

ÍNDICE

Contenido	
Siglas y abreviaturas	3
Introducción	5
1 CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA	7
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN	7
1.1.1 <i>Reseña Histórica</i>	7
1.1.2 <i>Información Corporativa</i>	9
1.1.3 <i>DHL Express en Chile</i>	10
1.1.4 <i>Servicio de Entregas Express y Envíos Internacionales</i>	16
1.1.5 <i>Descripción del Departamento de Servicio al Cliente</i>	21
1.2 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES REALIZADAS	23
1.2.1 <i>Trabajo Realizado</i>	26
1.2.2 <i>Descripción de procedimientos</i>	33
1.2.3 <i>Razones que impulsan el tema a desarrollar</i>	36
2 CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA	50
2.1 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	50
2.1.1 <i>Objetivo General</i>	50
2.1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	50
2.2 MARCO TEÓRICO	50
2.2.1 <i>Comercio internacional y Globalización</i>	50
2.2.2 <i>Integración comercial de Chile; Tratado de Libre Comercio con China</i>	54
2.2.3 <i>Internet y Comercio Electrónico</i>	59
2.2.4 <i>Logística del Comercio Electrónico</i>	64
2.2.5 <i>Reglamentos y Normas de Comercio Exterior</i>	66
2.3 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	80
2.3.1 <i>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE ORIGEN</i>	85
2.3.2 <i>PROCESO DE COMPRA DE MERCANCÍAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO CHINO</i>	96
2.3.3 <i>LOGÍSTICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO</i>	115
2.3.4 <i>PROCESO DE IMPORTACIÓN: Arribo de las mercancías y control aduanero</i>	120
2.3.5 <i>MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA COMENZAR A IMPORTAR UTILIZANDO EL COMERCIO ELECTRÓNICO CHINO</i>	124
3 CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES	125
4 BIBLIOGRAFÍA	127
5 ANEXOS	131
5.1 CERTIFICADO DE ORIGEN O FORMA F PARA EL TLC CHILE - CHINA	131
5.2 DHL AIR WAY BILL	132
5.3 RESOLUCIÓN EXENTA N° 4113	133

INDICE TABLAS Y GRÁFICOS

Figura 1: Organigrama DHL Express Chile.....	21
Figura 2: Etapas del proceso de compra en Aliexpress	101
Figura 3: Etapas del proceso de compra en Alibabá.....	110
Figura 4: Etapas del ciclo de un envío courier internacional	119
Figura 5: Etapas del proceso aduanero de desaduanamiento	122
Gráfico 1: Movimiento en Kilos, totales de importación y exportación	12
Gráfico 2: Movimiento en kilos, totales importación y exportación por empresas.....	13
Gráfico 3: Participación de Mercado por número de AWB, Chile 2014.....	14
Gráfico 4: Participación de Mercado en Kilos 2014	14
Gráfico 5: Participación de Mercado de los Principales Socios de Chile 2014	45
Gráfico 6: Participación en las importaciones de Chile en 2014	46
Gráfico 7: Desgravación arancelaria importaciones desde China.....	48
Gráfico 8: Intercambio Comercial Chile - China.....	58
Ilustración 1: División política de China	93
Tabla 1: Países, Ciudades y Aeropuertos en los que opera DHL Express	17
Tabla 2: Ciclo de un envío internacional	31
Tabla 3: Impuesto adicional para importación de mercancías	74
Tabla 4: Ficha país China 2014	86
Tabla 5: Estereotipos y consejos para evitarlos.....	90
Tabla 6: Provincias y oportunidades de mercado de importación desde China	93
Tabla 7: Ventajas y desventajas del comercio electrónico.....	96

Siglas y abreviaturas

APEC: Asia Pacific Economic Cooperation o Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico

ATREX: Asociación de Transporte Expreso de Chile A.G.

AWB: Air Way Bill o Guía Aérea

B2B: Business to Business

B2C: Business to Consumer

CCI: Cámara de Comercio Internacional

CCS: Cámara de Comercio de Santiago

DIN: Declaración de Ingreso

DIRECON: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

DFL: Decreto con Fuerza de Ley

E-commerce: Electrónica Commerce o Comercio Electrónico

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade o Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio

GEMA: General Event Management Application

IATA: International Air Transport Association o Asociación Internacional de Transporte Aéreo

INCOTERMS: International Commercial Terms o Terminos Internacionales de Comercio

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OIC: Organización Internacional de Comercio

OMC: Organización Mundial de Comercio

OMPI: Organización Mundial de Propiedad Intelectual

ONU: Organización de Naciones Unidas

SAG: Servicio Agrícola y Ganadero

SCL: Aeropuerto de Santiago de Chile

SNA: Servicio Nacional de Aduanas

SERNAC: Servicio Nacional de Consumidor

SERNAPESCA: Servicio Nacional de Pesca

TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

TLC: Tratado de Libre Comercio

V°B°: Visto Bueno

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional ha tenido un gran crecimiento y desarrollo en las últimas décadas, junto con esto, las empresas han tenido que adaptarse y mantenerse a la vanguardia. Una de las industrias protagonistas en el comercio internacional es la del transporte y logística, que con el auge del comercio exterior en Chile a partir de la década de los 90, ha tenido un notable desarrollo.

La apertura comercial de esos años propicio el establecimiento en Chile de los grandes operadores de Freight Forwarding, potenciando las exportaciones de productos chilenos a los mercados internacionales y las empresas de courier internacional, especializadas en el envío de muestras a diferentes países. También se fundan nuevas empresas nacionales de courier y correo, los transportistas terrestres ven un aumento notable se sus servicios en Latinoamérica realizando viajes habituales y muchas de las compañías aéreas comienzan a ofrecer a sus clientes servicios de envío “Express”.

Para acompañar el crecimiento y desarrollo de estas empresas es necesaria la formación de profesionales especializados y las universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica lo han entendido así con la creación de nuevas carreras orientadas al comercio internacional.

El perfil de egreso de la carrera Administración de Negocios Internacionales habla de *“Un profesional capaz de gestionar procesos de intercambio, vincularse con el entorno nacional e internacional y desempeñarse exitosamente en escenarios globales, con una*

fuerte vocación internacional, asumiendo la realidad contemporánea de una economía abierta y globalizada”¹. Su formación le permite tener la capacidad de trabajar internacionalmente con utilización permanente de las tecnologías de la información y las comunicaciones (en adelante TIC) que ofrece internet y por supuesto ser capaz de desempeñarse en todo tipo de empresas y organizaciones vinculada a los negocios internacionales, dentro de las cuales podemos encontrar las compañías de transporte y logística que cumplen un rol fundamental en el proceso de intercambio comercial entre diferentes países.

La empresa DHL Express Chile es una compañía global que permite cultivar el perfil antes descrito, al realizar su práctica profesional allí, el alumno pudo participar activamente en los procesos de intercambio comercial entre importadores chilenos y exportadores de todo el mundo, siendo un agente facilitador del proceso de importación cuando el envío se encuentra con alguna dificultad para culminar con normalidad su proceso de importación al país.

El siguiente informe permite conocer en detalle el funcionamiento de una empresa de transporte y logística internacional, logrando entender cómo se lleva a cabo un proceso de importación de envíos en bajos volúmenes.

¹ Administración de Negocios Internacionales, Perfil de Egreso, <http://www.negociosinternacionales.cl/web2.1/index.php/template/perfil-de-egreso>, 18.11.2014, 10:34.

1 CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA

El proceso de práctica profesional se realizó entre los meses de Julio y Octubre del año 2012, en el área Trace (rastreo) del Customer Service (Departamento de servicio al cliente) de la empresa DHL Express Chile, ubicada en la zona courier del Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez (en adelante SCL) en la Región Metropolitana. El alumno se desempeñó como Import Tracing Advisor (Agente de Rastreo de Importaciones) dando apoyo a clientes que tenían problemas con el arribo o con la internación de sus envíos, principalmente a causa de retenciones aduaneras. Para dar solución a esta constante problemática se utilizan los sistemas informáticos globales de la compañía, principal herramienta que utilizó el alumno para tomar contacto con sus pares de las agencias de DHL en los países de origen.

1.1 Descripción de la empresa u organización.

DHL WorldWide Express es una compañía global de transporte y logística que realiza entregas rápidas en todo el mundo tales como documentos, paquetería, encomiendas, correo y transporte de carga con todo medio de transporte, ofreciendo servicios de almacenamiento y también para la cadena de suministro.

1.1.1 Reseña Histórica²

Corría el año 1969 en la ciudad de San Francisco Estados Unidos, cuando tres amigos tuvieron una innovadora idea que consistía en entregar de manera anticipada, por avión,

² DHL WorldWide Express, Guía de aprendizaje para especialistas internacionales certificados (CIS), 2011, página 13

los documentos de embarque entre la costa de San Francisco y Honolulu en la costa de Hawuái. Esto permitía adelantar los trámites aduaneros con lo que se lograba reducir significativamente los tiempos de descarga. El servicio de envíos urgentes internacionales nace como una nueva industria a partir de la idea de Dalsey, Hillblom y Lynn, donde DHL que debe su nombre a las iniciales de los apellidos de sus creadores, es pionera.

Comienzan las primeras operaciones en la costa este de Estados Unidos, al principio llevando ellos mismos la documentación. Tal fue el éxito del negocio que un año más tarde ya se habían expandido en el océano pacífico. Tres años después abren su primera oficina en el viejo continente, específicamente en la ciudad de Londres. En 1977 llegan a medio oriente y un año después abren su primera sucursal alemana. DHL logra uno de los hitos más importantes de la compañía entre 1990 y 1992 incorporando en sus operaciones a dos de las principales líneas aéreas del mundo Lufthansa y Japan Airlines, asegurando así el acceso preferente a sus servicios de carga e instalaciones en los principales terminales aéreos. En el año 2003 la compañía pasa a formar parte del grupo alemán de correo Deutsche Post World Net, quienes ya tenían participación en la compañía. En 2005 DHL refuerza su división de logística y alcanza una posición de liderazgo con la adquisición de Exel, empresa líder en el sector logístico.

En la actualidad, DHL está conformada de 5 divisiones:

- ✓ DHL Express: Entrega de documentos, paquetería y mercancías urgentes puerta a puerta a nivel nacional e internacional.

- ✓ DHL Freight: Proveedor de transporte de mercancías por carretera en Europa,
- ✓ DHL Global Forwarding: Servicios de logística internacional multimodal estandarizados para proyectos industriales individualizados.
- ✓ DHL Supply Chain: Ofrece logística de contratación de almacenes y proporciona transporte y servicios que incorporan valor a la cadena de suministro de sus clientes.
- ✓ DHL Global Mail: Coloca a disposición su red mundial de distribución dando soluciones a medida para correo y paquetes Business to Consumer (en adelante B2C) o del productor al consumidor.

1.1.2 Información Corporativa³:

Visión: *“Ser La compañía logística para el mundo. Nuestra visión subraya que queremos ser el proveedor logístico al cual recurre la gente: ser su primera opción por excelencia, no solo para los clientes que necesitan enviar mercancías, sino también para los empleados y los inversores”.*

Misión: *“Contiene cuatro elementos principales:*

- 1) *Queremos simplificar la vida de nuestros clientes*
- 2) *Hacemos más exitosos a nuestros clientes, empleados e inversores*
- 3) *Contribuir positivamente con nuestro planeta*

³ DHL, Nuestra Visión y Misión,
http://www.dhl.cl/es/informacion_sobre_dhl/descripcion_comercial/mision_y_vision.html, 18.11.2014,
09:45

4) *Siempre demostramos respeto en la consecución de nuestros resultados financieros simplificar la vida de sus clientes; hacer más exitosos a sus clientes, empleados e inversionistas; vivir con responsabilidad contribuyendo positivamente con el medioambiente y mostrar respeto por la consecución de sus resultados financieros”.*

Objetivo: *“Como compañía logística para el mundo, somos la columna vertebral del intercambio comercial, asegurando que aquello que debe ser distribuido, es efectivamente entregado: un envío que nos es confiado puede tratarse de medicinas que salvan una vida, de un regalo de cumpleaños de un amigo, o de la responsabilidad de transportar un prototipo de cuya entrega depende la existencia de toda una empresa. No solo distribuimos paquetes y encomiendas, también nos aseguramos que los contenedores arriben al puerto de destino: traemos prosperidad, transportamos salud, promovemos el crecimiento y brindamos alegría. Todos los días conectamos a las personas, mejorando sus vidas”.*

1.1.3 **DHL Express en Chile**

A 10 años de la puesta en marcha en Estados Unidos DHL comienza sus operaciones en Chile, con tan solo 8 trabajadores en una pequeña oficina ubicada en la calle Santa Rosa #334 en el centro de Santiago. El éxito no demoró en llegar y poco tiempo después debe cambiar de ubicación para aumentar su capacidad operacional. El año 1997 introduce el programa Owner Driver que permitía a los choferes de los vehículos de reparto ser dueños de éstos pudiendo pagarlos en cuotas. El programa tuvo mucho éxito, el que se tradujo en una alta motivación del personal y en mayor productividad para la empresa.

Ocho años después del comienzo de las operaciones en Chile, DHL alcanza el 70% de participación de mercado posicionándose como líder absoluto. En 1990 el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile deja en manos de DHL Express el transporte oficial de las valijas diplomáticas. En los años posteriores la empresa debe hacer frente a una demanda creciente por lo que buscaría alianzas estratégicas y más adelante firmaría contratos con empresas nacionales como Correos de Chile, Entel, Tur Bus y casas de cambio consolidando su presencia en Chile con más de 760 agencias a lo largo del país.

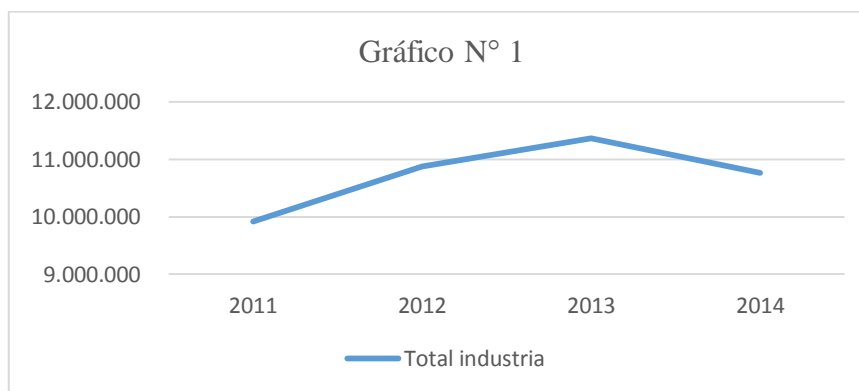
El negocio sigue creciendo y dos años más tarde se inauguran sus nuevas instalaciones en San Francisco #301 en Santiago Centro. Al año siguiente que la compañía fuese adquirida por el grupo alemán, se lanza en Chile la nueva imagen corporativa de la empresa en conjunto con DHL Global Forwarding.

En 2012 se marca un nuevo hito en la historia de DHL Express en Chile con la inauguración de su nueva casa, un centro de distribución de última generación que además es el más moderno de la compañía en Latinoamérica. En la inauguración estuvieron presentes, además de altos ejecutivos de la compañía, autoridades locales y de Alemania y representantes del mundo empresarial. Frank Appel, director ejecutivo de Deutsche Post DHL (actual nombre del grupo) dijo lo siguiente: *“El año pasado, Chile lideró los índices globales de DHL de conectividad en Latinoamérica y un factor primordial en este ranking al cual se le prestó atención fue la amplitud de la conectividad a través de los flujos comerciales internacionales. El nivel de integración global relativamente alto, en conjunto con el compromiso reconocido del país con la libertad económica, reafirma nuestra visión de que Chile ofrece muchas oportunidades a largo plazo para nuestros*

clientes. Como líder de envío internacional con horario determinado en Latinoamérica, continuamente estamos buscando mejorar nuestros servicios en este país. Las instalaciones que estamos inaugurando hoy, pronto fortalecerán las capacidades logísticas de DHL en Chile y respaldarán el fuerte crecimiento en el comercio internacional que anticipamos en este mercado clave⁴”.

Todos estos acontecimientos han pavimentado un camino de éxito para esta compañía, hoy DHL Express Chile es el líder indiscutido en la industria de transporte expreso en nuestro país. Así lo confirman las cifras oficiales de la industria⁵, respecto al año más reciente publicadas en la página web de la Asociación Gremial que agrupa a las empresas courier en Chile, la Asociación de Transporte Expreso de Chile A.G (en adelante ATREX Chile):

Gráfico 1: Movimiento en Kilos, totales de importación y exportación

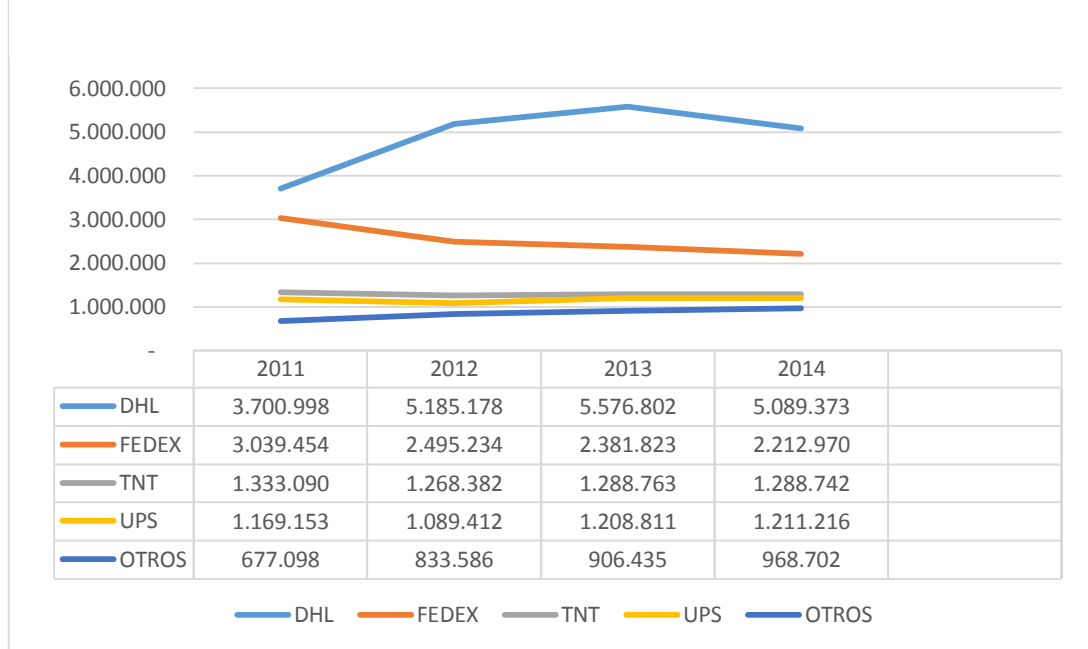


Fuente: Elaboración propia en base a las cifras publicadas en los informes estadísticos de ATREX Chile.

⁴ Appel, Frank, DHL Express Chile inaugura centro de distribución más avanzado de Latinoamérica, <http://www.emb.cl/negociosglobales/noticia.mvc?nid=20130702w9>, 13.01.2015, 11:34.

⁵ ATREX Chile A.G, Acumulado al 4° trimestre – estadísticas 2014, <http://www.atrexchile.cl/new/page.php?18>, 03.04.2015, 23:24.

Gráfico 2: Movimiento en kilos, totales importación y exportación por empresas



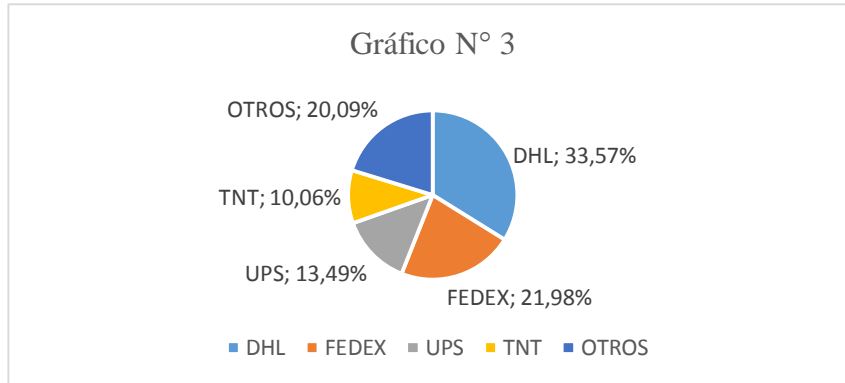
Fuente: Elaboración propia en base a las cifras publicadas en los informes estadísticos de ATREX

Chile.

El gráfico N° 1 muestra el movimiento en kilos total de la industria de transporte expreso en Chile en el año 2014, mientras que el gráfico N°2 desglosa ese movimiento por participantes de la industria.

El gráfico N°3 muestra la participación de mercado de las principales empresas de transporte expreso en Chile el año 2014 según número de guías aéreas (en adelante AWB del inglés Air Way Bill) tramitadas. Una AWB es el documento que acompaña a todo envío internacional y es equivalente al conocimiento de embarque (más adelante se explicaran los documentos que se utilizan en el comercio exterior). Se puede observar claramente la posición de liderazgo de DHL seguido por la empresa FEDEX.

