro y la estiba en el segundo buque.

6. Definiciones de carga marítima

Se define la carga marítima como cualquier producto, sustancia o mercadería, sólida, líquida o gaseosa, previamente agrupada para formar bultos y protegida por un envase y embalaje fuerte que evite de alguna forma daños a la carga, susceptible de ser manipulada y estibada en las bodegas de un buque de carga que fue diseñado y construido para movilizarla vía marítima de un puerto a otro.

Las primeras embarcaciones de transporte de carga marítima tenían una bodega que corría de proa a popa y de banda a banda. En esa bodega se acumulaba/estibaba desde el fondo de la bodega hasta la escotilla superior, bultos sólidos de carga y carga líquida en recipientes sólidos impermeables, previendo distribuirla horizontalmente para no acumularla solo en una banda o solo en el área de proa o popa, lo que atentaba contra la estabilidad de la nave. Así nació el denominativo concepto de Carga General porque consistía en todo tipo de mercadería que podía ser transportada por vía marítima.

Tanto la carga como los buques que la transportaban evolucionaron en volumen y peso, obligando a construir los buques de mayor capacidad y con características propias para facilitar la estiba de la mercadería.

La carga fue industrializándose por tanto se volvía más homogénea, lo cual requería medios de transporte de carga masiva. En consecuencia los buques se construyeron con bodegas más amplias, capaces de recibir y estibar carga de pocos tipos en grandes volúmenes.

De igual forma evolucionaron las cargas de naturaleza líquida, química y gaseosa que al comercializarse bajo una estructura global, estas debían ser transportadas en buques especializados y de acuerdo al particular tipo de carga, producto o mercaderías.

Paralelamente, evolucionó el tipo de embalajes o protección externa de la mercadería sólida la que en la práctica fue estandarizándose en un medio de transporte sólido, fuerte, impermeable, seguro y de fácil manejo mecánico para embarcarlo, estibarlo a bordo, descargarlo a tierra y transportarlo por vía terrestre hasta el destinatario final. Este concepto anterior, es lo que dio nacimiento al contenedor.

Bajo este diseño del contenedor, la industria mundial se concentró en la producción de equipos, maquinaria mediana y pesada, herramientas, vehículos que demandaban la transportación como carga general en los buques llamados de carga general.

7. Clasificación de carga marítima

Carga general: desde siempre se ha denominado como todo tipo de materiales , equipos, producto sólidos, y mercaderías , debidamente protegida por un embalaje que es estibado a bordo de un buque construido para ese tipo y condición de carga.

Carga General Fraccionada: Se denomina a la carga embalada en cajas, cajones, bultos sacos, tambores, bidones, fardos, entre otros, de diferentes dimensiones, que forman pequeños lotes para uno o distintos destinatarios que pueden ir en diferentes bodegas.

Carga General Unitaria: Es aquella que utiliza un mismo embalaje, puede ser uniforme o heterogéneo, que al unirse constituyen o dan aspecto de unidad. Esta carga se convierte en un elemento unitario, cuyo ejemplo es el contenedor.

Carga al Granel: Se denomina a la carga o mercancía de carácter homogéneo en su forma, de gran volumen que es susceptible de transportarse en buques diseñados y construidos para transporte masivo.



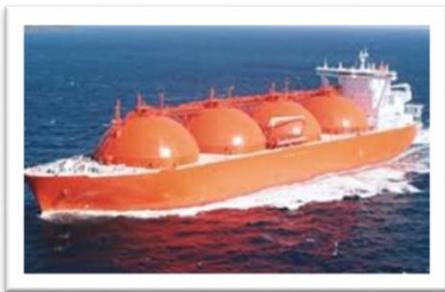
CARGAS GRANELES PESADOS

Carga de Graneles Sólidos: Se denomina a aquella carga o mercadería sólida de tipo homogéneo que en grandes volúmenes es susceptible de transportarse en buques diseñados y contruidos para transporte masivo. Ejemplo: granos comestibles, materia prima de minerales y fertilizantes entre otros.

Carga de Graneles Líquidos: Se denomina a aquella carga o mercadería líquida de tipo homogéneo que en grandes volúmenes es susceptible de transportarse en buques diseñados y contruidos para transporte masivo. Ejemplo: petróleo y sus múltiples derivados.

Carga Refrigerada o Perecedera: Se denomina a la carga perecible de productos tales como agro-industriales, agrícolas, comestibles, frutas, carnes , productos del mar entre otros, que requieren mantener sus características físicas , químicas y biológicas y que requieren ser medidos bajo parámetros de : frescura , calidad, textura , color y temperaturas apropiadas en buques diseñados y contruidos para ello.

Carga Peligrosa: se denomina así a aquella mercadería que por su naturaleza y componentes químicos o gaseosos, o por factores externos, puede causar algún daño, por si sola o por su proximidad a otras cargas.



CARGAS ESPECIALES



CARGAS PELIGROSAS

Para transportar mercaderías peligrosas existen regulaciones internacionales específicas para cada medio de transporte. El Código IMDG recoge estas regulaciones, y es una publicación de la Organización Marítima Internacional (OMI) que recopila todas las disposiciones vigentes que regulan el transporte de Mercaderías Peligrosas por vía marítima. Este código establece las disposiciones aplicables a cada sustancia, materia o artículo susceptible de ser transportado.

Carga Pesada o Voluminosa: Es la mercadería cuyo peso y/o dimensiones excede a las que se manejan regularmente con equipo convencional y requieren buques diseñados y contruidos con compartimentos especiales para ello.

Cargas Especiales: Son las mercaderías que requieren un medio de transporte especializado, por consiguiente llevan un manejo especial; ejemplo de ellos son: maderas, bobinas de papel, acero en rollos, gases, productos químicos, derivados del petróleo, vehículos entre otros.

La Clasificación de Carga Marítima, brevemente definida anteriormente, que tiene su propio significado, podríamos afirmar ha sido adoptada por la mayoría de países, sirviendo de marco operativo comercial y legal a la industria naval, construcción naval e ingeniería portuaria. Sobre la base de este conocimiento (tipos de carga) los puertos construyen y especializan sus terminales marítimos, a la vez sirve en esencia al “chartering” marítimo (sistemas de carga) que cierra sus contratos sustentado en el tipo de buque que requiere cada una de las cargas determinadas.

8. Terminales de contenedores.

Este tipo de terminales pueden alcanzar un alto grado de sistematización debido a la estandarización del elemento transportado, el contenedor. La estandarización en la forma de la manipulación portuaria y el altísimo nivel de actividades y movimientos que se requieren.

El terminal de contenedores, debe contar con instalaciones especializadas para el manejo de todos los diferentes tipos de contenedores sin importar el tipo de carga que contengan. Además debe permitir la flexibilidad en su manejo dependiendo de los diferentes modos de transporte.

9. Zonas de una terminal de contenedores

- 1) Zona de carga-descarga de contenedores: se encarga de la estiba y desestiba de los contenedores en el buque.
- 2) Zona de almacenamiento de contenedores: Ocupa la mayor parte de la superficie del terminal, en ella los contenedores deben estar correctamente ordenados para facilitar en la estiba de los buques.
- 3) Zona de recepción y entrega terrestre: Lo integran las entradas y puertas terrestres para camión y ferrocarril, con aquellas instalaciones que se dispongan para facilitar la captación del alto volumen de mercaderías que en esa zona se recibe y los espacios precisos para realizar las operaciones.
- 4) Zona de conexión interna: asegura el transporte horizontal de los contenedores entre el buque y la zona de recepción y entrega terrestre. También incluye las oficinas de control, estacionamientos, aduanas y otras áreas necesarias.

10. Equipos necesarios para la manipulación de contenedores

Los tipos de equipos y de maquinarias requeridos para la manipulación de contenedores es la siguiente:

- ✓ Grúas pórtico: Se encargan de la carga y descarga de los contenedores en los terminales portuarios. Se pueden clasificar en: Grúas Feeder, Grúas Panamax, Grúas PostPanamax y grúas SuperPostPanamax.
- ✓ Grúas polivalentes: sirven para distintos propósitos, que en el contexto de la manipulación permiten manejar varios tipos de carga y contenedores.
- ✓ Grúas transtainer: es una grúa móvil sobre neumáticos de caucho que se desplaza a través de pistas del muelle. Su manejo es sencillo y los tiempos de apilamiento son menores. Todas las operaciones se controlan desde la cabina del operador sujeta al carro compacto.



