



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EVALUACIÓN PARA UNA IMPORTACIÓN DE RESINA COLOFONIA
APLICADO A COSMÉTICA NACIONAL S.A.

Autor
MARCO ANTONIO VERA HERNÁNDEZ

INFORME DE PRACTICA PRESENTADO A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES.

PROFESOR GUÍA: EDUARDO HAYE A.

Viña del Mar, Abril de 2011

AGRADECIMIENTOS

El presente informe es un esfuerzo en el cual directa o indirectamente han participado personas muy importantes en mi formación como profesional y persona. A estas personas les debo mis más sinceros y humildes agradecimientos.

Agradezco a cada profesional que me entrego sus conocimientos y a mis compañeros que estuvieron ahí cuando necesité de una mano amiga.

De todo corazón muchas gracias por todo lo que me han entregado.

A mis padres Carmen Hernández, Marcos Berrios, a mis hermanos Daniel y Alejandro y una persona muy especial en mi vida Victoria Ramírez.

ÍNDICE

ÍNDICE	3
INTRODUCCIÓN	5
DESCRIPCIÓN DE COSMÉTICA NACIONAL S.A.....	8
1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....	8
1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	9
1.3. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA	11
1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS Y MERCADOS.....	12
OBJETIVOS.....	13
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
MARCO TEÓRICO	14
3.1. VENTAJA ABSOLUTA	15
3.2. VENTAJA COMPARATIVA.....	16
3.3. INTEGRACIÓN ECONÓMICA.....	18
3.3.1. <i>Acuerdo preferencial</i>	19
3.3.2. <i>Zona de Libre Comercio</i>	20
3.3.3. <i>Unión Aduanera</i>	20
3.3.4. <i>Mercado Común</i>	21
3.3.5. <i>Unión Económica</i>	21
3.3.6. <i>Creación y desviación de comercio</i>	22
3.4. PRACTICAS DESLEALES PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	23
3.4.1. <i>Dumping</i>	23
3.4.2. <i>Subsidios</i>	24
3.5. AGENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	24
3.5.1. <i>Importador y Exportador</i>	24
3.5.2. <i>Servicio Nacional de Aduana</i>	25
3.5.3. <i>Agente de Aduana</i>	26
3.5.4. <i>Embarcador</i>	28
3.5.5. <i>Armadores o Compañías Navieras</i>	28
3.5.6. <i>Operador</i>	28
3.5.7. <i>Agente de Naves o Consignatarios de Naves</i>	29
3.6. DOCUMENTACIÓN.....	29

3.6.1. Informe de importación.	29
3.6.2. Conocimiento de embarque.	31
3.6.3. Factura Comercial.....	32
3.6.4. Lista de Empaque.....	32
3.6.5. Certificado Origen.....	33
3.6.6. Póliza de Seguro.	33
3.6.7. Otros Certificados y Visaciones.	34
3.7. TRANSPORTE INTERNACIONAL.	35
3.7.1. Transporte Aéreo.	35
3.7.2. Transporte Marítimo.....	39
3.7.3. Transporte Terrestre.....	43
3.7.4. Transporte Multimodal.	45
3.8. INCOTERMS.....	46
3.9. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.	49
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS.....	59
4.1. TRABAJO DESARROLLADO.....	59
4.2. PROBLEMA ENCONTRADO.....	61
4.3. SOLUCIONES Y ACCIONES PROPUESTAS	63
4.3.1. Cera depilatoria Millefiori.	64
4.3.2 Resina Colofonia.....	65
4.3.3. Usos de la Resina Colofonia.....	66
4.3.4. Métodos de extracción.....	66
4.3.5 Países productores.....	67
4.3.6. Selección del país.....	67
4.3.8. Selección del proveedor.....	75
4.4. DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS.	77
4.4.1. Antecedentes para la importación.....	77
4.4.2. Clausula de compra.	77
4.4.3. Forma de pago.....	78
4.4.4. Paso a paso de la importación.	79
4.4.5. Costos de la importación.	83
CONCLUSIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	90
WEBGRAFÍA.....	92
ANEXOS	93

INTRODUCCIÓN

El uso de cosméticos y productos para el hermoseamiento de las personas ha existido desde tiempos prehistóricos, donde algunas civilizaciones pintaban sus caras y cuerpos con el fin de hermosearlos y así de alguna manera poder llamar la atención.

Con el correr de los siglos comenzaron a proliferar empresas que vieron en este segmento un gran potencial económico, lo que permitió que se especializaran en este tipo de productos llegando a formar una industria sólida y rentable.

El Mercado de los cosméticos y el cuidado de la piel ha tenido un crecimiento exponencial en las últimas décadas, junto con esto el aumento de la competencia entre las empresas de la industria, que han visto la vertiginosa evolución que han experimentado las tendencias de los consumidores a lo largo del tiempo, lo que las ha llevado a una especialización e innovación constante.

El mercado de los cosméticos en Chile lo comparten compañías multinacionales, importadores y distribuidores de marcas internacionales además de productores nacionales, es en este último grupo en el que se encuentra la empresa Cosmética Nacional S.A. la cual tiene una dilatada trayectoria en el mercado nacional.

Cosmética Nacional nace en el año 1979 articulando su infraestructura productiva como una óptima línea tecnológica, lo que le ha permitido desarrollar diferentes productos competitivos conforme a las exigencias del mercado.

Los principales productos de Cosmética Nacional S.A. corresponden a tinturas para el cabello, líneas de shampoo y acondicionadores, cremas, lociones y endulzantes dietéticos.

Durante los últimos años Cosmética Nacional S.A. ha experimentado una expansión internacional, esto explicado en parte a las múltiples ventajas que ofrece el comercio internacional, gracias a esto la empresa ha podido introducir sus productos a distintos mercados latinoamericanos.

El participar en estos mercados ha requerido de un mayor esfuerzo para poder desarrollar productos de calidad a precios competitivos en cada uno de los nuevos mercados que compete.

Entre todos los productos que desarrolla Cosmética Nacional S.A. se encuentra la cera depilatoria Millefiori la cual utiliza como principal materia prima Resina Colofonia del tipo WW, en la actualidad la empresa adquiere esta materia prima en el mercado nacional desaprovechando las ventajas que nos ofrece el comercio internacional como lo es la ventaja comparativa y competitiva que puedan tener otros países o industrias extranjeras con respecto a este bien, perdiendo la oportunidad de ser más eficiente en el proceso de compra.

Teniendo en cuenta lo antes señalado la columna vertebral de este informe es estudiar la posibilidad de realizar una importación directa de Resina Colofonia para la elaboración de cera depilatoria Millefiori.

El análisis de la posibilidad de llevar a cabo la operación se establecerá en términos de costos totales de la misma.

Para esto se establece el objetivo general y los específicos que encausan el argumento del presente informe.

De esta manera en la primera parte de este informe se da a conocer una descripción de Cosmética Nacional S.A. su misión y filosofía, sus productos, sus canales de distribución, los mercados que abordan y su estructura organizacional.

En la segunda parte del informe se exponen las teorías económicas que sustentan y explican los beneficios del comercio internacional, además de los agentes que participan en el proceso de importación, junto con un análisis de la industria de las ceras depilatorias en Chile.

En la tercera parte se presentan las tareas realizadas durante el periodo de la práctica profesional en Cosmética Nacional S.A. El problema que detectó el autor dentro de la misma, la propuesta como solución al problema planteado junto con los resultados de esta.

Finalmente en la cuarta parte se exhiben las conclusiones a las que llega el autor una vez acabada toda la investigación y estudios pertinentes respondiendo de esta manera los objetivos planteados en un principio.

DESCRIPCIÓN DE COSMÉTICA NACIONAL S.A.

1.1. Breve reseña histórica de la empresa

Cosmética Nacional S.A. es una empresa Chilena emplazada en Calle Vargas Fontecilla 3830 Quinta Normal, Región Metropolitana, que cuenta con certificación ISO 9001-2000 perteneciente a la industria farmacéutica y cosmética con un extenso recorrido desde la fecha de su fundación en el año 1979.

Desde los comienzos Cosmética Nacional S.A. ha fabricado y comercializado todos sus productos, con el correr de los años y gracias a la orientación profesional en el área química farmacéutica de su fundador Fernando García Aguilar comienza a perfilarse hacia la investigación y desarrollo de nuevos productos aumentando así el valor agregado a las diferentes líneas que comercializa en el mercado.¹

En 1989 Cosmética Nacional crea una de las marcas que la ayudó a posicionarse y consolidarse en el mercado cosmético chileno, la línea de coloración y cuidado capilar U2, tras el éxito de U2 la empresa crea el producto más importante del último tiempo ILICIT tintura capilar, marca que se ha mantenido como una de las líderes en el mercado de las tinturas.

¹ No especificado, www.cosmeticanacional.cl, Historia, 30-09-2010, 16:00

El crecimiento constante de la compañía es parte de una filosofía preocupada por una responsable reinversión de sus utilidades, mejorando de esta forma su infraestructura, adaptándose a los más altos estándares de calidad y producción, esto se une al compromiso y la preocupación por la calidad de vida de sus trabajadores, quienes son parte esencial en el crecimiento de la empresa.

Además la innovación y calidad en sus productos junto con la seriedad y eficiencia en la gestión son el impulso para el crecimiento de Cosmética Nacional S.A. y la apertura hacia nuevos mercados fuera de las barreras nacionales.

1.2. Estructura Organizacional.

La empresa es una fuente de trabajo para 400 personas, las cuales están lideradas por el Gerente General que es Don Fernando García Aguilar y dos directores en primer lugar su hijo Rodrigo García director comercial y la segunda directora es su hija Claudia García Directora de operaciones.

Cada director tiene bajo su cargo distintas gerencias y estas a su vez los departamentos de cada área, como lo muestra la figura N°2.

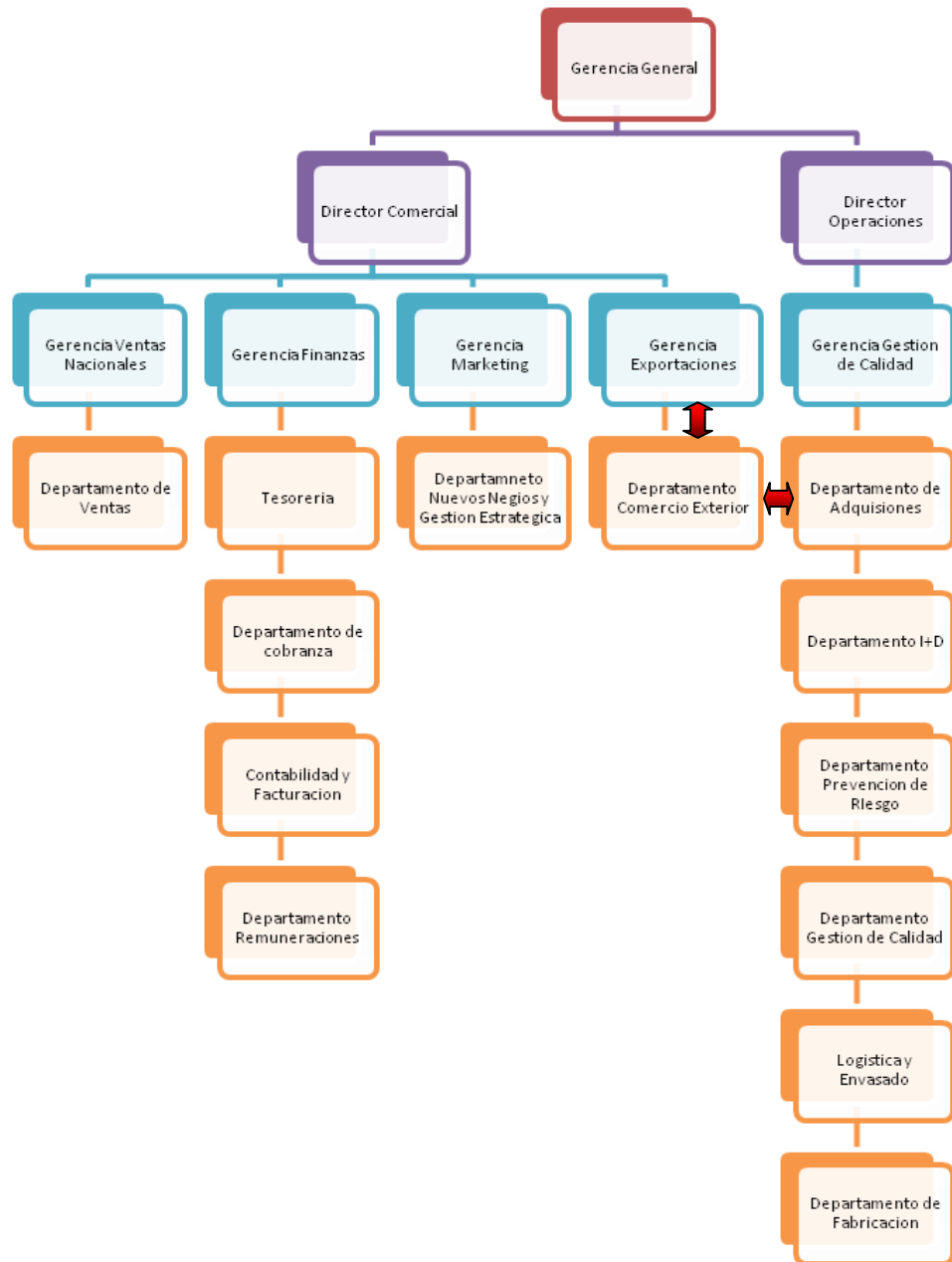


Figura N°2 Organigrama institucional

“fuente de elaboración propia”

1.3. Visión y misión de la empresa

La visión de Cosmética Nacional S.A. es ser los expertos en belleza de la mujer latinoamericana.

Su misión es impulsar la creatividad y la innovación, para dar valor agregado a sus marcas, con productos que invitan a la gente a verse bien, sentirse bien y disfrutar de la vida. De esta forma, se busca satisfacer los requerimientos de clientes y distribuidores. Poner al alcance de todos los estratos socioeconómicos, productos de alta calidad.

La empresa está comprometida con el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores y realiza acciones para fomentar la solidaridad.

Finalmente, una de sus preocupaciones fundamentales es generar fuentes de trabajo dignas y bien remuneradas.²

La filosofía de la empresa se representa en los 8 puntos que siguen a continuación

- Responsabilidad en la elaboración de productos de calidad.
- Responder a exigencias concretas de nuestros consumidores.
- Eficiencia en la producción.
- Honestidad, claridad y transparencia en las acciones.
- Preocupada de generar un grato ambiente laboral.
- Comprometida con el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores.

² No especificado, visión y misión, www.cosmeticanacional.cl, 30-09-2010, 16:00

- Preocupada de generar fuentes de trabajo dignas y bien remuneradas.
- La responsabilidad social es uno de sus valores fundamentales, realizando permanentemente acciones para fomentar la solidaridad.

1.4. Canales de distribución, productos y mercados.

La empresa comercializa todos sus productos a través de cadenas de supermercados, farmacias, grandes tiendas, perfumerías y distribuidores mayoristas, quienes le otorgan una fuerte presencia en todo el territorio nacional, internacionalmente exporta sus productos a diferentes mercados latinoamericanos como: Panamá, México, Costa Rica, Perú, Ecuador, Paraguay, El Salvador, República Dominicana, Brasil, Angola y Colombia.

El fuerte de los productos es la buena relación precio calidad. Con los productos U2 abordan el segmento socioeconómico A, pero los esfuerzos están concentrados en el público C2, C3. Con los productos ILICIT abordan el segmento C3 y D.³

Las marcas que Cosmética Nacional S.A. fabrica y comercializa son:

- Sistema de depilación MILLEFIORI
- Tratamiento capilar U2
- Maquillajes PAMELA GRANT
- Endulzante líquido BOOM
- Tintura capilar ILICIT
- Tintura capilar U2

³ No especificado, entrevista a Fernando García Aguilar, Gerente General de Cosmética Nacional S.A. *30 años borrando canas*, www.lun.com, 16.08.2010, 15:00 pm

OBJETIVOS

2.1. Objetivo General.

- El objetivo general de este informe es evaluar la deseabilidad (en términos de costos) de realizar una importación directa de Resina Colofonia WW para Cosmética Nacional S.A. con el fin de agregar valor al producto final, la cera depilatoria Millefiori.