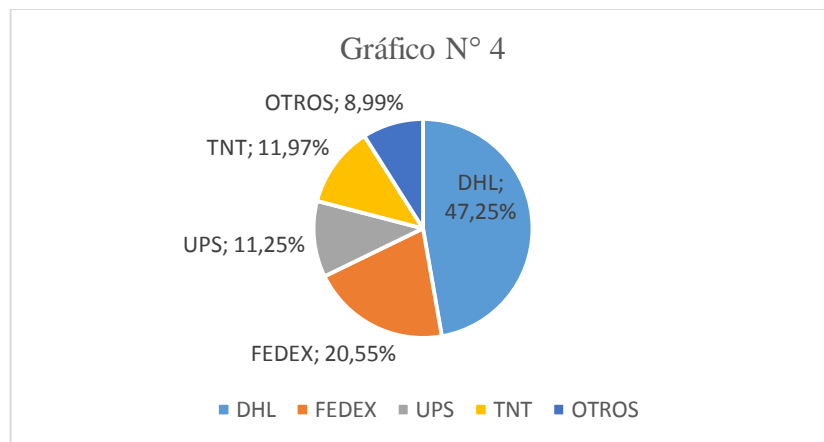
Gráfico 3: Participación de Mercado por número de AWB, Chile 2014



Fuente: Informe “Estadísticas Acumulado al 4° trimestre – estadísticas 2014”⁶.

En el gráfico N° 4 se puede apreciar la participación de mercado en cuanto a cantidad de kilos transportados:

Gráfico 4: Participación de Mercado en Kilos 2014



Fuente: Informe “Estadísticas Acumulado al 4° trimestre – estadísticas 2014.”

⁶ ATREX Chile A.G, Acumulado al 4° trimestre – estadísticas 2014, citado en página N° 13

El gráfico N° 4 confirma la posición de liderazgo de DHL, no tan solo en cantidad de AWB tramitadas sino también en la cantidad de kilos transportados. Para revisar las estadísticas actualizadas, se recomienda visitar el sitio web ATREX Chile (www.atrex.cl).

Todos estos antecedentes confirman a DHL como el líder de la industria del transporte expreso en Chile. Todos hemos sido testigos del último hito de la compañía en nuestro país, siendo la empresa oficial que transporta la Copa América 2015 del campeonato continental que se está llevando a cabo en Chile.

1.1.3.1 SERVICIOS DE DHL EN CHILE:

- ✓ Servicio Express: Envíos internacionales realizados por DHL Express
- ✓ Transporte de Carga: Transporte internacional para cualquier tipo de carga, a cualquier destino y por cualquier medio de transporte.
- ✓ Solución de Cadena de Suministro: Agregar valor a la cadena de suministro en todos los sectores de la industria con soluciones personalizadas.
- ✓ Almacenaje y Distribución: Los expertos de DHL proporcionan soluciones concretas que agregan valor al negocio de sus clientes con operaciones de almacenaje y distribución en cualquier sector de la industria que estos operen.
- ✓ Intermediación Aduanera, Seguridad y Seguro Internacional: La experiencia en operaciones de comercio internacional le brindan a DHL la capacidad de facilitar las complicaciones que puede tener el proceso aduanero.

Para la relevancia del presente informe profundizaremos la información correspondiente al área donde realicé mi práctica profesional.

1.1.4 Servicio de Entregas Express y Envíos Internacionales

El peso y tamaño de lo que se quiere enviar es algo que se debe tener presente ya son los factores que determinan el precio del servicio. Todo envío debe ir acompañado de la AWB el cual tiene un número de guía de 10 dígitos que sirve para identificar el envío.

- **Exportaciones:** Corresponde a envíos internacionales en los cuales el exportador tiene la opción de contratar un servicio con entrega garantizada al día siguiente (Dependiendo del país) o de menor urgencia donde los tiempos de tránsito varían de acuerdo a la localidad o región del mundo que se quiera enviar y a las rutas y disponibilidad de espacio de las líneas aéreas.

Los tiempos de tránsito de los envíos que se exportan son los siguientes:

- ✓ Sudamérica: 1 día hábil
- ✓ Norteamérica: 2 días hábiles
 - Canadá: 2 días
 - México: 2 días
 - Miami: 1 día
- ✓ Europa: 3 días hábiles
- ✓ Asia: 3 días hábiles

Las empresas courier pueden realizar los trámites de exportación de todo tipo de mercancías permitidas por la ley y que éstas no superen los US\$ 2.000 valor FOB, de lo contrario los trámites aduaneros deben ser realizados por el agente de aduanas del exportador.

- **Importaciones:** DHL ofrece el servicio de importación de todo tipo de mercancías permitidas en la ley, de las cuales, si su valor comercial no supera los US\$ 30 queda exento del pago de aranceles y derechos de desaduanamiento y pueden ser internados sin mayores inconvenientes. Si el valor de la mercancía es mayor a US\$ 30 pero no supera los US\$ 1.000 valor FOB, la empresa puede realizar la internación y desaduanamiento. Cuando el valor supera esa cifra, el importador debe contratar los servicios de un Agente de Aduanas.

DHL WorldWide Express opera en más de 220 países y territorios en todo el mundo, todos los días realiza negocios en las ciudades más importantes y cuenta con instalaciones en la mayoría de los principales aeropuertos del planeta, lo que significa que sus operaciones son claves en el comercio global, además le permite tener grandes conocimientos de la cultura local de los países y territorios donde opera.

A continuación se muestra una tabla con los principales países, ciudades y aeropuertos a los que DHL vuela todos los días:

Tabla 1: Países, Ciudades y Aeropuertos en los que opera DHL Express

Continente	Países Clave	Principales Ciudades	Principales Aeropuertos
------------	-----------------	-------------------------	-------------------------

Europa	Reino Unido	Londres, Birmingham, Leeds	Londres Heathrow, Luton, East Midlands
	Alemania	Berlín, Hamburgo, Munich, Colonia	Leipzig, Colonia, Frankfurt, Munich, Stuttgart
	Francia	París, Lyon, Marsella	Paris Charles de Gaulle, Lyon, Marsella, Nantes, Burdeos, Toulouse, Niza
	España	Madrid, Barcelona, Valencia	Barcelona, Madrid Barajas, Vitoria, Valencia
	Italia	Roma	Bérgamo, Boloña, Roma Ciampino, Treviso, Ancona
	Turquía	Estambul, Ankara, Izmir	Estambul, Ankara,
		Otros importantes aeropuertos europeos	Bruselas, Copenhague, Ámsterdam, Estocolmo, Arlanda, Oslo, Lisboa, Varsovia, Helsinki, Bratislava, Basel / Mulhouse, Budapest, Sofia, Atenas, Linz, Praga, Kiev
América	Estados Unidos	Nueva York, Los Ángeles, Chicago	Cincinnati, Nueva York JFK, Miami, Los Ángeles, Chicago ORD, Atlanta, Houston, Phoenix, Dallas

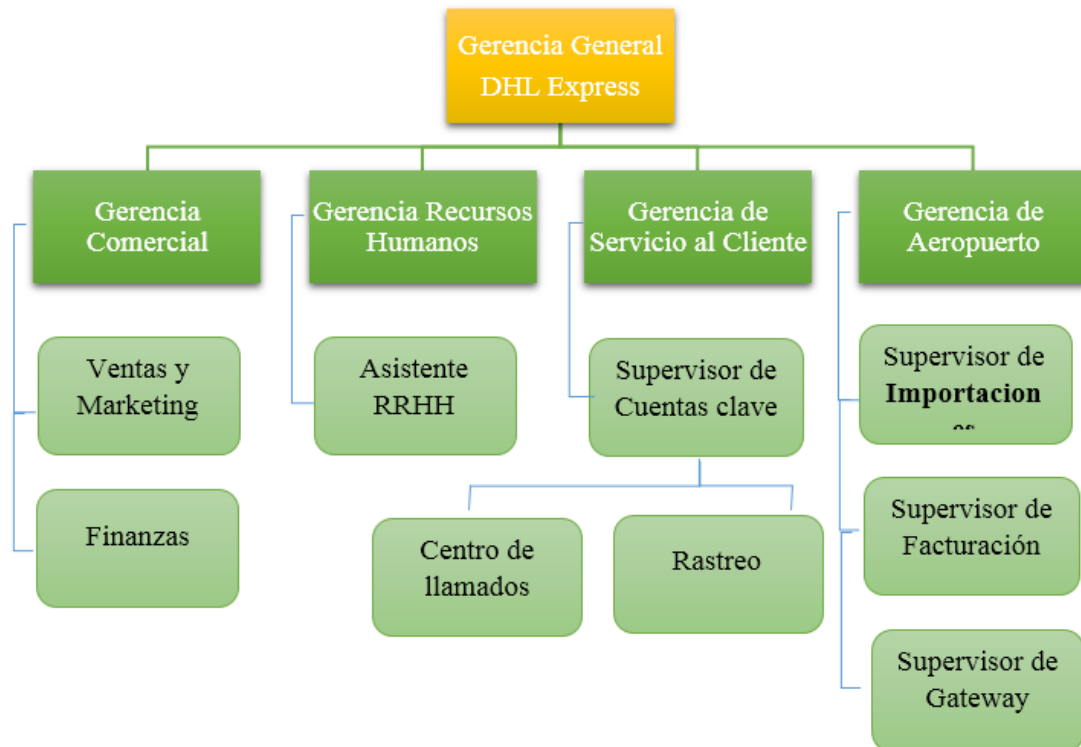
	Canadá	Toronto, Montreal, Vancouver, Ottawa	Hamilton, Toronto, Montreal, Halifax, Calgary, Vancouver
	México	Ciudad de México, Iztapalapa, Ecatepec	Benito Juárez de México DF, San Luis de Potosi, Guadalajara
	Brasil	Sao Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Brasilia	Sao Paulo Guarulhos, Internacional de Rio de Janeiro Galeao,
	Argentina	Buenos Aires, Córdova, Rosario	Buenos Aires Ezeiza, Mar del Plata, Rosario Fisherton
Asia	Japón	Tokio, Yokohama, Osaka, Nagoya	Tokio Narita, Osaka Kansai, Nagoya
	China	Shanghái, Beijing, Guangzhou, Hong Kong	Beijing, Shanghái Hongqiao, Wuhan, Shenzhen, Hong Kong, Guangzhou, Macau
	India	Mumbai, Delhi, Bengaluru, Kolkata	Mumbai, Delhi, Chennai
	Rusia	Moscú, San Petersburgo, Novosibirsk	Moscú, San Petersburgo, Vladivostok
	Arabia Saudí	Riyadh, Jeddah, Meca, Medina	Riyadh

	Indonesia	Yakarta, Bandung, Surabaya	Yakarta, Surabaya
	Corea del Sur	Seúl, Busan, Incheon	Séul Incheon, Busan
	Sudáfrica	Ciudad del cabo, Durban, Johannesburgo	Johannesburgo, Ciudad del Cabo, Durban, Port Elizabeth
África	Australia	Sidney, Melbourne, Brisbane, Perth, Nueva Zelanda.	Sidney, Melbourne, Adelaida, Brisbane, Perth, Auckland
Oceanía			

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en Guía de Aprendizaje para Especialistas Internacionales Certificados 2011, DHL Global Express.

A continuación se presenta el organigrama de la empresa DHL Express Chile, el cual consiste en una departamentalización por funciones donde se privilegia la especialización.

Figura 1: Organigrama DHL Express Chile:



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en Guía de Aprendizaje para Especialistas Internacionales Certificados 2011, DHL Global Express.

1.1.5 Descripción del Departamento de Servicio al Cliente:

Como su nombre lo dice, este departamento es el que se encarga de resolver los asuntos con los clientes, su función es ofrecer un servicio continuo y de alta calidad , proporcionando la información correcta y el producto adecuado que satisfaga sus necesidades.

Principales procesos y actividades del Departamento:

- ✓ Proceso de reserva
- ✓ Proceso de seguimiento
- ✓ Proceso de consultas de clientes
- ✓ Proceso de gestión de quejas
- ✓ Venta en Customer Service

Para la realización de los procesos y actividades, el Customer Service cuenta con puntos fuertes que contribuyen a la fortaleza de la red:

- ✓ Más de 6.000 especialistas a nivel global
- ✓ Procesos y sistemas armonizados globalmente que proporcionan una experiencia al cliente común en toda la red
- ✓ Indicadores de rendimiento globales
 - Calidad de servicio; 90% de llamadas contestadas antes de 10 segundos
 - Llamadas abandonadas; menos del 1% después de 10 segundos
 - Resolución de rastreos; 70% de los casos de rastreo cerrados en menos de 3 días.
 - Resolución de quejas; 75% de quejas resueltas en menos de 5 días

El Departamento de Servicio al Cliente de DHL Express se encontraba ubicado en la calle San Francisco #301 en Santiago centro en el año 2012, dependencias que compartía con otros departamentos de la empresa como el área comercial, administración y finanzas,

ventas y cobranza, donde también había un counter donde las personas podían ir a dejar y retirar su envíos y la zona de los couriers donde se encontraban los vehículos de reparto, estas dependencias también operaban como centro de distribución.

En la actualidad todos los departamentos de la compañía se encuentran en el nuevo centro de distribución, ubicado en la calle Rio Itata N° 9651, Parque Industrial ENEA en la comuna de Pudahuel, Santiago.

El Departamento de Servicio al Cliente se divide en dos grupos:

- 1) Call Center (centro de llamados): Es un grupo de alrededor de 25 personas encargadas de recibir los llamados de los clientes y tomar las ordenes de servicios
- 2) Trace (rastreo): Este grupo está encargado de rastrear los envíos, y proporcionar apoyo a los consignatarios cuando sus envíos presenten problemas en su proceso de desaduanamiento, se encuentran extraviados, dañados o retenidos por Aduana.

1.2 Descripción de las funciones realizadas

El alumno se incorporó al grupo Trace para realizar su práctica profesional, no obstante desempeñó sus funciones durante todo el período en las oficinas de DHL Express ubicadas en la bodega 10 de la zona courier del Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile, donde junto a otros dos profesionales llevaban el Customer Service al puerto de arribo de los envíos. La misión de éstos 3 agentes Trace en las dependencias del aeropuerto

es brindar apoyo a los clientes cuando sus envíos tienen dificultades en su proceso de internación y se hace necesaria su presencia en el lugar donde se produce el imprevisto. De esta manera se puede cerciorar in situ el arribo de un envío, realizar un registro visual en las bodegas o hablar directamente con la Aduana y otros organismos que participan activamente en el proceso de importación, para saber de la fuente directa cual es el problema particular del envío y como se puede solucionar.

Haber realizado su práctica profesional en las dependencias del Aeropuerto le permitió observar el trabajo operacional del comercio exterior, como se mencionó anteriormente el agente trace del aeropuerto tiene la posibilidad de acudir de inmediato a la fuente del problema o pedir apoyo en las otras áreas de la empresa para cumplir con sus funciones. Las áreas de la empresa que se encuentran en el aeropuerto se describen a continuación:

- ✓ Notificación: Son las personas encargadas de dar aviso al consignatario del arribo de su envío y del proceso de ingreso, además debe informar el estado del envío y si existiesen requerimientos adicionales para el desaduanamiento brindando información rápida y oportuna.
- ✓ Clasificación: Es el área que se encarga de clasificar los envíos y de la confección de la Declaración de Ingreso (en adelante DIN), que es el documento que se utiliza para realizar una importación, para lo cual deben descargar la documentación que ha entregado DHL en el país de origen junto al manifiesto de carga, que es el documento por el cual la compañía

transportista consigna su carga ante la Aduana, para tramitarlos antes del arribo del vuelo y se puedan identificar posibles retenciones por parte de la Aduana.

Luego, se registran por medio de la Integración de Sistemas por Internet para el Desarrollo de Operaciones y Regulaciones Aduaneras, más conocido como sistema ISIDORA, un programa creado por el Ministerio de Hacienda y Servicio Nacional de Aduana (en adelante SNA) para fiscalizar las operaciones del comercio internacional. Con esto, el área de notificación puede solicitar al consignatario la información necesaria para la confección de la DIN.

- ✓ Facturación: Luego de que los clasificadores o asistentes de importación terminan sus procesos, el personal de facturación está encargado de emitir la factura por el costo del servicio.
- ✓ Asistente de Vistos Buenos (en adelante V°B°): Es la persona encargada de realizar la tramitación de estas autorizaciones especiales con la autoridad competente cuando el cliente haya solicitado que DHL lo tramite en su nombre. Los organismos que otorgan V°B° son: Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), Seremi de Salud y el Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA) entre otros.
- ✓ Counter: Se trata del lugar físico donde se hace entrega de la documentación a las agencias de aduana, empresas y particulares cuando DHL no realiza el proceso de internación.

- ✓ Central de control: Es el área que se encuentra en contacto directo con las líneas aéreas monitoreando los vuelos, informando el arribo de éstos y dando aviso oportuno cuando ocurra una situación de imprevisto que retrase el tiempo de tránsito de un vuelo.
- ✓ Bodega: Es el espacio físico destinado a la recepción de las mercancías y la documentación original cuando estos arriban. Es la zona que se encuentra en contacto directo con la loza de arribo de aviones.

1.2.1 Trabajo Realizado

Descripción del cargo: El Import Tracing Advisor cumple la función de resolver los casos que le son asignados por su jefatura brindando apoyo y dando solución al problema del consignee (consignatario), en algún eslabón de la cadena logística de importación.

El trabajo consistió en asistir a los clientes cuando el problema se producía antes de que el envío hiciera ingreso formal presentando algún tipo de dificultad para culminar con normalidad su proceso de internación al país y debiesen quedar retenidos por parte de Aduana. Estas retenciones las puede realizar DHL por mandato de Aduana, o directamente por la Aduana, por algún tipo de restricción de un producto o por falta de antecedentes del consignatario para elaborar la declaración de ingreso. Dentro de las retenciones aduaneras más frecuentes se pueden mencionar las siguientes:

- ✓ Datos incompletos o erróneos del consignatario: Es una situación muy recurrente y sucede cuando los datos contenidos en la AWB o en la factura comercial (documento emitido por el vendedor donde se detalla los valores unitarios y totales) no son suficientes para elaborar la declaración de ingreso.
- ✓ Subvaloración: Es un problema que sucede con mucha frecuencia principalmente con las importaciones provenientes de los países asiáticos. Ocurre cuando es evidente que el valor declarado en la factura comercial es inferior al valor real del producto que se quiere importar.
- ✓ Detalle genérico en la factura comercial: Es cuando la información que está en la parte de descripciones de la factura comercial no permite realizar una clasificación arancelaria adecuada, por lo que se solicita al consignatario una declaración de uso y contenido a través de una declaración jurada simple.
- ✓ El valor del envío es superior a los US\$1000, valor FOB (valor comercial de las mercancías puestas a bordo de la compañía de transporte en el puerto de origen): En este caso la empresa de transporte no puede realizar los trámites aduaneros y el consignatario debe contratar los servicios de un Agente de Aduanas.
- ✓ El envío requiere V°B°: Ocurre cuando se requiere de una autorización especial de parte de la autoridad competente de acuerdo al producto que se quiere internar, dentro de los cuales se encuentran V°B° de la Seremi de Salud; V°B° del SAG y V°B° del SERNAPESCA.
- ✓ Presunción de contrabando: El Servicio de Aduana en el ejercicio de sus funciones puede retener un envío bajo una presunción de contrabando, la cual se determina

de acuerdo al criterio del fiscalizador de turno, amparado en el Oficio Circular N° 124⁷ de la Ordenanza de aduana sobre la implementación del mecanismo de la “Duda Razonable”, la cual existe “*cuando la Aduana tenga motivos fundados para dudar de la veracidad y exactitud del valor declarado o de los documentos presentados que le sirven de antecedentes*”. Cuando un envío es retenido por esta causa caerá en lo que se denomina “cadena de custodia”.

Desde el momento en que un caso es asignado a un agente, éste tiene un plazo de 3 días para dar solución al problema y cerrarlo, de lo contrario el caso comienza a ser escalado de jefatura en jefatura. Los casos son signados por el supervisor de cuentas claves a través de un sistema global llamado Global Event Management Application (en adelante GEMA). Este funciona como una red que interconecta a todas las centrales de DHL Express en el mundo por lo tanto, toda la información que se registra en GEMA debe ser obligatoriamente en inglés sin importar cuál sea el país con el cual nos estamos comunicando, con el objetivo de que el agente trace en cualquier país ingrese el número de la AWB y pueda visualizar la misma información y hacer el seguimiento al envío.