GRÚA APILADORA

- ✓ Apilador pórtico: el uso principal de este equipo es tomar los contenedores que se han colocado en tierra previamente con otros equipos de mucho mayor tamaño para llevarlos a otro lugar.
- ✓ Grúa apiladora (Reach Stacker): es un vehículo usado para el manejo de contenedores de carga intermodales.
- ✓ Camiones con plataforma: son el medio de transporte más utilizado en las terminales portuarias para el transporte horizontal de mercaderías. Son más rápidos que los equipos descritos anteriormente y más versátiles.

- ✓ Vehículos auto-guiados: su función consiste en los movimientos de los contenedores dentro del propio terminal de contenedores.

11. Definiciones de contenedores

Se define un contenedor como un elemento metálico de transporte de carga en su interior que posee las siguientes características técnicas:

- a) Especialmente concebido para facilitar el transporte de mercaderías compacta y unitaria, por uno o varios modos de transporte.
- b) El contenedor es provisto de elementos que permitan su manipulación y carga, principalmente al momento de su transbordo de un medio de transporte a otro.
- c) Creado e ideado de manera que resulte fácil su carga y descarga.
- d) Su volumen interior es de una medida acorde al tamaño o tipo de contenedor. Su volumen es medido en m³.
- e) De carácter permanente o suficientemente resistente para permitir su uso en repetidas oportunidades.

12. Tipos de contenedores

Existen diferentes tipos de contenedores, y esta clasificación va a depender del tipo de carga, lo que hace del contenedor un elemento muy versátil en su utilización:

- ✓ Dry-General-DV de carga seca.
- ✓ High Cube- HC: cargas secas. Se diferencia del contenedor de 40 pies tradicional, debido a que es más alto, lo que le da más capacidad de volumen.
- ✓ Open Top-OP: es abierto en su techo o parte superior. Es muy conveniente para cargas grandes que no pueden cargarse por las puertas.

- ✓ Bulk-BLK: están diseñados para cargas de productos a granel. Disponen bocas de carga superiores.
- ✓ Flat- Plataformas plegable-PLT: cargas difíciles de manipular, bobinas de metal, cables, vehículos pesados, madera, maquinarias especiales, etc.



OPEN TOP



REEFER

- ✓ **Open Side-OS:** similar al Open Top, pero en este caso su apertura es lateral es conveniente para las cargas de volumen que no pueden cargarse a través de puertas convencionales.
- ✓ **Reefer-RF:** Para transportar productos perecederos tales como verduras, frutas, carnes, etc. Contenedor que tiene una unidad de refrigeración eléctrica.
- ✓ **Reefer High Cube-RH:** similar al Reefer normal, pero con más capacidad de volumen.
- ✓ **ISO Tank-ISO:** diseñado para transporte de sustancias líquidas, desde peligrosas como químicos tóxicos, corrosivos, altamente combustibles, así como aceites, leche, cervezas, vino, etc.

Los contenedores están sujetos a normalización por los siguientes organismos:

1. **ISO (International Standardization Organization):** se ocupa de la normalización de los contenedores en cuyo transporte multimodal, hay una fase marítima.
2. **IATA (International Air Transport Association):** se ocupa de la normalización en aquellos casos en que hay una fase aérea en el transporte multimodal.

Las unidades de carga más frecuentes son:

1. **TEU (Twenty – feet Equivalent Unit):** unidad de medida de capacidad de transporte marítimo equivalente a un contenedor de 20'. Sus dimensiones son: 20 pies de largo x 8 pies de ancho x 8,5 pies de altura, equivalentes a 6,096 metros de largo x 2,438 metros de ancho x 2,591 metros de alto (medidas externas del contenedor). Su capacidad es de 33 metros cúbicos y el peso bruto máximo de 28 Toneladas.
2. **FEU (Forty-foot Equivalent Unit):** unidad de medida que equivale a un contenedor de 40' (1 FEU = 2 TEUs)

Y los tipos de carga más frecuentes son:

1. **FCL (Full Container Load):** cuando las cargas son totales.
2. **LCL (Less Container Load):** cuando las cargas son parciales.

13. Protección física de la mercadería

El envase es el recipiente en que se conserva y transporta una determinada mercadería. Su objetivo fundamental es la venta del producto adaptándolo al tipo de mercado y al tipo de consumidor. Además, en el envase se informa de las características de uso y consumo. El envase es aquello que envuelve al producto, lo presenta, lo protege y facilita su venta.

Por otro lado, el embalaje es el conjunto de todas las operaciones tendientes a conseguir una cobertura exterior del envase. Su objetivo fundamental es la protección de la mercadería para el posterior proceso de transporte. Sus funciones son proteger, identificar, informar, exhibir y facilitar la manipulación. El embalaje suele incluir cartón, plástico, pallet, madera y el contenedor. El embalaje en el que se transporte el producto debe permitir que éste llegue en buen estado a su destino final, con los menores costos y cumpliendo la normativa vigente.

El medio en el que se realice el transporte de la mercadería y la duración del producto, condicionará la elección del embalaje. Además, se debe tener en cuenta el tipo de producto, las condiciones de almacenamiento, el manejo y la manipulación en que se efectúe con la carga y las condiciones climáticas. Se considera normal una temperatura de 23°C y una humedad del 50%, por lo que cuando las condiciones sobrepasen muy por encima o por debajo de estos niveles, deben utilizarse embalajes especiales para impedir que la mercadería se deteriore o dañe.



EMBALAJE CAJAS CARTÓN



EMBALAJE CAJÓN MADERA

El responsable de la logística deberá estar al día en cuanto al tipo de embalajes existentes, tipos de materiales usados, resistencia, tamaños y costos. Los materiales más utilizados para embalajes son: papel, cartón, madera, metales, fibras vegetales y plásticos.

El papel y el cartón se utilizan en envíos en los que no se necesita gran protección, las ventajas principales son su escaso volumen y bajo costo. La madera se utiliza muy a menudo en pallets, cajas o tambores. Los metales se utilizan en contenedores, cajas y bidones. Los plásticos han tenido un desarrollo muy rápido, con una tendencia actual a utilizar, sobre todo los que sean reciclables.

El papel y cartón tienen la ventaja de ser biodegradables, frente a materiales como los plásticos, lo cual va en consonancia con las exigencias medioambientales que imponen

algunos países. El embalaje debe acompañarse con una señalización adecuada que indique claramente el destinatario, las características del contenido y el tratamiento en cuanto al manejo, manipulación segura, carga, descarga y almacenamiento que se le deba dar a la carga.

TEMA 2

Transportes de mercaderías peligrosas

1. Transporte marítimo

Se entiende por Mercaderías Peligrosas toda solución, sustancia química, mezcla o artículo que puede ocasionar daño a las personas, materiales y/o al medio ambiente.

El crecimiento de las industrias a nivel internacional y nacional ha demandado a las industrias químicas una gran cantidad de productos clasificados como peligrosos, las cuales en un alto porcentaje son transportadas en bultos o tambores y por vía marítima.

La Autoridad Marítima es la autoridad superior en las faenas que se realizan en los puertos y coordina con las demás autoridades su eficiente ejecución. En materias de seguridad le corresponde exclusivamente a la Autoridad Marítima, determinar las medidas que conviene adoptar. Inserto en este concepto se encuentra el control de las Mercaderías Peligrosas transportadas por vía marítima, y transferidas en los puertos nacionales, velando por su correcta manipulación y transporte.