2.1. Objetivos específicos.

- Describir los fundamentos teóricos de los beneficios del comercio internacional.
- Para determinar los beneficios de realizar la importación resulta relevante estimar los costos monetarios que deberá asumir Cosmética Nacional S.A. en caso de llevar a cabo la operación.
- Para poder calcular lo anterior es necesario diseñar el paso a paso de la cadena logística del proceso de importación.
- Seleccionar el país y proveedor que tenga las mayores ventajas para producir Resina Colofonia.

MARCO TEÓRICO

¿Por qué comprar materias primas en otros países en desmedro de lo nacional?, ¿se podrá obtener ganancias del comercio internación? y si es así, ¿cómo se explican? ¿Cuáles son las razones que motivan a los países a participar del comercio internacional?

Distintos Teóricos han estudiado el comercio internacional y han formulado diversas teorías de manera de poder explicar estas interrogantes. Estas teorías serán expuestas a continuación para que el lector pueda entender cuáles son las bases teóricas del presente informe.

En primer lugar las razones que explican el porqué los países participan del comercio internacional son; que al ser países con distintas características pueden producir distintos bienes y servicios unos de otros y así intercambiar lo que pueden producir con mayor eficiencia por aquello que no producen o producen con menos eficiencia.

Por otro lado, es que los países al comerciar a través de sus fronteras buscan obtener economías de escala en la producción del bien en el que se especializan y así tener una producción más eficiente y competitiva de este, también cabe mencionar que el estar inmerso en el comercio internacional permite la participación en mercados de mayor tamaño, y una mayor variedad de proveedores.

Por lo tanto este comportamiento de intercambio de bienes y servicios entre naciones no sería tal sí las partes involucradas no obtuviesen beneficios de dicha operación.

Para entender de que se trata y como los países o individuos obtiene ganancias del comercio internacional es necesario entender las teorías de Adam Smith “Teoría de la ventaja absoluta” y la de David Ricardo “Teoría de la ventaja comparativa”.

3.1. Ventaja absoluta

El ser humano desde siempre ha tenido la necesidad de intercambiar lo que le sobra por lo que necesita, antiguamente un individuo de una aldea cazaba aves para su consumo pero necesitaba de las armas para tales efectos, en otra aldea había un hombre que trabajaba los metales y fabricaba armas, pero necesitaba alimento para sobrevivir, por lo tanto el primer hombre cambia parte de las aves que cazaba por armas que fabricaba el otro hombre y así poder seguir cazando.

Es de esta manera como nace el comercio en primera instancia llamado trueque, este intercambio comercial ha permitido que las personas puedan satisfacer de mejor manera sus necesidades.

Con el correr del tiempo y la conformación de los países estos han tenido que intercambiar bienes y servicios con otros países del mundo debido a que ningún país puede producir todo lo que necesita y todos necesitan vender lo que producen, este intercambio a través de las fronteras ha dado lugar al comercio internacional.

Adam Smith fue un economista y filósofo escocés quien estudió y analizó esta temática realizando los primeros acercamientos explicativos del comercio internacional mediante su libro “La riqueza de las naciones”. Él estaba a favor del libre comercio y creía que

este podía ser mutuamente beneficioso y lo explicaba por medio de su teoría de la ventaja absoluta.

Esta teoría demuestra que dos naciones obtienen beneficios del comercio internacional, cuando una puede producir determinado producto utilizando menos recursos que el otro país, a esto le llamamos ventaja absoluta, pero no posee el mismo nivel de eficiencia para la producción de otro tipo de producto, por lo que, en este bien tendrá una desventaja absoluta⁴.

Por lo tanto cuando un país es más eficiente en la producción de una mercancía, pero menos eficiente en la otra al producir una segunda mercancía, entonces ambos países pueden ganar si se especializan en la producción de la mercancía que tenga ventaja absoluta y la intercambia por aquella en la que poseen la desventaja absoluta. De esta manera aumentarán las posibilidades de consumo de cada uno.

3.2. Ventaja comparativa.

En el modelo anterior Adam Smith plantea que la razón fundamental para que haya comercio entre países es la ventaja absoluta en un bien, pero que sucede cuando un país tiene desventaja absoluta en la producción de los dos bienes, ¿acaso no existe la posibilidad que ambos países comercien de manera de obtener beneficios?

⁴ Dominick Salvatore, *Economía Internacional*, Editorial Pearson, Sexta Edición, México, 1999, Página 28

David Ricardo busca entregar una respuesta a esto y señala que para beneficiarse del comercio no es necesario que un país sea mejor que su contraparte comercial en la producción de un bien (ventaja absoluta), sino que es suficiente con que sea relativamente más eficiente que su contraparte comercial en la elaboración de un bien, esto quiere decir que se debe especializar en la producción de aquel bien en el que su desventaja absoluta sea menor, haciendo de este su ventaja comparativa.

Por lo tanto el comercio entre dos países puede beneficiar a ambos si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa.⁵

Para poder realizar este modelo explicativo del comercio internacional David Ricardo tuvo que basarse en supuestos que facilitarán el análisis de su teoría de la ventaja comparativa. Estos son supuestos son⁶:

- Solo hay dos países y dos mercancías.
- Existencia de libre comercio.
- La perfecta movilidad de la mano de obra dentro de cada nación, pero la inmovilidad entre las dos naciones.
- Costos de producción constantes.

⁵ Paul Krugman y Maurice Obstfeld, *Economía Internacional, Teoría y Política* Editorial Pearson, Séptima Edición, España 2006, Página 29

⁶ Dominick Salvatore, *Economía Internacional*, Editorial Pearson, obra citada, Páginas 35-36

- Ausencia de costos de transporte.
- Ausencia de cambio tecnológico.

Para poder saber cuál es la ventaja comparativa que tiene cada país y que permita el intercambio comercial con beneficio mutuo, es que se debe calcular el costo de oportunidad de ambos.

El costo de oportunidad es el valor de un bien que se debe sacrificar para poder producir una unidad extra de otro bien y así obtener un beneficio mayor.

Por lo tanto si dos países tienen costos de oportunidad diferentes cada uno debe maximizar la producción en aquel bien que tiene ventaja comparativa (menor costo de oportunidad), beneficiando de esta manera a ambos gracias al comercio internacional.

3.3. Integración Económica.

Al momento de realizar una importación el importador puede (en algunos casos) acogerse a beneficios arancelarios, los que permitirán disminuir los costos de la operación, estos beneficios se enmarcan en un proceso de integración económica.

Este proceso tiene como objetivo favorecer el comercio internacional, promover el desarrollo y en definitiva aumentar el bienestar de la población, es por esto que la mayoría de los países del mundo han ido adoptando un proceso de liberalización del comercio, reduciendo sus barreras arancelarias y no arancelarias al comercio.

Chile al ser un país con un mercado interno pequeño necesita de una participación activa del comercio internacional, es por esto que la integración económica resulta de una importancia superior, lo que se ve reflejado en la gran cantidad de acuerdos comerciales firmados con distintos países del mundo.

El comercio internacional se caracteriza por tener distintos niveles de integración dependiendo de cada país o bloque económico, los niveles son: Acuerdo preferencial, zona de libre comercio, unión aduanera, mercado común y unión económica.

3.3.1. Acuerdo preferencial.

Un acuerdo preferencial se produce cuando dos o más países reducen sus aranceles recíprocamente para determinados productos⁷. Al reducir sus aranceles dan lugar a una preferencia arancelaria entre los países que firman el acuerdo.

Este acuerdo permite que los países puedan mantener independencia en sus restricciones arancelarias y no arancelarias con otros países que no se encuentren inmersos en este acuerdo.

En el caso de Chile los acuerdos preferenciales son aquellos Acuerdos de Complementación Económica (ACE) firmados con países que pertenecen a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Como por ejemplo el ACE N°65 con Ecuador, el ACE N°22 con Bolivia o el ACE N° 35 con el MERCOSUR.

⁷ Fabián Villarroel Ríos, *Apuntes N°2 Principios y nociones generales de integración Órganos internacionales de regulación e integración económica*, Universidad de Valparaíso, 2008

3.3.2. Zona de Libre Comercio.

Una Zona de Libre Comercio se produce cuando todos los miembros del grupo eliminan todos los aranceles a las importaciones y las restricciones a las exportaciones para todos sus productos.

De igual manera que en un Acuerdo Parcial los miembros pueden mantener sus aranceles y otras barreras no arancelarias para terceros países.

En el caso de Chile este tipo de integración se perfecciona con los Tratados de Libre Comercio (TLC), Acuerdos de Libre Comercio (ALC), Acuerdo de Asociación Económica (AAE). Como los son el TLC Chile-EE.UU. el TLC Chile-Canadá, TLC Chile-Australia, TLC Chile-Centroamérica, TLC Chile-China, TLC Chile-EFTA (Suiza, Noruega, Liechtenstein, Islandia), ALC Chile-Colombia, ALC Chile-Perú, TLC Chile-Corea, TLC Chile-México, TLC Chile-Panamá, AAE Chile-Japón.

3.3.3. Unión Aduanera.

El siguiente nivel de integración económica es una Unión Aduanera, esta se forma cuando se eliminan todos los gravámenes de importación a todos los bienes entre todos los miembros del acuerdo y, además, adoptan un arancel externo común a todas las importaciones provenientes de terceros países.⁸

⁸ D. Appleyard y A. Field, *Economía Internacional*, Editorial McGraw Hill, obra citada, Pagina 348

Por lo tanto una unión aduanera es a su vez una Zona de Libre Comercio, pero una Zona de Libre Comercio no tiene que ser necesariamente una Unión Aduanera, ya que no fija un arancel externo común.

Un ejemplo de este tipo de integración es la Unión Aduanera conformada por la Comunidad Económica Europea.

3.3.4. Mercado Común.

Un Mercado Común, se genera cuando los miembros eliminan todos los aranceles, establecen una política comercial externa en conjunto y eliminan las barreras para el libre movimiento de factores (capital y trabajo) entre ellos.

Por lo tanto un Mercado Común es al mismo tiempo una Unión Aduanera y una Zona de libre comercio, pero con la salvedad del libre movimiento de factores productivos.

Un ejemplo de Mercado Común es la conformación del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

3.3.5. Unión Económica.

La Unión Económica es el último grado de integración y está conformada por dos o más países que ya pertenecen a un Mercado Común, al que además agrega a la integración una unificación y armonización de las políticas fiscales, monetarias y socioeconómicas,

para todos los miembros de esta⁹. Esto no excluye la existencia de las entidades políticas y económicas de cada miembro.

La Unión Europea es un claro ejemplo de una Unión Económica.

3.3.6. Creación y desviación de comercio.

Como consecuencia del proceso de integración económica los países comienzan a experimentar cambios en el flujo de mercancías entre los miembros, es por esto que en el proceso de integración los países buscan experimentar la creación de comercio y evitar una desviación de comercio.

La creación de comercio ocurre cuando un país integrante en algún nivel de integración económica, comienza a importar productos de menor costo que sus similares nacionales.

Esto quiere decir la sustitución de productos nacionales por productos importados más baratos o eficientes, lo que genera un beneficio para la economía.

En cambio la desviación de comercio consiste en reemplazar las importaciones existentes con un tercer país (no miembro de la integración económica), que producen de manera más eficiente el producto, por importaciones menos eficientes de un país miembro de la integración económica pero que producto de la reducción de las barreras arancelarias resultan ser más baratas.¹⁰

⁹ D. Appleyard y A. Field, *Economía Internacional*, Editorial McGraw Hill, obra citada, Pagina 348

¹⁰ Dominick Salvatore, *Economía Internacional*, Editorial Pearson, obra citada, Página 302

Lo que es perjudicial debido a que se sustituye el producto más eficiente por uno menos eficiente.

3.4. Practicas desleales para el comercio internacional.

Así como existen mecanismos que facilitan el comercio internacional a través de reducciones arancelarias y no arancelarias, también existen prácticas desleales que dificultan y entorpecen su normal funcionamiento, estas actividades son el Dumping y los subsidios.

3.4.1. Dumping.

El dumping se produce cuando una empresa comercializa sus productos fuera de sus fronteras a un precio inferior a sus costos o menor al precio que son vendidos en su mercado interno.

Esto se puede dar en algunas situaciones por empresas que aprovechan las ganancias en su país de origen para solventar las pérdidas que sufre en el mercado extranjero, con el fin de destruir la competencia local.

Para este problema existen las políticas contra el dumping que buscan castigar a todas aquellas empresas que realicen este tipo de competencia desleal, en la mayoría de los casos el castigo es establecer un arancel compensatorio que proteja la industria local.

3.4.2. Subsidios.

Un subsidio es cualquier ayuda económica que entrega un gobierno en forma de subvención a un productor local, lo que le otorga una ventaja a determinadas empresas locales.

Estas subvenciones pueden ser a través de entregas de dinero en efectivo, préstamos blandos, facilidades fiscales y participación de capital público en empresas privadas.

De esta manera los productores locales pueden reducir sus costos de producción lo que les sirve para poder competir contra las importaciones y para poder ganar mercados de exportación.¹¹

3.5. Agentes del comercio internacional.

Para los efectos de este informe que tiene por objeto evaluar una importación de Resina Colofonia, es necesario conocer cuáles son los agentes, instituciones, normativas, y todos los eslabones que tienen intervención en la realización de esta operación internacional.

3.5.1. Importador y Exportador.

El glosario de términos del comercio exterior del Servicio Nacional de Aduana define al importador como cualquier persona que importe mercancías y que cumpla con las

¹¹ Charles W.L. Hill, *Negocios Internacionales*, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, México 2007, Página 204

Normas de Importación del Banco Central de Chile y con las demás disposiciones legales, reglamentarias y administrativas vigentes.

El mismo documento define al exportador como cualquier persona que exporte mercancías y que cumpla con las exigencias del Compendio de Normas de Exportación del Banco Central de Chile y con las demás disposiciones legales, reglamentarias y administrativas vigentes.

3.5.2. Servicio Nacional de Aduana.

El Servicio Nacional de Aduana está regido por el D.F.L. N° 30, publicado en el diario Oficial desde el 13 de abril de 1983.

El artículo 1° de la ley orgánica del Servicio Nacional de Aduana define al mismo como “un Servicio Público dependiente del Ministerio de Hacienda, encargado de vigilar y fiscalizar el paso de mercancías por las costas, fronteras y aeropuertos de la República, de intervenir en el tráfico internacional, para los efectos de la recaudación de los impuestos a la importación, exportación y otros que determinen las leyes, y de generar las estadísticas de ese tráfico por las fronteras, sin perjuicio de las demás funciones que le encomienden las leyes”¹²

La aduana cumple con una función primordial para el desarrollo del país, debido a su protagonismo en el desarrollo del comercio exterior, su rol facilitador de los procesos de

¹² No especificado, *Ley Orgánica de Aduana*, www.aduana.cl, legislación y normativa, 21-10-10, 17:00

importación y exportación lo ubican como pieza fundamental a la hora de la integración económica de Chile en un contexto globalizado.

Por todas estas funciones que debe cumplir la Aduana es que el Estado le ha otorgado territorios especiales en donde pueden operar, estas son los son la Zona Primaria y Secundaria.

3.5.3. Agente de Aduana.

El artículo 195 de la Ordenanza de Aduanas se refiere al Agente de Aduana como un profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

El agente de Aduana puede ejercer sus funciones en cualquier aduana del país, además es ministro de fe y debe velar por los intereses de sus clientes así como los del Fisco.