Para poder realizar este seguimiento es necesario conocer y manejar una lista de códigos que utiliza la compañía llamados “*Checkpoint Details*” lo que se traduce al español como detalles de punto de control que son siglas de tan sólo dos letras y que nos

⁷ Servicio Nacional de Aduanas, Oficio Circular N° 124, <http://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20070227/pags/20070227232345.html>, 06.06.2015, 10:32

indican en qué etapa del ciclo logístico se encuentra el envío. Los Checkpoint Details se dividen en tres grupos: los de progreso, los de terminales y los de incidentes de servicio. A continuación se mencionan los que se utilizan frecuentemente:

➤ Checkpoints de Progreso:

- ✓ **AF:** *Arrived Facility*; llegada a una estación de tránsito de DHL
- ✓ **AR:** *Arrival in Delivery Facility*; llegada a la estación de entrega
- ✓ **IA:** *Image Available*; Documentación del envío escaneada para autorización
- ✓ **RR:** *Regular Regime*; El envío ingresará con Régimen General de importación.
- ✓ **RW:** *Reweighed*; Vuelto a pesar
- ✓ **BN:** *Customer Broker Notified*; Notificación al agente de aduana del cliente.
- ✓ **CR:** *Clearance Release*; Salida de un envío de Aduana o de un Almacén Aduanero
- ✓ **DF:** *Depart Facility*; Salida de una estación de DHL
- ✓ **IC:** *In Clearance processing*; En trámite aduanero
- ✓ **PL:** *Processed at Locación*, El envío se ha cargado en el camión
- ✓ **PU:** *Shipment pickup*; Envío recogido
- ✓ **WC:** *Whit Delivery Courier*; En ruta de entrega con el Courier

➤ Checkpoints de Terminales:

- ✓ **BR:** *Cleared and Delivery by Customer's Broker;* Desaduanado y entregado por el agente de aduana.
- ✓ **CS:** *Closed Shipment;* Envío extraviado
- ✓ **DD:** *Delivered Damaged;* Entregado con daños
- ✓ **DS:** *Destroyed / Disposal;* Destruído, eliminado
- ✓ **OK:** *Delivered;* Entregado
- ✓ **RT:** *Returned to Consignor;* Devuelto al consignador
- ✓ **SS:** *Shipment Stopped;* Envío detenido

➤ Checkpoints de Incidentes de Servicio:

- ✓ **CD:** *Clearance Delay;* Retraso en trámite aduanero
- ✓ **DM:** *Damaged;* Dañado
- ✓ **HP:** *Help for Payment;* Retenido pendiente de pago
- ✓ **ND:** *Not Delivery;* Entrega no efectuada
- ✓ **NH:** *Not Home;* No hay personas en el domicilio
- ✓ **OH:** *On Hold;* Retenido
- ✓ **RD:** *Refused Delivery;* Entrega rechazada
- ✓ **UD:** *Uncontrolable Clearance Delay;* Demora en la liberación esta fuera del control de DHL.

Ciclo normal que recorre un envío desde la recogida hasta la entrega:

Tabla 2: Ciclo de un envío internacional

Proceso	Checkpoint		Localización	Estado
Recogida	PU	Pick-up	Mensajero de origen	Recogido por el mensajero
Salida	IA	Image Available	Operaciones Terrestres	Documentos (PPWK) Escaneados para autorización
Salida	RW	Weigh and Dimension	Operaciones Terrestres	Envío, pesado, medido y etiquetado
Salida	PL	Processed at Location	Operaciones Terrestres	Envío ha sido procesado y enviado al Gateway de exportación
Salida	DF	Depart Facility	Operaciones Terrestres	Envío abandonó el Service Center
Exportación	AF	Arribe Facility	Gateway de exportación	El envío ha llegado al Gateway
Exportación	PL	Processed at Location	Gateway de exportación	Procesado, clasificado y consolidado con otros envíos en el Hub
Exportación	DF	Depart Facility	Gateway de exportación	El envío abandonó el Gateway

Tránsito	AF	Arribe Facility	Hub	Llegada al Hub
Tránsito	PL	Processed at Location	Hub	Procesado y clasificado para un Gateway
Tránsito	DF	Depart Facility	Hub	Salida del Hub
Importación	AF	Arrive Facility	Gateway de Importación	Llegada al Gateway
Importación	IC	In Clearance Processing	Gateway de Importación	El envío se encuentra en tramitación aduanera
Importación	CR	Clearance Release	Gateway de Importación	Ha finalizado el proceso en aduana
Importación	PL	Processed al Location	Gateway de Importación	Procesado y clasificado para un Service Center
Importación	DF	Departa Facility	Gateway de Importación	Salida del Gateway
Llegada	AR	Arrived at Delivery Facility	Service Center de Destino	El envío ha llegado a la estación de entrega
Llegada	WC	With Courier	En ruta de entrega	El envío ha sido asignado a un Courier
Entrega	OK	Delivery	Mensajero de destino	Entregado por el Courier

Fuente: Elaboración propia en base a Guía de aprendizaje para CIS.

Además es necesario conocer los códigos que se asigna la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) a los aeropuertos del mundo, en el caso del Aeropuerto Internacional de Santiago, su código es SCL.

1.2.2 Descripción de procedimientos:

En cualquier caso de retención que se presente el agente trace de destino (Chile) no está autorizado para tomar decisiones por sí mismo acerca del destino del envío. Si el contacto con el consignatario (importador) no ha sido posible o éste desiste de continuar con el proceso de internación, lo que corresponde es solicitar instrucciones al país de origen del envío, las cuales son proporcionadas por el shipper (exportador), quién continúa siendo el propietario del envío. La siguiente lista explica los procedimientos que se deben seguir en cada uno de los casos:

1. **Falta de datos del consignatario:** Cuando la AWB y la factura comercial no contienen los datos necesarios para contactar al consignatario en Chile y confeccionar la DIN, éstos se deben solicitar al país de origen del producto a través del sistema GEMA donde se ha abierto el caso. El agente trace del país de origen toma contacto con el exportador para solicitarle los datos del consignatario, una vez que éste los proporciona son enviados a través del mismo sistema para derivarlos a la sección de notificación y continuar con el proceso.

También es posible que no se pueda contactar al exportador o que éste no entregue los antecedentes solicitados, en ese caso y una vez que el agente trace del país de origen ha agotados todos sus recursos, debe dar una instrucción a través

del GEMA, estas pueden ser dejar el envío en abandono o retornarlo al país de origen.

- **Envío en abandono:** Una vez que se ha dado esta instrucción desde origen, se debe dar la misma instrucción al área de notificación para que el asistente de importaciones proceda a ejecutarla. Esta es entregada vía correo electrónico con un print de pantalla de la instrucción de abandono dejada en GEMA como respaldo.
- **Retorno al país de origen:** El procedimiento es similar al anterior, no obstante en la práctica, esta instrucción era autogestionada y consiste en asignar una nueva AWB al envío y facilitar los documentos a la agencia de aduana que trabaja en las mismas dependencias para que esta realice los nuevos trámites en conjunto con el área de exportación

2. **Subvaloración:** Cuando un fiscalizador de Aduana considera que el valor declarado en la factura comercial es muy inferior al valor real de la mercancía que se quiere importar, éste dejará el envío retenido. En este caso el procedimiento consiste en contactar al consignatario para que este proporcione una nueva factura con el valor real de la mercancía o en su lugar el comprobante de pago de la transacción de compra-venta autorizado por La Resolución Exenta 4113⁸ (ver en anexos), la cual indica lo siguiente: *“Que, debido al constante aumento de las*

⁸ SNA, Resolución Exenta N° 4113,
<https://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20120612/pags/20120612142042.html>, 16.05.2015, 23:43

transacciones vía Internet en las que como comprobante del pago se emiten boletas, comprobantes impresos computacionalmente, facturas pro forma, comprobantes del sitio Web respectivo, comprobantes de tarjetas de crédito, los anteriores en original o fotocopia, mediante la citada resolución se admitieron dichos antecedentes como comprobante de una transacción, para ser utilizados como documentos de base en la tramitación de una destinación aduanera, cuando se trate de operaciones sin carácter comercial”.

Una vez que el consignatario ha aportado los documentos solicitados, estos son enviados al asistente de importaciones para que continúe con el proceso de liberación.

En los casos de falta de detalle genérico, de requerimiento de V°B° y cuando el valor de la mercancía supera los US\$ 1.000 FOB, el procedimiento es similar al antes descrito, se debe comunicar al consignatario en indicar los pasos a seguir, dejando constancia de esta gestión en GEMA ya sea dejando una copia del correo electrónico si la comunicación se realizó por esta vía o la transcripción de la conversación telefónica.

- 3. Presunción de contrabando y cadena de custodia:** Esta es una situación que esta fuera del control de la empresa transportista. Una vez que se conoce que el envío a caído en cadena de custodia se debe dar aviso de inmediato al consignatario de tal situación, la Aduana por su parte puede llegar a tardar más de un mes solamente en asignar el número de custodia. El agente debe realizar un monitoreo diario en

un sistema que conecta a la empresa con la Aduana para verificar la asignación del número.

Una vez que se conoce el número de custodia, se debe comunicar al consignatario y este debe contactarse directamente con la Aduana para dar solución al problema presentando los antecedentes que el organismo le solicite.

1.2.3 Razones que impulsan el tema a desarrollar

La investigación que se presentará a continuación es sobre las compras en el comercio electrónico de mercancías provenientes de China e importadas a Chile vía courier.

El comercio electrónico ha avanzado a pasos agigantados en los últimos años, según un estudio descriptivo del e-commerce en Chile realizado por el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) el año 2014, donde cita importantes fuentes especializadas, indica que: *“El comercio electrónico a nivel mundial crecerá hasta llegar a los 1.500 billones de dólares, con crecimiento esperado en torno al 20,1% respecto al año anterior. Crecimiento que se basa en un cambio cultural, y que se ha consolidado en las últimas décadas por el aumento de usuarios conectados a internet y a móviles en los mercados emergentes, así como, por el mejoramiento y aumento de las opciones de entregas y de medios pagos que han facilitado el desarrollo de este mercado”*⁹. En el caso de América

⁹ Servicio Nacional del Consumidor, Estudios Descriptivo del E-Commerce en Chile y Análisis de Reclamos ante SERNAC. E-Commerce en Chile Agosto, 2014, http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2014/08/Reporte_E_Commerce_Reclamos-2013-2014.pdf, 06.04.2015, 10:23.

Latina las transacciones en el comercio electrónico están en el rango de US\$ 60.000 a US\$ 70.000 millones anuales y se espera que para 2016 se supere ampliamente esta cifra.

Los resultados del estudio también indican que el e-commerce en Chile es *“un mercado el cual aún no llega a su madurez, se encuentra en constante crecimiento con brechas clara entre la oferta y la demanda lo cual permite proyectar la entrada a nuevos actores, particularmente en mercados como electrónica y tecnología, siendo este uno de los mercados online más demandados en Chile”*.

Hoy en día existen muchas personas que adquieren productos en mercados internacionales a través del comercio electrónico motivados por la posibilidad de acceder a una mayor oferta y a precios más competitivos que en el mercado local, ya sea para su uso personal o como idea de negocios para un emprendimiento. No obstante, muchas veces estos emprendedores no cuentan con los conocimientos y tampoco toman los resguardos necesarios que les permitan protegerse de los riesgos asociados en una transacción electrónica y en un proceso de importación, encontrándose en el camino con desagradables sorpresas que pueden significar la pérdida total de las mercancías que están importando.

Los riesgos a los que se ven expuestos los compradores online los podemos distinguir en tres etapas del proceso: en la compra realizada a través del comercio electrónico, en la cadena logística del proceso de importación y en el control aduanero realizado al arribo de las mercancías.

En la primera etapa existe el riesgo de ser estafado por los proveedores ya que en internet existen empresas ficticias y fraudulentas que ofrecen productos a través de sitios

web especializados en ventas para realizar negocios y estafar a sus clientes. Uno de estos sitios es Alibabá.com, la compañía de comercio electrónico más grande en China, quienes por medio de un comunicado de prensa reconocieron que en su página web se cometía fraude luego del despido de dos altos ejecutivos a causa de una investigación que comprobó el hecho. La investigación reveló que el 1,1% de los proveedores cometieron este ilícito en el año 2009 y el 0,8% lo hicieron en el 2010, si bien la cifra es baja hay que considerar que ese mismo año la compañía se desvinculó de 1107 empresas correspondiente al 0,8 %¹⁰.

El riesgo de ser estafado o que no se cumpla con las condiciones pactadas es muy común en la red, de acuerdo a un estudio realizado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico,¹¹ que identifica las principales causas de insatisfacción del consumidor en e-commerce indica que un 41% de los compradores online ha tenido algún tipo de problema en la compra, un 13% indicó que nunca recibió el producto y aun así tuvo que pagar por él, un 34% de los encuestados respondió que el producto no era lo que ellos esperaban y un 29% dijo estar descontento por la demora en la entrega del pedido.

Este atraso en la entrega se debe a que en la mayoría de los casos los proveedores ofrecen el envío gratis, el cual puede llegar a tardar más de dos meses en entregar el producto al comprador, no obstante este retraso no se debe tan solo a los tiempos de tránsito que recorren los envíos desde el país de origen al de destino, sino que también a

¹⁰ People Daily, Dimiten por fraude los máximos ejecutivos del gigante chino del comercio electrónico Alibaba, <http://spanish.peopledaily.com.cn/31621/7295477.html>, 24.03.2015, 22:47.

¹¹ Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, La compra online en Colombia, <http://www.ccce.org.co/biblioteca/la-compra-online-en-colombia>, 04.03.2015, 23:16.

los inconvenientes que se presentan al momento de pasar por el control aduanero que es donde se producen las retenciones.

Durante la realización de su práctica profesional, el alumno pudo observar que muchos de los importadores chilenos desconocen los reglamentos y normativas del comercio exterior de nuestro país y además realizan compras a través de internet sin tomar los resguardos necesarios para ello. Por esta razón se pueden encontrar con obstáculos que impiden que culmine con normalidad el proceso de importación, teniendo que enfrentar problemas como alzas en los costos, retorno de las mercancías al país de origen, dejar el envío en abandono o incluso se corre el riesgo de un decomiso por parte de la Aduana de Chile.

El control aduanero se realiza para fiscalizar el tránsito de mercancías y personas por las fronteras del país. En lo que respecta a las mercancías, la Aduana debe evitar que se produzca fraude aduanero, y en el ejercicio de sus funciones está autorizada para retener e incluso incautar la mercancías que, desde el criterio del fiscalizador de Aduana de turno, puedan ser susceptible de presunción de contrabando. De acuerdo al documento “Lucha contra el fraude” emitido por la Secretaria General de la Comunidad Andina, citado en un estudio de caso sobre la gestión fiscalizadora del Servicio Nacional de Aduana de Chile, las expresiones más comunes de fraude aduanero son: *“la subvaloración, la sobrevaloración, la falsedad de origen, el acogimiento indebido a una tasa mayor, el contrabando, el acogimiento indebido a un beneficio o exoneración*

*tributaria y prácticas de comercio desleal (dumping e infracciones a los derechos de autor)*¹².

La presunción de que existe la intención de hacer contrabando genera que el envío pueda caer en cadena de custodia. Al presentarse esta situación el importador se ve enfrentado a una problemática mucho mayor de lo que podría ser una simple comprobación del valor real de la mercancía. El proceso es muy engorroso y toma demasiado tiempo, de hecho, la Aduana puede llegar a tardar más de un mes solo en entregar el número de cadena de custodia para que el consignatario pueda realizar los trámites que se le exigen para poder liberar el envío. En la mayoría de los casos las personas desisten de continuar y dejan sus envíos en abandono en las bodegas de la Aduana.

La fiscalización aduanera además, tanto documental como física, se intensifica en las importaciones de los países que son considerados como riesgosos, de acuerdo a lo que el alumno pudo observar durante la realización de su práctica profesional, los países de origen que más se repite en la presunción de contrabando son los orientales, principalmente China. En una compilación de estudios de la Universidad Tecnológica Metropolitana se da cuenta de ello ubicando a China en el primer lugar de la lista, seguida de Hong Kong y en tercer lugar Estados Unidos¹³.

¹² Rojas, Alfonso, N°117 Análisis Sobre la Gestión Fiscalizadora Aduanera en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile (2012), http://www.mgpp.cl/estudios_de_caso/analisis-sobre-la-gestion-fiscalizadora-aduanera-en-el-servicio-nacional-de-aduanas-de-chile/, 07.05.2015, 22:27.

¹³ Cifuentes, Estephania, Román, Mario, Valenzuela Luis, Trilogía. Ciencia – Tecnología – Sociedad. El contrabando y su fiscalización en Chile, Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana vol. 26 N° 36, Santiago de Chile, 2014, página 95.

Dados estos antecedentes, queda lugar entonces para la pregunta ¿Por qué importar desde China?, y la respuesta a esta pregunta es bastante amplia. Si bien China es el principal país de origen de mercancías que quedan retenidas en la Aduana por presunción de contrabando, esto se puede prevenir siendo proactivo y tomando los resguardos necesarios, además China se presenta como el país de las oportunidades del siglo XXI, tal como lo fue Estados Unidos en el siglo anterior.

En los últimos años fuimos testigos de cómo China rompía records en cuanto al crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB), entre el año 2000 y 2010 la economía de China crecía a un ritmo de 10,3% promedio anual, anotando su cifra más baja en 2001 con 8,3% y su pick de crecimiento lo alcanzo el año 2007 con 14,2 %, incluso en el año 2008 en plena crisis financiera internacional China estaba creciendo en un 9,6 %, según los datos¹⁴ publicados por el Banco Mundial. Hoy en día se habla de la recesión China cuando es un país que aún crece con cifras envidiables para una economía como la chilena que tan solo creció 5,1 % promedio anual entre 2011 y 2013, versus un 8,2% promedio anual de China en el mismo período.

Este notable crecimiento de esta economía no se da por casualidad, si bien es cierto cuando uno habla de productos de procedencia China, lo primero que se viene a la mente es que se trata de un producto de baja calidad muchas veces desconocemos que gran parte de los artículos que compramos y a los cuales les asignamos un mayor atributo en cuanto a su calidad, se fabrican en este país. Hace algunos años atrás la producción industrial de

¹⁴ Banco Mundial, Crecimiento del PIB (promedio anual), <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>, 10.04.2014, 23:23.

China se basaba en producir grandes volúmenes con una baja calidad, eso ha cambiado y hoy en día este país está produciendo también en grandes volúmenes pero con un aumento sustancial en la calidad de sus productos y poco a poco van dejando atrás la mala imagen del pasado, un ejemplo claro es la irrupción que han tenido en el mercado los productos tecnológicos de este país, sin ir más lejos el pasado 28 de mayo la compañía Lenovo realizó un evento en Beijing llamado Lenovo Tech World¹⁵ para mostrar al mundo los nuevos e innovadores adelantos en materia tecnológica, sobre todo en dispositivos inteligentes.

En una entrevista al Gerente Comercial de la Cámara de Comercio Asia Pacifico, Cristóbal Echeverría publicada en marzo de 2012 por la Biblioteca del Congreso Nacional, ante la pregunta ¿Por qué importar desde China?, responde lo siguiente: *“Porque China se presenta como un mercado lleno de oportunidades, es lo que es considerado hoy en día como la fábrica del mundo, ahí está todo, están los canales, está el idioma en cuanto a términos comerciales, para comenzar cualquier operación de comercio ya está todo funcionando y principalmente todas las fábricas de China tienen de todo, o sea pueden ser productos industriales hasta productos de retail, China es de alguna manera la fábrica que está proveyendo al mundo”*¹⁶

¹⁵ Lenovo Tech World, http://shop.lenovo.com/cl/es/landings/tech_world_2015/#!home, 03.06.2015, 21:34.

¹⁶ Echeverría, Cristobal, Recomendaciones para importar desde China, <http://observatorio.bcn.cl/asiapacifico/noticias/recomendaciones-importar-desde-China>, 08.04.2015, 22:47.

China es un país que para la gran mayoría de los chilenos nos resulta desconocido y tremendamente lejano desde el punto de vista geográfico, y con los chinos también sucede lo mismo, basta con darle un vistazo al mapa mundial para darnos cuenta que somos el país que se encuentra a mayor distancia del país más habitado del planeta, no obstante eso no ha sido impedimento para que ambos países mantengan importantes vínculos que permiten una cada vez mayor cercanía entre ambas naciones, el año 2014 se cumplieron 44 años de relaciones diplomáticas ininterrumpidas, y si bien, Chile no es un país que se caracterice por obtener primeros lugares en las competencias mundiales más populares si lo es en otras disciplinas y materias que no son tan divulgadas o conocidas por las personas, entre las cuales se encuentran las relaciones diplomáticas con el resto de los países y los niveles de integración económico-comercial que presenta nuestro país en comparación con los otros países de la región. Estos son los primeros lugares que ha obtenido Chile en esta materia y que tienen relación al gigante asiático:

- 1° país latinoamericano en acoger un Instituto Cultural Chino (1952).
- 1° país latinoamericano en establecer relaciones diplomáticas con China (1970).
- 1° país latinoamericano en acordar un *Joint Venture* con China (1982)
- 1° país de América latina en apoyar el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (en adelante OMC) (1999)
- 1° país latinoamericano en reconocer a China como una economía de mercado (2004)
- 1° país latinoamericano en firmar un Tratado de Libre Comercio con China (2005)

Lo anterior permite afirmar que Chile tiene el 1° lugar en Latinoamérica en nivel de integración con China, lo que ha permitido afianzar los lazos de confianza y cooperación, los cuáles se ven especialmente potenciados con la firma del TLC el 18 de agosto del 2005 y su posterior entrada en vigencia el 1 de octubre del año 2006. El TLC Chile-China marca sin duda un hito importante en la relación bilateral, después de su entrada en vigencia sólo tardó 4 años en ubicar a China como el principal socio comercial de Chile, sobrepasando a Estados Unidos, situación que se mantiene hasta la actualidad.