Las instrucciones y reglamentación que rige para estos fines corresponde a el documento Ordinario/Permanente circular 0-32/011 original 14.ene.2000, de la Autoridad Marítima, Embalaje y Estiba, debiendo para tal efecto hacerlo conforme al Código Marítimo Internacional de Mercaderías Peligrosas, publicación que establece la reglamentación

internacional y nacional para el transporte marítimo de las mercaderías peligrosas. El no cumplimiento de las normas de seguridad para la manipulación de las mercaderías peligrosas, puede significar la diferencia entre la vida y la muerte de las personas o la diferencia entre un daño menor o catastrófico a la propiedad y al medio ambiente.

Por lo antes expuesto, se ha estimado necesario establecer normas comunes para este tipo de mercaderías, que sean exigibles y aplicables en los puertos nacionales y en todas las naves tanto chilenas como extranjeras.



EMBARQUE MERCADERÍA PELIGROSA

2. Documentación requerida para el embarque y desembarque de mercaderías peligrosas.

Todas las personas naturales o jurídicas que vayan a embarcar o desembarcar las mercaderías peligrosas, deberán presentar a través de la respectiva agencia de nave o empresa de muellaje responsable de la nave, a la Autoridad Marítima local, la documentación en un plazo mínimo de 24 horas antes del embarque o desembarque. Cuando se embarque la mercadería, la documentación deberá ser presentada en idioma español e inglés y para el desembarque se aceptará el idioma inglés, en la documentación, siempre que el lugar de procedencia de la mercadería no sea un país de habla hispana.

1. Documento de Manifiesto de Mercadería Peligrosa.
2. Formulario para el transporte multimodal de mercaderías peligrosas, (IMDG CODE-PAG. 0039 Enmienda 29-98): se debe presentar como respaldo de todas o cada una de las mercaderías citadas en el manifiesto.
3. Ficha de datos de seguridad de acuerdo con la Nch 2245, (Norma Chilena): Esto deberá ser presentado solamente por el transportista que transporta por la vía terrestre la Mercadería Peligrosa ya sea dentro del recinto portuario o hacia el exterior del puerto.
4. Información de estiba: Puede ser presentado el plano de estiba o lista que indique la posición de estiba (Ubicación de la mercadería peligrosa a bordo de la nave).

En todos los documentos relativos al transporte marítimo de mercaderías peligrosas en los que haya que nombrar las mercaderías, estas serán designadas por su nombre de expedición correcto, no se admitirán nombres comerciales ni de fantasía, y los nombres de acuerdo a lo indicado en la Introducción General del Código IMDG.



TRANSPORTE MERCADERÍA PELIGROSA, IDENTIFICACIÓN

3. Mercaderías peligrosas, que requieren de protección de seguridad en los puertos.

A continuación se enumera las mercaderías peligrosas que además de venir con sus distintivos, se trasladan por medio de vehículos especiales en los recintos portuarios, ya sea para su embarque o para salir de los recintos del puerto.

- a) CLASE 1 DIVISION 1.1 A 1.6 (Explosivos)
- b) CLASE 3 DIVISION 3.1 (Líquidos inflamables con punto de inflamación inferior a -18° C.
- c) CLASE 5 DIVISION 5.1 (Sustancias Combustibles)
- d) DIVISION 5.2 (Peróxidos orgánicos)
- e) CLASE 6 DIVISION 6.1 (Sustancias tóxicas y venenosas)
- f) DIVISION 6.2 (Sustancias infecciosas)
- g) CLASE 7 (Materiales Radioactivos.)

Cada vez que se requiera, por excepción, descargar por diferenciación de distintas cargas desde un contenedor, una unidad de transporte con Mercaderías Peligrosas, de las clases señaladas anteriormente, se deberá pedir vigilancia de la Policía Marítima y solamente se efectuará cuando exista un recinto especializado para ello.

Debe tenerse presente que la mercadería peligrosa no deberá presentar derrames o signos evidentes de deterioros de la unidad de transporte.

4. Norma chilena oficial nch2190.Of2003

La presente Norma, se refiere al transporte de mercaderías peligrosas por vía terrestre, y a los distintivos para la identificación de los riesgos inherentes al mismo transporte y su manipulación.

Los distintivos de seguridad (marcas, etiquetas, rótulos) que se establecen en esta norma están destinados para ser colocados en la superficie externa de los envases, embalajes o bultos que contienen estas mercaderías y en las unidades de transporte en que se trasladan.

El sistema de marcado, etiquetado o rotulado está basada en la clasificación de las mercaderías peligrosas, que se definen en la Norma NCh382, y tiene las siguientes finalidades:

- a) Permitir que los bultos, embalajes, envases y unidades de transporte de las mercaderías peligrosas sean reconocibles fácilmente, a distancia, por el aspecto general (símbolo, color, forma) de sus etiquetas y/o rótulos
- b) Lograr que la naturaleza del riesgo sea reconocible, fácilmente, mediante la simbología y otros elementos contenidos en las etiquetas y rótulos
- c) Dar, mediante los colores contenidos en las etiquetas o rótulos, una primera orientación útil para la manipulación, estiba, almacenamiento en tránsito y el transporte de las mercaderías peligrosas.



DISTINTIVOS DE IDENTIFICACIÓN

5. Alcance y campo de aplicación

Para los efectos de la identificación de las mercaderías peligrosas que son transportadas, la Norma NCh 2190 establece los requisitos de los distintivos de seguridad con que se

deben identificar los riesgos que presentan las mercaderías peligrosas, incluyendo requisitos sobre las características de las marcas, etiquetas y rótulos, uso de ellos, excepciones en el uso y lugares en que se deben colocar.

Esta Norma se aplica en el transporte de las mercaderías peligrosas definidas en las siguientes Normas:

- ✓ NCh382 y NCh2120/1 a NCh2120/9, por vía terrestre, dentro del país y para el comercio de importación/exportación, así como en la manipulación y almacenamiento en tránsito de estas sustancias.
- ✓ El transporte de Mercaderías Peligrosas por vía marítima y aérea, está regulado por el DS 777/1978 y el DS 746/1989 respectivamente, ambos del Ministerio de Defensa Nacional.

TEMA 3

Logística inversa

1. DEFINICIÓN

Los expertos en la logística, Rogers y Tibben-Lembke, en una publicación también del CLM, (Council of Logistics Management) se refieren a la logística inversa como: “Los procesos de planificación, implementación, y control de forma efectiva y eficiente del flujo de materias primas, productos semielaborados, productos terminados e información relacionada, desde el punto de consumo al punto de origen, con el propósito de capturar valor o disminuir la eliminación.”



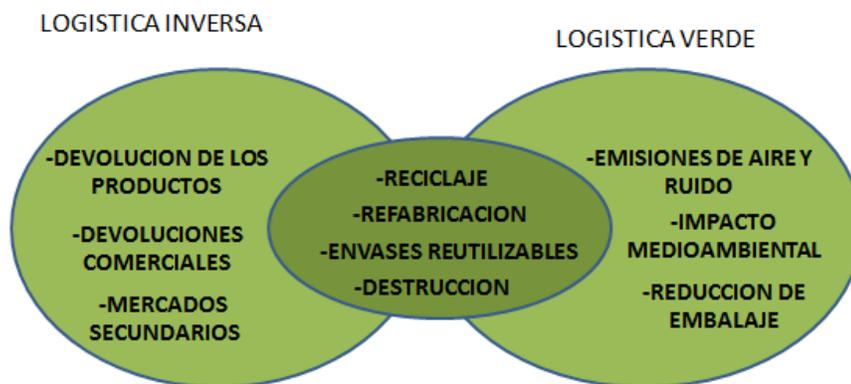
LOGÍSTICA INVERSA

2. Criterios para clasificar los flujos de la logística inversa

Existen varios motivos por los cuales se originan los flujos de la logística inversa de acuerdo a la definición anterior que hemos planteado. Es decir, cuando definimos la logística, quisimos explicar su definición desde un origen hasta un punto final, que era la disposición del producto terminado en el lugar del cliente. Para el caso de la logística inversa, estamos en una definición que es justo lo contrario, es decir que los distintos productos o elementos empleados en el flujo útil para el cliente, regresan desde su destino final hacia el origen para su reproceso.