Un agente de aduana tiene las facultades para desarrollar las siguientes tareas, sin perjuicio que algunas de estas funciones también las puedan realizar otras instituciones¹³.

- Velar por la correcta aplicación de las normas chilenas de exportación e importación.
- Verificar la aplicación de los tratados y acuerdos comerciales suscritos.

¹³ No especificado, Agente de Aduana, www.camaraaduanera.cl, 22-10-2010, 14:00

- Brindar asesoría en el cumplimiento de leyes relativas a las nuevas exigencias. documentales y físicas sobre las cargas, tales como las normas contra el bioterrorismo.
- Confeccionar certificados de origen.
- Verificar sellos.
- Preparar el aforo de mercancías.
- Presentar documentos ante organismos fiscalizadores.
- Gestionar autorizaciones sanitarias, fitozoosanitarias y ambientales cuando es pertinente.
- Verificar el etiquetado de información comercial.
- Facilitar las inspecciones de autoridades relacionadas con el sector.
- Entregar asesoría y servicio integral en las operaciones de exportación e importación.
- Colaborar para alcanzar la eficiencia en términos de costos, oportunidad y rapidez de las operaciones de comercio exterior.
- Aportar con su experticia en la aplicación de los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales firmados por Chile.
- Intervenir en la correcta recaudación de derechos aduaneros e impuestos, entre ellos, el IVA.

3.5.4. Embarcador.

Son agentes que operan como intermediarios entre la nave y las cargas. Normalmente actúan por mandato del dueño de la mercancía para negociar su expedición.

El rol del embarcador es preocuparse por la coordinación de la mercadería desde el puerto o lugar de origen hasta los distintos terminales portuarios para que el agente de aduana representando al importador haga la tramitación de la internación de la mercadería.

3.5.5. Armadores o Compañías Navieras.

Los Armadores o Compañías Navieras son los encargados del transporte en su modalidad marítima.

El código de comercio en su libro tercero título IV se refiere al armador como la persona natural o jurídica, sea o no propietario de la nave, que la explota y expide en su nombre. Se presumirá que el propietario o los copropietarios de la nave son sus armadores, salvo si prueba lo contrario.¹⁴

3.5.6. Operador.

El operador es la persona natural o jurídica que sin ser armador puede explotar la nave asumiendo toda responsabilidad, previo mandato otorgado por el naviero.

¹⁴ Sergio Baeza Pinto, *Derecho Marítimo*, Editorial Jurídica de Chile, Primera Edición, Chile, Pagina 22

3.5.7. Agente de Naves o Consignatarios de Naves.

Estos agentes actúan en representación del armador, dueño o capitán, para todas las acciones que tienen relación a la atención y explotación de las naves en el puerto de su consignación.

3.6. Documentación.

Para la realización de una importación es necesario que la mercancía y el proceso en general se encuentren respaldados de cierta documentación que es solicitada por las autoridades de nuestro país, para legalizar la internación de la mercadería.

3.6.1. Informe de importación.

Este documento es la formalización del registro de una importación, en donde las personas manifiestan su voluntad de realizar la importación.

Cuando el informe de importación es aprobado por el Servicio Nacional de Aduana el importador se encuentra autorizado para ordenar los embarques de las mercancías.

Existen tres maneras de realizar este documento por internet, mediante un Agente de Aduana o por medio de un banco comercial.

La legislación establece casos excepcionales en donde el importador no tiene la necesidad de presentar este documento, estos casos son¹⁵:

- Mercancías cuyo embarque no exceda de US\$ 3.000 CIF.
- Obras artísticas ejecutadas por autores chilenos en el extranjero e importadas por ellos.
- Planos, especificaciones, proyectos relacionados con propuestas públicas y privadas.
- Planos, proyectos, diseños, folletos y fotografías, que formen parte de contratos de Regalías, autorizadas por el Banco Central de Chile.
- Animales domésticos que acompañan o no al pasajero.
- Mercancías de la Sección 0 del Arancel Aduanero, con excepción de las partidas 0012 y 0030.01.
- Mercancías donadas a instituciones educacionales, de beneficencia, que no persigan fines de lucro.
- Animales en pie para beneficio en condiciones especiales.

¹⁵ Eduardo Haye, *Apunte de Comercio Exterior*, Taller de comercio exterior, 2010

3.6.2. Conocimiento de embarque.

Este documento es por el cual se materializa el contrato de transporte de mercancías por vía marítima, la carta de porte es su equivalente en el transporte terrestre y la guía aérea en el transporte aéreo.

Este contrato reconoce el hecho del embarque de las mercancías y establece las condiciones en las cuales se transportarán.

Este documento acredita que el portador ha tomado bajo su custodia las mercancías y se obliga a entregarlas a una persona determinada. Las características de este documento lo hacen ser un título de crédito, por lo que el tenedor legítimo puede disponer de la mercancía durante el viaje.

El conocimiento de embarque debe tener las siguientes características:¹⁶

- Nombre y domicilio del transportador.
- Nombre y domicilio del cargador.
- Nombre y nacionalidad del medio de transporte.
- Puerto de carga y descarga.
- Nombre y domicilio del destinatario.

¹⁶ Rodolfo Valenzuela S., *Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo se?*, Editorial Lexis Nexis, Tercera Edición, Chile, Páginas 170-171

- La naturaleza y calidad de la mercadería, número de bultos o piezas o cantidad o peso y las marcas principales de identificación.
- Estado y condición aparente de la carga.
- Flete convenido y lugar de pago.
- Número de originales entregados.
- Lugar, fecha y firma del transportador, agente marítimo o capitán.

3.6.3. Factura Comercial.

La factura comercial es el comprobante de una transacción de compra-venta, esta es emitida por el exportador al importador.

Una factura comercial debe contener una descripción completa del comprador y del vendedor, el país de origen y de destino, fecha de emisión, descripción de la mercadería, condiciones de pago, condiciones de entrega, INCOTERMS, valor FOB de las mercadería, cantidad de mercadería.

La factura comercial también servirá para fijar los derechos de aduana y los gravámenes que deberá pagar la mercadería.

3.6.4. Lista de Empaque.

Un documento que guarda una estrecha relación con la factura comercial es la lista de empaque ya que su presentación se realiza en conjunto, esta lista entrega información

acerca de los embalajes que componen la mercadería, materiales que están compuestos, contenido de los envases, pesos, dimensiones, además debe llevar las marcas de embalaje, la referencia del exportador y todas las características que puedan presentar de manera más detallada este tipo de información.

3.6.5. Certificado Origen.

El objetivo de este documento es acreditar el país de origen de la mercadería, para esto deben cumplir un conjunto de requisitos en su proceso productivo, en el uso de los insumos y todo lo necesario para su elaboración de acuerdo con las normas de origen establecidas en los acuerdos comerciales entre los países.

Esta acreditación sirve para acogerse a los beneficios arancelarios que otorgan los países a las mercaderías provenientes de países con acuerdos comerciales.

3.6.6. Póliza de Seguro.

Este documento es el instrumento probatorio de la existencia del contrato de seguro que requieren las mercancías para ser importadas, este contrato establece las condiciones y acuerdos que componen dicho contrato.

El contrato se establece entre el asegurador y el asegurado, el primero cobra una prima al asegurado, y el asegurado puede cobrar una cobertura en caso de existir algún

siniestro con la mercadería dentro de las condiciones manifestadas en el contrato de seguro.

Los elementos que componen este contrato son la prima, el riesgo, el daño, el interés, la indemnización, el plazo, el asegurado y el asegurador.¹⁷

3.6.7. Otros Certificados y Visaciones.

Cuando se importa a Chile hay que tener en cuenta que existen distintos certificados dependiendo del producto que se trate o el uso que se le dé, para esto existen distintas instituciones certificadoras que deben acreditarlos para poder concretar la importación.

Estas instituciones son: el Servicio Agrícola y Ganadero, el Servicio de Salud, Dirección General de Movilización, Servicio Nacional de Pesca, Comisión de Monumentos Nacionales, Corporación Nacional Forestal, Comisión Nacional de Energía Nuclear, Dirección de Fronteras y Límites, Instituto de Salud Pública, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, Calificación de Servicio Expo-Aduana, Ministerio de Defensa Nacional, Departamento de Armas Químicas y Biológicas, Departamento de Control de Armas y Explosivos.

¹⁷ Rodolfo Valenzuela S., *Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?*, Obra citada, Pagina 212

3.7. Transporte internacional.

El transporte es un eslabón trascendental para el comercio internacional ya que su función es el de traslado de las mercancías desde el país de origen al país de destino.

Existen 4 formas de transportar las mercaderías están son el transporte aéreo, marítimo, terrestre y multimodal.

3.7.1. Transporte Aéreo.

El transporte aéreo es aquel que tiene la capacidad de trasladar mercancías y/o personas mediante la utilización de aeronaves.

El organismo internacional que controla y supervisa todo lo relacionado con este tipo de transporte es la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés).

Los objetivos principales de la IATA son Asegurar que la gente, la carga y el correo se puedan mover a través de la gran red global de aerolíneas tan fácilmente como si estuvieran haciéndolo en su propio país, ayudar a asegurar a sus asociados que operen de una forma segura, estable, eficiente y económica bajo reglas definidas y entendidas y promover un transporte aéreo seguro, regular y económico.¹⁸

¹⁸ Eduardo Morales, Apunte Transporte Aéreo, Distribución Física Internacional Universidad de Valparaíso, 2009

Las ventajas que ofrece el transporte aéreo son principalmente:

- Rapidez en la entrega de los productos.
- Facilidad de seguimiento.
- Cobertura a mercados de difícil acceso para otros tipos de transporte.
- Reducción de los costos de embalaje.
- Reducción de los costos de seguro.
- Se reduce el costo financiero que se incurre por la inmovilización de capital por un largo periodo de transporte.

Debido a las ventajas que ofrece el transporte aéreo los productos más recurrentes para este tipo de transporte son: equipos eléctricos, flores, electrodomésticos, instrumentos ocupados en la medicina, productos alimenticios como la carne, artículos estacionales (la ropa de temporada), cadáveres de personas, etc.

Tipos de Aeronaves.

Las aeronaves existentes en la industria están dadas por el tipo de mercadería o carga que pueden transportar.

- Cargueros o de fuselaje ancho: este tipo de aeronaves solo pueden transportar mercadería en su interior.

- De pasaje o de fuselaje ancho: estas aeronaves pueden transportar pasajeros y al mismo tiempo mercadería en sus bodegas especialmente acondicionadas para esto.

- Convertibles de fuselaje estrecho: la característica de estas aeronaves es que pueden transportar mercaderías en un trayecto inicial y pasajeros en un trayecto posterior, por lo general son aviones de compañías de Courier.¹⁹

Servicios Aéreos.

- Servicio regular: estos servicios lo prestan las aerolíneas comerciales, las cuales ya cuentan con sus respectivas rutas e itinerarios programados. Las compañías cobran por el servicio entregado el cual puede ser pagado al inicio (Prepagado) o a la entrega de la mercancía en destino (por pagar).

- Servicio Arrendado: este servicio lo prestan las compañías de carga y las de pasajeros, que operan con itinerarios regulares, la persona que contrata este servicio puede arrendar todo el avión o solo una parte, la diferencia más relevante con el servicio regular es que aquí se puede negociar el precio del servicio.

¹⁹ Eduardo Morales, Apunte Transporte Aéreo, Distribución Física Internacional Universidad de Valparaíso, 2009

Tipos de Contenedores para Transporte Aéreo.²⁰

En el transporte aéreo los Container reciben el nombre de ULD (United Load Debit).

-LD-2 APE: Tiene una capacidad de 1.225 Kg. Un volumen máximo de 3.3m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767 y el Airbus 340.

-LD-3 AKE: Con capacidad para 1.587 Kg. Un volumen máximo de 4,3m³ y es conveniente para los aviones Boeing 747 y el Airbus 340.

-LD-6 ALF: Con capacidad para 3.175 Kg. Un volumen máximo 8,9m³ y es conveniente para los aviones Boeing 747 y el Airbus 340.

-LD-8 AQF: Con capacidad para 2.450Kg. Un volumen máximo 7,0m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767, 767F, 747F y el Airbus 340.

-HMA (para caballos): Con capacidad para 1.800Kg. Un volumen máximo 9,5m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767F. 747F y DC8F.

-Pallet 16 Pies: Con capacidad para 11.300Kg. Un volumen máximo 33,25m³ y es conveniente para los aviones Boeing 747F.

-Pallet 20 Pies: Con capacidad para 11.340Kg. Un volumen máximo 33,25m³ y es conveniente para los aviones Boeing 747F.

²⁰ Rodolfo Valenzuela S., *Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?*, Obra citada, Paginas 198-203

-Pallet P1P: Con capacidad para 4.626Kg. Un volumen máximo 10,2m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767, 767F, 747F, 737F y DC8 71F.

-Pallet P1P Winged: Con capacidad para 4.626Kg. Un volumen máximo 10,2m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767F y 747F.

-Pallet P6P: Con capacidad para 5.035Kg. Un volumen máximo 11,7m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767, 767F y 747F.

-Pallet FLS: Con capacidad para 2.181Kg. Un volumen máximo 5,7m³ y es conveniente para los aviones Boeing 767.

3.7.2. Transporte Marítimo.

Este es el medio de transporte que moviliza mayor número de mercaderías alrededor del mundo, es el medio de transporte internacional con la mejor relación costo-distancia, por ende es el más económico para grandes distancias.

Es la mejor opción para mover grandes volúmenes de mercadería entre puntos distantes geográficamente, la adaptabilidad de los buques a los tipos de carga es otro punto a favor, ya que no existe prácticamente carga que no pueda ser transportada en buques.

Los tráficos que pueden realizar los buques son de dos tipos de cabotaje y de altura, el primero se realiza a lo largo del litoral como servicio costero y puede ser nacional o internacional y el segundo es el realizado a nivel interoceánico.

Tipos de Buques.

La existencia de distintos tipos de mercadería ha generado la creación de distintos tipos buques con características y finalidades diferentes, estos buques son:

-Buques de carga general: estos buques pueden tener una o varias bodegas y pueden transportar todo tipo de mercadería y contenedores.

-Buques Tanques: su transporte está dedicado principalmente al transporte de crudo, petróleo, químicos, gas licuado, etc.

-Buques Graneleros: su uso es para el transporte de carga seca o a granel como lo son los cereales, harina, soya, etc.

-Buques portacontenedores: tienen la estructura necesaria para poder cargar todo tipo de productos, materiales y elementos que se encuentren en contenedores.

- Buques Roll on-Roll of: su uso es destinado a mercaderías que sean rodantes ya que cuentan con rampas especiales para cargar y descargar.

- Buques transportadores de barcazas: concebidos para transportar mercancías entre puertos de cabecera de importantes hinterland²¹ fluviales, para esto tienen equipo de transferencia propio.

²¹ Es una región interna situada tras un puerto, donde se recogen las exportaciones y a través de la cual se distribuyen las importaciones.

Servicios Marítimos.

Las compañías navieras prestan distintos tipos de servicio de transporte marítimo, estos servicios son:

-Servicios regulares: su principal característica es que operan con rutas e itinerarios establecidos, las compañías navieras ofrecen la disponibilidad de espacio en el buque para cualquiera que desea utilizarlo, por lo que suelen ser varios los embarcadores con distintos destinos a lo largo de la ruta.

-Servicios irregulares: este servicio también es conocido como los buques Tramp y están destinados a cubrir cualquier ruta marítima, no tienen clientes ni itinerarios fijos por lo que comercian en todas las regiones buscando cargas.

Tipos de Contenedores para transporte marítimo.

-Dry: Existen de tres tipos el de 20 pies, el de 40 pies y los High Cube, estos contenedores están hechos para llevar todo tipo de carga sólida de características normales, también se pueden acondicionar para cargas a granel.

-Open Top: existen de 40 y 20 pies, la parte superior del Container está abierta, para transportar mercancías que no se estropeen por su altura.