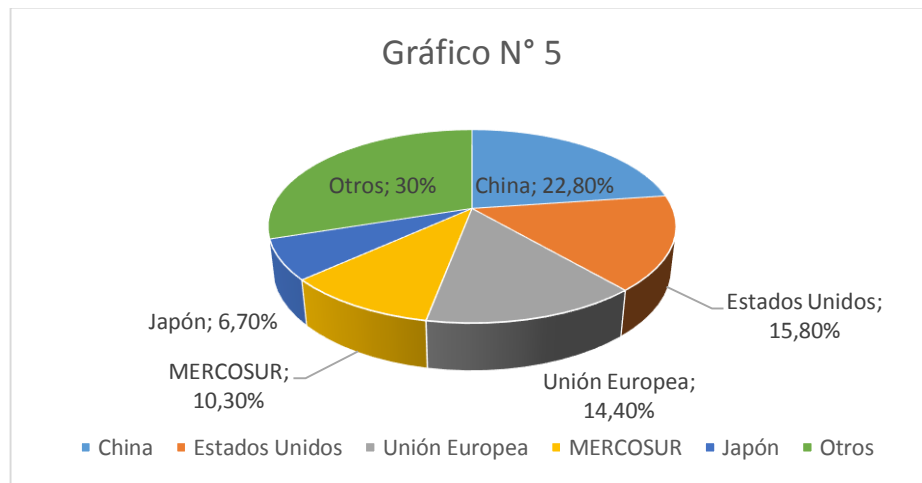
De acuerdo al “Reporte Trimestral de Comercio Exterior de Chile Enero – Diciembre 2014”¹⁷ publicado en febrero del 2015 en la página web de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (en adelante DIRECON) del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, el intercambio comercial entre ambos países alcanzó los US\$ 148.995 millones en 2014 de los cuales US\$ 76.648 corresponden a exportaciones y US\$ 72.347 a importaciones. Los 5 principales socios comerciales de Chile, en orden de importancia fueron: China, Estados Unidos, Unión Europea, MERCOSUR y Japón, que en conjunto superan los US\$100.000 millones anuales. Nuestro principal socio comercial se quedó con el 22,8 % de participación con US\$ 33.932 millones de los cuales US\$ 15.104 corresponde a importaciones y US\$ 18.828 a exportaciones. (Para obtener cifras del año en curso se pueden visitar los sitios de gobierno

¹⁷ Departamento de Estudios DIRECON, Reporte trimestral: Comercio exterior de Chile Enero – Diciembre 2014, <http://www.direcon.gob.cl/2015/02/reporte-trimestral-comercio-exterior-de-chile-enero-diciembre-2014>, 17.03.2015, 23:23.

que manejan estadísticas de comercio exterior, como el Banco Central de Chile, el SNA y la DIRECON entre otras)

El gráfico que se muestra a continuación muestra la participación de mercado de nuestros principales socios comerciales en el intercambio comercial total de Chile:

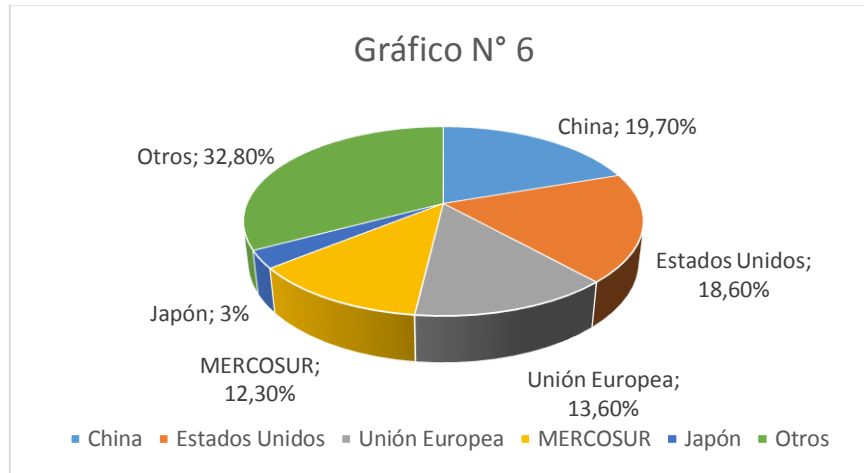
Gráfico 5: Participación de Mercado de los Principales Socios de Chile 2014



Fuente: Elaboración propia en base a los datos publicados en el Reporte Trimestral de Comercio Exterior de Chile de la DIRECON.

En cuanto a la participación en las importaciones, el orden anterior se repite y los porcentajes de participación son los siguientes:

Gráfico 6: Participación en las importaciones de Chile en 2014



Fuente: Elaboración propia en base a los datos publicados en el Reporte Trimestral de Comercio Exterior de Chile de la DIRECON.

La firma de un TLC implica que ambas naciones aplicarán un Programa de desgravación arancelaria que puede ser inmediato o paulatino. El TLC Chile – China contempla 4 categorías de desgravación: inmediata, a un año, a cinco años y a diez años, además de una lista de mercancías excluidas de la desgravación. China excluyó solo el 1% de nuestras exportaciones, mientras que Chile excluyó el 3% de las importaciones desde China dentro de las cuales se encuentran productos metalúrgicos, línea blanca, harina, trigo y azúcar entre otros. El programa de desgravación de las importaciones provenientes de China incluye 3 categorías, inmediata, a cinco años y a diez años. La desgravación paulatina comienza desde el momento de la firma del tratado y la rebaja de arancel se aplica a contar del día primero de enero de cada año. Su aplicación fue la siguiente:

Cuadro 1: Desgravación arancelaria para importaciones provenientes de China

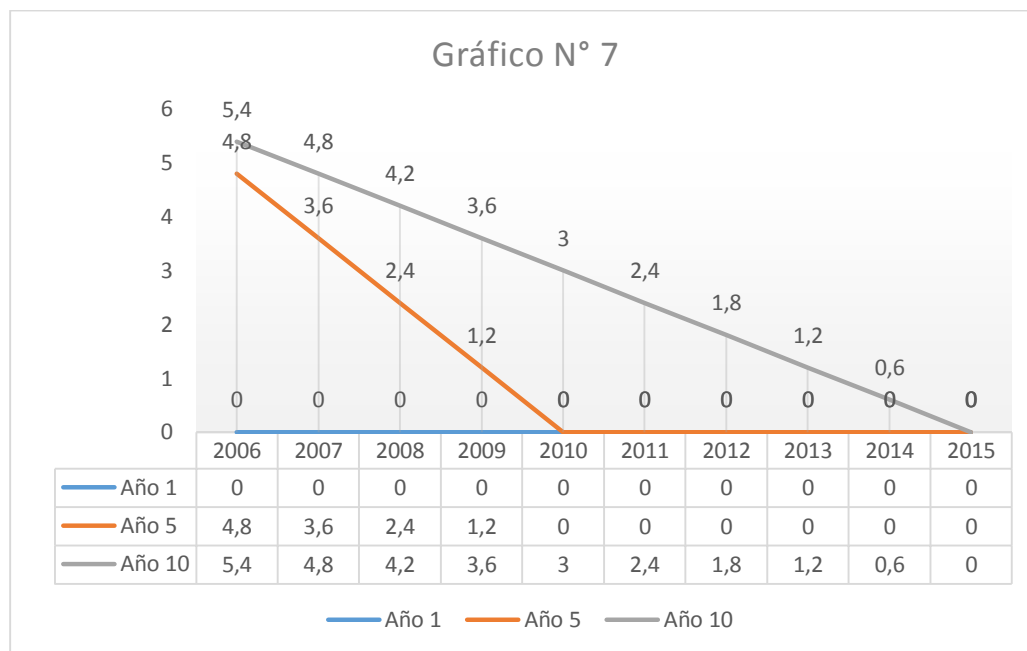
<i>Categoría</i>	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15
<i>Inmediato</i>	100 %									
<i>5 años</i>	20%	40%	60%	80%	100%					
<i>10 años</i>	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al texto principal del TLC Chile – China¹⁸ publicado en la página web de la DIRECON.

El cuadro N° 1 nos muestra cómo fue la aplicación de la desgravación arancelaria a partir de la entrada en vigencia del TLC el año 2006, las mercancías excluidas de la desgravación no se incluyen en el cuadro. El arancel aduanero vigente en Chile para las importaciones es el 6% del valor CIF (valor comercial de la mercancías, más el valor del flete internacional y el seguro de transporte) declarado, por lo tanto a partir de los datos del cuadro N° 1 podemos graficar la desgravación arancelaria que da como resultado un gráfico de curva descendente como el que se muestra a continuación:

¹⁸ DIRECON, Tratado de Libre Comercio Chile - China, <http://www.direcon.gob.cl/detalle-de-acuerdos/?idacuerdo=6246#tabs-2>, 25.03.2015, 10:35.

Gráfico 7: Desgravación arancelaria importaciones desde China



Fuente: Elaboración propia en base a los datos del cuadro N° 1 de este informe.

De acuerdo al gráfico, el 01 de enero del año en curso se cumplió el plazo de la desgravación total del arancel aduanero para la última categoría de 10 años, por lo tanto a partir de esa fecha el 98,1%¹⁹ de las mercancías provenientes de China exceptuando la lista de productos excluidos, ingresarán a Chile libre del pago de arancel aduanero. Esto quiere decir que si antes era conveniente adquirir mercancías en este lejano país, a partir de este año lo será aún más, permitiendo a los importadores chilenos obtener importantes beneficios.

¹⁹ Cámara Chileno China de Comercio, Industria y turismo (CHICIT), TLC Chile – China en recta final, <http://www.chicit.cl/sitio/?p=6644>, 03.04.2015, 19:26.

Si bien, los envíos que ingresan al país vía courier tienen poca participación en las importaciones chilenas, son un buen punto de partida para quienes tienen una idea de negocios y quieren emprender en el mundo de los negocios internacionales, ya que les permitirá conocer el mercado antes de aventurarse con cifras mayores.

El trabajo que presento a continuación podrá ser utilizado como una herramienta útil que permita protegerse de los riesgos y encaminar a cualquier persona que esté pensando en adquirir mercancías a través del comercio electrónico en China hacia un proceso exitoso.

2 CAPÍTULO 2: DESARROLLO DEL TEMA

2.1 Objetivos generales y Específicos

2.1.1 Objetivo General

Identificar los factores críticos de riesgo/éxito en un proceso de compra a través del comercio electrónico y en la cadena logística de importación vía courier que permitan proponer un manual que sirva de guía para emprendedores que desean importar mercancías desde el mercado chino.

2.1.2 Objetivos Específicos

- ✓ Determinar las etapas de cada proceso involucrado en una compra a través del comercio electrónico chino y en la cadena logística de importación vía courier.
- ✓ Identificar los factores críticos de éxito en cada etapa del proceso de compra e importación.
- ✓ Proponer un manual que sirva como guía para emprendedores que deseen comprar mercancías en China a través de internet e importarlas a Chile vía courier.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Comercio internacional y Globalización

El siglo XX lamentablemente será recordado como el período donde se suscitan dos de los mayores acontecimientos bélicos de los que la humanidad tenga recuerdos, la

Primera y Segunda Guerras Mundiales, las cuales tienen repercusiones muy negativas en las relaciones diplomáticas y comerciales entre los países participantes y por supuesto en el desarrollo del comercio internacional.

El mundo empresarial pasmado por la devastación del primer acontecimiento está decidido a crear una organización internacional que proteja sus intereses. Es así como en 1919 un grupo de empresarios que se hacían llamar a sí mismos “Los mercaderes de la paz” fundan la International Chambers of Commerce o Cámara de Comercio Internacional (En adelante CCI) con una misión que se mantiene hasta la actualidad: *“Servir a los negocios internacionales a través de la promoción del comercio y las inversiones, la apertura de los mercados de bienes y servicios, y el libre movimiento del capital”*²⁰. Este organismo de iniciativa privada además se encarga de solucionar las controversias que se producen entre los empresarios de los más de 130 países asociados, incluido Chile, y está conectada con la mayoría de las cámaras de comercio de los países socios, con las cuales alinea sus esfuerzos para lograr sus objetivos²¹, que son: Impulsar la globalización de la economía, promover el crecimiento y la prosperidad, difundir y defender la experiencia empresarial y fijar reglas y estándares para el funcionamiento armónico del comercio internacional.

El 7 de mayo de 1945 la rendición alemana pone fin al segundo conflicto bélico y en octubre del mismo año 51 países firman la Carta de las Naciones Unidas, en la ciudad

²⁰ ICC, Historia, http://www.icc-chile.cl/?page_id=8, 06.05.2015, 11:23.

²¹ ICC, Objetivos, http://www.icc-chile.cl/?page_id=10, 06.05.2015, 11:44.

de San Francisco en Estados Unidos dando origen a la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Con el desarrollo y crecimiento del comercio internacional y la integración comercial de los países, se hace necesaria una institucionalidad que regule la actividad, si bien ya existía la CCI, que se encarga de los temas entre empresarios ahora era necesaria una institución que resuelva temas comerciales entre gobiernos. Existía la intención de crear una tercera institución que se ocupara de la cooperación económica internacional, que se sumara a las dos ya creadas en Bretton Woods, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Es así como comienzan las negociaciones para crear una Organización Internacional de Comercio (OIC) bajo el alero de la ONU. Después de algunas conferencias el proyecto de la OIC no continúa y se desestima su creación, no obstante en la Conferencia sobre Comercio y Empleo de la ONU realizada en 1947 en La Habana, 23 países firman el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, General Agreement on Tariffs and Trade) que establecía las reglas que se aplicaban a gran parte del comercio mundial.

En los años posteriores a la firma del GATT se puede observar un gran crecimiento del comercio internacional, sin embargo a pesar de los buenos resultados, el GATT se mantiene durante 47 años solo como una organización provisional. El 1995 se produce la mayor reforma al comercio internacional desde la 2° Guerra Mundial con la sustitución del GATT por la Organización Mundial de Comercio (en adelante OMC) producto de la mayor negociación comercial en la historia de la humanidad, la Ronda de Uruguay.

“La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades”²².

Con la creación de la OMC y las reglas claras el mundo de los negocios internacionales comienza a caminar a pasos agigantados, la vertiginosa masificación de las TIC como la expansión de los medios electrónicos de comunicación, las nuevas tecnologías en transporte y telecomunicaciones, el surgimiento de las redes sociales y todas las oportunidades que ofrece el Internet, sumado a la integración comercial y económica de los países que trajo consigo una rápida expansión de las compañías multinacionales por el mundo y la libre circulación de mercados de capitales han empujado un proceso que se venía dando hace algunas décadas, la Globalización.

El concepto es definido por la Real Academia de la lengua Española como: *“Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”²³*. Si bien en un principio éste era un proceso que se miraba solamente desde el punto de vista económico, político y tecnológico

²² OMC, ¿Qué es la Organización Mundial de Comercio?, https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm, 03.03.2015, 21:30.

²³ Real Academia Española, Globalización, <http://lema.rae.es/drae/?val=>, 25.03.2015, 22:05.

como lo señala el Sr. Renato Ruggiero Director General de la OMC en el año 1995 en el marco de las conferencias Paul-Henri Spaak, de la Universidad de Harvard, Boston (Estados Unidos). *“La globalización, que para mí significa una multiplicidad de relaciones económicas mutuamente complementarias entre las economías nacionales, es una consecuencia natural de los progresos tecnológicos que se han registrado en las comunicaciones y los transportes. La globalización se ha visto además fomentada por el entorno favorable que para ella han creado las reglas y los compromisos de acceso al mercado, del sistema multilateral. De ese modo, el apoyo de los gobiernos y la moderna tecnología han inducido a empresas y empresarios a operar -como la mayoría de ellos deseaban, naturalmente- a través de las fronteras, de un modo que hubiera sido muy difícil hace 20 ó 30 años”*²⁴, la Globalización es un proceso que va mucho más allá, puesto que involucra cambios en la vida de todas las personas, es muy poco probable que alguien pueda decir yo estoy ajeno a la Globalización y tener razón, puesto no tan sólo es un proceso económico, político y tecnológico sino también social y cultural.

2.2.2 Integración comercial de Chile; Tratado de Libre Comercio con China

Los negocios internacionales y la integración comercial entre los países son entonces uno de los principales motores de la globalización y nuestro país no se ha quedado atrás. A partir del año 1990 en adelante Chile ha adoptado una política de apertura comercial firmando tratados y acuerdos comerciales con la mayoría de los países y regiones del mundo, es un país que ha implementado los 3 niveles de integración comercial: bilateral,

²⁴ Ruggiero, Renato, comunicados de prensa 1995, https://www.wto.org/spanish/news_s/pres95_s/pr025_s.htm, 12.03.2015, 11:52.

multilateral y regional lo que ha significado un aumento sustancial del comercio internacional.

A la fecha, Chile cuenta con 24 acuerdos comerciales vigentes dentro de los cuales se encuentran 14 tratados de libre comercio, 6 acuerdos de complementación económica, 1 acuerdo de alcance parcial y 3 acuerdos de asociación económica, además de 7 acuerdos que se encuentran en etapa de negociación, según lo que indica la DIRECON. Nuestro país también participa en foros y organismos de participación multilateral como el Foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), la OMC, y en la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), entre otras. Chile es un país que se encuentra en constantes negociaciones con otros países, por lo que para obtener información actualizada al respecto se recomienda visitar el sitio web de la DIRECON (www.direcon.gob.cl).

Dentro de los acuerdos comerciales, los que tienen mayor alcance son los Tratados de Libre Comercio, y uno de los más importantes que ha firmado nuestro país es el TLC Chile – China, *“Un tratado de libre comercio (TLC) consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral que busca ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este*

acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países participantes²⁵”.

Al momento de realizar una importación a Chile, ésta está afecta al pago de impuestos y derechos que son cobrados por el Servicio de Aduana correspondiente, además del Impuesto al Valor Agregado (en adelante IVA). Todo producto con un valor sobre US\$30 debe pagar un impuesto denominado ad valorem, que corresponde al 6% del valor CIF declarado de la mercancía. Además existen los impuestos adicionales y específicos que se aplican a cierto tipo de productos como es el caso de los metales preciosos, artículos de lujo, cigarrillos, alcohol, combustible, etc. La firma de un TLC permite reducir o eliminar el impuesto ad valorem haciendo que los productos ingresen a un menor valor.

Para poder hacer efectivo este beneficio arancelario es necesario que al momento del ingreso de las mercancías al país, el importador declare las mercancías como originarias de un país con el que Chile tiene un TLC llamado Certificado de Origen. En este caso el documento recibe el nombre de Certificado de Origen Forma F para Chile – China FTA, y es conocido simplemente como Forma F. debe ser gestionado por el exportador con la autoridad gubernamental competente para ello. Los proveedores chinos deben solicitar el documento en la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) (véase TLC Chile-China, 2005).

²⁵ DIRECON, Tratado de Libre Comercio (TLC), <http://www.direcon.gob.cl/glosario/#t>, 05.03.2015, 09:14.