Cuáles son los motivos y razones por lo que esto sucede:

1. **Motivos económicos:** Los productos o materiales que se trata de recuperar suponen, una vez tratados, una fuente de materia prima barata. La recuperación supone, en estos casos, un costo menor que la fabricación de nuevos productos o la compra de materiales originales.
2. **Un efecto de marketing:** En este caso se utiliza la logística inversa para intentar mejorar la imagen de la empresa y con ello su posición de mercado. La recuperación de productos usados es un elemento muy importante para crear una imagen verde y responsable con el medio ambiente.
3. **Legislación moderna:** Este motivo está siendo cada vez más importante. Los gobiernos, en todos los niveles, están haciéndose más conscientes de la importancia de este tema y empiezan a promulgar leyes y otras disposiciones enfocadas a la logística inversa. La responsabilidad del fabricante se está convirtiendo en un elemento clave de las políticas ambientales públicas en muchos países y en Chile no estamos alejados de este nuevo tema.
4. **Protección de los activos:** Las empresas, intentan evitar el traspaso de componentes o productos que consideran importantes para su estrategia competitiva a mercados secundarios o a empresas competidoras. Así se pretende evitar la posible competencia entre productos originales y recuperados.



3. Destino final de los flujos en la logística inversa

1. **Reutilización:** el producto directamente sin ninguna transformación de importancia, salvo limpieza y algún pequeño mantenimiento, se reutiliza o recupera.
2. **Restauración:** se conserva la identidad del producto y se busca devolver al producto su utilidad mediante su revisión y renovación para volver al mercado.
3. **Reparación:** es volver a hacer funcionar productos en mal estado, pero con una posibilidad de disminución de su calidad.
4. **Canibalización:** esto consiste en que a partir de varios productos que no pueden prestar servicio por sí mismos, se puede poner uno en funcionamiento con partes o piezas útiles de los demás productos averiados.

4. Tipos de flujos en la logística inversa en función de los productos.

- a) **Productos al final de su vida útil:** Este es el tipo más amplio de flujos de logística inversa. Se debe considerar incluir en este tipo los flujos de productos que no han alcanzado aún el final de su vida técnica o económica, como por ejemplo productos que no se utilizan por razones de moda o han perdido vigencia o son obsoletos por razones técnicas o por problemas de pertenecer a diferentes modelos.
- b) **Devoluciones Comerciales:** Otro importante tipo de flujos inversos es el concerniente a las devoluciones comerciales. Generalmente, estos flujos ocurren deshaciendo, muchas veces, una transacción comercial que se había efectuado anteriormente. En este caso, el comprador devuelve productos al vendedor original a cambio de que se le devuelva el dinero o se le reponga por un producto nuevo. Existen varias opciones para los productos devueltos. Si están sin usarse y sin defectos, pueden ser reutilizados, vendiéndose directamente a consumidores en mercados alternativos.



DEVOLUCIONES Y GARANTÍAS

- c) **Devoluciones por garantía:** Las devoluciones por garantía forman una categoría de flujos de productos contraria a la dirección de la cadena de abastecimiento. Este caso se refiere a productos que han fallado durante su utilización y también a productos que se han estropeado durante el despacho en algunos casos. Las devoluciones por garantía se asientan en dos consideraciones comerciales, que son el servicio al cliente, pactado contractualmente o no, y la legislación referida al consumidor.
- d) **Desechos de producción y productos secundarios:** El material sobrante en un determinado proceso, por ejemplo en el corte, es reintroducido en el proceso de producción. También puede ocurrir en productos que no se corresponden a las especificaciones técnicas y que son rechazados o bien reprocesados hasta alcanzar los objetivos de calidad.
- e) **Embalajes y envases:** Los embalajes constituyen y originan uno de los flujos existentes en la logística inversa que genera mayores volúmenes y trastornos de espacio. Algunos ejemplos clásicos; los envases, las botellas retornables, los pallets, las cajas reutilizables y otros. La recuperación de estos productos es económicamente atractiva ya que suelen ser reutilizados directamente, simplemente mediante su limpieza y sin necesidad de reprocesado. Cuando son utilizados sólo para el transporte, enseguida vuelven a estar disponibles para ser utilizados, ejemplos pallets y cajas plásticas. En muchos casos, los embalajes y envases reutilizables son propiedad de un proveedor de servicios logísticos que se ocupa de la recuperación y gestión de los embalajes.

5. **Redes de logística inversa. Elementos comunes y diferencias.**

- a) **Recolección:** se refiere a las actividades de recogida de productos usados desechos o devueltos, y su movimiento a instalaciones donde, posteriormente, serán tratados, recuperados o reciclados.
- b) **Inspección/Separación:** Esto se relaciona con todas las operaciones que determinan si un producto es reutilizable y de qué manera. De esta forma la inspección y la separación dividen el flujo de productos usados en función de sus posibilidades de uso, reutilización, reparación o eliminación definitiva.
- c) **Reprocesado:** comprende la transformación de los productos usados de nuevo en productos útiles o en volver a ser una materia prima. Esta transformación, como ya se ha visto, se puede hacer de formas variadas (reutilización, reparación, reciclado etc.).
- d) **Eliminación:** requerida por los materiales que no pueden ser reutilizados por razones técnicas o económicas. La eliminación incluye transporte y traslado a centros de acopios de desechos o basuras.
- e) **Redistribución:** se refiere a la gestión y transporte de productos reutilizables a mercados potenciales y futuros usuarios. Esta redistribución considera actividades como la venta, el transporte y el almacenaje.

UNIDAD 4 TÉRMINOS INTERNACIONALES DEL COMERCIO, INCOTERMS

TEMA 1

Definición y clasificación de los incoterms

1. Definición y concepto

Los Incoterms (International Commercial Terms) son una serie de términos utilizados frecuentemente en los contratos de compraventa internacional, cuyo objetivo es establecer una serie de normas para la interpretación de los términos comerciales utilizados en las transacciones internacionales en relación a la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre compradores y vendedores.

Los Incoterms son términos muy usados en el transporte de mercaderías y carga general por medios marítimos y aéreos. Sin embargo, los Incoterms no regulan la forma de pago por parte del comprador. Los Incoterms deben aparecer junto al precio de exportación, indicando el lugar exacto donde se transfieren las responsabilidades.

El ámbito de aplicación de estos términos se limita a los derechos y obligaciones de las partes en relación a un contrato de compraventa y, concretamente, en referencia a la entrega de las mercaderías vendidas. Estos términos son de aceptación voluntaria por las partes.

¿Cuáles son los grandes conceptos que los Incoterms pretenden regular? :

1. El lugar exacto donde se produce la entrega de la mercadería y la carga.
2. El momento en el que se transmite el riesgo sobre la mercadería.

3. La distribución de los costos de la operación.
4. El reparto y entregas de los documentos y trámites.

En ocasiones se realiza una interpretación incorrecta de los Incoterms y se supone erróneamente que los Incoterms se aplican y regulan los contratos de transporte, cuando en realidad lo que se busca regular, son los contratos de compraventa (comercio exterior).



INCOTERMS

2. Versión actual de los incoterms 2010.

El 1 de enero de 2011 entraron en vigencia los nuevos Incoterms 2010. Dentro de los cambios respecto a la versión anterior, se encuentra la reducción en el número de términos que eran 13 y hoy pasan a ser 11. Estos cambios tienen lugar en el llamado grupo D, que hace referencia a que se entrega la mercadería asumiendo costos y riesgo en el lugar de destino.

1. Se eliminan los siguientes Incoterms:

DAF (Delivered at Frontier),

DES (Delivered ExShip),

DEQ (Delivered ExQuay) y

DDU (Delivered Duty Unpaid).

DDP (Delivered Duty Paid).

2. Se crean los siguientes Incoterms:

- ✓ **DAT** (Delivered at Terminal): Se refiere a entrega en el terminal de destino, después de descargada la mercadería y carga.
- ✓ **DAP** (Delivered at Place): Se refiere a entregas en el país de destino en un lugar acordado. Este término permite una mayor flexibilidad respecto al punto de entrega.

3. Se mantiene vigencia de los siguientes Incoterms:

EXW (Ex-Works),

FCA (Free Carrier),

CPT (Carriage Paid To),

CIP (Carriage and Insurance Paid).