-Tank Container: son de 20 pies, están diseñados para el transporte de líquidos como productos químicos o alimenticios como bebidas, dentro de un bastidor tipo caja.

-Half-height Container: es un contenedor-silo de media altura es para transportar minerales o materiales semielaborados, puede ser de techo rígido o lona y paredes solidas o jaula.

-Flat Rack: su diseño está compuesto por una plataforma plana y unos extremos provistos de bisagras que pueden ponerse verticales para formar un modulo de contenedor o pueden plegarse para el almacenaje de los mismos. Su carga son especialmente productos sobredimensionados.

-Refrigerado: existen de 20 y 40 pies, la característica principal es que traen una unidad de refrigeración incorporada, especialmente para cargas como vegetales o productos alimenticios con corta fecha de caducidad.

-Conair: tiene las mismas características que el anterior la diferencia es que para que refrigere necesita estar conectado a una unidad alimentadora del buque o el camión.

-Open Side: existen de 40 y 20 pies, son contenedores con sus partes lateras abiertas, son para cargas paletizadas y no de mucho peso.

-Plataforma: existen de 40 y 20 pies, este contenedor solo cuenta con el piso como soporte, sin paredes laterales ni techo, es para cargas sobredimensionadas y muy pesadas.

-Bulk: son de 20 pies, con tomas superiores y descarga por precipitación. Revestidos especialmente, permiten el transporte de granos.

-Flexitank: es un sistema que consta de una especie de bolsa especial que se instala dentro de un contenedor para el transporte de líquidos.

3.7.3. Transporte Terrestre.

En el transporte terrestre existen dos medios para llevarlo a cabo estos son por carretera o por ferrovías.

Transporte Carretero.

El transporte carretero es uno de los más utilizados para el traslado de mercancías principalmente entre países que comparten fronteras. Una de sus características es que sirve de conexión para otros medios de transporte, además sus costos fijos son menores ya que las operaciones en terminales son baratas y el costo mano de la obra es menor en comparación con el tren.

Es el único medio capaz de realizar por sí mismo el servicio puerta a puerta, es versátil puede transportar todo tipo de cargas y es de fácil coordinación con otros medios de transporte.

Los agentes que participan en este tipo de transporte son el embarcador, compañía de transporte carretero y el consignatario.

Los tipos de camiones existentes son el camión simple, semirremolque, camión con acoplado y semirremolque con acoplado, los avances tecnológicos han permitido que se pueda realizar un seguimiento de las mercancías mediante instalaciones de GPS en los camiones.

Los tipos de Container que pueden transportar los camiones son los mismos utilizados por el transporte marítimo.

Todos los aspectos contractuales del transporte carretero están normados en el “Convenio Internacional para el transporte de mercancías por carretera”

Servicios del transporte carretero.

- Camión carga completa: esto se realiza cuando el embarcador tiene la suficiente carga para contratar el servicio del camión completo solo para sus productos.

- Camión carga parcial: en este caso la carga del embarcador no alcanza para completar el camión, por lo que la empresa transportista utiliza el espacio vacío con carga de otros embarcadores.

Transporte Ferroviario.

El transporte ferroviario es el que moviliza mayor cantidad de carga después del marítimo y después del transporte terrestre es el que ofrece el mejor servicio puerta a

puerta. La uniformidad de las tecnologías ha otorgado una conectividad casi total de los países, su adaptabilidad es máxima ya que se puede transportar todo tipo de cargas.

La “Convención Internacional de Transporte por ferrocarril (COTIF)” es el convenio que rige todos los aspectos legales de este tipo de transporte como la carta de porte ferroviario (documento de embarque del T.F.)

Servicios del transporte Ferroviario.²²

- Vagón Completo: el cargue se realiza por cuenta y responsabilidad del embarcador, pero la estiba bajo la supervisión y responsabilidad de la cía. Ferroviaria.

- Vagón Parcial: Normalmente se establece un mínimo de peso. El agrupamiento lo realiza la Cía. Ferroviaria o el agente transitorio hasta completar.

3.7.4. Transporte Multimodal.

El transporte multimodal es el traslado de mercancías por dos modos de transporte diferentes, esto se perfecciona con un contrato de transporte multimodal, en donde el operador autorizado toma la carga y la traslada al país de destino.

²²Eduardo Morales, Apunte Transporte Ferroviario, Distribución Física Internacional Universidad de Valparaíso, 2009.

El objetivo final es la eficiencia en uso de recursos al momento de movilizar las mercancías.

En nuestro país ocurre muy seguido ya que las mercancías llegan a los puertos marítimos pero su lugar de destino es regularmente Santiago por lo que su primer medio de transporte son los buques y después los camiones realizan el tramo final del traslado.

3.8. INCOTERMS.

Los INCOTERMS son las cláusulas que establecen las obligaciones del importador y del exportador en un proceso de compra internacional.

Estas cláusulas fueron creadas por la Cámara Internacional de Comercio las cuales regulan las responsabilidades en la entrega de las mercancías, la transmisión de los riesgos, la transmisión de los gastos y la tramitación aduanera.

-Ex Fábrica (EXW): las mercancías son puestas por el vendedor a disposición del comprador en los locales de su propiedad y el comprador se encarga de todo lo relativo al despacho y tramitaciones necesarias. Esta cláusula es de uso para todo tipo de transporte.

-Franco en el medio de transporte (FCA): el vendedor ahora debe entregar al transportista las mercancías listas para su exportación en algún lugar previamente acordado. Esta cláusula es de uso para todo tipo de transporte.

-Franco al costado de la nave (FAS): la responsabilidad del vendedor es colocar las mercancías a un costado del buque y asumir los costos de la aduana de exportación. Esta cláusula es de uso exclusivo del transporte marítimo.

-Franco a bordo (FOB): en este caso el vendedor es responsable de colocar las mercancías sobre el buque y pagar los costos de la aduana de exportación. Esta cláusula se usa para el transporte marítimo y aéreo.

-Coste y flete (CFR): el vendedor es el responsable del envío de las mercancías, por lo que debe asumir el costo del transporte, hasta que este llegue al lugar de destino y el seguro corre por cuenta del importador. Esta cláusula es de uso exclusivo del transporte marítimo.

-Costo, seguro y flete (CIF): el vendedor no solo asume el flete de la mercancía sino que también el seguro de esta hasta que llegue a puerto de destino. Esta cláusula es de uso exclusivo del transporte marítimo.

-Transporte pagado hasta (CPT): esta cláusula es la equivalente a CFR pero para todo tipo de transporte excluyendo el marítimo.

-Seguro y transporte pagado hasta (CIP): esta cláusula es la equivalente a CIF pero para todo tipo de transporte excluyendo el marítimo.

-Entregado en la frontera (DAF): el vendedor asume los costos hasta la entrega de las mercancías en un lugar previamente acordado. Vendedor y comprador comparten los costos del transporte. Para todo tipo de transporte.

-Entregado ex nave (DES): la responsabilidad del vendedor es hasta cuando la nave llega al destino acordado y las mercancías se encuentran en las bodegas de la nave. Esta cláusula es de uso exclusivo del transporte marítimo.

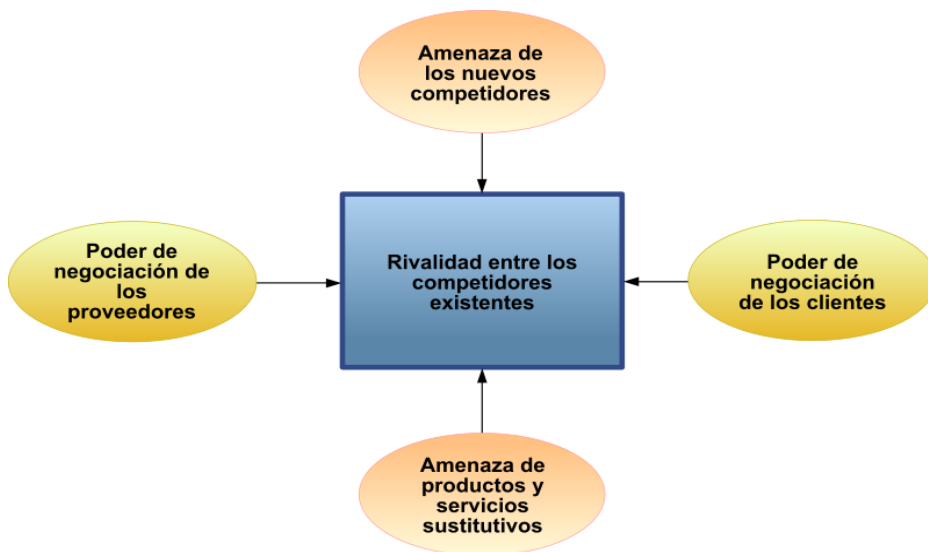
-Entregado ex muelle (DEQ): el vendedor tiene responsabilidad hasta cuando las mercancías son colocadas en el muelle de destino. Esta cláusula es de uso exclusivo del transporte marítimo.

-Entregado con los derechos aduaneros sin pagar (DDU): el vendedor es el responsable y asume todos los costos de todo el proceso hasta el momento del desaduanamiento en el país de destino. Su uso es para todo tipo de transporte.

-Entregado con los derechos aduaneros pagados: (DDP): el vendedor asume de todas las responsabilidades incluyendo el transporte, el seguro, y el desaduanamiento en el país de destino. Su uso es para todo tipo de transporte.

3.9. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.

La cera depilatoria Millefiori, es un producto que participa en la industria de las ceras depilatorias, para poder tener mayor información acerca de esta industria se realiza un análisis bajo el sistema de las 5 fuerzas de Michael Porter.



Este sistema de análisis propone 5 puntos críticos que deben ser estudiados para poder describir la industria en cuestión.

Figura, análisis Porter de las 5 fuerzas

Cada uno de las fuerzas representadas en la imagen deben ser desglosadas para así entregar una información precisa y clara sobre la industria

3.9.1 Poder de negociación de los clientes.

Esta fuerza hace referencia a una amenaza que puede tener la industria de parte de los clientes, debido a la capacidad de negociación que poseen. Este poder de negociación se desglosa en: concentración de compradores, volumen de compras, productos sustitutos, diferenciación, precio del producto e integración hacia atrás.

Concentración de compradores y volumen de compras

En la industria de las ceras depilatorias no existe concentración de compradores, los clientes realizan las compras de forma individual (no hay organización de los consumidores). Además el volumen de compras por cliente es mínimo, lo general es que un cliente compre solo una unidad de cera (bolsa o tarro), la cual puede utilizar en varias ocasiones, por lo que no tienen la necesidad de comprar en grandes cantidades. En este ámbito el poder de negociación de los clientes es menor que el de las empresas.

Productos sustitutos

En caso que el cliente no quiera comprar este tipo de producto (ceras depilatorias) tiene la opción de elegir entre una amplia gama de sustitutos, entre los que se encuentran cremas depilatorias, bandas depilatorias, depilación a laser, barras depilatorias, maquinas de rasurar y maquinas eléctricas. Esta gran cantidad de sustitutos propician un mayor poder negociador por parte de los clientes.

Diferenciación

Las distintas marcas de cera depilatoria tienen un nivel bajo de diferenciación, las distintas variedades que tiene una marca también las tiene la competencia, así como sus presentaciones, en tarro, en bolsa y en caja, por lo que no representa un gran costo para el cliente cambiarse de proveedor. La baja diferenciación entre las distintas marcas aumenta el poder negociador de los clientes.

Precio del producto

Lo que hace la diferencia para la elección de una marca específica en desmedro de otro (de la misma variedad o presentación) es el precio, este factor también es relevante al momento de elegir las ceras en lugar de algún sustituto, debido a que las ceras es uno de los sistemas de depilación más económicos, por lo tanto la actitud de compra de los clientes es muy sensible a la variación del precio. Esta alta sensibilidad al precio del producto es favorable para los consumidores, lo que aumenta su poder negociador.

Integración hacia atrás

Otro factor que influye en el poder negociador de los clientes es si estos pueden o tienen la capacidad de integrarse hacia atrás, en esta industria es complejo debido a los altos costos de las maquinarias y los insumos para fabricarla, además al tratarse de productos de origen químico las personas deben tener un alto nivel de especialización. Aunque un cliente si puede fabricar un sistema de depilación artesanal, no utilizan los mismos

componentes ni procesos de fabricación que las ceras de depilación profesional. Por lo tanto en este ámbito las empresas tienen un mayor poder negociador que los clientes.

3.9.2. Poder de negociación de los proveedores.

Esta fuerza es la que pueden ejercer los proveedores sobre la industria. Los proveedores de esta industria son los que comercializan cera microcristalina, parafina, lanolina, resina colofonia y embalajes.

Esta fuerza negociadora se desglosa en: costos de cambio de proveedor, concentración de proveedores, materias primas sustitutas, costo de sustitución de clientes, integración hacia adelante.

Costos de cambio de proveedor.

Las únicas limitaciones que tienen las empresas para cambiarse de proveedor es que al tratarse de productos de origen químico estos deben cumplir con ciertos requerimientos técnicos, pero las empresas en general no se ven “atados” a sus proveedores, ya que existe un gran mercado mundial para la mayoría de los productos que se utilizan en el proceso de elaboración de la cera depilatoria. Por lo tanto en esta materia el mayor poder negociador lo tienen las empresas de ceras.

Concentración de proveedores.

En la mayoría de los productos utilizados en esta industria existe un gran mercado mundial donde poder adquirirlos, por lo que no se produce una concentración de proveedores que puedan ejercer un mayor poder que las empresas de ceras.

En cambio con la resina colofonia si se produce un grado de concentración de proveedores, ya que Chile no produce y son pocos los países que producen resina colofonia que por sus características sirva para cera depilatoria, por ejemplo China es el mayor productor mundial de resinas, pero el tipo que produce sirve para otras industrias como la de adhesivos, tintas, pinturas, etc. Lo que conlleva a que Brasil sea uno de los pocos que produce resina colofonia que si se puede utilizar en esta industria. Este tipo de concentración para este bien aumenta el poder negociador de los proveedores.

Materias primas sustitutas.

Existen sustitutos de materias primas para la presentación del producto ya que puede ser en tarro metálico, en cajas de cortón o en bolsas de plástico, pero en las otras materias primas al tratarse de productos químicos resulta muy complejo el uso de sustitutos ya que estos pueden cambiar las propiedades finales del producto. Aumentando el poder de los proveedores.

Costo de sustituir clientes.

Para la mayoría de los proveedores no es costoso cambiar de clientes ya que sus productos sirven para muchas otras industrias.

Pero para los proveedores de resina colofonia y cera microcristalina esta industria es de mucha importancia ya que sus productos son utilizados casi exclusivamente en ella, lo que aumenta el poder negociador de las empresas de ceras depilatorias.

Integración hacia adelante

Las empresas proveedoras en su mayoría son laboratorios químicos que venden productos al por mayor a distintas industrias. Los proveedores tienen un elevado nivel de especialización por lo que les resultaría complicada una transformación de sus actividades para entrar a participar a un mercado altamente competitivo.

3.9.3. Amenaza de nuevos competidores.

La participación de nuevos competidores está dada por las barreras de entrada que presenta la industria. Estas son economía de escala, lealtad del cliente, inversión, canales de distribución, acceso a insumos, regulaciones.

Economías de escala

Las marcas líderes de esta industria utilizan economías de escala para reducir sus costos, en su mayoría compran los insumos en el extranjero para así obtener una mejor relación

precio-volumen y poder competir con los precios de las otras marcas, ya que como sabemos los clientes son muy sensibles a las variaciones de los precios. Estas economías de escala implican una dificultad para el ingreso de nuevos participantes.

Lealtad del cliente

Como se mencionó anteriormente los productos presentan una baja diferenciación en las distintas líneas de ceras depilatorias, por lo que la lealtad del cliente con alguna marca en específico no es fuerte, ante dos productos de similares características y propiedades el cliente generalmente se inclina por el de menor valor comercial, esta baja lealtad de los clientes reduce las barreras de entrada a esta industria.