2.2.2.1 Evolución de la relación comercial entre Chile y China después de la entrada en vigencia del TLC.

Cada cierta cantidad de años, después de la firma de acuerdos y tratados comerciales el Departamento de Estudios de la DIRECON, realiza un estudio para analizar la evolución que ha tenido el comercio internacional entre ambos países. El año 2013 con la colaboración del Departamento de Asia y Oceanía de la Dirección de Asuntos Económicos Bilaterales y el Sub-departamento de Asia Pacífico y Nuevos Mercados de ProChile, se elaboró un estudio denominado “Evaluación TLC Chile-China; a siete años de su entrada en vigencia”²⁶, del cual se puede desprender la siguiente información: En el año 2012 la participación de Chile en las exportaciones de China correspondió al 0,62%, ubicándolo en el lugar 30 del ranking, mientras que la participación de China en las importaciones chilenas correspondió al 18,2% y ocupó el segundo lugar en el ranking. El cuadro N° 2 muestra el intercambio comercial entre ambos países y la balanza comercial obtenida entre los años 2005 (año en que se firma el TLC) y el año 2012:

Cuadro 2: Intercambio Comercial en US\$ millones valor FOB 2005 – 2012 Chile – China

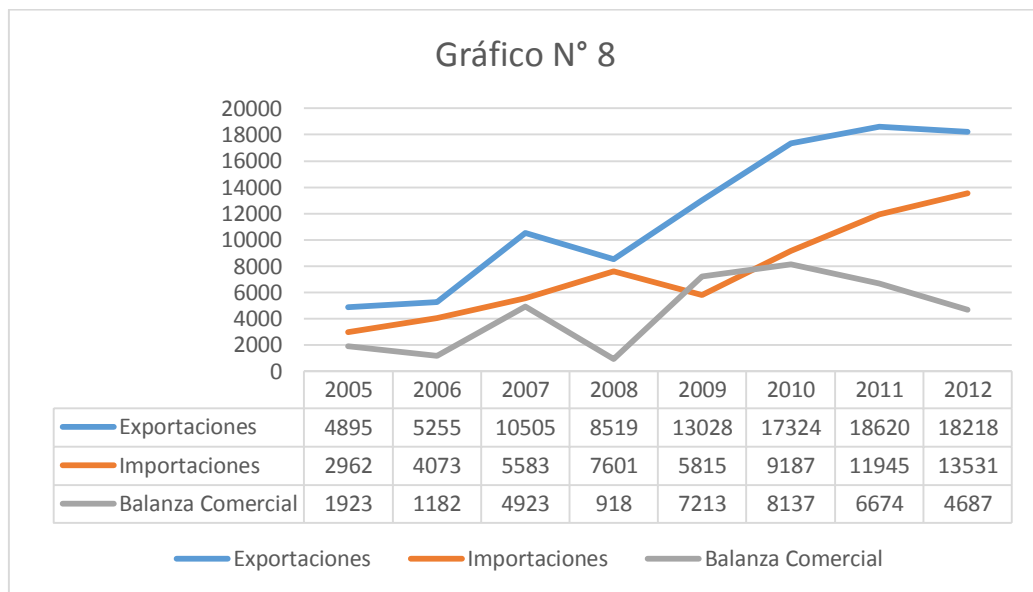
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Exportaciones FOB</i>	4895	5255	10505	8519	13028	17324	18620	18218
<i>Importaciones FOB</i>	2962	4073	5583	7601	5815	9187	11945	13531
<i>Balanza Comercial</i>	1933	1182	4922	918	7213	8137	6675	4687

²⁶ DIRECON, Evaluación TLC Chile-China; a 7 años de su entrada en vigencia, <http://www.direcon.gob.cl/2013/09/8372/>, 03.03.2015, 09:23.

Fuente: elaboración propia en base a los datos publicados en el documento “Evaluación TLC Chile – China; a siete años de su entrada en vigencia” de la DIRECON, citado en la página anterior.

A partir de las cifras del cuadro N° 2, es posible elaborar un gráfico que ilustre de mejor manera cual ha sido la tendencia del intercambio comercial desde un año antes de la entrada en vigencia del TLC hasta el año 2012:

Gráfico 8: Intercambio Comercial Chile - China



Fuente: Elaboración propia en base a las cifras del cuadro N° 2 de este informe.

En la figura se puede observar con claridad un aumento sustancial tanto en las exportaciones como en las importaciones a partir de la entrada en vigencia del TLC el año 2006, que se ve interrumpido más adelante por la crisis económica mundial del año 2008. En este gráfico se puede apreciar la crisis impactó negativamente a ambos países, ya que, dada su condición de economías abiertas insertas en la globalización están expuestas a los

vaivenes de la economía mundial. Del mismo modo es posible apreciar que China es golpeada antes que Chile por la crisis y también que se recupera primero, si nos fijamos en el gráfico, mientras las importaciones tienen un notable descenso entre 2008 y 2009, las exportaciones por su lado iban en aumento, pero ya habían sido afectadas entre 2007 y 2008.

2.2.3 Internet y Comercio Electrónico

Las últimas décadas del siglo XX y lo que va del siglo XXI se caracterizan principalmente por los grandes avances y descubrimientos tecnológicos de los que todos hemos sido testigos, la tecnología ha irrumpido en nuestras vidas y pareciera ser que las personas nacen con habilidades para manejarla. Hoy en día es más común ver a un niño de dos años o incluso menos jugando con un smartphone, un tablet o un ipad en vez de un auto o una muñeca, y los computadores dejaron de ser productos a los cuales solo podía acceder el sector más acomodado de la sociedad, para pasar a ser productos de consumo masivo.

El internet por su parte es uno de los más grandes y revolucionarios avances tecnológicos de los últimos tiempos que funciona como una enorme red de comunicación interconectando computadoras entre sí para comunicarse y compartir información que pueda estar disponible para cualquier persona en cualquier parte del mundo.

Hace más de 40 años se pronunció por primera vez la palabra Internet en Estados Unidos y desde su aparición no ha dejado de sorprender y revolucionar al mundo entero.

Si bien al principio su desarrollo fue lento para los desarrolladores de esos tiempos, cualquier avance significaba un gran adelanto. En 1991 se crea la primera página web con el fin de explicar lo que era la World Wide Web a una población mundial que aún permanecía ignorante de las tremendas oportunidades y cambios de vida desde el punto de vista cultural que traería consigo el desarrollo de Internet. Además hasta esos años el internet solamente era de uso exclusivo militar y desde ese entonces se comienza a utilizar con fines comerciales.

Manuel Castell, profesor sénior del Instituto Interdisciplinario de Internet de la Universidad Abierta de Cataluña, en su trabajo *La Dimensión Cultural de Internet* lo expone de la siguiente manera: *"Internet es una creación cultural que permite la creación de una nueva economía y el desarrollo de la innovación y la productividad económica"*²⁷. En el mismo informe, Castell identifica 4 capas culturales de internet: la universitaria asociada a la investigación, la de los Hackers, la de las formas culturales alternativas (que es lo que hoy conocemos como redes sociales), y la última capa cultural es la que más atañe a esta investigación, la cultura empresarial, que por supuesto se asocia con el mundo de los negocio. Aquí participan los empresarios con capacidad para innovar en el modelo de sus negocios e innovar en su oferta sobre la base de la innovación tecnológica que ofrece inmensas oportunidades para las relaciones comerciales.

²⁷ Castells, Manuel, *La dimensión cultural de Internet*, http://www.juntadeandalucia.es/averroes/mochiladigital/didactica/Castells_dimension_cultural_internet.pdf, 10.03.2015, 23:16.

El notable avance que han tenido las TIC, han permitido el desarrollo de otra forma de comerciar, el e-commerce o comercio electrónico. En este contexto hoy en día los consumidores de la aldea global tenemos acceso a diferentes mercados independientemente del lugar del mundo donde nos encontremos, por ende las empresas tienen también la oportunidad de acceder a este mercado global.

De acuerdo a un folleto denominado “El comercio Electrónico en los Países en Desarrollo, Oportunidades y Retos para las Pequeñas y Medianas Empresas” de la OMC, se entiende por comercio electrónico: *“La compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos”*²⁸.

El e-commerce tiene dos facetas: el comercio electrónico tradicional que consiste en una red cerrada donde intervienen solamente organizaciones que son propietarias de la red con un número limitado de participantes conocidos y que hacen del mercado un círculo, es lo que sucede con las versiones online de las grandes multitiendas, y se desarrolla solamente en el mercado nacional. La otra faceta es el comercio electrónico basado 100% en internet, donde toda la red es el mercado las organizaciones. Aquí tienen contacto directo con sus clientes, con otras organizaciones privadas y gubernamentales, el entorno económico es global y los participantes pueden ser conocidos o desconocidos.

²⁸ Organización Mundial de Comercio, El comercio electrónico en los países en desarrollo. Oportunidades y retos para las pequeñas y medianas empresas, https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/ecom_devel_countries_s.htm, 10.01.2015, 19:42.

En la actualidad el comercio electrónico basado en internet ofrece las siguientes alternativas:

- ✓ C2C: *Consumer to consumer*; Permite realizar transacciones comerciales entre consumidores.
- ✓ B2C: *Business to Consumer*; Permite a las empresas vender sus productos a los consumidores
- ✓ B2B: *Business to Business*; Transacciones comerciales entre empresas
- ✓ B2G: *Business to Government*; Plataforma que permite a las empresas hacer negocios con instituciones gubernamentales.

El internet sin duda ha abierto muchos caminos y oportunidades para el desarrollo del comercio electrónico, siendo la herramienta por excelencia utilizada por miles de empresas para ofrecer sus productos a un mercado de millones de consumidores alrededor del mundo a través de empresas que se hicieron mundialmente conocidas y las más usadas como Ebay, Amazon, Alibabá.

El e-commerce puede abarcar todo el ámbito del comercio tradicional ya que permite hacer marketing, comprar, vender, distribuir y proporcionar información de los productos y servicios a través de la red. Estados Unidos es pionero en cuanto a compras en línea, desde el año 2005 se realiza en ese país el Cybermonday, un evento que tiene por objetivo incentivar a las personas a realizar transacciones en el comercio electrónico, es un día donde las empresas ofrecen productos con descuentos excepcionales.

Este tipo de comercio está presente desde hace algunos años en nuestro país y presenta reales oportunidades para los emprendedores chilenos. Hoy en día cualquier persona con acceso a internet y una tarjeta de crédito puede realizar comprar por internet en los mercados internacionales ya sea para su uso personal o como un emprendimiento para formar su propio negocio. El folleto de la OMC citado anteriormente indica los siguientes: *“Las posibilidades de usar las TIC en beneficio del progreso social y económico de los países en desarrollo de todo el mundo son inmensas, y las PYME desempeñan un papel fundamental a este respecto”*²⁹.

En Chile el comercio electrónico ha llegado para quedarse pues hace 4 años nuestro país importó el CyberMonday de Estados Unidos y lo adaptó creando una versión chilena que hoy se conoce como el CyberDay³⁰. La versión de este año se realizó el pasado 25 de mayo, donde las ofertas duraron 24 horas con la posibilidad de extender la campaña por 48 y 72 horas de acuerdo a la disposición de las marcas.

El Comité de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago (en adelante CCS) es el organismo impulsor de esta forma de comerciar, por lo mismo lanzó una campaña³¹ para fomentar las compras de los consumidores chilenos a través de internet bajo el slogan “Simple, Seguro y Sentado”. La primera palabra alude a la facilidad y rapidez de las operaciones, la segunda porque es un medio seguro que protege la

²⁹ OMC, El comercio electrónico en los países en desarrollo, fuente citada en página n° 60

³⁰ CCS, ¿Qué es el CyberDay Chile?, <http://www.cyberday.cl/cyberdaychile.html>, 20.05.2015, 09:12.

³¹ CCS, Compra sentado, compra por internet, <http://www.simpleseguroysentado.cl>, 20.05.2015, 10:36

información personal y de los medios de pago y la tercera por la comodidad con la que se pueden realizar este tipo de operaciones desde la tranquilidad del hogar o la oficina.

Cristián García-Huidobro, Secretario General de la CCS explica: *“En nuestro país casi el 65% de la población tiene acceso a Internet, con un impulso cada vez más fuerte de la conectividad móvil, lo que se ha traducido en una fuerte dinámica del comercio electrónico. Las empresas, por su parte, han apostado por el desarrollo del e-commerce, lo que hace que las herramientas estén dadas y por ello queremos con esta campaña incentivar el mensaje positivo de la compra online, mostrando los múltiples beneficios que este sistema tiene”*³².

Las perspectivas para el futuro hablan de la evolución del comercio electrónico al comercio móvil (M-commerce o Mobile Commerce) dada la propagación de los Smartphones y de las redes 4G a nivel mundial.

2.2.4 **Logística del comercio electrónico**

El comercio electrónico por sí solo no tiene sustento, una persona que adquiere un producto vía online, busca entre otras cosas comodidad, un menor precio que en el mercado tradicional, y por sobre todo que la gestión y envío de su pedido sea lo más expedito posible. Es entonces cuando toma importancia la logística del comercio electrónico, con las empresas de transporte y carga internacional y más específicamente las empresas de transporte courier.

³²La Nación, Lanzan campaña para incentivar comprar por internet, <http://www.lanacion.cl/noticias/site/artic/20150504/pags/20150504115101.html>, 05.05.2015, 11:23.

A partir de los años 90' en adelante Chile se ha ido transformando en cuanto a la manera de hacer las cosas y las empresas lo han entendido así. Hace 40 años las compañías de transporte y carga internacional ofrecían un servicio en particular, las compañías navieras, líneas aéreas, empresas de Courier internacional, freight forwarder y transportistas terrestres funcionaban todas por separado y con muy poco contacto entre ellas, además las grandes compañías sólo contaban con representantes en Chile.

Con el auge del comercio exterior en la década de los 90, se comienzan a establecer en Chile los grandes operadores de Freight Forwarding potenciando las exportaciones de productos chilenos a los mercados internacionales y las empresas de courier internacional especializadas en el envío de muestras a diferentes países. También se fundan nuevas empresas nacionales de Courier y correo, los transportistas terrestres ven un aumento notable de sus servicios en Latinoamérica realizando viajes habituales y muchas de las compañías aéreas comienzan a ofrecer a sus clientes servicios de envío "Express".

El escenario actual muestra una industria donde la mayoría de las empresas tienden a la integración de todos los servicios de carga internacional. Chile cuenta con varios exponentes de los servicios "Courier" o "Puerta a Puerta" que comprende desde el retiro de la mercancía desde la bodega del productor, clasificación, reembalaje, traslado, tramitación aduanera y finalmente entrega en la puerta de la casa del cliente. Un servicio que sin duda contribuye aún más al aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el comercio electrónico.

De acuerdo al Apéndice VII del capítulo 3 del compendio de normas aduaneras, “*se entenderá por empresas de envíos de entrega rápida, denominadas normalmente empresas courier, aquellas personas naturales o jurídicas, legalmente establecidas en el país, cuyo giro o actividad principal es la prestación de los servicios a terceros, para la expedita recolección, transporte, entrega, localización y mantenimiento del control de los documentos, material impreso, paquetes u otras mercancías durante todo el suministro del servicio*”³³.

2.2.5 Reglamentos y Normas de Comercio Exterior

En un proceso de comercio exterior existen reglamentos y normas técnicas. Los reglamentos son dictados y fiscalizados por instituciones gubernamentales y las normas técnicas son aquellas que tienen que ver con la transacción comercial y son establecidas por el mundo empresarial para proteger sus propios intereses. El cumplimiento de los reglamentos y normas técnicas es vigilado y fiscalizado en el momento en que una mercancía ingresa al país por un paso fronterizo habilitado.

2.2.5.1 Reglamentación chilena

La reglamentación de Chile en cuanto al comercio exterior está estipulada en la legislación aduanera, la cual consta de 3 bloques normativos³⁴:

1. “*El Decreto con fuerza de ley (DFL) N° 30 denominado Ordenanza de Aduana*”

³³ SNA, Empresas de envío de entrega rápida, http://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20070216/pags/20070216135454.html#vtxt_cuerpo_T28, 04.03.2015, 22:15.

³⁴ Valdés, Fernando, Apuntes de la cátedra Taller de Comercio Exterior, carrera Administración de Negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011

2. *“Normas complementarias al DFL N° 30, donde se incluye la Ley Orgánica del Servicio Nacional de Aduanas”.*
3. *“Reglamentos de la ordenanza de aduanas, dentro de los cuales podemos encontrar la Ley 18.525 de 30 de junio de 1986, Normas sobre Importación de Mercancías al país, y el Decreto de Hacienda N° 575, que regula el funcionamiento de la Comisión Nacional de Distorsiones en el precio de mercaderías importadas”.*

2.2.5.1.1 Paso Fronterizo y control aduanero

Un paso fronterizo es el lugar físico ubicado en la frontera entre países por donde está permitido el tránsito de vehículos y personas de un país al otro³⁵. En Chile existen más de 30 pasos fronterizos con los tres países limítrofes, éstos pasos pueden estar o no habilitados para su uso. La vigilancia y fiscalización de los pasos fronterizos está a cargo de diversas instituciones gubernamentales dentro de las cuales se encuentra:

- ✓ El Servicio Nacional de Aduanas: Es el organismo responsable de los pasos fronterizos del país. El artículo 1° del Título Preliminar de la Ordenanza de Aduanas³⁶ lo define de la siguiente manera:

Artículo 1°: *“El Servicio Nacional de Aduanas es un Servicio Público, de administración autónoma, con personalidad jurídica, de duración indefinida, y se relacionará con el Poder Ejecutivo a través del Ministerio de hacienda. Este*

³⁵ Apunte de clases de la cátedra Taller de Comercio Exterior, profesor Fernando Valdés, carrera Administración de negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011.

³⁶ Decreto con fuerza de ley N° 30, <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=238919&idParte=>, 11.04.2015, 17:46.

Servicio será denominado para todos los efectos legales como institución Fiscalizadora y su domicilio será la ciudad de Valparaíso.

A este servicio le corresponderá vigilar 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”.

El artículo 2° establece el ámbito de fiscalización del SNA para el tráfico de personas y mercancías, las cuales solamente pueden transitar por costas, fronteras terrestres, puertos y aeropuertos y zonas de tratamiento aduanero especial como las Zonas Francas.

De acuerdo a este artículo se entiende por Potestad Aduanera: *“El conjunto de atribuciones que tiene el Servicio para controlar el ingreso y salida de mercancías hacia y desde el territorio nacional y para dar cumplimiento a las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las actuaciones aduaneras”.* Se entiende por mercancías: *“Todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna”.*

Además el artículo 44 del mismo documento indica que *“toda mercancía presentada a la Aduana, cause o no derechos, impuestos, tasas y gravámenes, permanecerá bajo su potestad en los recintos habilitados hasta el momento de su*

retiro”. Mientras una mercancía esté bajo su potestad, la Aduana puede realizar inspección de las mismas, para ello existen dos métodos:

- La revisión documental: Como su nombre lo dice, consiste en la sola verificación del contenido del envío mediante la revisión de los documentos que lo acompañan.
 - El aforo físico: Consiste en realizar en una única operación, tanto la revisión documental como la revisión física de las mercancías que ingresan al país.
- ✓ Carabineros de Chile: Organismo encargado de mantener el orden público del lugar.
 - ✓ Policía de Investigaciones de Chile: Controla la migración de personas.
 - ✓ Servicio Agrícola y Ganadero, encargado del control fitosanitario de especies vivas.

Todos los envíos que arriban al país están sujetos a una destinación aduanera, la que entenderemos como: *“La manifestación de voluntad del dueño, consignante o consignatario que indica el régimen aduanero que debe darse a las mercancías que ingresan o salen del territorio nacional”*³⁷. Las mercancías que ingresan al país deben presentar la declaración de ingreso o la declaración de destinación ante la Aduana para que esta apruebe su desaduanamiento, las destinaciones aduaneras pueden ser:

³⁷ SNA, Destinaciones Aduaneras, https://www.aduana.cl/capitulo-3-ingreso-de-mercancias/aduana/2007-02-16/135454.html#vtxt_cuerpo_T7, 03.03.2015, 21:25.

- ✓ Importación: El envío debe continuar con el proceso normal de internación
- ✓ Admisión Temporal: Corresponde al ingreso temporal de mercancías al territorio nacional sin que estén sean nacionalizadas, esto quiere decir que no se ha efectuado su importación formal, no ha pagado los derechos e impuestos y no pierden su calidad de mercancía extranjera.
- ✓ Almacén Particular: Ocurre cuando, los interesados solicitan al Director Nacional del SNA la habilitación de recintos de depósito aduanero para el almacenamiento de mercancías hasta por 90 días sin efectuar el pago de derechos e impuestos.
- ✓ Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo: Este régimen especial de ingreso de mercancías al territorio nacional consiste en la internación de materias primas, piezas, partes o productos no terminados para su transformación y posterior exportación del producto resultante.
- ✓ Reingreso: Corresponde al retorno de mercancías nacionales o nacionalizadas que se hayan acogido al régimen de Salida Temporal o que por causa justificada no se haya acogido a tal régimen.
- ✓ Tránsito: Los envíos en tránsito son aquellas mercancías extranjeras que ingresan al país pero que no pasan por el proceso de desaduanamiento ya que su arribo solo corresponde a una parte del trayecto hacia otro destino.
- ✓ Transbordo: Corresponde a aquellos envíos que se trasladan de un vehículo a otro para continuar a su destino, incluso para aquellos en que ha transcurrido un tiempo entre su arribo y salida.

- ✓ Redestinación: Son envío de mercancías de una Aduana a otra del mismo país en la cual se puede aplicar su destinación aduanera definitiva.