4. No aplicable para carga en contenedores:

FAS (Free Alongside Ship),

FOB (Free on Board),

CFR (Cost and Freight) y

CIF (Cost, Insurance and Freight).

3. Aspectos importantes en las transacciones de cargas

- ✓ **Embalaje:** El Vendedor debe proporcionar la mercadería perfectamente embalada y etiquetada. El embalaje deberá ser el suficiente y adecuado para las características del transporte que se va a utilizar.

- ✓ Cargar el camión o el contenedor en fábrica o bodega: Se debe tener en cuenta la normativa de prevención de riesgos laborales de la empresa encargada de cargar.
- ✓ Transporte terrestre en el interior del país de origen: De fábrica a puerto, aeropuerto, terminal de carga o bodega del transportista.
- ✓ Formalidades aduaneras de exportación: Estas formalidades son normalmente el despacho de aduanas de exportación, que suele ser un trámite administrativo, donde se obtienen los documentos de aduana pertinentes.
- ✓ Costos de manipulación en la terminal de origen, puerto, aeropuerto o terminal: Estos costos son los asociados a la entrega de la mercadería en terminal de transporte, la manipulación, la carga y la estiba en el vehículo de transporte. Los fletes, sobre todo en avión y en barco, suelen incluir todas o parte de estos costos de manipulación.
- ✓ Transporte principal internacional: Se refiere al transporte principal, dentro de un mismo país o zonas de libre comercio.
- ✓ Seguro de la mercadería en el transporte: Debe verificarse la cobertura que tiene el seguro. En el caso del transporte por carretera, el transportista ya cuenta con un seguro obligatorio. Se debe considerar quien debe asumir el riesgo en el Incoterm y por tanto, reclamar el pago del seguro.
- ✓ Costos de manipulación en terminal de destino: Estos costos son los asociados a la entrega de la mercadería en el terminal de transporte de destino, la desestiba, la descarga y la manipulación desde el vehículo de transporte principal hasta el transporte que realizará el recorrido de la terminal al destino final.
- ✓ Formalidades aduaneras de importación, aranceles, impuestos locales, impuestos especiales y trámites: Cada país o área económica tiene su reglamentación, dependiendo principalmente del tipo de producto y de los países de origen de las mercaderías.
- ✓ Transporte interior en el país de destino, del puerto, aeropuerto o terminal a fábrica, bodega u operador logístico: Este transporte puede ser en carga completa o en varios vehículos.

- ✓ Recepción y descarga de la mercadería en el punto de destino final, fábrica, bodega, operador logístico, depósito aduanero, etc.: La descarga la debe realizar siempre el Comprador.

4. Clasificación de los incoterms

La clasificación de los Incoterms corresponde a un total de once términos, los cuales son clasificados en cuatro grupos:

GRUPO E (EXW). Esta primera categoría está formada por un único término, en el que la principal responsabilidad del Vendedor es dejar la mercadería a disposición del Comprador en la fecha indicada y convenientemente embalada.

GRUPO F (FCA, FAS y FOB). En esta segunda categoría se agrupan aquellos términos en los que el Vendedor pone la mercadería a disposición del transportista que realizará el transporte principal. Las formalidades aduaneras de exportación son llevadas a cabo por el Vendedor.

GRUPO C (CFR, CIF, CPT, CIP). Dentro de esta categoría se agrupan todos aquellos términos en los que el Vendedor se hace cargo del pago del transporte principal, mientras que el riesgo y la propiedad de la mercadería se transmiten en el momento de cargar la carga en el transporte principal.

GRUPO D (DAT, DAP, DDP). En esta última categoría se agrupan todos aquellos términos en los que el Vendedor debe absorber todos los costos y riesgos provenientes del transporte de la mercadería hasta el país de destino.

5. Términos aplicables a todos los sistemas de transportes

✓ **EXW Puesto en Fábrica** (Ex Works)

Este término significa que el vendedor completa su obligación de entrega cuando ha puesto la mercadería dentro de su establecimiento ya sea en su bodega, fábrica u oficina a disposición del comprador. Este acepta todos los riesgos y costos, incluyendo la contratación previa del medio de transporte requerido. Este término se usa para cualquier modo de transporte.

✓ **FCA Libre Transportista** (Free Carrier)

Este término indica que la obligación del vendedor termina al entregar la mercadería para su exportación al transportista que designe el comprador y en el lugar convenido. Si el comprador no indica un punto preciso, el vendedor puede elegirlo dentro del lugar o zona estipulada, en cuyo caso la responsabilidad recae sobre el transportista. En caso de camión, es el vendedor quien hace la carga y el vendedor la descarga. Se utiliza para cualquier modo de transporte.

✓ **FAS Libre al Costado del Buque** (Free Along side Ship)

Se considera que la responsabilidad del vendedor concluye cuando se ha colocado la mercadería a un costado del buque, sobre el muelle en el puerto de embarque convenido. Por tanto, el comprador asume todo los costos y riesgos por pérdidas o daños de la mercadería desde ese momento. El vendedor es responsable de realizar los trámites de exportación. El término FAS sólo puede utilizarse para el transporte marítimo.

✓ **FOB Libre a Bordo** (Free on Board)

Una vez que el contenedor o la mercadería, se encuentra sobre la cubierta del buque en el puerto de embarque asignado, termina la obligación de entrega por parte del exportador. El

comprador tiene que asumir todos los costos y riesgos por pérdidas o daños de la mercadería desde ese punto. Este término requiere que el vendedor realice los trámites de exportación. Este término, sólo puede utilizarse para el transporte marítimo.

✓ **CFR Costo y Flete** **(Cost and Freight)**

Este término implica que el vendedor debe pagar los costos y el flete necesario para entregar la mercadería en el puerto de destino convenido. No obstante, los riesgos de la pérdida y daño de la carga, así como cualquier otro costo adicional que se genere después del momento en que la mercadería sea entregada a bordo del barco se transfieren al comprador cuando la carga se encuentra en la cubierta del barco en el puerto de embarque. Este término requiere que el vendedor tramite el despacho de exportación y es usado solo para el transporte marítimo.

✓ **CIF Costo, Seguro y Flete** **(Cost, Insurance and Freight)**

En este término, el vendedor tiene las mismas obligaciones que en CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercadería durante la navegación. El vendedor contrata y paga la prima del seguro. Este término, se usa solo para el transporte marítimo.

✓ **CPT Porte Pagado Hasta** **(Carriage Paid to)**

Con este término, el pago del flete de transporte de la mercadería al lugar asignado corre a cargo del vendedor. El riesgo de pérdida o daño de los productos o artículos así como cualquier otro costo adicional por contingencias posteriores a la entrega al transportista, se transfieren al comprador si la mercadería se entregó bajo custodia del transportista. Si se utilizan los servicios de sucesivos transportistas hasta el lugar de destino, los riesgos se

transfieren cuando la mercadería se ha entregado al primer transportista. El vendedor es responsable de los trámites de exportación. Se utiliza en transporte aéreo y terrestre.

✓ **CIP Porte y Seguro Pagado Hasta (Carriage and Insurance Paid to)**

En este término, el vendedor tiene las mismas obligaciones que en CPT, pero además está obligado a proporcionar el seguro a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercadería durante la travesía. El vendedor contrata y paga la prima del seguro. Al igual que el anterior, se utiliza en el transporte aéreo y terrestre.

✓ **DDP Liberación Impuestos Pagados (Delivered Duty Paid)**

Con este término el vendedor finaliza su responsabilidad cuando la mercadería está a disposición en el lugar asignado del país de importación. El vendedor debe asumir todos los riesgos y costos incluyendo aranceles, impuestos y otros gastos para la entrega de la mercadería, con los trámites aduaneros efectuados para su importación. Este término no debe usarse cuando el vendedor no pueda obtener el permiso de importación. Si las partes desean eximir al vendedor de algunos gastos inherentes a la importación de los artículos tales como el IVA, deberá aclararse agregando la palabra significativa Delivered Duty Paid, Vat Unpaid (pago de servicio pagado, IVA no pagado). Al igual que el anterior, se utiliza para cualquier modo de transporte.