Inversión

La inversión en esta industria es alta ya que se necesita de una planta especializada para su elaboración, maquinarias especializadas y personal cualificado, es por esto que todas las empresas que fabrican y comercializan ceras depilatorias, además tienen muchas otras líneas de productos relacionadas con la cosmética para así disminuir el impacto de una gran inversión en infraestructura y personal. Esto aumenta las barreras de entrada a la industria.

Canales de distribución

Los canales de distribución de esta industria corresponden a cadenas de supermercados, de farmacias y tiendas de cosmética, estos canales no son de difícil acceso ni mucho menos se encuentran restringidos a nuevos participantes, lo que facilita la entrada a la industria.

Acceso a insumos

El acceso a los insumos no está restringido a nadie al contrario existen muchos mercados mundiales de donde abastecerse, pero el problema se produce con la resina colofonia que como se explicó anteriormente tiene problemas de abastecimiento por distintos motivos, por esto puede resultar un tanto complejo poder adquirirlo, porque si las empresas que lo utilizan resultan ser clientes permanentes de los productores de resinas, tendrán preferencias al momento de adquirir el producto, limitando la cuota de algún nuevo participante. Esto aumenta las barreras de entrada.

Regulaciones

Las regulaciones que se requieren para este tipo de empresas no son de gran dificultad en su cumplimiento, aparte de las que se exige para cualquier empresa el Servicio de Impuestos Internos, Dirección del trabajo y como se trata de un producto para consumo humano debe estar autorizado por el Instituto de Salud Pública. Estas regulaciones provocan una disminución de las barreras de entrada.

3.9.4. Amenaza de productos sustitutos.

Este punto hace referencia a la amenaza de empresas que venden productos sustitutos a la industria.

Los productos sustitutos a las ceras depilatorias son las cremas depilatorias, bandas depilatorias, depilación a laser, barras depilatorias, maquinas de rasurar y maquinas eléctricas.

Costo del cambio a un sustituto

El que un cliente tome la decisión de cambiarse a algún sustituto conlleva un costo, este tiene relación con el precio y la calidad del producto. Las ceras depilatorias son las que tienen una mejor relación de estas dos variables, son las que tienen un efecto más prolongado sobre el vello corporal a un menor precio.

El caso de las cremas depilatorias, las bandas y barras depilatorias son para una aplicación más rápida, tienen un efecto menos prolongado, para zonas del cuerpo más sensibles y su precio es mayor que las ceras.

Las maquinas eléctricas tienen un gran grado de eficacia pero su valor comercial es mayor al de las ceras. El caso de la depilación a laser es el sistema de depilación más caro del mercado pero a su vez el que tiene el efecto más prolongado alcanzando en algunos casos para toda la vida

Estos son los costos que debe asumir el cliente que desee cambiarse a uno de estos sustitutos.

Posicionamiento de las marcas.

Las marcas líderes de ceras depilatorias se encuentran muy bien posicionadas en el mercado y cuentan cada una con un alto prestigio, ya que invierten mucho en campañas publicitarias. Por esto resulta más difícil competir en la industria, ya que las compañías entrantes deben hacer cuantiosas inversiones para posicionarse.

3.9.5. Rivalidad entre los competidores existentes.

La rivalidad entre los competidores es el resultado de las 4 fuerzas anteriores, en esta industria resulta ser elevada ya que existe un gran número de empresas en la industria. Además son de tamaños y capacidad similar, aumentando la competitividad en la industria, lo que provoca constantes guerras de precios y campañas publicitarias agresivas, por lo tanto resulta difícil competir en esta industria.

DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS.

4.1. Trabajo desarrollado.

La práctica profesional exigida por la carrera de Administración de Negocios Internacionales fue desarrollada por el autor de este informe en las dependencias de la prestigiosa empresa Cosmética Nacional S.A. en el periodo del 15 de diciembre del 2009 hasta el 12 de febrero del 2010.

Una vez incorporado a la empresa, el estudiante fue ubicado en el departamento de comercio exterior bajo la supervisión del jefe del departamento Don Víctor Muñoz Salas quien realizó la inducción sobre la empresa y las labores que ahí se realizan.

Ya ambientado en la empresa la primera tarea encomendada fue la de ordenamiento y traspaso a archivos Excel las carpetas que correspondían a operaciones de exportaciones e importaciones del año 2009, esto con el fin de irse interiorizando de los procedimientos que realiza el departamento de comercio exterior, cuáles son sus clientes y proveedores internacionales.

Posterior a esa tarea el estudiante tuvo que realizar la emisión de las declaraciones juradas, la revisión de los documentos de embarque y envió de estos documentos al agente de aduana para el proceso de internación de las mercancías.

En el transcurso de la práctica profesional el estudiante también tuvo que realizar distintos informes de acuerdo a los requerimientos de su supervisor directo, estos informes fueron:

-*Estado logístico de llegada de las mercancías importadas*, este informe sirve para estimar y programar la fecha de arribo de las mercancías a las bodegas de la empresa.

- *Estado de vencimiento de fletes*, para tener conocimiento de las fechas de pago y montos a cancelar por concepto de transporte internacional.

- *Estado de los retornos internacionales*, la confección de este informe tiene como fin saber el monto y la fecha de cobro a los clientes internacionales.

- *Estado logístico de las exportaciones*, con el objeto de llevar un seguimiento de las mercancías desde que se envían los documentos para la exportación hasta que estas son pagadas y/o recibidas por el cliente en el extranjero.

Otro trabajo desarrollado en la práctica profesional fue la confección de los costos de importación, en primer lugar el estudiante debía realizar los costos provisorios, esto se hace solo para tener una noción lo más cercana a la realidad posible de los costos de una importación futura. Para realizar este trabajo se utiliza la factura proforma, las cotizaciones del transporte internacional, el seguro, los honorarios del agente de aduana, almacenaje, desconsolidado, etc.

En el momento que se encuentran todas las facturas disponibles con los montos totales y definitivos en el departamento de comercio exterior, el estudiante procede a la elaboración de los costos de importación definitivos.

Además el estudiante tuvo la misión de realizar análisis de los proceso de compra de la competencia, es decir extraer datos del sistema de estadísticas IDS Negocios, con el fin de comparar los precios y proveedores internacionales de la competencia.

También el practicante tomó conciencia del sistema SAP y lo aplicó en la rutina diaria para la búsqueda de información contable y de registros de información.

4.2. Problema encontrado

Como se puede apreciar en el organigrama institucional (figura N°2), el trabajo del departamento de comercio exterior está relacionado con una gerencia y un departamento. En primer lugar para el proceso de exportaciones depende de la gerencia de exportaciones y en segundo lugar para la realización de importaciones depende del departamento de adquisiciones.

Para exportar los productos de Cosmética Nacional S.A. la gerencia de exportaciones negocia y acuerda los términos del intercambio con sus clientes (producto, cantidad, precio, forma de pago, INCOTERMS). Una vez acordado esto, informa al departamento de comercio exterior para que este gestione el proceso de exportación de las mercancías (contratación de embarcador, seguro, banco, agencia de aduana, certificados, etc.).

Por otro lado el proceso de importación de mercancías comienza cuando el departamento de adquisiciones recibe la información mediante el sistema SAP del stock de productos.

El departamento de adquisiciones se encarga de generar las órdenes de compra y de contactar los proveedores nacionales e internacionales. En el caso que sean proveedores internacionales la orden de compra se traspasa al departamento de comercio exterior para que este gestione el proceso documental y físico para la importación de las mercancías.

Con el correr del tiempo y el aumento del conocimiento en el funcionamiento del departamento de comercio exterior de la empresa, el estudiante detectó que existía poca comunicación entre el departamento de adquisiciones y el de comercio exterior, además que el departamento de adquisiciones tenía reducidos conocimientos en comercio internacional y que existía una reducida libertad del departamento de comercio exterior para seleccionar nuevos proveedores o reemplazar los nacionales por proveedores internacionales.

Como consecuencia de lo antes expuesto, se detectó un problema de eficiencia para el proceso de compra de algunas materias primas como es el caso de la Resina Colofonia, que se analiza en el presente informe.

El problema es que esta materia prima usada para la producción de cera depilatoria marca Millefiori es comprada a un distribuidor nacional llamado Química Lutromo Ltda., quien a su vez la compra a un productor en el extranjero.

En teoría el precio final al cual la compra Cosmética Nacional S.A. es más elevado²³ que si la compra mediante una importación directa de un productor original en el extranjero, aprovechando los beneficios que otorga el comercio internacional.

Con el fin de disminuir los costos de producción y agregar valor al producto.

4.3. Soluciones y acciones propuestas

La solución que se formula para resolver el problema planteado con anterioridad, es la de una importación directa de Resina Colofonia.

Esta importación será desde un productor en el mercado internacional, para evitar la compra a un distribuidor nacional, de esta manera se seleccionará el país y productor que presente una mayor conveniencia para la importación, en términos de los costos totales para llevar a cabo la operación.

Para esto se debe ahondar y explicar claramente la mercancía a importar (Resina Colofonia) junto con sus principales características.

²³ En teoría resulta más elevado debido al porcentaje o comisión que cobra el distribuidor nacional por la venta realizada.

Posteriormente se realiza la búsqueda del proveedor extranjero, en la cual se analiza el proceso de compra del distribuidor nacional que abastece a Cosmética Nacional de Resina Colofonia en la actualidad.

Lo anterior quiere decir que se analiza a Química Lutromo Ltda. sobre, cual es el país de origen donde compra la resina colofonia, el medio de transporte que utiliza para su importación, las cantidades que compra, el valor FOB y CIF de las compras que realiza.

Este análisis tiene el objeto de tener un acercamiento con la identificación del productor que ya se encuentre importando Resina Colofonia a Chile.

Una vez identificado el productor se realiza la cotización por la Resina Colofonia y las demás operaciones para determinar el costo total de realizar la importación.

4.3.1. Cera depilatoria Millefiori.

Millefiori es el sistema de depilación que comercializa Cosmética Nacional, este sistema presenta 3 tipos de modalidades, la barra depilatoria, las bandas de cera depilatoria en frio y finalmente la cera depilatoria en tarro. Esta última es la que se analiza en el presente informe.

Este producto es de origen vegetal, enriquecida con lanolina para proteger la piel durante la depilación²⁴. Sus elementos para su composición son cera colofonia, lanolina, parafina y cera microcristalina.

²⁴ No especificado, www.millefiori.cl, 02-11-2010

Su presentación es un tarro metálico de 200gramos como lo muestra la imagen N° 3



Imagen N° 3

4.3.2 Resina Colofonia.

La Resina es un producto forestal no maderero, que resulta del proceso de resinación de pinos vivos.

La resina es una sustancia amorfa y de color ámbar que se presenta como secreción externa del metabolismo de los vegetales, este producto natural se obtiene de varias especies de plantas pináceas, las que es su mayoría son el Pino Massoniana, Pino Elliot, Pino Merkusi.

Las resinas naturales son mezclas complejas, su composición y en definitiva lo que define los distintos usos que se les puede dar, está dado por la especie arbórea utilizada, el origen geográfico, los procedimientos de fabricación y almacenaje.

En años anteriores la Resina Colofonia era utilizada sin procesar para la producción de jabón, barniz y papel. Pero en la actualidad los avances e investigaciones sobre la Resina Colofonia han permitido ampliar sus variedades en más de 50 tipos distintos, entre los que se encuentra la variedad WW.

La Resina Colofonia del tipo WW es el ejemplar que utiliza Cosmética Nacional para la producción de la cera depilatoria Millefiori, esta resulta de la destilación de la goma cruda extraída del Pinnus ellioti.

4.3.3. Usos de la Resina Colofonia.

La colofonia tiene numerosas aplicaciones industriales ya que posee propiedades que justifican su amplia utilización.

Los productos en los que tanto la colofonia como sus derivados se pueden encontrar en mayor proporción son ceras de depilación, tintas de impresión, pegamentos para embalaje, papeles, barnices, pinturas, velas, ceras, betunes, etc.

4.3.4. Métodos de extracción.

La extracción de la resina se realiza mediante incisiones que se le practican al árbol en su corteza y se diferencian en cuatro tipos:

-Sistema Chino: al pino se le realiza un corte en forma de V diariamente, estos cortes deben ser en forma descendente, el primer corte se realiza a una altura de 1,20 mt. Desde el suelo. Este sistema no utiliza ningún estimulante químico sobre el pino.

-Sistema Americano: el corte que se le realiza al pino es en forma horizontal y es realizado uno cada 15 a 18 días, el primer corte se realiza a 20 cm del suelo. Este sistema si utiliza estimulantes sobre el pino.

-Sistema Francés: se cortan longas del pino de 8 a 10 cm de ancho estos cortes se hacen cada 10 a 15 días.

-Sistema Mazek: al igual que el método anterior se realizan cortes en forma de lonjas, pero estas tienen un tamaño de entre 2 a 3 milímetros y son realizadas entre 3 y 7 días, es común el uso de estimulantes.

4.3.5 Países productores.

En la actualidad el líder mundial en producción de resinas es la Republica Popular de China, después en menor medida viene Brasil e Indonesia, estos tres países son quienes abastecen a gran parte del mundo de todas las variedades de resinas.

Las diferencias de la resina entre estos países están dadas por el sistema de extracción, la especie de pino utilizada y el tratamiento en la elaboración que se les realiza.

Así es como los países se han especializado en la producción de algunos tipos de resinas, por ejemplo la resina proveniente de la Republica Popular de China utiliza el pino Ellioti y el sistema chino para su extracción, de igual manera en Brasil se explota la especie Ellioti, pero para su extracción el sistema utilizado es el americano. En Cambio en Indonesia el sistema francés y el mazek y la especie explotada en mayor medida es la Merkusi.

Estas diferencias hacen que sus productos estén destinados a la producción de variados productos.

4.3.6. Selección del país.

Nuestro país tiene una gran industria de productos forestales, pero no ha desarrollado de la misma forma la unidad de productos forestales no madereros a la que pertenece toda la gama de resinas, es por esto que las empresas nacionales deben importar este tipo de productos.

Esta tendencia de importar se ve reflejado en la tabla N°1 (Importaciones de Resinas), la que muestra que las importaciones de Resinas han experimentado un crecimiento sostenido en el último año.

	2009	2010
Enero	US\$ 60,787	US\$ 109,589
Febrero	US\$ 130,644	US\$ 104,039
Marzo	US\$ 117,703	US\$ 126,212
Abril	US\$ 167,865	US\$ 203,447
Mayo	US\$ 91,753	US\$ 166,033
Junio	US\$ 50,338	US\$ 240,375
Julio	US\$ 138,406	US\$ 212,208
Agosto	US\$ 140,621	US\$ 328,498
Septiembre	US\$ 138,131	US\$ 742,566
Octubre	US\$ 89,699	US\$ 163,269
Noviembre	US\$ 1,127,956	US\$ 2,398,246

Tabla N°1(Importaciones de Resinas)²⁵

Los datos de la tabla se encuentran expresados en valores CIF en dólares americanos, y nos muestran que la importación de este producto aumentó de un año a otro un 112%, lo cual es muchísimo y habla de un gran mercado interno de consumo de Resina, el que no puede ser abastecido internamente.

Con el fin de tener una información más depurada y que nos sirva aun más en nuestra búsqueda de un proveedor extranjero, las tabla N°2 a N°11²⁶ entregan datos del país de origen de las importaciones de Resinas realizadas a nuestro país bajo la clasificación

²⁵ Tabla de elaboración propia, mediante datos de www.aduana.cl, *estadísticas de comercio exterior, importaciones*, 2-12-10, 16:00

²⁶ Tablas N°2 a N°11, elaboración propia, mediante datos de la plataforma www.idsnegocios.cl, 01-12-10, 11:00

arancelaria 3806.1000 correspondiente a Colofonias, ácidos resinicos y sus derivados, las cantidades de estas importaciones y la variedad de la misma, en el periodo Enero 2010-Octubre 2010.