En cualquier operación de comercio exterior existen documentos que se requieren para realizar una exportación o una importación que varían dependiendo del tipo de mercancía y del tipo de transporte utilizado que se denominan Shipping Documents (Documentos de embarque). Los documentos que se utilizan con mayor frecuencia son:

- Conocimiento de embarque: Documento que avala que la mercancía ha sido reconocida y trasladada en el medio de transporte acordado y con las cláusulas que acordaron en el contrato Se conoce por Bill of Lading en el transporte marítimo y por Air Way Bill en el transporte aéreo.
- Packing List o Lista de Empaque: Este es un documento que se solicita en el caso de importación de mercancías en contenedores, el cual debe contener el detalle de las mercancías de cada bulto.
- Certificado de Seguro: Es el documento que respalda la mercancía en caso de ser dañadas en su trayecto.
- Certificado de Origen: Se utiliza para determinar y saber si las mercancías en su mayoría, se han fabricado o producido con materias primas de ese país. Su importancia recae cuando nuestro país tiene un Acuerdo o Tratado que comprenda este requisito para vender o comprar. Según la CCI *“El Certificado de Origen (CO) es un documento que acredita que los bienes que serán*

exportados son totalmente obtenidos, producidos, manufacturados o procesados en un país signatario de un acuerdo o tratado comercial (país de origen). Cada país considera el origen de los bienes importados para determinar el impuesto que se le asignará por el ingreso de la mercancía a él”³⁸.

- Factura Comercial: Es el documento emitido por el fabricante y debe ser presentado en su formato original. La información que debe contener como mínimo la factura comercial es la siguiente:
 - Número de documento y fecha
 - Nombre del emisor
 - Domicilio del emisor
 - Nombre del consignatario
 - Nombre de la mercancía según su especie, tipo o variedad y su cantidad
 - La unidad de medida
 - El valor unitario y el valor total de la venta.

- Certificado Fitosanitario: documento que sirve para comprobar que el material usado, sobretodo en caso de las maderas o arpilleras, etc. Han se encuentran libres de plagas que puedan afectar al producto comprado o vendido.

³⁸ ICC, ¿Qué es y para qué sirve la Certificación de Origen?, <http://www.icc-chile.cl/?p=564>, 13.05.2015, 22:38.

2.2.5.1.2 Costos de importación. Arancel aduanero vigente

El arancel aduanero vigente en Chile estipula el pago de derechos e impuestos para todas las importaciones sobre US\$ 30 valor FOB que ingresen al país, Para el cálculo de estos impuestos la aduana utiliza como base el valor CIF de las mercancías. Se entiende por valor FOB, al valor comercial de las mercancías puestas en el puerto de origen y por valor CIF al valor comercial más el valor del flete y del seguro de transporte. Los impuestos que pagan las mercancías importadas a Chile son:

- Derecho ad valorem: Es el arancel aduanero vigente en Chile y corresponde al 6% del valor CIF declarado.
- IVA: Es el impuesto conocido por todos los chilenos y corresponde al 19% del valor CIF mas el derecho ad valorem
- Impuesto específico: Impuesto que se aplica a cierto tipo de mercancías de acuerdo a un rango establecido para cada caso, a modo de ejemplo se puede mencionar el impuesto específico a los combustibles.
- Impuesto adicional: Como su nombre lo dice corresponde a un impuesto adicional que se paga en algunas ocasiones dependiendo de la naturaleza de la mercancía, se calcula sobre misma base que se calcula el IVA (valor CIF mas derecho ad valorem), para tener en consideración la siguiente tabla muestra algunas mercancías que deben pagar impuestos adicionales:

Tabla 3: Impuesto adicional para importación de mercancías

Impuesto adicional	Mercancías
15 %	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos de oro, platino y marfil - Joyas, piedras preciosas naturales o sintéticas - Alfombras finas y tapices finos Alfombras finas, tapices finos y cualquier otro artículo de similar naturaleza; calificados como tales por el Servicio de Impuestos Internos; - Pieles finas, calificadas como tales por el Servicio de Impuestos Internos, manufacturadas o no; - Conservas de caviar y sus sucedáneos - Armas de aire o de gas comprimido Armas de aire o gas comprimido, sus accesorios y proyectiles, con excepción de las de caza submarina
13%	<ul style="list-style-type: none"> - Aguas minerales, bebidas artificiales y jarabes
15%	<ul style="list-style-type: none"> - Vinos, champaña, sidra y cervezas
27%	<ul style="list-style-type: none"> - Licores, piscos, whisky, aguardientes y destilados, incluidos los vinos licorosos o aromatizados similares al vermouth

50%	<ul style="list-style-type: none"> - Artículos de pirotecnia, tales como fuegos artificiales, petardos y similares, excepto los de uso industrial, minero o agrícola o de señalización luminosa.
-----	---

Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada en la sección de preguntas frecuentes³⁹ de la página web del SNA.

2.2.5.2 Normas técnicas del comercio exterior

Podemos encontrar normas técnicas del comercio exterior en el ámbito nacional e internacional. En Chile se conocen como Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC), su objetivo principal es asegurar el derecho de una elección libre e informada de los consumidores así como nivelar las garantías de seguridad entre bienes importados y los producidos en el mercado local. De acuerdo al “Manual del Importador⁴⁰” elaborado por la CCS y la DIRECON, las regulaciones técnicas normalmente pueden hacer referencia a:

- ✓ *“Requisitos técnicos específicos del producto (atributos de calidad técnica, índices de madurez, calibre, mezcla de fibras, etc)”*
- ✓ *“Estándares industriales (métodos de producción, formulación, no uso de sustancias prohibidas, trazabilidad certificada)”*
- ✓ *“Estándares de mercado (certificación orgánica, de seguridad en el uso, pureza de residuos, uso de transgénicos)”*

³⁹ SNA, Preguntas Frecuentes Importaciones, http://www.aduana.cl/importaciones-de-productos/aduana/2007-02-28/161116.html#vtxt_cuerpo_T4, 31.05.2015, 09:56.

⁴⁰ Programa Asia Pacífico, Cómo importar desde Asia: Conozca las pistas del nuevo Manual del Importador, <http://observatorio.bcn.cl/asiapacifico/noticias/como-usar-tlc-chile-asia-para-importar>, 16.05.2015, 23:18.

- ✓ *“Estándares de embalaje y rotulado (terminología, símbolos, marcas o etiquetado, proceso o métodos de producción)”*

2.2.5.2.1 Normas internacionales

Por otro lado, desde el punto de vista de la globalización, todas las personas vivimos en una aldea global, no obstante las diferencias culturales pueden significar algunos inconvenientes en las transacciones del comercio internacional, los exportadores e importadores se deben poner de acuerdo en todos los ámbitos que involucra una transacción internacional.

Algunos aspectos claves son por ejemplo, hasta qué punto llega la responsabilidad del vendedor y el riesgo es asumido por el comprador, quien se hará cargo del costo del transporte, del seguro y de los costos aduaneros. Por estas razones es que se hacen necesarias las normas técnicas del comercio internacional que resuelven éstos asuntos y estandarizan las prácticas comerciales delimitando las obligaciones de cada una de las partes, con ese fin la CCI creó los International Commercial Terms o Términos Internacionales de Comercio (en adelante INCOTERMS)

2.2.5.2.1.1 INCOTERMS 2010⁴¹:

Son 11 cláusulas actualizadas, internacionalmente aceptadas y utilizadas en las transacciones de compra-venta, se expresan en una sigla de 3 letras y se dividen en 4 grupos según la transferencia de responsabilidad: El grupo de Salida y se identifica con la

⁴¹ ICC, The Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/products-and-services/trade-facilitation/incoterms-2010/the-incoterms-rules/>, 17.03.2015, 20:13.

letra E, el grupo de transporte principal no pagado con la letra F, transporte principal pagado con la letra C y finalmente el grupo de llegada con la letra D.

➤ **Grupo E, Salida:**

- **Ex Work (EXW)** - En la fábrica: Esta es la única cláusula del grupo E, además es la única en la cual el importador asume toda la responsabilidad tanto en la exportación como en la importación ya que el exportador solamente cumple con la responsabilidad de poner las mercancías a disposición del comprador en sus dependencias (fábrica de origen).

➤ **Grupo F, Transporte principal no pagado:**

- ✓ **Free Carrier (FCA)** - Libre transportista: Esta cláusula también significa un mínimo de responsabilidad para el exportador ya que esta se transfiere en el momento en que este hace entrega de las mercancías al transportista elegido por el importador en el lugar convenido que puede ser la fábrica del exportador.
- ✓ **Free Along Side ship (FAS)** – Libre a un costado del buque en el Puerto de origen: El exportador es responsable de poner las mercancías a disposición del importador en el puerto de embarque de origen sin que estas sean cargadas y efectuar los trámites de exportación. El importador por su parte debe contratar el transporte principal, el seguro y realizar los trámites de importación.
- ✓ **Free On Board (FOB)** – Libre a bordo del buque en el puerto de origen: La responsabilidad del exportador llega hasta el momento en que la

mercancía es puesta a disposición del importador a bordo del buque en el puerto de origen, además debe realizar el despacho de exportación. El importador es responsable de contratar el transporte principal, contratar el seguro y realizar los trámites de importación.

➤ **Grupo C, Transporte principal pagado:**

- ✓ **Cost and Freight (CFR)** – Costo y flete: La responsabilidad se transfiere igual que con FOB, con la diferencia que en este caso es el exportador quien contrata y paga el flete internacional. El importador debe contratar el seguro y realizar el despacho de importación.
- ✓ **Cost, Insurance and Freight (CIF)** – Costo, seguro y flete: Esta cláusula es similar a CFR pero con la adición del costo del seguro hasta el puerto de destino por parte del exportador. El importador solo realiza los trámites de importación
- ✓ **Carriage Paid To (CPT)** – Transporte pagado hasta: El exportador es responsable y asume los riesgos hasta el momento en que la mercancía es entregada al primer transportista en el lugar convenido, sin embargo éste debe contratar el transporte principal hasta el punto de destino y realizar el trámite de exportación. El importador debe contratar el seguro y realizar los trámites de importación.
- ✓ **Carriage Insurance Paid to (CIP)** – Transporte y seguro pagado hasta: Lo mismo que con CPT con la diferencia que el exportador contrata el seguro.

➤ **Grupo D, Llegada:**

- ✓ **Delivered At Terminal (DAT)** – Entregado en terminal de destino: El exportador asume todas las responsabilidades, costos y riesgo hasta el momento en que la mercancía es descargada del transporte principal en el terminal de destino, el importador por su parte debe realizar los trámites de importación.

- ✓ **Delivered At Place (DAP)** – Entregado en lugar convenido en destino: El exportador debe entregar las mercancías al importador en el lugar convenido sin que éstas sean descargadas del último medio de transporte utilizado. Si el lugar convenido es el puerto de destino, la responsabilidad se transfiere con la mercancía a bordo del buque, si el lugar convenido es otro definido por el importador la transferencia se realiza al momento de entregarla al importador sin que esta sea descargada.

- ✓ **Delivered Duty Paid (DDP)** – Entregado en destino con derechos pagados: Es la contraparte de la cláusula EXW ya que en este caso es el exportador quien asume casi toda la responsabilidad dejando una mínima parte al importador. El exportador es responsable de poner las mercancías a disposición del importador en el lugar convenido en el país de destino asumiendo los costos de exportación e importación.

Los INCOTERMS también se pueden clasificar en dos grupos dependiendo del medio de transporte que se emplee:

1. INCOTERMS para cualquier medio de transporte: **EXW** (En fábrica), **FCA** (Libre transportista), **CPT** (Transporte pagado hasta), **CIP** (Transporte y seguro pagado hasta), **DAT** (Entregado en terminal), **DAP** (Entregado en lugar convenido), **DDP** (Entregado con impuestos pagados)
2. INCOTERMS para medio de transporte marítimo y vías internas navegables: **FAS** (Libre a un costado del buque), **FOB** (Libre a bordo), **CFR** (Costo y flete), **CIF** (Costo, seguro y flete).

2.3 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Resumen

Vivimos en tiempos donde se habla de globalización, de aldea global, de que estamos viviendo en la era de las comunicaciones, y de que la tecnología ha transformado nuestras vidas. Ésta es la realidad de las generaciones del siglo XXI, que impulsada por la proliferación de las TIC permite que las personas tengamos acceso a una creciente red de comunicación.

El uso de internet, otro de los motores de la globalización, ha pasado a ser algo habitual y cotidiano en nuestras vidas y nos hemos acostumbrado a usar cada vez con mayor frecuencia conceptos con el prefijo “E” de Electric o Electrónico, como el E-mail, E-book, E-learning, E-shop, E-commerce, etc. Este fácil acceso a la red sumado a la integración comercial de los países ha permitido que los consumidores podamos participar

en los mercados internacionales desde un computador utilizando plataformas de e-commerce y adquiriendo mercancías en bajos volúmenes importándolas a Chile.

Las diferentes modalidades del comercio electrónico permiten a las personas desarrollar iniciativas de emprendimiento en el campo de la importación de mercancías que se pueden adquirir a precios más competitivos que en nuestro país. Mirado desde este punto de vista, el e-commerce es una herramienta realmente poderosa que pueden utilizar las personas que desean ser emprendedores y luego convertirse en empresarios de su propia vida y de un emprendimiento que les permita alcanzar la tan ansiada independencia económica, tener su propia empresa y ser su propio jefe. En Chile además, es posible crear una empresa en tan solo un día a través de internet.

La posibilidad de realizar compras en los mercados internacionales desde un computador es muy tentadora tanto para los consumidores como para las empresas dado la comodidad, rapidez y seguridad que brindan las transacciones a través de internet en cuanto a la protección de los datos personales, no obstante, existen algunos riesgos asociados que es importante tener en cuenta antes de realizar cualquier operación, como por ejemplo que el producto recibido no sea el que se pidió, que sea de una menor calidad, que no sea la cantidad solicitada o simplemente que el envío nunca llegue.

Aún con estos riesgos involucrados las comprar a través de internet son muy comunes en Estados Unidos, Europa, China y también en Latinoamérica. Para ello existen varias alternativas de plataformas virtuales que agrupan a cientos de proveedores para ponerlos a disposición de los compradores. Dentro de los sitios web más famosos y utilizados se

encuentran Amazon, Ebay, Lightinthebox, DHGate, DinoDirect, Alibaba y Aliexpress, siendo las dos últimas las más representativas de oriente.

Alibaba por su parte es la plataforma B2B más grande de China y Aliexpress, aunque no lidera en las plataformas B2C, pertenece a los mismos dueños de Alibabá por lo que se espera que siga su camino. Aunque la compañía ha hecho esfuerzos por mejorar la seguridad de su sitio y hoy se encuentra constantemente creando mecanismos de certificación que otorguen mayores niveles de seguridad a los compradores asegurando la autenticidad de las empresas que ofrecen productos vía online, estas páginas no están cien por ciento protegidas contra fraudes y estafas existiendo un gran número de empresas falsas que ofrecen los productos, realizan la negociación luego piden el pago y después desaparecen.

En realidad cualquier chino que quiera ofrecer productos en estas páginas lo puede hacer, además si está dispuesto a pagar tendrá más posibilidades de aparecer en los primeros lugares de las búsquedas o incluso de ser identificado como proveedor destacado.

La manera más segura de cerciorarse de la existencia de una empresa y de la calidad de los productos que ofrece es visitando directamente la fábrica de producción. Lamentablemente la posibilidad de viajar a China no es algo que está al alcance de todas las personas, ni mucho menos de un emprendedor que se está iniciando en el mundo de los negocios internacionales por lo tanto el comercio electrónico sigue siendo la

herramienta más apropiada si se toman algunas precauciones que se explicaran más adelante.

Es muy probable que una persona lleve mucho tiempo realizando compras por medio del comercio electrónico en mercados internacionales e importando las mercancías a Chile y no haber tenido problemas con sus proveedores y tampoco en el proceso de internación, no obstante también existen personas que han tenido que enfrentar este tipo de problemas, algunas veces siendo estafados o teniendo que dejar sus envíos en abandono por no poder aportar los antecedentes necesarios para culminar la liberación de la carga por parte de la Aduana. La mayoría de estos inconvenientes se pueden prevenir siendo proactivo y tomando algunos resguardos como los que se desarrollaran en el transcurso de este informe.

Metodología

El trabajo que se presenta a continuación es una investigación que se ha realizado con una metodología exploratoria basada en una revisión documental que recopila información publicada por personas vinculadas al tema en cuestión, tales como publicaciones conceptuales, gremiales y periodísticas entre otras. El investigador busca *“descubrir ideas y explicaciones tentativas de la realidad estudiada que permitan proporcionar un panorama amplio y general acerca del fenómeno que desea investigar*

dejando en claro que no intenta proporcionar la evidencia concluyente, pues ello requiere de una investigación posterior”⁴².

Para el desarrollo de este estudio, me he inspirado en el libro “Emprender con China” del autor Luis Hernández Castro, fundador y director de Winer Go, una empresa que gestiona negocios entre compañías chilenas y chinas, he incorporado los conocimientos adquiridos en las cátedras de la carrera Administración de Negocios Internacionales como Logística, Distribución Física Internacional, Integración Comercial, Negociaciones Internacionales, Taller de Comercio Exterior y otras.

Además, se han consultado papers publicados por expertos en comercio electrónico y negocios internacionales además de incorporar la información recabada en documentos, estudios e informes publicados por instituciones públicas y privadas tanto nacionales como internacionales como la OMC, el Servicio Nacional de Aduanas, el Programa Asia Pacífico de la Biblioteca del Congreso Nacional, ProChile y la DIRECON entre otras.

Para la propuesta del manual se utiliza toda la información incorporada en esta investigación, como también las recomendaciones ya elaboradas por instituciones como el SERNAC, CCS, DIRECON, Winer Go, y otros sitio de internet especializados en importaciones desde China.

⁴² López, Galo, Apuntes de la cátedra Investigación Internacional de Mercados, carrera Administración de Negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011.

Estructura

La estructura de esta investigación está creada para facilitar la comprensión del documento y está dividida en 5 cuerpos fundamentales, orientados a alcanzar los objetivos específicos.

El primer cuerpo explica los aspectos más relevantes al momento de hacer negocios con empresarios chinos, el segundo identifica y explica detalladamente cada etapa del proceso de compras en el comercio electrónico, en el tercero se detallan las etapas en el proceso logístico de una importación vía courier, el cuarto se refiere a las etapas del control aduanero en Chile. Es necesario destacar que en el segundo, tercer y cuarto cuerpo además se identifican los factores más críticos de riesgo/éxito y finalmente se propone un manual en base a la información presentada. Además, se incorpora un capítulo con las conclusiones obtenidas con la realización de este trabajo.

2.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE ORIGEN


Antes de adentrarnos en la investigación de como comprar e importar mercancías provenientes de China es fundamental conocer algunos aspectos básicos de este país, como sus datos demográficos, geográficos, económicos y culturales, los cuales son esenciales si se quiere establecer relaciones comerciales a largo plazo.

2.3.1.1 Antecedentes Generales de China

Se trata de un país que en el ámbito político mantiene una forma de gobierno unipartidista, liderado por el Partido Comunista Chino inspirado en el comunismo

soviético y en el ámbito económico es un país inserto en la economía de mercado, puesto que ha adoptado una postura capitalista tal como lo reconoció nuestro país en el año 2004.

Tabla 4: Ficha país China 2014

	
FICHA PAÍS CHINA2014	
Indicadores	
PIB 2013 (Miles de millones de US\$,)	9469
PIB Per cápita 2013(US\$,)	11.868
Población 2013 (Millones)	1361
Estructura Etaria	0-15 años 17%; 16-59 años 67,6%; 60 y más 14,9%
Superficie:	9.596.961 Kilómetros cuadrados
Forma de Gobierno	República Popular
Presidente	Xi Jinping
Capital	Beijing
Divisiones Administrativas	23 provincias, 5 regiones autónomas, 4 municipios y dos regiones administrativas especiales
Religión	Libertad de religión
Idioma	Chino Mandarin
Moneda oficial	Yuan

Fuente: Elaboración propia en base a los datos publicados en Guía país – República Popular China 2014 de Pro Chile⁴³ y la ficha país Chile – China 2014 de la DIRECON⁴⁴.

2.3.1.2 Cultura China:

Importar mercancías desde China puede ser una experiencia muy enriquecedora y puede llevar a una persona a convertirse en un emprendedor y a un emprendedor en un empresario, pero a la misma vez se puede transformar en una experiencia frustrante si no se toman algunas consideraciones fundamentales como conocer su cultura o al menos tener conocimientos mínimos de ésta.

Las diferencias culturales suelen ser una barrera difícil de derribar, y si bien nuestro país tiene una posición de privilegio para hacer negocios con los Chinos también tenemos desventaja en este punto ya que China es una superpotencia mundial, lo que les permite imponer su cultura por sobre la nuestra y de los demás países que quieran hacer negocios con ellos, por lo tanto no son los chinos los que se esforzaron por saber un poco más acerca de nuestra cultura, o aprender nuestro idioma, sino los chilenos los que debemos adaptarnos, familiarizarnos y si se quiere ir un poco más allá, aprender un poco de Chino Mandarín no está de más.

No hay que ser experto para saber que entre Chile y China existe un mundo de diferencias culturales, basta con mirar la línea de tiempo de la historia de ambos países y usar un poco de sentido común. Chile es un país tremendamente joven con apenas un poco

⁴³ProChile, Guía país China 2014, http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files/mf/1414010068China_Guia_Pais_2014.pdf, 09.05.2015, 23:46.