6. Determinación del precio de exportación

Desde la óptica del Vendedor (exportador), para determinar el precio a ofertar a los clientes (comprador, importador) en función del Incoterm, se parte del costo de fabricación y se van añadiendo los distintos conceptos de costos que le corresponda pagar al Vendedor, según establezca cada Incoterm.

Es importante que el margen comercial (o utilidad) se añada sobre el costo de fabricación para la venta (exportación), y que no se apliquen márgenes sobre el resto de los costos que se puedan generar por la contratación del transporte, los despachos de aduana, etc.



COMERCIO INTERNACIONAL

7. Costos en las operaciones de comercio internacional

A continuación detallamos los costos involucrados en las operaciones de comercio internacional y que tiene relación con importaciones y exportaciones. También se definen los Incoterm que se consideran para las operaciones.

- 1) Costo de fabricación + Envase, embalaje y otros costos específicos (certificado de origen, etc.) = Base de costo para margen comercial (Costo Base)
- 2) Costo Base + Margen comercial (utilidad) = Precio base para la exportación (Precio Base)
- 3) Precio Base + Comisión del agente comercial (1) = EXW Local Vendedor
- 4) EXW Local vendedor + Carga del vehículo + Despacho de exportación = FCA Local Vendedor

- 5) FCA Local Vendedor + Transporte interior hasta local del transportista contratado por el comprador = FCA Terminal (2)
- 6) FCA Terminal + Costos en terminal de origen (muellaje, THC, tasas, recargos, etc.) (3) + Transporte principal (se denomina flete cuando es marítimo y suele incluir la carga y descarga de contenedores) = CPT Terminal (2)
- 7) CPT Terminal + Prima de seguro de transporte de las mercancías = CIP Terminal (2)
- 8) CIP Terminal+ Descarga en terminal de destino (si no la incluye el contrato de transporte) = DAT Terminal
- 9) DAT Terminal + Costos en terminal de destino (muellaje, THC, tasas, recargos, etc.) (3) + Transporte interior hasta almacén del comprador u otro lugar acordado = DAP Lugar acordado (bodega del comprador u otro lugar)
- 10) DAP Lugar + Despacho de importación y pago de sus impuestos = DDP Bodega del comprador

(1) El hecho de que la comisión del agente comercial se calcule sobre el precio base para la exportación eliminará la tentación de que nuestro agente trate de pactar ventas con Incoterms largos (grupos C o D) para obtener una mayor comisión.

(2) Se debe concretar el terminal que, en función de la operación, puede ser un puerto, un aeropuerto, una terminal logística, etc. A todos estos puntos se denominan “terminal”.

(3) THC (Terminal Handling Charge): cargo por manejo en terminal de contenedores o muellaje.

8. Determinación de la parte que asume el riesgo sobre la mercadería

Cuando surge un problema a lo largo de la cadena logística internacional de una compraventa, se debe determinar dónde ha ocurrido el siniestro (el punto exacto donde la carga se ha dañado, perdido, etc.), y compararlo con el punto en que, según el Incoterm pactado, se haya entregado la mercadería es decir, transmitido el riesgo al comprador.

Si la mercadería se entregó antes del punto en que se ha producido el daño, el vendedor ha entregado la mercadería a todos los efectos, por lo que el riesgo debe asumirlo el comprador, es decir, tiene que pagar esa mercadería y asumir su pérdida.

Si el daño se ha producido antes de la entrega según el Incoterm, el vendedor aún no había entregado y debe ser quien asuma el riesgo y costo: pérdida de la venta o reposición de la mercadería en función de lo que pacten las partes.

Esta forma de atribuir el riesgo y la responsabilidad puede ser pactada de otra forma en el contrato de compraventa.

TEMA 2

Costos de los transportes

1. Costo del transporte terrestre

El movimiento de las mercaderías desde su origen hasta sus respectivos destinos constituye, en la mayoría de los casos, la componente más importante del costo logístico global. Por su diferente composición y estructura, conviene diferenciar dos tipos de transporte y, en consecuencia también sus costos:

- a) El transporte de mercaderías entre productores y distribuidores, denominado genéricamente transporte de larga distancia.
- b) El transporte de mercaderías desde los distribuidores hacia sus redes de puntos de venta y clientes finales, denominado transporte de distribución

2. Transporte a larga distancia

Los costos están directamente ligados al peso, volumen y distancia a recorrer hasta el punto de destino, de forma tal que cada modo de transportes tiene asociado un coeficiente. Dentro de cada modo, el tamaño de la carga determina dicho coeficiente, generando una escala de tarifas.

En las tarifas de los modos de transportes, se distinguen las siguientes:

- ✓ Camiones y Plataforma para semirremolques
- ✓ Camiones y Plataforma para vehículos
- ✓ Avión de carga
- ✓ Contenedor aéreo y marítimo
- ✓ Charter
- ✓ Camión Carga fraccionada
- ✓ Camión completo, entre otras tarifas.

Para el transporte a larga distancia por carretera este transporte, es contratado a empresas que han nacido y crecido, al amparo de un gran fabricante que les ha asegurado un gran volumen, permitiéndoles cubrir los grandes costos fijos iniciales, posteriormente esas

empresas han ido contratando a otros fabricantes de productos similares y que realizan entregas a puntos cercanos, generándose un principio de especialización.



COSTOS TRANSPORTE TERRESTRE

3. Transporte de distribución

Debido a la especialización que requiere este tipo de transporte, ya que el conductor debe conocer bien los productos transportados, las rutas, las facturas, la calidad y caducidad de algunos productos, el cambio y devolución de mercancías, etc., el transporte de distribución es habitual que sea realizado con personal y medios propios de la empresa. En este caso, el costo de transporte está formado por el costo del personal, conductores y el de funcionamiento de los camiones utilizados.

Cuando este tipo de transporte es contratado, suele hacerse a empresas independientes que trabajen de forma exclusiva para la empresa.

4. Cálculo del costo de transporte

Los costos de los transportes en general, son la suma de los costos de cada uno de los pasos que constituyen la cadena del transporte en la cadena logística. El conocimiento de estos costos puede presentar dificultades relevantes en los casos de que el transporte sea

efectuado con medios propios, puesto que solo se suelen valorar una parte de todos los costos directamente relacionados.

En el caso de que un transporte sea realizado por un proveedor, su facturación constituye el costo real en que incurre la empresa por obtener ese servicio, excluyendo de ellas los impuestos cargados como el IVA. La facturación varía con la naturaleza y características de los productos a transportar y las condiciones del contrato y exigencias de las entregas, y suele contemplar tanto el volumen y espacio que ocupan en el camión, como las manipulaciones de las mercaderías que pudieran ser necesarias y los Km recorridos para realizar las entregas.

5. Unidades de medida

Para el transporte de larga distancia y puesto que durante un periodo determinado, semana o mes, se realizan transportes a diferentes destinos, suele tomarse como índice de medida el costo, en \$, por kilogramo transportado y por kilómetro recorrido durante ese periodo considerado, obteniéndose este índice por coeficiente entre el total de los costos, el tonelaje total transportado y el kilometraje total recorrido por los camiones durante ese mismo periodo, ($\$ / \text{Kg} \times \text{Km}$).

Si es posible diferenciar los destinos y rutas de los camiones se puede calcular para cada uno de ellos, sus costos según el coeficiente anterior.

En el transporte de distribución suele tomarse como unidad de medida para las entregas realizadas dentro de una misma área, los kilos totales entregados, referidos al total de puntos de entrega. Cuando ello es posible, suele complementarse el índice anterior, con los pallets, cajas o bultos por punto de entrega.

Si los índices de actividad, son conocidos es fácil relacionarlos con los costos asociados a esas actividades. Así, se podrá por cada área o zona de distribución obtener los siguientes costos:

1. \$/ Kg y punto de entrega
2. \$/ pallet, o por caja, o por bulto y punto de entrega.