Tabla N°2 importaciones origen Alemania

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
5	ALEMANIA	ALEMANIA	RESINA	ROSIN CELLO
5	ALEMANIA	ALEMANIA	RESINA	ROSIN CELLO

10

Tabla N°3 importaciones origen Argentina

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
3,600	ARGENTINA	ARGENTINA	COLOFONIAS	POLVO
1,000	ARGENTINA	ARGENTINA	COLOFONIAS	POLVO
3,750	ARGENTINA	ARGENTINA	COLOFONIAS	POLVO
3,600	ARGENTINA	ARGENTINA	COLOFONIAS	POLVO
26,400	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 1277 NC
24,000	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 1277 NC
10,100	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 1277 NC
26,400	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 1277 NC
26,400	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 1277 NC
2,400	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 9104 EN ESCAMAS
750	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA COLOFONIA	PINEREZ 9104 EN ESCAMAS
200	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA DE COLOFONIA	PINEREZ 3030
1,000	ARGENTINA	ARGENTINA	RESINA FUMARICA	EN POLVO

129,600

Tabla N°4 importaciones origen Brasil

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
180	BRASIL	BRASIL	ACIDOS RESINICOS	DE 180KG
1,000	BRASIL	BRASIL	ACIDOS RESINICOS	EN SACOS DE 25KG
4,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	BREU
6,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	BREU
6,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	BREU
6,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	BREU
4,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	BREU
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	COL 90
4	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	FORMAS PRIMARIAS
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	GRADO TECNICO WW
27,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	TIPO X
24,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW
50,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
50,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
50,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
50,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
75,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
50,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
25,000	BRASIL	BRASIL	COLOFONIA	WW/X
180	BRASIL	BRASIL	COLOFONIAS	SBT
25,000	BRASIL	BRASIL	RESINA COLOFONIA	COLOFONIA WW
6,000	BRASIL	BRASIL	RESINA FUMARICA	EN POLVO
5,000	BRASIL	BRASIL	RESINA FUMARICA	EN POLVO

614,364

Tabla N°5 importaciones origen China

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
21,600	CHINA	ALEMANIA	COLOFONIA	ROSIN WW GRADO
108,000	CHINA	ALEMANIA	COLOFONIA	ROSIN WW GRADO
86,400	CHINA	ALEMANIA	COLOFONIA	ROSIN WW GRADO
5,000	CHINA	CHINA	COLOFONIA	UCHP 105
21,600	CHINA	CHINA	COLOFONIA	WW
18,000	CHINA	CHINA	COLOFONIAS	GRADO WW
18,000	CHINA	CHINA	COLOFONIAS	GRADO WW
36,000	CHINA	CHINA	COLOFONIAS	GRADO WW
21,600	CHINA	CHINA	RESINA DE COLOFONIA	GRADO WW
2,000	CHINA	CHINA	RESINA DE COLOFONIA	GRADO WW

338,200

Tabla N°6 importaciones origen Colombia

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
37,600	COLOMBIA	COLOMBIA	COLOFONIA	10179148
363	COLOMBIA	COLOMBIA	RESINA	POLVO GRADO TECNICO

37,963

Tabla N°7 importaciones origen Honduras

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
40,000	HONDURAS	U.S.A.	COLOFONIA	SOLIDO TIPOWW/X
20,000	HONDURAS	U.S.A.	RESINA COLOFONIA	W/W
20,000	HONDURAS	U.S.A.	RESINA COLOFONIA	W/W

80,000

Tabla N°8 importaciones origen Indonesia

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
38,400	INDONESIA	INDONESIA	COLOFONIA	ROSINX GRADE

38,400

Tabla N°10 importaciones origen Mexico

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
1,816	MEXICO	MEXICO	COLOFONIA	POLVO GRADO TÉCNICO
1,022	MEXICO	MEXICO	COLOFONIA	POLVO GRADO TÉCNICO
1,816	MEXICO	MEXICO	COLOFONIA	POLVO GRADO TÉCNICO

4,654

Tabla N°11 importaciones origen U.S.A.

KILOS	PAÍS ORIGEN	PAÍS ADQUISICIÓN	MERCANCÍA	VARIEDAD
10,000	U.S.A.	U.S.A.	ÁCIDOS RESINICOS	ANNINGSHELLAC

10,000

De estas tablas se puede obtener algunas conclusiones de importancia, en primer lugar que el total de las importaciones fue de 1.253.195 kilos, además que la mayor cantidad son de origen Brasileño con 614.364 kilos, seguido de China con 338.200 kilos.

Esto quiere decir que las ventajas que ofrecen estos países en términos de costos, calidad, cercanía, etc. son mejores que otros, lo que ha inclinado la preferencia de los compradores chilenos.

En segundo lugar los países que importan la variedad de resina (tipo ww) que necesita Cosmética Nacional S.A. son Brasil, China y Honduras.

De estos tres países el que se encuentra a menor distancia es Brasil, esto resulta importante al momento de evaluar un socio comercial internacional, ya que de esta manera se reducen los costos por concepto de transporte, además la corta distancia otorga una mayor rapidez para un pronto abastecimiento.

El caso de la resina producida en China y Honduras a pesar de ser del tipo WW no son de buena calidad para la industria de la cosmética específicamente para la producción de ceras, ya que su color (aspecto muy importante al momento de utilizar la resina) no es el óptimo para ceras depilatorias, por lo que su mercado de destino es principalmente las pinturas.²⁷

Es por esto que Cosmética Nacional no utiliza resinas de origen Chino ni Hondureño en sus procesos de producción de cera depilatoria. Por lo tanto el país que ofrece mejores opciones para realizar la importación es Brasil.

4.3.7. Brasil.

Gobierno: Republica federativa presidencialista

Bandera:



Escudo:



²⁷ Víctor Muñoz Salas, Jefe del departamento de comercio exterior, Cosmética Nacional S.A. 11-10-19

-Capital: Brasilia

-Superficie: 8.515 (miles de Km²)

-Moneda: el Real Brasileiro

-Población: aproximada de 191 millones de habitantes con un 1,1% de crecimiento anual y con una densidad de 22,5 habitantes por kilometro cuadrado.

-Idioma: Portugués

-Ciudades importantes: Sao Paulo es el centro industrial brasileño, Rio de Janeiro es la antigua capital y un importante polo comercial.

-Economía: Brasil es la segunda economía de Iberoamérica después de México, sus principales socios comerciales son la Unión Europea, el Mercosur, Estados Unidos y China. La agricultura y la ganadería son sus industrias más fuertes, siendo Brasil el mayor productor mundial de café y con la mayor cabaña bovina del mundo.

-PIB: 1.995.979 millones de dólares

-Relaciones comerciales: Brasil es miembro de la ONU, la OEA, la UNASUR, CPLP, del G8+5, el Grupo de Rio, el BRIC, y el Mercosur, este último conglomerado tiene vigente un acuerdo de complementación económica con Chile, firmado en el año 1996, esto permitió una rebaja arancelaria del 97,7% del universo de productos ese mismo año y a contar del 1 de enero del 2011 abarcara el 100% excluyendo los productos de mayor sensibilidad para Chile, que lo harán el 1 de enero del 2012.

-Importaciones desde Brasil a Chile: de Enero del 2010 a Noviembre del 2010 las importaciones fueron de 4.082,9 millones de dólares.²⁸

-Exportaciones de Chile a Brasil: de Enero del 2010 a Noviembre del 2010 las exportaciones fueron de 3.657,4 millones de dólares.

4.3.8. Selección del proveedor.

Como se mencionó anteriormente la resina utilizada debe tener propiedades particulares para este tipo de productos, para así no alterar la calidad del producto final.

Debido a esto es que la mejor opción es buscar la misma empresa (extranjera) que le vende la resina al distribuidor nacional Química Lutromo Ltda. ya que sería la misma resina con la que trabaja actualmente Cosmética Nacional S.A. por lo que no alteraría las propiedades del producto final.

Para poder identificar quien es el proveedor de Química Lutromo Ltda. Al igual que para la búsqueda del país se utiliza la herramienta aprendida en la práctica profesional, la plataforma de estadísticas de idsnegocios. (Anexo N°4 paso a paso Idsnegocios)

A continuación se presentan datos extraídos de la plataforma de estadísticas antes mencionada, para la obtención de estos el criterio de búsqueda fue: todas las importaciones de la partida arancelaria 3806.1000 correspondiente a Colofonias, ácidos resinicos y sus derivados realizadas por Química Lutromo Ltda. En el periodo Enero- Noviembre del 2010.

²⁸ No especificado, estadísticas, www.aduana.cl, 20-12-10

Los resultados de esta búsqueda fueron que Química Lutromo Ltda. Importó 180,7 toneladas de distintos tipos de resinas, provenientes de tres países, Honduras, Argentina y Brasil, de este último es donde adquirió la Resina Colofonia tipo WW la que posteriormente vende a empresas como Cosmética Nacional S.A.

Química Lutromo Ltda. Compró en Brasil una cantidad de 25 toneladas de Resina Colofonia WW, estas fueron transportadas vía terrestre, ingresando al país por la Aduana de Los Andes. La empresa transportista que realizó el flete internacional fue Transportes Uribe.

La marca o empresa proveedora fue Resipim Comercio e Exportacao Ltda.

Las 25 toneladas fueron importadas en una sola operación en la cual el valor CIF declarado al Servicio Nacional de Aduanas fue de US\$62.235.

Química Lutromo Ltda. no presenta registros de otro proveedor de Resina Colofonia WW de origen brasileño.

Debido a que Resipim Comercio e Exportacao Ltda. es la única empresa que ha abastecido a Química Lutromo Ltda. del producto que necesita Cosmética Nacional S.A. Es la empresa seleccionada para realizar la evaluación de una importación directa de Resina Colofonia WW.

4.4. Descripción de los resultados.

4.4.1. Antecedentes para la importación.

El proveedor ya ha sido seleccionado, el siguiente paso es construir el proceso completo de la importación para de esta manera poder calcular los costos que influyen en cada etapa y así evaluar la importación.

En primer lugar debemos establecer cuáles son los requerimientos de Cosmética Nacional S.A. para realizar la importación.

Las cantidades que compra de Resina Colofonia Cosmética Nacional S.A. son del orden de las 25 toneladas, según consta en el informe de stock mínimo de materias primas el consumo mensual de este material es de 30 toneladas app. Su stock crítico es de 30 toneladas y su stock normal debe ser del orden de las 35 toneladas.²⁹

Por lo tanto la cantidad a importar de Resina Colofonia del tipo WW será de 25 toneladas manteniendo la cantidad que se le compra habitualmente a Química Lutromo Ltda.

4.4.2. Clausula de compra.

Consultado al exportador por la clausula de venta estos ofrecieron el precio bajo la clausula CPT, este es la misma clausula con la que importaba Química Lutromo Ltda.

²⁹ Víctor Muñoz Salas, Jefe departamento de comercio exterior de Cosmética Nacional S.A. *Informe de Stock de materias primas.* 17-2-10

Este término comercial favorece enormemente a Cosmética Nacional S.A. ya que la exime de la responsabilidad de contratar el transporte.

El transporte a utilizar será vía terrestre por camión, esto por la eficiencia de este tipo de transporte en tramos reducidos, y el servicio puerta a puerta que entrega.

El pedido es de 25 toneladas, el cual será transportado via terrestre (carretero), el servicio del camión será de carga completa y la resina se encontrará distribuida en bolsas de polipropileno de 25 kilos cada una.

El lugar establecido para la entrega de la mercancía es Calle Vargas Fontecilla 3830 Quinta Normal, Región Metropolitana, Chile.

4.4.3. Forma de pago.

Debido a que este sería la primera relación de intercambio comercial entre Cosmética Nacional S.A. y Resipim Comercio e Exportacao Ltda. No existe una confianza que permita la utilización de otra forma de pago que no sea la de una carta de crédito.

El tipo de carta de crédito a utilizar es al contado e irrevocable, de esta manera cualquier cambio que se requiera necesitará de la autorización de ambas partes.

Este tipo de documentos opera mediante un banco (Emisor) el cual actúa por orden del importador (ordenante), el que debe pagarle a un tercero que es el exportador (beneficiario) contra entrega de documentos preestablecidos.

La forma utilizada para que el beneficiario reciba la información y la remesa es mediante un banco corresponsal ubicado en su país, al cual se le denomina confirmante o avisador.

La ventaja de esta forma de pago es que entrega tanto al importador como al exportador un alto grado de seguridad, ya que al primero le asegura que las mercancías lleguen a destino bajo las condiciones pre acordadas y que el exportador pueda asegurar el pago de estas con el respaldo de los bancos.

Para que la carta de crédito pueda concretarse el importador debe solicitar la apertura de esta en su banco nacional estableciendo como beneficiario al exportador.

4.4.4. Paso a paso de la importación.

1.-Una vez acordado la mercancía a comprar, la cláusula de compra y la forma de pago Resipim Comercio e Exportacao Ltda. Envía la factura proforma a Cosmética Nacional S.A.

2.-Para toda importación es necesario la previa presentación del informe de importación ante el Servicio Nacional de Aduanas, el cual es realizado vía internet, en el caso de Cosmética Nacional S.A. la persona encargada de esta diligencia es el agente de aduanas Jorge Correa Becerra código I-45.

Cuando el Servicio Nacional de Aduanas haya aprobado el informe le otorga una numeración a la operación con fecha el día de la emisión y tendrá un plazo de 120 para llevar a cabo la importación. (En el anexo 1 encuentra un ejemplar de un informe de importación). Con esta aprobación Cosmética Nacional S.A. tiene la autorización para continuar con la operación. Para la solicitud de este documento es necesaria la factura comercial o pre factura que ya ha enviado el exportador.

3.-Con el informe de importación aprobado el departamento de COMEX de Cosmética Nacional S.A. gestiona la apertura de la carta de crédito en su banco, en este caso el BBVA.

Este banco pasa a ser el *emisor*, una vez efectuada la apertura del documento Cosmética Nacional S.A. debe dar orden a Resipim Comercio e Exportacao Ltda. Para que este inicie el proceso de exportación.

4.- Gestionada la carta de crédito el banco *emisor* tiene la tarea de avisar al banco *corresponsal* en Brasil, quien se encargará de informarle a Resipim Comercio e Exportacao Ltda. De la existencia de la carta de crédito a su nombre para que puedan reunir todos los documentos necesarios para la exportación.

Debido a que Cosmética Nacional S.A. es el responsable del seguro debe realizar la contratación de la póliza con su empresa aseguradora que es Royal Sun Alliance.

5.-Ya realizada la notificación a Resipim Comercio e Exportacao Ltda. Estos deben remitirle al banco *corresponsal* los documentos de embarque que acreditan el envío de la mercancía de acuerdo a los requerimientos previamente acordados. En este caso es la carta de porte, el certificado de origen, factura comercial, nota de gastos y la lista de empaque.

6.-El banco *corresponsal* revisa que los documentos estén en orden si y sólo si los documentos son los correctos y se encuentran en regla los reenvía al banco *emisor* en Chile.

7.-En el momento que los documentos llegan al banco *emisor* este los revisa y aprueba para luego dar aviso a Cosmética Nacional S.A. que los documentos están en regla de acuerdo a lo solicitado.

8.-Además de los documentos entregados por el banco *emisor*, Cosmética Nacional S.A. debe preparar otros que son necesarios para concretar la importación. Estos son:

-*Declaración Jurada*: el agente de aduana entrega un formulario al importador en donde este jura sobre el precio de las mercancías.

-*Certificado de seguro*: este documento debe solicitarse a la empresa aseguradora Royal Sun Alliance ya que es Cosmética Nacional S.A. el responsable de tomar el seguro.