⁴⁴DIRECON, Ficha país Chile-China 2014, <http://www.direcon.gob.cl/wpcontent/uploads/2014/12/Chinanoviembre2014.pdf>, 09.05.2015, 23:40.

más de 200 años de historia, mientras que China es una de las civilizaciones más antiguas del mundo donde además se comienza a dar los primeros pasos del comercio internacional, desde la Ruta de la Seda instaurada por el mercader vienés Marco Polo a finales del siglo XIII.

Durante los miles de años de historia china, sus habitantes han sabido sobrevivir a toda costa, pasando por difíciles períodos y soportando muchas privaciones antes de convertirse en la potencia mundial que son hoy en día. Todo esto los ha llevado a modelar una mentalidad que se transmite de generación en generación y que por supuesto condiciona su manera de enfrentar los negocios. *“Se estima que China, más que una cultura, es una civilización con un modo propio y único de mirar el mundo, con una cosmovisión que en el ámbito general está basada en categorías de valores y parámetros muy distintos a los occidentales, y que en el ámbito particular de los negocios genera una brecha y una serie de dificultades que es necesario tener en cuenta y saber salvar a la hora de establecer relaciones comerciales con chinos”*⁴⁵ indica el estudio denominado Necesidades, Tendencias y Oportunidades del Comercio Exterior con China, realizado por la red global de exportación RGX en conjunto con DHL.

Uno de los errores más comunes y que ha causado el fracaso de algunos negocios de empresarios chilenos es pasar por alto este punto, como se menciona en el libro De los

⁴⁵ Red Global de Exportación RGX, Necesidades, Tendencias y Oportunidades del Comercio Exterior con China, http://www.sela.org/attach/258/default/Necesidades_tendencias_y_oportunidades_Comercio_china.pdf, 12.06.2015, 21:57

Andes a la Gran Muralla⁴⁶ del Programa Asia Pacífico de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile “*El mayor error que cometen las empresas y emprendedores que se aventuran en el desafío chino es intentar abordar este mercado gigante sin conocerlo*” y agrega que “*la base de la relación futura con China debe estar cimentada en el conocimiento*”.

La cultura china es altamente tradicionalista y jerárquica por lo tanto el proceso de negociación está fuertemente condicionado por sus costumbres y tradiciones y es muy poco probable que un empresario chino haga negocios con alguien en quien no confía, así lo señaló el Consejero de Comercio de la Embajada de China en Chile en el marco de un encuentro realizado por la Asociación de exportadores de Manufacturas de Chile (ASEXMA) en junio de 2007: “*En China hay un dicho: Para hacer negocios, primero hay que tener amigos. Y para tener amigos, primero hay que conocerse mutuamente*”⁴⁷.

Lo más común cuando una persona va a enfrentar una negociación con una contraparte de una cultura diferente y de la cual se tiene poco conocimiento es dejarse llevar por las propias percepciones que se tiene de ella. Esto puede llevarnos a alterar la realidad y a afectar nuestra capacidad de comprender las ideas y la comunicación no verbal presente en una negociación.

⁴⁶ Programa Asia Pacífico, De los Andes a la gran Muralla, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Primera edición, Valparaíso, 2010, página 69.

⁴⁷ Yuming , Cheng, Llamam a fortalecer lazos empresariales Chile-China, <http://observatorio.bcn.cl/asiapacifico/noticias/llaman-a-fortalecer-lazos-empresariales-china-chile>, 19.06.2015, 23:47

De acuerdo al estudio de RGX citado anteriormente, los siguientes son los estereotipos más comunes que pueden estar presentes en una negociación con una contraparte china. La tabla además incorpora un consejo de cómo evitarlos.

Tabla 5: Estereotipos y consejos para evitarlos

Estereotipo	Consejo
<i>“Los chinos siempre tratarán de engañarme”</i>	Negociar con orden y claridad, ser minucioso y dejar las cosas claras desde el comienzo
<i>“Los chinos se creen superiores”</i>	Admire lo admirable pero siempre manteniendo la calma
<i>“Los chinos mienten”</i>	Aprender lo más posible acerca del modo de pensar chino, de manera de saber que elementos ellos asumen como obvios.
<i>“Los chinos no respetan la palabra”</i>	Esperar siempre a que los chinos hagan cambios al contrato ya que ellos lo ven como un punto de partida de una relación de negocios, no como algo rígido a lo que hay que ajustarse.
<i>“Los chinos se demoran adrede en los negocios”</i>	Estar preparado estableciendo plazos acordes ya que las cosas podrían no ir tan rápido como uno espera.
<i>“Los chinos son tacaños y miserables”</i>	Enfrentar a la contraparte china con una negociación de suma cero, tal como ellos lo hacen con quien no conocen

“A los chinos no les importa la calidad”	Ser enérgico e inflexible en los estándares de calidad del producto
“A los chinos no les importa el medio ambiente”	Si se está en China, no es bueno reclamar por la calidad del aire, al fin y al cabo solo está de visita.
“Los chinos odian a los occidentales”	Comportarse de manera confiable para ser retribuido, no obstante esto no será instantáneo, se necesita tiempo para lograrlo.

Fuente: Elaboración propia

2.3.1.3 Geografía y negocios en China

Además de tener conocimientos acerca de la cultura china, también es importante conocer su distribución geográfica ya que es un país con una de las extensiones territoriales más grandes del mundo, con grandes ciudades y provincias.

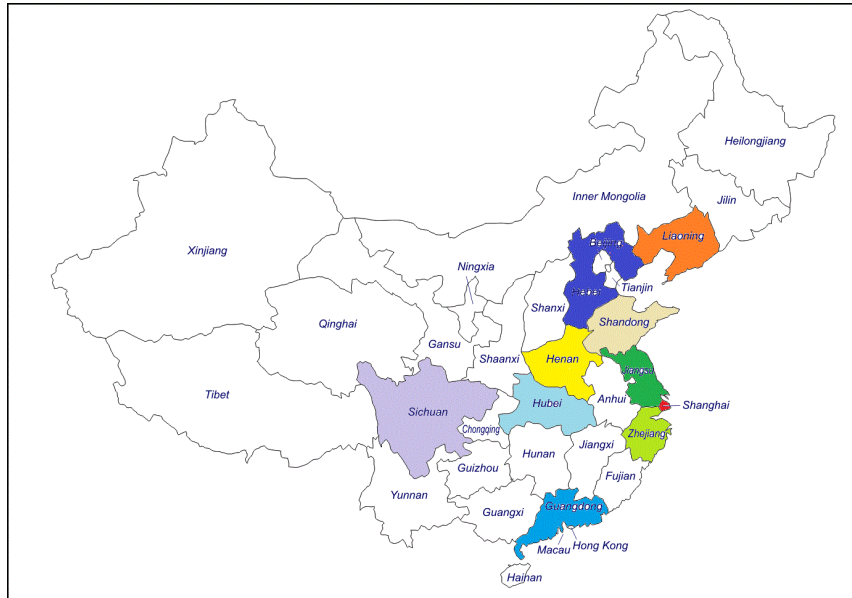
Cuando un importador está interesado en comprar mercancías en China debe saber en qué lugar de ese país se producen esos bienes, esto es de suma importancia ya que existen costos asociados al transporte dependiendo de la ubicación del fabricante chino. Además permite al importador saber si está comprando en una zona especializada en la producción de los bienes que desea adquirir y le proporcionará una variable más para la búsqueda y selección del proveedor y para minimizar los riesgos al momento del pago, como lo argumenta Luis Hernández, director de Winner Go: “Imaginémoslo al revés, si los chinos estuviesen comprando algo en Chile, por ejemplo artículos de greda. Si el proveedor se

llama Pomaire Limitada, y la cuenta del banco está en Punta Arenas, entonces da para sospechar”⁴⁸.

A continuación se muestra el mapa político de China y una tabla con 10 de las principales provincias y el sector de la industria en que se encuentran especializadas, lo que proporcionará una idea de donde se puede empezar buscando. De todas formas creo que una buena idea es empezar por aquellas provincias cercanas a la costa y principales puertos como también aquellas donde hay grandes centros de distribución y aeropuertos con el fin de disminuir el costo del transporte interno en ese país. Recordemos que en el capítulo 1 se presentaron las principales ciudades y aeropuertos de China donde tiene presencia la empresa DHL Express, donde también participan el resto de actores de la industria como en Shanghai, Beijing y Hong Kong, de hecho esta última se considera la puerta de entrada a China.

⁴⁸ Hernández, Luis, Cómo elegir proveedores chinos y consejos para minimizar riesgos, <http://www.winnergo.cl/como-elegir-proveedores-chinos-y-consejos-para-minimizar-riesgos>, 04.06.2015, 22:27.

Ilustración 1: División política de China



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Provincias y oportunidades de mercado de importación desde China

PROVINCIA	CAPITAL	SUPERFICIE (Km2)	OPORTUNIDAD DE MERCADO
Liaoning	Shenyang	150.000	Comercio
Henan	Zhengzhou	167.000	Textil, maquinaria
Jiangsu	Nanjing	102.600	Industria
Shanghai	Shanghai	6.340	Autos, tecnologías informáticas (IT)
Zhejiang	Hanzhou	101.800	Industria
Guangdong	Guangzhou	180.000	Industria liviana (Ropa)
Hubei	Wuhan	185.000	Comercio
Sichuan	Chengdu	485.000	Comercio
Shandong	Ji'nan	156.700	Agroindustria
Hebei	Shijiazhuang	190.000	Comercio

Fuente: Elaboración propia

Los chinos cuentan con una diversidad y capacidad productiva impresionante, ellos son capaces de producir desde automóviles de última generación, aviones y maquinaria pasando por equipos de avanzada tecnología, sistemas informáticos, y todo tipo de TIC del siglo XXI, además de una gigantesca industria textil hasta los más sencillos artículos de uso cotidiano. Por eso es vital que el importador tenga muy claro que es exactamente

lo que necesita comprar ya que es muy fácil marearse entre tanta oferta, eso sí, sin dejar de observar el mercado para no perder buenas oportunidades.

De acuerdo al documento Evaluación TLC Chile-China; a siete años de su entrada en vigencia⁴⁹ citado con anterioridad, se puede tener una idea de la oferta exportable de los chinos. Estos son los principales productos exportados por China:

- ✓ *“Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes y aparatos de grabación”*
- ✓ *“Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos”*
- ✓ *“Prendas y complementos de vestir de punto”*
- ✓ *“Muebles, mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares”*
- ✓ *“Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía y cinematografía”*
- ✓ *“Manufacturas de fundición, de hierro o de acero”*
- ✓ *“Materias plásticas y manufacturas de estas materias”*
- ✓ *“Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres”*
- ✓ *“Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes”*

Del mismo documento se puede extraer cuales fueron los principales productos importados desde China a Chile:

- ✓ *“Teléfonos móviles (celulares) y de otras redes inalámbricas”*
- ✓ *“Máq. autom. p/procesamiento de datos, portátiles, peso ≤ 10 kg, constituidas al menos por 1 central de proceso, 1 teclado, 1 visualizador”*

⁴⁹ DIRECON, Evaluación TLC Chile-China; a 7 años de su entrada en vigencia, citado en página N° 57

- ✓ *“Los demás automóviles de turismo con motor de émbolo de encendido p/chispa, de cilindrada entre 1000 y 1500cc”*
- ✓ *“Los demás calzados con suela de caucho/plástico y parte sup. de materia textil”*
- ✓ *“Neumáticos nuevos de caucho, para autobuses o camiones”*
- ✓ *“Urea, incluso en disolución acuosa”*
- ✓ *“Los demás juguetes y modelos para entretenimiento, incluso animados”*
- ✓ *“Productos laminados de hierro/acero sin alear, de ancho ≥ 600 mm, revestidos de aleaciones aluminio cinc”*
- ✓ *“Pantalones de mezclilla (Denim), de algodón, para mujeres o niñas”*
- ✓ *“Pantalones de mezclilla (denim), de algodón, para hombres o niños”*
- ✓ *“Videoconsolas y máquinas de videojuego, excepto las que se activen con medios de pago”*
- ✓ *“Los demás productos laminados de hierro/acero sin alear, de ancho ≥ 600 mm, cincados de otro modo, excepto electrolíticamente y ondulados”*
- ✓ *“Los demás productos laminados planos de aceros aleados, de ancho ≥ 600 mm, simplemente laminados en caliente, sin enrollar”*
- ✓ *“Suéteres, pullovers, cárdigan, chalecos y artículos similares, de punto, de algodón”*
- ✓ *“Los demás aparatos para recepción/conversión/transmisión de voz, imagen y otros datos”*

2.3.2 Proceso de compra de mercancías en el comercio electrónico chino.

Para visualizar de mejor manera las oportunidades que brinda el comercio electrónico para los consumidores se ha elaborado un cuadro de ventajas y desventajas basado en el estudio del SERNAC⁵⁰ citado en el capítulo 1 de este informe:

Tabla 7: Ventajas y desventajas del comercio electrónico

Ventajas	Desventajas
Comodidad	Incapacidad de revisión física de los productos
Precios bajos, ofertas y promociones	Posibilidad de ser estafado
Seguridad	Incumplimiento de las condiciones pactadas.
Rapidez, Ahorro de tiempo	Inexistencia de tienda física para gestión de reclamos
Disponibilidad de productos	
Facilidad de compra e información	
Mercado global, Mayor variedad	
Rápido suministro	

Fuente: Elaboración propia

⁵⁰ SERNAC, Estudios Descriptivo del E-Commerce en Chile y Análisis de Reclamos ante SERNAC, citado en página N° 36.

La tabla anterior da cuenta de que son más las ventajas que las desventajas al realizar compras por este medio. Según el estudio de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico⁵¹ citado con anterioridad, la principal ventaja de comprar por internet es la comodidad y en segundo lugar la ventaja de precios.

Esta investigación pretende ser una herramienta que pueda utilizar el lector, ya sea una persona individual o un emprendedor, por lo tanto solamente ahondaré en la información más relevante para ello. En este caso explicare las opciones que tienen los compradores online en el mercado electrónico chino, en la modalidad B2B para emprendedores que ya cuentan con una empresa y también la modalidad B2C para personas individuales.

Antes de adentrarnos en la compra como tal y sus diferentes modalidades es indispensable precisar qué es lo que vamos a comprar, o sea, lo primero sería definir cuál es el producto o la mercancía que vamos a importar. Definir el producto es una de las variables más importantes y que el importador debe manejar con absoluta claridad ya que a partir del tipo de mercancía es que se van manejando el resto de factores y participantes del proceso de compra e importación. El importador entonces, debe conocer todas las características físicas del producto que necesita adquirir, tales como: el peso, medidas, volumen, materiales, empaque y cualquier otro que sea relevante, además de todas las especificaciones técnicas dependiendo del tipo de producto y por supuesto la calidad y la cantidad que se requiere.

⁵¹ CCCE, La compra online en Colombia, citado en página N° 38

Una vez realizado el primer paso, el importador está en condiciones de buscar los proveedores del producto seleccionado. En el comercio electrónico es posible encontrar una gran variedad de páginas web que agrupan a miles de empresas que ofrecen sus productos vía online y se diferencian por el tipo de clientes a los que apuntan. A continuación se describirán las empresas Alibaba.com para la modalidad B2B y Aliexpress.com para la modalidad B2C en el mercado chino para el resto del mundo.

2.3.2.1 MODALIDAD B2C, Aliexpress:

Esta modalidad está dirigida al segmento de consumidores finales que son personas que quieren adquirir productos para su uso personal, por lo tanto la mayoría de los vendedores ofrecen incluso pedidos por tan solo una unidad. A pesar de que es una plataforma destinada a consumidores finales, también es utilizada por pequeños empresarios.

Si bien el sitio líder en este segmento en China no es Aliexpress.com, lo utilizaremos como ejemplo ya que es una empresa que pertenece al grupo Alibaba, la plataforma más grande de e-commerce en China y de quienes se hablará a continuación de la modalidad B2B. Según la misma página: *“AliExpress es una plataforma de comercio electrónico que permite a compradores y vendedores de todo el mundo entrar en contacto. Además de los varios millones de productos disponibles, AliExpress ofrece un sistema de*

Protección del Comprador gracias al cual tu pago estará protegido hasta que hayas recibido tu compra y estés satisfecho con ella”⁵².

El proceso de compra a través de este sitio es bastante sencillo ya que el importador o mejor dicho el consumidor se puede desentender del proceso logístico de la importación de su envío. El sitio realiza envíos gratis hasta el domicilio del comprador, sea cual sea el país de destino, siempre que este cuente con servicio postal, no obstante también existe la posibilidad de optar por un envío courier.

Aliexpress permite realizar compras de cualquier tipo de productos y por lo general son con un cuyo valor declarado no excede los US\$ 30 independiente de que su valor real sea superior a esta cifra e ingresan al país como artículos de uso personal, no pagan impuestos ni derechos aduaneros incluyendo el IVA y tienen ingreso libre al país, esto quiere decir que Aduana no realiza aforo documental ni físico, a menos que este mismo organismo determine lo contrario, es un riesgo que siempre se corre.

El comprador de Aliexpress tiene a su disposición un sistema de seguimiento de envíos que le permite saber en qué etapa del ciclo logístico se encuentra su pedido. El tiempo de entrega depende del país de destino, por lo general se establece entre 10 y 40 días si se envió por correo ordinario (gratis), no obstante, según lo que indica el sitio web *“AliExpress no se hará responsable del tiempo que los productos puedan pasar retenidos*

⁵² Aliexpress, ¿Qué es Aliexpress?, <http://activities.aliexpress.com/es/userguide.php?spm=2114.11040108.156.9.NYBQIV>, 09.05.2015, 21:25.

*en aduanas de tu país, en cuyo caso el proceso de llegada puede tomar más tiempo*⁵³.

Por lo tanto este es un riesgo que se debe tener siempre en cuenta.

2.3.2.1.1 Protección al comprador

El sistema de protección al comprador garantiza la autenticidad de los productos que ofrecen los vendedores así como el reembolso del dinero si el vendedor no realiza en envío en los plazos establecidos para ello (60 días como máximo), el cual se realizará en un plazo de 10 días hábiles. Además si el comprador no queda satisfecho con la compra porque el producto no es lo que esperaba, tiene la posibilidad de devolverlo al proveedor haciéndose cargo de los costos del retorno del envío al país de origen. Todos los pagos realizados en Aliexpress están protegidos por el programa de protección al comprador.

2.3.2.1.2 ¿Cómo comprar?

El proceso de compra a través de este sitio web consta de 8 etapas que se presenta a continuación:

⁵³ Aliexpress, ¿Cuánto tarda la entrega de productos a mi país?, <http://activities.aliexpress.com/es/faq2.php?spm=5261.1432630.1998243376.2.67AgRV>, 09.05.2015, 23:34.

Figura 2: Etapas del proceso de compra en Aliexpress



Fuente: Elaboración propia

1. **Registro:** Para poder realizar comprar a través de este sitio es necesario estar registrado como usuario, el registro es similar al de cualquier otro sitio web, donde se solicita una dirección de correo electrónico, un nombre de usuario y una contraseña.
2. **Definir el producto:** Definir claramente cual o cuales son los productos que se quieren adquirir, sus características y especificaciones técnicas, peso, volumen, calidad, cantidad y cualquier factor relevante.
3. **Búsqueda y elección del proveedor:** Buscar y elegir un proveedor adecuado. En esta página solo es posible obtener información de los proveedores a partir de las valoraciones que han hecho otros compradores.

Las recomendaciones para filtrar proveedores se desarrollaran más adelante.

4. **Confirmación de datos:** Luego de la elección del proveedor lo que sigue es proporcionar los datos relacionados con la dirección de entrega
5. **Confirmar el pedido:** En esta parte el comprador tiene la opción de agregar más unidades al pedido y también puede seleccionar la empresa de transporte que se encargara del proceso logístico.
6. **Forma de envío:** La mayoría de los productos que se ofrecen en Aliexpress son con envío gratis vía postal, los cuales pueden tardar hasta 60 días en llegar al domicilio. En algunos casos el envío solo se realiza a través de empresas de transporte Courier como DHL con un costo de servicio que debe asumir el comprador y en otras ocasiones el comprador puede elegir entre las dos alternativas dependiendo de su grado de urgencia.

Las diferentes opciones del medio de transporte se revisarán más adelante.

7. **Seleccionar medio de pago:** Una vez que se ha confirmado el pedido lo que sigue es seleccionar el medio de pago, las alternativas son: Tarjeta de crédito bancaria, western unión o transferencia bancaria.
8. **Esperar arribo:** Luego de terminada la operación, el comprador solo debe esperar a que su envío llegue a su domicilio, el tiempo de transito dependerá del medio de transporte seleccionado.

En este proceso de compra existen etapas que se consideran más críticas y en las cuales es conveniente detenerse para analizarlas en detalle, con el fin de aclarar dudas al respecto, ya que es donde se cometen errores con mayor frecuencia, estas son en la elección del proveedor, en la forma de envío y en la forma de pago.