6. Costo anual de funcionamiento de un camión

Los componentes más habituales que deben considerarse para obtener la información de los costos anuales en el transporte son los siguientes:

a) COSTOS FIJOS:

Personal de choferes, remuneraciones y cargas normales.

Costos ligados al personal de conducción de los vehículos, viáticos de viaje. Cargas fiscales. Licencias e impuestos asociados a la actividad del vehículo. Primas anuales de los seguros. Gastos financieros. Costos de las inversiones empleadas en la adquisición de los vehículos. Amortización: Cantidad anual destinada a recuperar los fondos invertidos en la adquisición de los vehículos.

b) COSTOS VARIABLES:

Combustible: Pueden considerarse validos los consumos medios (en litros/km) proporcionados por el fabricante del vehículo. **Neumáticos:** La vida media de un neumático suele estar considerada entre 40.000 y 80.000 km. **Lubricantes:** Para el motor, cajas de cambio y diferencial. Reparaciones, engrase y lavado. Gastos comerciales y de estructura.

c) OTRAS COSTOS A CONSIDERAR:

Tiempos de descarga. Periodos legales de conducción. Horas extras. Paralizaciones y tiempos muertos, además de los tiempos de descarga. Restricciones y problemas ambientales.

7. Los costos directos en el transporte marítimo de mercaderías

Estos costos corresponden a aquellos que tienen una incidencia directa en la cadena logística, durante las interfaces de país exportador – tránsito internacional – país importador. Los costos más comunes son: Empaque, embalaje, documentación, manipulación, transporte, seguros, almacenamiento, costos aduaneros, bancarios y agentes.

1. Tarifas de transporte marítimo

El transporte de productos debe realizarse en contenedores que almacenen el mismo producto bajo la premisa de la preservación de sus características fundamentales, de lo contrario, es posible que se vea afectada la calidad del mismo durante su desplazamiento y transporte. En la mayoría de los casos, el exportador contrata de manera exclusiva un contenedor para el transporte de sus productos y para el flete por la capacidad del mismo sin importar su contenido. El transporte es cobrado por el total del contenedor, independientemente del volumen de la carga que contiene.

Debe tratar, dentro de los límites establecidos, de aprovechar al máximo la capacidad del contenedor. El flete del transporte marítimo está compuesto por la tarifa básica más recargos. La tarifa básica se asigna a cada producto o grupo de productos y se liquida al peso o al volumen, la que más le convenga a la compañía naviera, dependiendo de la

relación de estiba del producto. Para el transporte marítimo la relación de estiba (peso/volumen) está dada por 1 Ton equivale a 1m³ o 2.000 libras a 40 pies cúbicos. Otros recargos, tales como mercaderías extra pesadas o extra dimensionadas (superior a 5 toneladas por pieza y 12 metros de longitud). Cabe hacer notar, que los costos de los fletes y los recargos dependen de la naviera, el tipo de carga y los volúmenes regulares que pueda ofrecer el exportador. También tienen alguna dependencia del puerto de salida de la carga o del contenedor.

2. Empaque y etiquetado

La estimación del costo de empaque y embalaje varía dependiendo de los requerimientos de cada tipo de producto, del medio de transporte a utilizar y del mercado de destino. Sin embargo, siempre se incurrirá en el costo del material (madera, tambores, barriles, cartón, papel, plásticos, pinturas, etiquetas, código de barras, sellos, accesorios de amarre, grapas, zunchos, cintas, etc.) y de la mano de obra requerida para el empaque, marcado y embalaje del producto.

3. Documentación

Este componente del costo incluye los gastos correspondientes a la documentación requerida tanto para la exportación (país de origen) como para la importación del producto (país destino) e incluye: facturas; documentos de embarque, que dependen del modo o modos de transporte a utilizar; formularios para declaraciones de exportación, de importación y de cambios; permisos o licencias y certificados fitosanitarios, de origen y de cantidad y calidad, entre otros. Se deben considerar tanto los costos administrativos, como los tiempos necesarios para su obtención.

4. Unitarización (Factor de empaque unitario)

Los principales costos de la unitarización corresponden al pallet (cuyo precio está relacionado con el material de fabricación y el tiempo de vida útil), materiales para cubrir o envolver la carga, tales como esquineros, zunchos, grapas y stretch film, películas envolventes y mano de obra requerida para realizar dicha labor. En el proceso de carga del contenedor completo, se debe estimar el costo del contenedor o el valor del arrendamiento por el tiempo requerido para el traslado de las mercaderías. Igualmente, se contempla el costo de los equipos (montacargas) y la mano de obra necesaria para el carguío y descarga. En el caso de productos del reino vegetal y animal es necesario tener en cuenta el carácter biológico de los productos hortofrutícolas y cárnicos dada su susceptibilidad a los microorganismos. Para esto, es recomendable lavar y desinfectar el contenedor y las estibas, de tal forma que se garantice su inocuidad. Ello implica considerar costos adicionales.

5. Almacenaje en puerto de origen/destino

Aunque las tendencias en los negocios internacionales se orientan a evitar, en lo posible, el almacenamiento durante las fases anteriores al embarque y en las que preceden a la entrega de la carga en el destino final, es probable que se presenten situaciones que obliguen a almacenar el producto tales como: demoras en el carguío del buque o en la recolección del contenedor en el puerto destino, o trámites adicionales en el puerto. Estas situaciones incidirán en la tarifa por contenedor por mayores costos de energía y combustible durante el tiempo de conexión a las unidades eléctricas de ser el caso de contenedores refrigerados.

6. Manipulación

La transferencia de los productos desde el local del exportador al del importador supone un cierto número de operaciones de manipulación. En el país exportador se presenta manipulación en el carguío del vehículo en la fábrica del exportador, carguío y descarga del vehículo desde la fábrica o desde una bodega intermedia hasta el sitio de embarque internacional, carguío del vehículo que transporta la carga hasta el punto de embarque internacional, costo de manipulación en el punto de embarque.

En operaciones de tránsito internacional se presenta manipulación en los transbordos. En el país importador se presenta durante la descarga del vehículo que transporta la carga en el punto de desembarque internacional hasta las bodegas del cliente y durante el carguío y descarga en puntos o bodegas intermedias.

7. Transporte interno/internacional

El primer flete que ha de costearse corresponde al transporte desde la zona de producción o acondicionamiento al puerto de embarque, el cual debe realizarse preferiblemente en camión o contenedor refrigerado. Para el análisis del transporte internacional deben analizarse cuantitativa y cualitativamente las características de todos los modos en los países por los cuales transita la carga (infraestructura, rutas terminales, centros de transferencias, legislación, fletes, recargos, descuentos, servicios disponibles, factor de estiba, documentación, normas y convenios internacionales, velocidad, competencia y complementariedad entre modos, etc.).

Igualmente se deben considerar las características de cada una de las empresas transportadoras a evaluar, tales como: frecuencia del transporte, tiempo del viaje y tipo de carga que transporta el buque. La contratación del transporte internacional se hace a través

de agentes de carga o agentes marítimos (Freight Forwarders), el costo del flete depende de la línea marítima o aerolínea; las tarifas se cotizan en dólares. Las tarifas aéreas se calculan sobre la mayor dimensión entre peso bruto y volumen, denominado factor de estiba.

8. Seguro desde bodega o local del exportador al puerto de embarque

En el caso de productos perecederos, los cuales se denominan vivos, debido a su alta susceptibilidad al deterioro, las compañías de seguros, por lo general aplican un alto factor de riesgo a la prima del seguro por no contar con certificaciones sobre el estado y manejo de la mercadería. Se debe tener en cuenta que el seguro lleva implícita la responsabilidad de un transportador y no cubre los eventos pre y post transporte.

9. Costos Aduaneros

Se refieren al cobro de derechos de aduana. Las barreras arancelarias o tarifas aduaneras se aplican a los productos de importación. Sin embargo, algunos países en desarrollo aplican esporádicamente algunos impuestos a las exportaciones. Para el cálculo de los costos aduaneros, el exportador debe conocer el arancel aplicable en el país de destino y los otros impuestos que puedan cobrarse; así mismo, debe saber si a los productos les ha sido otorgada alguna preferencia arancelaria producto de un acuerdo bilateral de libre comercio.