-*Certificado de Destinación Aduanera (CDA)*: Cosmética Nacional S.A. debe realizar este trámite en el SEREMI de Salud Metropolitano, por el cual se acredita que el lugar donde se serán depositadas las mercancías esta sanitariamente autorizado. (En el anexo 3 se encuentra un modelo de este certificado).

-*Resolución de Uso y Disposición (RUD)*: este trámite se realiza en el Instituto de Salud Publica y tiene por objeto autorizar a los productos importados para su uso y distribución en el territorio nacional. (En el anexo 4 se encuentra un modelo de este certificado).

Estos dos certificados se pueden obtener en un solo formulario siempre y cuando la empresa lo realice de manera electrónica, por lo que deberá estar inscrito en el sistema electrónico del ISP.

8.-Ahora Con todos estos documentos (factura comercial, carta de porte certificado de origen, nota de gastos, lista de empaque, declaración jurada, certificado de seguro, CDA, RUD) el agente de aduana puede formalizar la destinación aduanera, la que en esta oportunidad será una importación definitiva.

Esta manifestación se perfecciona mediante la Declaración de Ingreso la cual presentará al Servicio Nacional de Aduana. (Anexo N°2 modelo de una Declaración de Ingreso)

9.-Posterior aprobación de la Declaración de Ingreso, el Servicio Nacional de Aduana puede (si lo estima necesario) realizar el Aforo, el cual tiene por objeto verificar y examinar la clasificación de la mercancía, su clasificación arancelaria, su avalúo, la fijación de la cuota de los derechos e impuestos y que la aplicación de las leyes correspondientes hayan sido correctamente propuestas por el declarante.³⁰

10.-Aprobado la declaración de ingreso y el Aforo, el Servicio Nacional de Aduana despacha la mercancía desde su recinto con destino Calle Vargas Fontecilla 3830 Quinta Normal, Región Metropolitana, Chile. (Previo pago de los impuestos IVA y Ad Valorem)

11-. Finalmente Cosmética Nacional S.A. está en condiciones de recibir la mercancía en su recinto y realizar el pago de la operación al banco BBVA.

El BBVA le paga el monto negociado al banco *corresponsal*, quien cancela a Resipim Comercio e Exportacao Ltda. la remesa total de la operación.

³⁰ No especificado, glosario de comercio exterior, www.aduana.cl, 26-02-11.

4.4.5. Costos de la importación.

Para poder evaluar la deseabilidad de realizar esta operación es necesario estimar los costos que influyen en ella y de esta manera compararlos con los costos de comprar la mercancía en Chile.

La última compra que realizó Cosmética Nacional S.A. en el mercado nacional fue por un valor de \$1.267 el kilo la cantidad de 25 toneladas, por lo que el valor a pagar fue de **\$31.675.000** (sin IVA) por la empresa Química Lutromo Ltda.

Los costos que a continuación se presentan fueron cotizados en el periodo posterior a la práctica profesional Marzo-Octubre del 2010. Fueron cotizados a través de consultas vía E-mail, simuladores online, contactos telefónicos e información proporcionada por Víctor Muñoz Salas, jefe de comercio exterior de Cosmética Nacional S.A.

1) 25 Toneladas de Resina Colofonia WW. (CPT)

-Proveedor: Resipim Comercio e Exportacao Ltda.

-Costo: US\$ 1,99 X Kilo (Valor CPT)

-Costo Total= **US\$ 49.750** (incluido el transporte)

2) Póliza de Seguro

-Proveedor: Royal Sun Alliance.

-Costo: cobertura: 100%, tasa: 0,21%, CPT: US\$ 49.750

Prima seguro= (cobertura x tasa x CPT) / 1-(cobertura x tasa)

-Costo total **US\$ 105**

3) Valor CIF

- Costo valor CPT + Póliza seguro

-Valor CIF **US\$ 49.855**

4) Honorarios Agente de Aduana.

-Proveedor: Jorge Correa Becerra

-Costo: 0,25% del valor CIF, con un mínimo facturable de US\$50

-Costo Total: **US\$ 125**

5) Gastos de despacho³¹

-Proveedor: Jorge Correa Becerra

-Costo total: **US\$ 35**

6) Carta de Crédito.

-Proveedor: BBVA

-Costo: 0,15% del CPT por concepto de apertura + US\$25 de SWIFT

-Costo Total= **US\$ 100**

7) Certificado de Destinación Aduanera.

-Proveedor: Instituto de Salud Publica

-Costo total: **\$ 31.936**

8) Resolución de Uso y Disposición.

-Proveedor: Instituto de Salud Publica

-Costo total: **\$9.580**

³¹ El gasto de despacho es un costo fijo que cobra el agente de aduana a Cosmética Nacional S.A.

La Resina Colofonia importada desde Brasil cuyo código arancelario es 3806.1000 está exenta de pagar el derecho Ad-Valorem presentando el certificado de origen, esto amparado por el Acuerdo de Complementación Económico firmado por el MERCOSUR y Chile el año 1996.

RESUMEN DE LOS COSTO DE IMPORTACIÓN

T/C \$510.38 ³²		PRECIO	
Producto	CANTIDAD	US\$	VALOR
Resina Colofonia WW	25000 Kilos	1.990	49,750.00

VALOR OPERACIÓN

Proveedor:	Resipim Comercio e Exportacao Ltda.		
Ítem	Moneda	Valor	Total \$
CPT	US\$	49,750	25,391,405
SEGURO	US\$	105	53,590
CIF	US\$	49,855	25,444,995
TOTAL			25,498,585

OTROS COSTOS

Ítem	Proveedor	Valor en US\$	Valor \$
HONORARIOS AGENTE	J. CORREA BECERRA	125	63,798
GASTO DESPACHO	J. CORREA BECERRA	35	17,863
CDA	ISP		31,936
UyD	ISP		9,580
APERTURA L/C + SWIFT	BBVA	100	51,038
TOTAL			174,215

RESUMEN TOTAL COSTO³³

VALOR OPERACIÓN	25,498,585
OTROS COSTOS	174,215
TOTAL DE LA IMPORTACIÓN	\$ 25,672,800

³² El tipo de cambio utilizado en esta operación corresponde al promedio anual del Dólar observado del año 2010, entregado por el Banco Central de Chile, a través de pagina web www.bcentral.cl

³³ Todos los costos presentados se encuentran sin el Impuesto al Valor Agregado.

CONCLUSIONES

Las ventajas absolutas o comparativas que pueda tener un país con respecto a otro son los motivos que justifican en gran medida las ganancias que obtienen los países al participar de la apertura comercial en sus distintos niveles.

Estas ganancias del comercio internacional lo que permiten es aumentar el nivel consumo de los países producto de la especialización en la producción de determinado bien.

Chile es un país con un mercado interno pequeño y que no puede fabricar todo lo que necesita, es por esto que necesita de socios comerciales que permitan transferir mercancías más baratas o de mayor calidad que las nacionales (bajo cierto nivel de proteccionismo a la industria nacional).

Es así como la industria de las resinas de pinos en Chile es muy limitada y las empresas deben importar casi la totalidad de lo que necesitan de países como Brasil y China que poseen ventajas para la elaboración de este tipo de producto.

La gran cantidad de importación de Resina Colofonia proveniente de Brasil refleja lo antes señalado, además esto es impulsado por el Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y el MERCOSUR (Brasil miembro del MERCOSUR) el cual genera que este tipo de mercancías entre a nuestro país con arancel Ad-Valorem de 0%. Permitiendo que las empresas locales como Cosmética Nacional S.A. puedan acceder a este tipo de mercancías aun más baratas.

Este tipo de oportunidades ofrecidas por el comercio internacional han sido desaprovechadas por Cosmética Nacional S.A.

Esto está reflejado en el ineficiente proceso de compra de la Resina Colofonia usada para la elaboración de cera depilatoria Millefiori. Provocado por el poco análisis y complementación entre el departamento de Comercio Exterior y el de adquisiciones, con el propósito de mejorar este proceso de compra.

La competitividad de productos como la cera depilatoria Millefiori se ve limitada por los pocos o nulos esfuerzos en buscar alternativas que reduzcan sus costos de producción.

Esta situación resulta preocupante, ya que al analizar la industria a través de las cinco fuerzas de Michael Porter se muestra la intensa rivalidad entre los competidores de la industria de las ceras depilatorias, en donde un factor relevante es el precio final del producto. Esto como consecuencia de la poca diferenciación entre los productos.

Por esto resulta importante la búsqueda de alternativas que permitan disminuir los costos para así aumentar el atractivo del producto.

Debido a lo anterior es que en el presente informe se realizó la evaluación de una posible importación de Resina Colofonia WW, materia prima de la cera depilatoria Millefiori, y así poder comparar el costo final de esta operación con una compra realizada a Química Lutromo Ltda. Empresa chilena proveedora de Cosmética Nacional S.A.

Para poder calcular el costo final de la importación se tuvo que buscar un proveedor, y se estableció que por las características químicas del producto no era conveniente cambiar de proveedor, por lo cual se cotizó la compra con el mismo proveedor de Química Lutromo Ltda. en Brasil Resipim Comercio e Exportacao Ltda.

Luego se desarrolló la cadena logística de la importación para así poder establecer los costos que asumiría Cosmética Nacional S.A. desde el lugar de origen de la mercancía hasta que esta llegara a las dependencias de la empresa.

Los resultados obtenidos fueron en primer lugar que la compra por 25 toneladas de Resina Colofonia en Chile a la empresa Química Lutromo Ltda. Había tenido un costo de \$31.675.000.

En segundo lugar que la importación desde Brasil por la misma cantidad de Resina Colofonia tendría un costo total de \$25.672.800

En base a los resultados obtenidos en este informe la aportación fundamental es establecer que SI es factible y muy deseable la importación directa de Resina Colofonia para Cosmética Nacional S.A.

De esta manera la empresa podría ahorrar del orden del 19% en el costo de esta materia prima, por lo que es aconsejable desechar próximas compras a Química Lutromo Ltda. Y comenzar una relación comercial con Resipim Comercio e Exportacao, para que este sea el proveedor permanente de Cosmética Nacional S.A.

Con este caso práctico se aprecia la manera en que el comercio internacional ofrece un espectro más amplio de proveedores y compradores, para que empresas como Cosmética Nacional S.A. puedan obtener beneficios económicos y potenciar sus productos en industrias altamente competitivas.

BIBLIOGRAFÍA

- Appleyard y A. Field, *Economía Internacional*, Editorial McGraw Hill, Cuarta Edición, Colombia.
- Charles W.L. Hill, *Negocios Internacionales*, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, México 2007
- Dominick Salvatore, *Economía Internacional*, Editorial Pearson, Sexta Edición, México, 1999.
- Eduardo Haye A., *Apunte “Taller de Comercio Exterior”*, Universidad de Valparaíso, 2010.
- Fabián Villarroel Ríos, *Apuntes N°2 Principios y nociones generales de integración Órganos internacionales de regulación e integración económica*, Universidad de Valparaíso, 2008.
- Juan Blacker A. *Apunte “Administración del Comercio Internacional”*, Universidad de Valparaíso, 2007
- Miltiades Chacholiades, *Economía Internacional*, Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, Colombia, 1992.
- Rodolfo Valenzuela S., *Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?*, Editorial Lexis Nexis, Tercera Edición, Chile

- Paul Krugman y Maurice Obstfeld, *Economía Internacional, Teoría y Política*
Editorial Pearson, Séptima Edición, España 2006

- Sergio Baeza Pinto, *Derecho Marítimo*, Editorial Jurídica de Chile, Primera Edición,
Chile.

WEBGRAFÍA.

-Aduana de Chile. *www.aduana.cl*

-Cámara de Aduana de Chile. *www.camaraaduanera.cl*

-Cosmética Nacional S.A. *www.cosmeticanacional.cl*

-Acuerdos Comerciales de Chile, *www.acuerdoscomerciales.cl* y *www.direcon.cl*

-Certificado de Destinación Aduanera y Resolución de Uso y Disposición. *www.ispch.cl*

-Características de Resina Colofonia, *www.rosinnet.com* y *www.quiminet.com*

-Plataforma estadística, *www.idsnegocios.cl*

3) Ejemplar de una Solicitud de Certificado de Destinación Aduanera.



SOLICITUD CERTIFICADO DESTINACION ADUANERA

ALIMENTOS

QUIMICOS Y RADIATIVOS

IDENTIFICACIÓN DEL IMPORTADOR

Nombre o Razón social		RUT
Dirección (calle, número, villa o población)		Fono
Comuna		
Nombre Representante legal del importador		RUT Rep. legal

IDENTIFICACIÓN DE LA ADUANA DONDE SE ENCUENTRAN LOS PRODUCTOS

Aduana	Servicio de Salud que corresponde
--------	-----------------------------------

IDENTIFICACIÓN DE BODEGA A DONDE SE TRASLADAN LOS PRODUCTOS

En caso de alimentos para consumo personal (no comercial) colocar una X en recuadro uso Propio y su dirección de destino

Uso Propio	Dirección (calle, número, villa o población)		
Comuna	Ciudad	Región	Autorizada por Servicio de Salud
Resolución Nº	De fecha	Giro Autorizado	

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA TRANSPORTISTA Y RUTA A SEGUIR

Nombre o Razón Social		RUT	
Dirección (calle, número, villa o población)			
Comuna	Fono	Patente	Vehículo
Nombre Representante legal del transportista		RUT Rep. Legal	
Ruta a seguir desde la aduana hasta la bodega de destino			

PREVIENESE al solicitante que una vez retirados los productos (mercaderías), desde el recinto primario de aduana quedarán depositadas bajo responsabilidad del consignatario de las mismas, quien no podrá usar, consumir, vender, ceder o disponer de ellas a ningún título, sin obtener la autorización y visto bueno previo, emitida por el Servicio de Salud que corresponde según lo dispuesto por la ley 18.164.

NOMBRE Y FIRMA SOLICITANTE

Form 2063

CERTIFICADO CDA Nº



El Servicio de Salud Metropolitano del Ambiente certifica que los productos indicados en la presente solicitud no tienen prohibición de traslado a la bodega a la cual serán enviados y que ella está debidamente autorizada por la autoridad sanitaria. Al presentar internación deberá adjuntar antecedentes técnicos y analíticos del producto.

por orden del Director


Fecha:

SOL00312.DOC

4) Ejemplar de una Resolución de documento de Uso y Disposición.

	SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE USO Y DISPOSICIÓN RESOLUCIÓN PARTE 3	
Fecha: <input type="text"/>	N° Ref: <input type="text"/>	
<p>VISTO: La solicitud de <input type="text"/> para el Uso y Disposición de las mercancías señaladas en la presentación de fecha <input type="text"/></p> <p>TENIENDO PRESENTE: Las disposiciones de la ley 18.164, del Código Sanitario; el DFL N°1 de 2005, el Decreto Supremo N° 1.876 de 1995, el Decreto Supremo N° 239 de 2002, el Decreto Supremo N° 157 de 2005, todos del Ministerio de Salud y la Resolución N° 447 del 28 de marzo de 2007, del Instituto de Salud Pública, dicto lo siguiente:</p> <p style="text-align: center;">RESOLUCIÓN</p> <p>1.-AUTORIZASE a <input type="text"/> e infórmese favorablemente el Uso y Disposición de la mercancía detallada en el anexo foliado adjunto, que forma parte de la presente resolución, ingresada por la(s) factura(s) N°(s) <input type="text"/> <input type="text"/> que acompaña el Certificado de Destinación Aduanera N° <input type="text"/> de <input type="text"/> emitido por <input type="text"/> debiendo cumplir con las disposiciones sobre control de calidad, contenidas en los Decretos Supremos N° 1876/95, 239/02 Y 157/05 antes de su uso y distribución.</p> <p>2.-Déjase establecido que la presente autorización no interfiere ni invalida otra acción de carácter sanitario establecida en el Código Sanitario y sus Reglamentos que norman la tenencia, uso, venta, cesión o disposición de la mercancía declarada.</p> <p style="text-align: center;">_____ Por delegación de la Directora del Instituto de Salud Pública de Chile</p>		

5) Contrato de la póliza de seguro de Cosmética Nacional S.A.