10. Costos Bancarios

Lo constituyen los honorarios, comisiones, trámites y formularios, además de las comisiones de reintegro. Cada banco tiene sus propias decisiones sobre el cobro de las comisiones, las cuales se basan, generalmente, en un porcentaje sobre el valor de la transacción y se encuentran entre el 0.25% y el 2.0%.

11. Agentes

Entre los agentes que intervienen en una operación de distribución física, se encuentran los Operadores de Transporte Multimodal (OTM), agentes de carga aérea, agentes marítimos, agentes portuarios, agentes de aduana, comisionistas de transporte, agentes de seguros y operadores logísticos. De acuerdo con las características de su actividad, cada agente cobra una comisión. Para efectos del cálculo del costo de los agentes, sólo se tienen en cuenta los honorarios. Los cargos por otros servicios prestados, tales como, derechos de aduana, fletes, etc., son contabilizados en el componente correspondiente de costo de la Distribución Física Internacional.

8. Costos del transporte aéreo

En los costos de los fletes aéreos hasta ahora, solo incluye el transporte aéreo entre los aeropuertos. A este importe inicial se le suelen añadir recargos y tasas adicionales en función de las operaciones que se llevan a cabo en el desarrollo del transporte internacional de la carga aérea.

Entre los recargos más habituales en el transporte aéreo cabe mencionar los siguientes costos adicionales:

- 1) Recargo por combustible. Recargo que se aplica ante subidas del costo del combustible y que la compañía aérea le carga al usuario (se añade al flete aéreo).
- 2) Transporte hasta o desde aeropuerto. Costo del transporte, desde la bodega del vendedor hasta la bodega del aeropuerto de salida. Se producirá otro costo similar desde el aeropuerto de destino hasta la bodega del comprador.
- 3) Costes en los aeropuertos. En el aeropuerto de salida se generarán una serie de costos relacionados con las operaciones de manipulación y estancia de la

mercadería, además del pago por el uso de las instalaciones. Estos costos son diferentes para cada envío y dependen de la normativa aplicable en el país del aeropuerto.

- 4) Despacho de aduana. Para la exportación y la importación, en caso de ser necesario.

9. Otros costos específicos del transporte aéreo.

- a) **Cargo por documentación (Emisión del AWB).** La IATA establece el cargo a pagar por la emisión del AWB por la aerolínea o su agente. Aunque la cuantía del cargo se fija de forma general en torno a 15 USD (dólares USA), puede variar localmente de forma considerable, dependiendo del país o aeropuerto de que se trate.
- b) **Cargo por mercaderías peligrosas.** Por las atenciones especiales que requieren dichas mercaderías. Depende del país de origen del transporte, del país de destino y de la mercadería de que se trate.
- c) **Cargo por cobrar.** Si el flete es pagadero en destino, se aplica un recargo de aproximadamente un 5%. Este recargo varía en función del transportista o compañía aérea.
- d) **Cargo por seguridad.** Tras los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 y posteriores, se han empezado a aplicar unos procedimientos y medidas de seguridad especiales en aeropuertos y vuelos (revisiones, escáneres, etc.) cuyo costo se traslada al usuario.
- e) **Cargo por valor.** El exportador puede declarar un valor de la mercadería en la casilla Valor declarado para el transporte del AWB. En caso de que este valor declarado supere los 19 DEG por kg bruto 1, se aplicará un cargo por valor del 0,75% sobre el

exceso del valor sobre los 19 DEG/kg (Derecho Especial de Giro). De esta forma, la aerolínea se responsabiliza por pérdidas, averías o retrasos hasta la cuantía declarada como valor de la mercadería en el AWB. Todos estos recargos, así como el propio flete aéreo (tarifa IATA), se le imputarán al vendedor o al comprador de la mercadería transportada en función del Incoterm que acuerden.

TEMA 3

Procesos y contratos de transportes

1. El contrato de transporte y sus documentos

La ejecución de un transporte implica un acuerdo de voluntades y supone, por lo tanto, la realización de un contrato entre dos partes, usuario y transportista. Dicho contrato cuando se refiere al transporte de mercaderías se define como un acuerdo voluntario en el que una persona, natural o jurídica, que dispone de ellas libremente encarga a otra de su traslado, mediante el pago de un precio previamente acordado.

Intervienen en el contrato los siguientes elementos:

Personales:

Expedidor (Cargador): El que disponiendo legalmente de la mercadería desea su traslado.

Porteador (Transportista): El que toma a su cargo la responsabilidad de efectuarlo.

Destinatario (Consignatario): La persona a la que van dirigidos los efectos y carga que han de ser transportados

Reales:

Mercaderías: Es el objeto a transportar y, por tanto el que caracteriza el contrato como mercantil, para lo que es necesario de acuerdo con el Código de Comercio respectivo, que no tenga limitaciones para su transporte.

Precio: Es la compensación económica que recibe el porteador por la ejecución del transporte. Puede ser “pagado” (“prepaid”), cuando se abona en el momento de la entrega al transporte o a pagar en destino (collect), cuando el pago se efectúa a la recepción por el destinatario, pudiendo en este último caso existir recargos.

Formales:

Aunque el contrato de transporte puede efectuarse bajo cualquier forma admisible en Derecho (incluyendo la forma verbal), lo habitual es que se refleje en un documento escrito y firmado por ambas partes.



CONTRATOS DE TRANSPORTES

2. Principales tipos de documentos básicos del transporte

Los documentos básicos del transporte internacional son:

- a) **Transporte marítimo:** Conocimiento de embarque marítimo C/E (“Bill of lading” o B/L)
- b) **Transporte terrestre por carretera:** Carta de porte CMR (“CMR letter of transport” O CMR)
- c) **Transporte aéreo:** Conocimiento aéreo C/A (“Airway Bill” o AWB)
- d) **Transporte multimodal:** Conocimiento de embarque multimodal (“Multimodal Bill of Lading”), siendo el de uso más frecuente el extendido por los miembros de la Federación Internacional de Transitarios FIATA o FIATA Bill of lading (FBL).

Si bien las regulaciones jurídicas de los diversos documentos mencionados son distintas y hay matices sobre diversos aspectos como por ejemplo, la condición de título de crédito o la responsabilidad del porteador en cada medio, es un hecho evidente que todos ellos tienen muchos aspectos en común ya que responden a una misma necesidad, la de reflejar las condiciones del transporte cuya definición corresponde al expedidor / cargador, por lo que en todos ellos se indican en los recuadros o encabezamientos de los documentos que deben contener las siguientes informaciones esenciales:

- ✓ Porteador.
- ✓ Remitente.
- ✓ Destinatario.
- ✓ Intermediario/Agente (Si se utiliza).
- ✓ Identificación del vehículo.
- ✓ Fecha de carga.
- ✓ Lugar de carga y de entrega.

- ✓ N° de bultos y marcas de los mismos.
- ✓ Descripción de la mercadería (con mención especial caso de tratarse de una mercadería peligrosa).
- ✓ Pesos bruto y neto.
- ✓ Instrucciones para el tratamiento de la mercadería.
- ✓ Flete o costo del transporte y operaciones auxiliares.
- ✓ Documentos que acompañan al envío (aduaneros, de calidad, facturas etc.).
- ✓ Forma de pago (“Prepaid”, “Collect”, COD “Cash on delivery” u otras).

Un concepto esencial en todos los documentos es el de documento de transporte limpio, por su repercusión en la aceptación de la mercadería, pagos y cobros y responsabilidad, en contraste con el documento sucio.

Existe sobre ello una práctica defectuosa desarrollada por algunos actores del comercio internacional como instituciones financieras, transportistas, usuarios y organismos gubernativos, que es la de considerar necesario para que un documento sea “limpio”, que lleve un sello del transportista que así lo indique. Ello no es cierto; según el Artículo 32 de las Reglas y Usos Uniformes para los Créditos Documentarios de la Cámara de Comercio Internacional: “Un documento de transporte limpio es aquel en el que no se indique en alguna forma una condición defectuosa de la mercadería.