RSA 

POLIZA : 03538093 - FLOTANTE TRANSPORTE

La contratación de esta Póliza se rige de acuerdo al D.F.L. Nro. 251.
Esta entidad asegura mediante la tasa, monto, vigencia, primas e impuestos detallados en la propuesta y que se individualizan a continuación y con arreglo a las condiciones generales estipuladas en la póliza y sus anexos, aplicables al presente caso y aceptada por ambas partes y a las particulares que se especifican, asegura dentro de los límites de la República de Chile.

CONDICIONES PARTICULARES DE LA POLIZA

NOTAS
Renueva poliza 3326174.

MODALIDAD:
Importaciones y exportaciones.

MATERIA ASEGURADA:
Materias primas, productos para la industria cosmética, retail productos terminados, envases y otros propios del giro del asegurado.

Se excluye computadores portátiles, chip, procesadores, microprocesadores, celulares, carga peligrosa (IMO), valores en general, carga sobredimensionada, casco contenedores, productos a granel (sólidos-líquidos), frágiles y vehículos en general.

EMBALAJE:
- Marítimo : Full container(FCL), Container consolidado(LCL)
- Aéreo : Cartones, cajones y pallets.
- Terrestre: Container, cajones en pallets en camión cerrado tipo furgón metálico.

MONTO ESTIMADO ANUAL:
US\$ 3.000.000.-

MONTO MAXIMO POR EMBARQUE Y/O UBICACIÓN:
US\$ 100.000.- (marítimo, aéreo)
US\$ 50.000.- (terrestre).

TASA:
0,21% (por ciento) incluye adicional de guerra y huelga.

PRIMA MÍNIMA:
US\$ 35.-

VALOR ASEGURADO:
CIF + Ad Valorem

Handwritten signature

2

COPIA CORREDOR

Casa Matriz: Av. Providencia 1760, Piso 4 / Teléfono: 396 1000 / www.rsagroup.cl / Atención al Cliente 600 411 1000.

cláusulas:

- Rige cláusula de clasificación del Instituto de Aseguradores de Londres, Cl. 354 del 01/01/01.
- Rige endoso ISM para carga (J:C. 98/019 del 01.05.98).
- Cláusula de exclusión de contaminación radioactiva. Cl. 370 del 10/11/03.
- Cláusula de exclusión de daños originados en armas químicas, biológicas, bioquímicas y/o electromagnéticas. Cl 365 del 01/11/02.
- Cláusula de uso general de exclusión por terrorismo 16/11/01 XL 2001-002 del Joint Excess Loss Committee.
- Cláusula de Uso General de Exclusión Datos Electrónicos CUG 1 02 074.
- Rige Anexo Relativo a Procedimiento de Liquidación de Siniestros.

- Cláusula de cancelación:

La presente póliza puede ser cancelada por cualquiera de las partes con aviso de cancelación de:

30 días, excepto los riesgos de guerra y huelga, pero los riesgos que hayan comenzado antes de la expiración de dicho aviso de cancelación, continuarán hasta completar el tránsito.

7 días, respecto a las cláusulas de guerra, huelga, motines y conmoción civil.

48 horas, respecto a las cláusulas de guerra, huelga, motines y conmoción civil para envíos desde y/o hasta Estados Unidos De América.

GARANTIAS:

Es condición esencial que todas las mercaderías aseguradas sean absolutamente nuevas para gozar de la cobertura Todo Riesgo.

Delimitación de Responsabilidad:

No obstante esta póliza entrega cobertura de bodega a bodega, este seguro no se extenderá a cubrir los daños y/o gastos que afecten a la materia asegurada que se encuentre bajo custodia del vendedor o de cualquier persona o empresa que esté a su servicio, ya sea que los servicios se presten de manera permanente o transitoria. De este modo, la cobertura sólo se iniciará en el momento en que la materia asegurada sea de responsabilidad del Comprador en el puerto, aeropuerto o lugar indicado en el contrato de compra venta.

Cualquiera sea el valor del objeto asegurado, en ningún caso la responsabilidad de la Compañía excederá del límite por



POLIZA : 03538093 - FLOTANTE TRANSPORTE

Otras materias y/o embalajes que no estén estipulados en esta póliza, se podrán asegurar solicitando cobertura a la Compañía con anterioridad a la fecha de embarque y/o despacho del embarque requerido.

La Compañía se reserva el derecho de fijar los términos, tasas y condiciones que corresponda aplicar.

Embarque sobre cubierta:

Queda expresamente convenido que todos los embarques que se realicen sobre cubierta, serán amparados automáticamente según la Póliza de Transporte Marítimo para Carga "C" Condiciones Restringidas, a excepción de aquellos que se efectúen en Full contenedor Dry (FCL).

Declaración de Recepción de Mercancías:

Es condición expresa de esta cobertura que tanto el asegurado, sus Empleados, Agentes o Mandatarios, deben dejar constancia documentada de las condiciones en que reciben las mercancías de los transportadores, y dar cumplimiento a 10 estipulado en el Art. 1027 del Código de Comercio, para efectuar la acción de recupero procedente.

- Cláusula de Conservación de Mercaderías:

El asegurado se obliga a mantener y conservar en buen estado los productos siniestrados, para que la compañía pueda ejercer el derecho a recupero correspondiente.

La no entrega de dichos productos o mercaderías y la entrega con un daño mayor por mala conservación y cuidado darán derecho al asegurador a descontar su valor del monto de la indemnización reclamada.

EXCLUSIONES:

Cláusula de Exclusión por hurto, desaparición inexplicable e infidelidad funcionaria.

También se excluye el daño o pérdida física o material del bien asegurado, causado directa o Indirectamente por hurto, desaparición inexplicable e infidelidad funcionaria.

Se excluyen de la cobertura los daños y/o pérdidas a consecuencia de mal funcionamiento, desperfecto eléctrico y/o mecánico, oxido, moho, corrosión, dobladuras, abolladuras y sudor de contenedor, que no sea consecuencia directa de un siniestro amparado por la cobertura otorgada en la presente póliza.

La vigencia de la póliza flotante es de un año, debiendo

COBERTURAS

Ramo	Cobertura	Monto	Tasa	Prima
Z	CLAUSULA CHILENA HUELGA ()		0,020	
Z	CLAUSULA DE HUELGA MARITIMO ()		0,020	
Z	CLAUSULA DE GUERRA MARITIMA ()		0,030	
Z	CLAUSULA GUERRA AVION ()		0,030	
Z	CLAUSULA PARA HUELGA AVION ()		0,020	
Z	CARGA A ()		0,160	
Z	TODO RIESGO PARA TRAFICOS TRANSNACIONALES ()		0,190	
Z	MERCANCIA AVION ()		0,160	

NOTA : "La forma de pago consignada en la propuesta u otros documentos escritos, se consideran parte integrante de las condiciones particulares de la póliza.

NOTA 1: "Se incluye Anexo relativo al Procedimiento de Liquidación de Siniestros".

NOTA 2: "Se incluye cláusula aclaratoria año 2000, la cual forma parte integrante del presente seguro, inscrita bajo el código CUG 1 98 031, de fecha 11 de Agosto de 1998".

NOTA 3 "Las partes fijan domicilio en la ciudad y comuna de Santiago para todos los efectos derivados de este contrato de seguro"

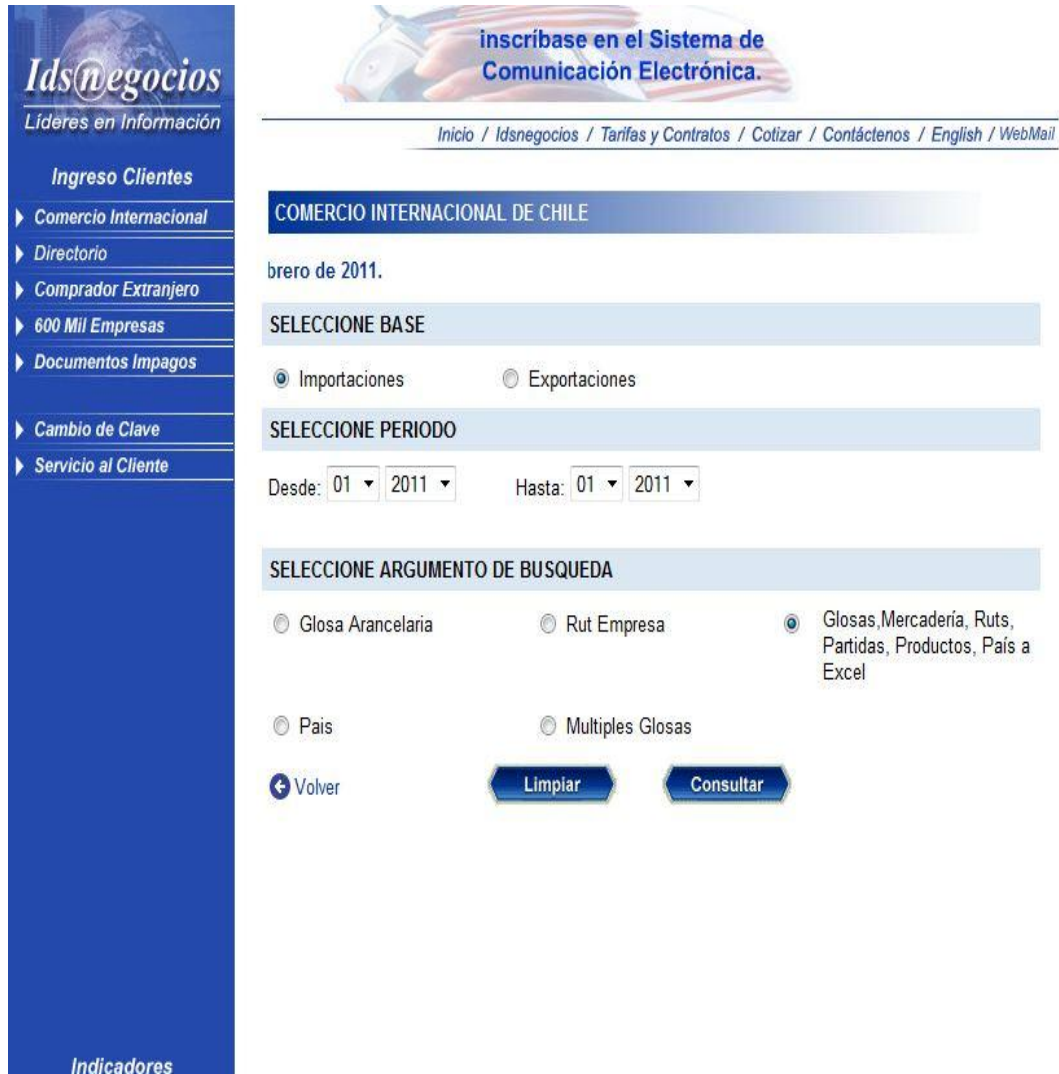
COPIA CORREDOR

4) paso a paso para búsqueda de información en Idsnegocios.

1) Lo primero que se debe hacer es seleccionar el país desde donde se extraerán los datos, posteriormente se ingresa la clave.

The screenshot shows the Idsnegocios website interface. On the left is a blue navigation menu with the following items: **Ingreso Clientes**, **Comercio Internacional**, **Directorio**, **Comprador Extranjero**, **600 Mil Empresas**, **Documentos Impagos**, **Cambio de Clave**, and **Servicio al Cliente**. At the bottom of the menu, it says **Indicadores** with a sub-item **Feb.) 0,2 %**. The main header features the Idsnegocios logo and the tagline "Líderes en Información", along with a navigation bar containing links for **Inicio**, **Idsnegocios**, **Tarifas y Contratos**, **Cotizar**, **Contáctenos**, **English**, and **WebMail**. The central content area is titled **Comercio Internacional** and contains the instruction: "Ingrese su nombre de usuario, su clave personal y elija el país de origen de la información requerida, para acceder al servicio." Below this instruction are six radio button options with national flags: **Chile**, **Argentina**, **Perú**, **Uruguay**, **Colombia**, and **Ecuador**. The **Chile** option is selected. Below the country selection are two input fields: "Usuario" with the text "conac1" and "Clave" with six dots. At the bottom are two buttons: **Limpiar** and **Ingresar**.

2) Se selecciona si los datos que se quieren obtener son de importaciones o exportaciones, el periodo de tiempo que se desea conocer, y el argumento de búsqueda, lo ideal es seleccionar todo (Glosa, mercadería, RUT, partidas, productos) para que la búsqueda sea mas especifica



The screenshot shows the 'Ids@negocios' website interface. On the left is a vertical navigation menu with the following items: 'Ingreso Clientes', 'Comercio Internacional', 'Directorio', 'Comprador Extranjero', '600 Mil Empresas', 'Documentos Impagos', 'Cambio de Clave', 'Servicio al Cliente', and 'Indicadores'. The main content area is titled 'COMERCIO INTERNACIONAL DE CHILE' and includes a sub-header 'brero de 2011.' Below this are three sections for selection: 'SELECCIONA BASE' with radio buttons for 'Importaciones' (selected) and 'Exportaciones'; 'SELECCIONA PERIODO' with dropdown menus for 'Desde: 01 2011' and 'Hasta: 01 2011'; and 'SELECCIONA ARGUMENTO DE BUSQUEDA' with radio buttons for 'Glosa Arancelaria', 'Rut Empresa', 'Glosas, Mercadería, Ruts, Partidas, Productos, País a Excel' (selected), 'Pais', and 'Multiples Glosas'. At the bottom of the form are three buttons: 'Volver', 'Limpiar', and 'Consultar'. A banner at the top right of the page reads 'inscríbese en el Sistema de Comunicación Electrónica.' and a navigation bar at the top contains links: 'Inicio / Ids@negocios / Tarifas y Contratos / Cotizar / Contáctenos / English / WebMail'.

3) Finalmente se busca la glosa del producto, el RUT de la empresa que lo importa y el programa nos arroja en archivo Excel toda la información que fue declarada ante el Servicio Nacional de Aduana, como por ejemplo: país de origen, cantidad, marca, FOB, CIF, empresa transportista, fecha de la operación, número de registro, etc

Idsnegocios
Líderes en Información

Inicio / Idsnegocios / Tarifas y Contratos / Cotizar / Contáctenos / English / WebMail

Ingreso Clientes

- Comercio Internacional
- Directorio
- Comprador Extranjero
- 600 Mil Empresas
- Documentos Impagos
- Cambio de Clave
- Servicio al Cliente

Códigos Ingresar el valor del Campo

Glosa	3806.1000	[?]
Busca Glosa		[?] 🔍
Ingresar Mercadería		[?]
Rut Empresa (sin digito)		[?]
Busca Empresa		[?] 🔍
Ingresar Partida		[?]
Ingresar Producto		[?]
País Adquisición		[?] 🔍
País Origen		[?] 🔍

Selección de campos
Ud., debe seleccionar los campos que necesita haciendo doble click sobre la lista, los campos serán mostrados en el orden que Ud. los ingresó.
Haciendo click sobre las imágenes podrá seleccionar todos los campos o borrarlos.

- GLOSA
- NOMGLOSA
- RUT
- EMPRESA
- DIRECCION
- FECHA_ADUANA

Seleccionar Todos >> Borrar Toda La Selección >> Grabar, Abrir Filtros >>

Campos Disponibles para Crear Filtro	Ingresar el valor del Campo que desea Filtrar	Consultar por Valores Disponibles
País Adquisición	[?] [?]	🔍 País Adquisición
País Origen	[?] [?]	🔍 País Origen
Vía Transporte	[?] [?]	🔍 Vía Transporte
Digitado	[?] [?]	
Marca	[?] [?]	

Salida a planilla Excel

Indicadores
servado: 476.90 - Euro: 0.2 - IPC:5f

Volver Limpiar Consultar