2.3.2.1.2.1 Búsqueda y selección de proveedores

Aliexpress cuenta con un sistema de valoración de proveedores⁵⁴, que es la herramienta con la que cuentan los compradores para seleccionar al vendedor. Este sistema consiste en calificaciones y comentarios que han hecho otros usuarios a cerca del proveedor así como el número de ventas que ha realizado. Con esta información el comprador se puede hacer una idea de la fiabilidad y del servicio ofrecido por el vendedor.

Una vez que el comprador ha confirmado la recepción de su pedido tiene la opción de calificar el servicio recibido por medio de una escala que va desde 1 a 5 estrellas, además de poder comentar su experiencia de compra. De acuerdo a la valoración de estrellas, se otorgan puntos al vendedor de la siguiente manera:

- ✓ De 1 a 2 estrellas: -1 punto
- ✓ 3 estrellas: 0 puntos
- ✓ De 4 a 5 estrellas: +1 punto

⁵⁴ Aliexpress, Preguntas frecuentes (sistema de valoraciones), <http://activities.aliexpress.com/es/faq4.php?spm=5261.1432828.1998243378.7.DiJpxi>, 07.06.2015, 22:34.

Los puntos se van sumando y a medida que aumentan, el vendedor consigue primero medallas, luego diamantes y finalmente coronas. El sistema funciona de la siguiente manera:

- ✓ Cuando el vendedor logra acumular 499 recibe su 5° medalla
- ✓ A partir de los 500 puntos comienza a recibir diamantes
- ✓ Cuando llega a los 19.999 puntos consigue su 5° diamante
- ✓ A partir de los 20.000 puntos comienza a recibir coronas
- ✓ Cuando alcanza los 400.000 puntos consigue la 5° corona que es la más alta puntuación.

Lo más lógico entonces, sería que el comprador filtrara a sus posibles proveedores de acuerdo a estas valoraciones, dando preferencia a aquellos que tengan las mayores puntuaciones.

2.3.2.1.2.2 Formas de envío

En esta modalidad la forma de envío está fuera del control del importador ya que es definida por el proveedor. Actualmente los compradores pueden elegir principalmente entre dos alternativas, que se describen a continuación:

1. Free Shipping (Correo Postal): Esta forma de envío está a cargo de la empresa nacional de correo postal de China (China Post Mail). Esta empresa ofrece servicios de envíos internacionales, los cuales al llegar a Chile son recibidos por la empresa Correos de Chile, quienes realizan todos los trámites de importación y realizan la entrega, el tiempo de entrega es entre 1 y 2 meses.

Si el envío generó costos de desaduanamiento, correos de Chile se lo hará saber al consignatario para que este se acerque a pagar dichos costos y hacer retiro de su paquete, si por el contrario, el envío tiene ingreso libre será entregado en el domicilio del comprador sin cobro alguno.

2. Empresas de transporte expreso: Son compañías internacionales que ofrecen un servicio de entrega rápida a cambio de un cobro extra a cargo del comprador, el cual dependerá del tipo de producto (tamaño, volumen) y su valor declarado. Permiten realizar seguimiento al envío en todo momento y saber con cierta exactitud el día de llegada. Dentro de estas se encuentran las que ya conocemos en Chile: DHL, FEDEX y UPS entre otras.

➤ DHL Express: Se definió en el capítulo 1 de este informe.

✓ Datos de contacto:

- Dirección: Río Itata 9651, Parque Industrial Enea, Pudahuel, Santiago
- Horario de atención servicio al cliente: lunes a viernes de 08:30 a 18:30 hrs.
- Teléfonos: 800 800 345 o desde celular: 02 280 20 50
- Página web: www.dhl.cl

➤ FedEx Express: Es una línea aérea y de logística internacional de origen estadounidense, fundada en el año 1971 y que tiene cobertura a nivel mundial, pero que participa principalmente en el mercado estadounidense y europeo.

✓ Datos de contacto:

- Horario servicio al cliente: 24 horas
- Teléfonos: 800 36 3030
- Página web: www.fedex.com

➤ UPS: *“Fundada en 1907 como una empresa de mensajería en Estados Unidos, UPS ha crecido hasta convertirse en una corporación multimillonaria enfocándose en la meta de habilitar el comercio mundial. Actualmente UPS, o “United Parcel Service Inc.”, es una empresa internacional que lleva una de las marcas más reconocidas del mundo. Somos la mayor empresa de entrega de paquetes y mensajería express del mundo y, el líder en servicios de transporte, logística, capital y comercio electrónico”*⁵⁵.

✓ Datos de contacto:

- Dirección: Unión Americana 221, Santiago, Chile
- Teléfonos: 562-685-0700 / (800) 742-587
- Página web: www.ups.com

2.3.2.1.2.3 Formas de pago

Lamentablemente Aliexpress no cuenta con la opción para pagar a través de PayPal (explicado más adelante) que es el sistema de pagos internacionales que más se está usando en la actualidad. El sistema de pago de Aliexpress es similar al de PayPal, se llama

⁵⁵ UPS, Acerca de UPS, <http://www.ups.com/content/cl/es/about/index.html?WT.svl=Footer>, 13.05.2015, 22:34

Alypay que acepta pagos con tarjetas de crédito bancarias, transferencias bancarias y Western Unión entre las más utilizadas. El sistema funciona de la siguiente manera:

1. El comprador realiza el pago.
2. Aliexpress alerta al exportador para que éste realice el envío del pedido.
3. Cuando el importador recibe el paquete debe dar aviso a Aliexpress.
4. Aliexpress libera el pago al proveedor.

¿Qué pasa si el comprador recibió un producto que no corresponde con su pedido o éste llegó en malas condiciones?

El comprador tiene un plazo de 5 días desde el recibo para abrir una disputa con el proveedor e intentar recuperar su dinero. Por lo tanto los aspectos claves son nunca confirmar la llegada de un envío si esto no ha sucedido y estar atento a los días que han transcurrido desde que el proveedor confirmó el envío.

Formas de pago aceptados:

- ✓ **Tarjetas de crédito bancarias:** Son las tarjetas proporcionadas por los bancos a sus clientes, se pueden utilizar como instrumento de crédito, el cual genera intereses y como medio de pago sujeto a distintas tarifas por concepto de comisiones. Las tarjetas de crédito bancario que acepta hoy Aliexpress son Visa y MasterCard.
- ✓ **Transferencia Bancaria (Internacional) u Orden de Pago Simple:** Consiste en una orden de pago entregada por el dueño de la cuenta (importador) a su banco,

para que éste realice una transferencia de dinero a la cuenta del beneficiario (exportador) quién solo necesita identificarse en su banco para hacer efectivo el cobro, incluso se puede omitir este paso ya que la transferencia se realiza directamente a su cuenta personal. La transferencia está sujeta al cobro de comisiones, que van a depender cada banco.

- ✓ **Western Union:** Es una compañía internacional que ofrece el servicio de envío de dinero a cualquier parte del mundo. La disponibilidad de los fondos transferidos es inmediata una vez aprobada la operación. Las operaciones a través de este medio están afectas al pago de un impuesto del 19% sobre los cargos por la transacción.

2.3.2.2 MODALIDAD B2B, Alibaba:

Esta modalidad atiende al segmento de empresas. Los sitios más populares en China son HC360.com, Made-in-China.com, DHgate.com, GlobalSourses.com, pero el líder indiscutido en este segmento es Alibaba.com que en la actualidad posee el 44,13 % de participación de mercado⁵⁶ en China dejando muy atrás a su primer seguidor con un 4,86 %. De acuerdo a lo que se indica la misma página: *“Alibaba es el mercado online B2B más grande del mundo. Es una plataforma de información que ayuda a conectar pequeñas y medianas empresas de todo el mundo, sin importar la ubicación o el tamaño de sus negocios”*⁵⁷.

⁵⁶China internet watch, China B2B E-commerce Market in Q1 2015, <http://www.chinainternetwatch.com/13352/b2b-q1-2015>, 09.05.2015, 23:48

⁵⁷Alibaba, ¿Qué es Alibaba?, http://spanish.alibaba.com/help/new_user.html#a1-1, 09.03.2015, 21:46

Los compradores de Alibaba necesitan tener una empresa ya que es una plataforma B2B y la mayoría de los negocios son al por mayor, de hecho muchos proveedores solo realizan ventas a partir de una cantidad mínima estipulada por ellos mismos, no obstante también es posible que se registre una persona individual indicando su nombre como el de una empresa. El proceso de compra a través de esta página también es bastante sencillo y es similar al descrito anteriormente en la modalidad B2C, con la diferencia de que en este caso es posible negociar las condiciones de compra con el proveedor.

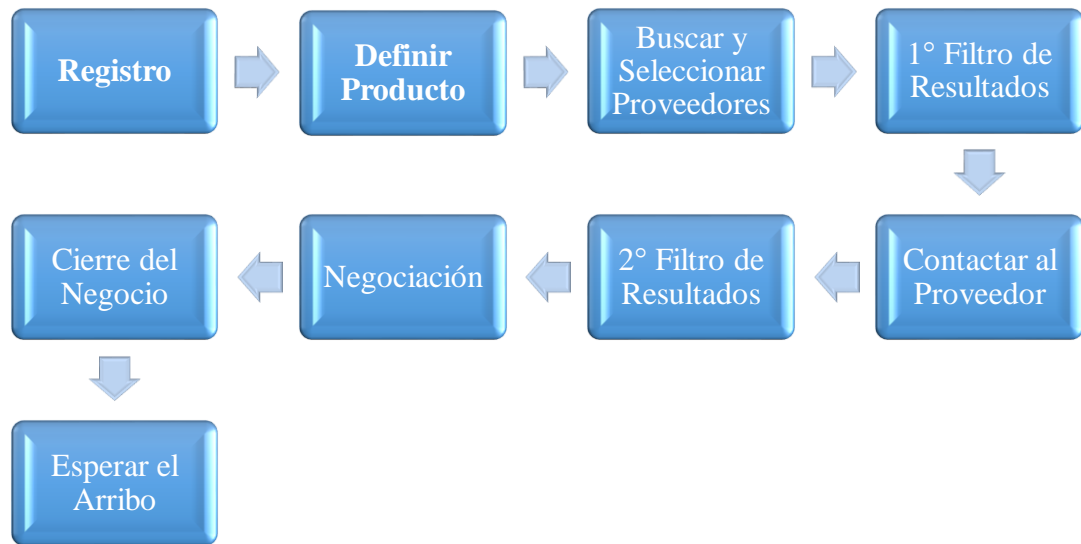
Hay que tener en cuenta que esta compañía no es un fabricante ni un proveedor, los productos que se ofrecen en su sitio web no son de su propiedad y tampoco se involucra en las transacciones entre comprador y vendedor. Por lo tanto, todo lo que respecta a consultas específicas de los productos así como del medio de pago y forma de envío de los mismos se debe realizar directamente entre las partes involucradas, pudiendo el comprador contactar al proveedor a través de la página web.

En Alibaba es posible encontrar proveedores de varios países, no tan solo de China, por lo que si queremos adquirir productos chinos, debemos asegurarnos primero de que sea un proveedor de ese país.

Luego de registrarse y teniendo claro que es lo que se necesita comprar, consiste en buscar los productos en sus diferentes categorías, filtrar los resultados, contactar al proveedor, negociar las condiciones de la transacción y cerrar el negocio como se muestra en la siguiente figura:

2.3.2.2.1 Proceso de compra en Alibaba

Figura 3: Etapas del proceso de compra en Alibaba



Fuente: Elaboración propia

Al igual que en el caso anterior, se indicaran los factores más relevantes en cada etapa y más adelante se explicarán aquellas etapas del proceso de compra que se consideran más críticas, que como sabemos son las asociadas con el proveedor, las formas de envío y de pago.

1. **Registro:** Similar B2C
2. **Definir producto:** Similar B2C
3. **Búsqueda y selección de proveedores:** Consiste en realizar una búsqueda de aquellos que más se asemejen con los requerimientos del producto.
4. **1º Filtro de resultados:** El punto de partida para realizar el filtro es observando las valoraciones de la página.


5. **Contactar al proveedor:** Es el primer contacto con los posibles vendedores, consiste en solicitar cotizaciones. La cotización es la solicitud de información respecto al producto, principalmente en relación al precio.
6. **2° Filtro de resultados:** Consiste en la elección de proveedores de acuerdo a la información obtenida en las cotizaciones.
7. **Negociación:** En esta etapa es posible negociar las condiciones en que se llevara a cabo el negocio, tales como el INCOTERMS, la forma de envío y la forma de pago. El poder de negociación del comprador está condicionado principalmente a la relación que se haya podido establecer en el contacto y luego a su capacidad de compra.
8. **Cierre del negocio:** Se entiende una vez efectuada la orden de compra.
9. **Esperar arribo:** El comprador se puede desentender en parte del proceso de importación, si su envío no supera los US\$ 1000 FOB, ya que la empresa transportista realizará toda la tramitación aduanera en su nombre, a menos que le indique lo contrario o que se requiera algún antecedente extra. Cómo sabemos, si el envío supera esa cifra, entonces el importador debe estar atento para entregar los documentos a su agente de aduanas para que este lo represente ante la Aduana.

2.3.2.2.1.1 Búsqueda y selección de proveedores


Alibaba a diferencia de Aliexpress cuenta con un sistema de calificación de proveedores que permite verificar sus antecedentes, estas inspecciones son realizadas directamente por Alibaba y también por empresas externas. En este sitio se pueden

encontrar proveedores que son miembros gratuitos que no han sido verificados, y proveedores verificados.

La recomendación es buscar aquellos proveedores que cuentan con algún sello de certificación de Alibaba⁵⁸ como los que se describen a continuación:


-  Gold Supplier (Proveedor oro): Este es un sello distintivo para proveedores que pagan una membresía a la compañía, se otorga a aquellas empresas que están realmente interesadas en vender sus productos en la página y aceptan que sus antecedentes sean verificados. Todos los proveedores gold de China deben pasar por el Onsite Check mientras que los proveedores de otros países deben pasar por el A&V Check.


Una vez que el proveedor es aprobado como miembro gold supplier, se autoriza para mostrar el logo que acredita su autenticidad. Junto al logo también se puede visualizar el número de años que tiene como miembro. Como regla general el comprador debiese preferir aquellos proveedores que tienen mayor cantidad de años con el logo.

-  A&V Check: Se otorga a los global gold suppliers o proveedores oro internacionales (fuera de China). Es una inspección realizada por personal

⁵⁸ Alibaba, Verification Service, http://service.alibaba.com/buyer/ab/safety_security/products/verification_services.php, 12.04.2015, 23:46

de Alibabá y confirmada por una empresa externa. Es la más básica ya que solo verifica la licencia del negocio y los datos de contacto.

-  Onsite Check: Se otorga a los gold suppliers de China, incluidos los de Taiwan y Hong Kong. Es una verificación realizada por Alibabá a las instalaciones físicas del proveedor, donde además de la licencia y los datos de contacto es posible constatar el tipo de negocio, su localización, el estado de las instalaciones, sus operaciones y otras certificaciones que posea. Toda la información es verificada también por una empresa externa.

-  Supplier Assessment: Es una certificación opcional para los proveedores gold de China. En esta revisión no participa Alibaba, es realizada por una empresa externa para verificar la reputación y credibilidad de la empresa proveedora. Es la más completa de todas, incluye todo lo del Onsite check, y además verifica: las principal línea de productos y/o servicios, la gestión de recursos humanos, la capacidad de producción exportable, los conocimientos en comercio internacional, la calidad de los productos, la administración del proceso productivo, el desarrollo y planes de expansión de la empresa y el flujo productivo entre otras.

2.3.2.2.1.2 Formas de envío

En esta modalidad la forma de envío es acordada entre las partes, el tipo de envío que se puede elegir desde China depende, como siempre, del tipo de mercancía y su valor. Además es fundamental que tanto el vendedor como el comprador tengan conocimientos en comercio internacional, principalmente sobre los INCOTERMS.

Para conocer cuáles son las alternativas de transporte que tiene un importador que adquiere mercancías en la modalidad B2B, se hace necesario describir el funcionamiento de la logística del comercio electrónico, tema que se desarrollará más adelante de manera independiente.

2.3.2.2.1.3 Formas de pago

En el comercio internacional existen diversas formas de pago, si uno entra a la página web de Alibaba, puede encontrar una guía para los compradores donde se mencionan algunas de estas. Si bien los expertos recomiendan protegerse de los riesgos utilizando instrumentos de pago como por ejemplo la carta de crédito, la cual es más adecuada cuando se trata de importaciones mayores, por lo que para la relevancia de este estudio se mencionaran solamente aquellas que están disponibles y que mayormente se utilizan para el pago de envíos courier, estas son: Transferencia Bancaria Internacional, Western Unión y PayPal. Las dos primeras ya se explicaron en la modalidad B2C por lo que solo se ahondará en la información acerca de la forma de pago utilizando PayPal.

Pago con PayPal

PayPal es hoy en día la manera más rápida, fácil y segura que está disponible para realizar pagos internacionales. Para utilizar este servicio solo se necesita estar registrado

en la página web (www.paypal.com) y luego de esto agregar una tarjeta de crédito desde la cual se descontara el dinero para realizar los pagos.

Si bien es cierto que las tarjetas de crédito son una forma de pago a la cual no tienen acceso todas las personas, en Chile ésta realidad ha cambiado y hoy es posible que la gran mayoría de los chilenos pueda proteger sus transacciones internacionales a través de este servicio gracias a un convenio entre la red Multicaja y PayPay⁵⁹, que permite a las personas anclar su cuenta vista, de ahorro e incluso la Cuenta Rut (Banco Estado), para realizar sus pagos electrónicos. Este es un paso trascendental en la manera que utilizamos para pagar ya que por primera vez en nuestro país, la gran mayoría de los chilenos puede tener acceso a los mercados internacionales, lo cual es un tremendo impulso para el surgimiento de nuevos emprendimientos.

2.3.3 LOGÍSTICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico por sí solo no tiene sustento, una persona que adquiere un producto vía online, busca entre otras cosas comodidad, un menor precio que en el mercado tradicional, y por sobre todo que la gestión y envío de su pedido sea lo más expedito posible, es entonces cuando toma importancia la logística del comercio electrónico, con las empresas de transporte y carga internacional.

⁵⁹ Bio Bio Chile, Ahora tu CuentaRUT podrá pagar internacionalmente tras convenio PayPal-MultiCaja, <http://www.biobiochile.cl/2015/02/17/ahora-tu-cuentarut-podra-pagar-internacionalmente-tras-convenio-paypal-muticaja.shtml>, 06.06.2015, 00:34.

2.3.3.1 Transporte Aéreo:

Traer los productos vía aérea conlleva múltiples ventajas, como la rapidez y la estimación del tiempo de llegada. Por otro lado, significa también incurrir en un mayor costo que por vía marítima, es un modo de transporte indicado para aquellos importadores que requieren agilidad en la gestión de su pedido y están dispuestos a pagar un costo mayor por esto. En este sentido las empresas que ofrecen este servicio son las compañías de transporte expreso.

2.3.3.1.1 Empresas de transporte Courier:

El crecimiento y desarrollo del Transporte Express lo ha convertido en pieza fundamental del comercio internacional y sobre todo del comercio electrónico internacional con una industria que hoy tiene un valor superior a los US\$ 170.000 millones y que contribuye con US\$ 80.000 millones al PIB mundial⁶⁰.

Chile cuenta con varios exponentes de los servicios “Courier” o “Puerta a Puerta” que comprende desde el retiro de la mercancía desde la bodega del productor, clasificación, reembalaje, traslado, tramitación aduanera y finalmente entrega en la puerta de la casa del cliente. Un servicio que sin duda contribuye aún más al aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el comercio electrónico. Actualmente en Chile operan 17 empresas courier, dentro de las que se encuentran. DHL Express, CHILEXPRESS, Blue Express, FedEx Express, World Courier, UPS (quién adquirió a TNT éste año) y Columbia Courier entre las más conocidas.

⁶⁰ DHL WorldWide Express, Guía de aprendizaje para CIS, citado en página N° 7

Las necesidades y requerimientos de transporte varían dependiendo del tipo de empresa y dentro de los factores más relevantes que determinan la elección son: el tipo de producto (tamaño, peso, volumen y valor), la relación que existe entre el valor del producto y el costo del transporte, la localización geográfica del país de origen y la obsolescencia del producto.

Un emprendedor que se están iniciando en la importación de productos al principio hará sus pedidos en pequeñas cantidades, mientras adquiere experiencia, conoce ambos mercados y se puede aventurar con mayores cantidades. La elección entonces, estará condicionada por las necesidades y urgencia de cada importador en particular, y de la modalidad de e-commerce que utilice para realizar la compra. Además es importante precisar que la contratación del medio de transporte principal será de cargo del vendedor o comprador dependiendo del INCOTERMS con el cual se realice la transacción.

2.3.3.1.1.1 INCOTERMS:

El importador debe tener conocimientos de estas cláusulas ya que estarán presente en toda transacción internacional cuyo valor FOB este sobre US\$ 30. Su clasificación y descripción se realizó en el marco teórico de este informe.

Recordemos que los INCOTERMS para cualquier medio de transporte son: **EXW** (En fábrica), **FCA** (Libre transportista), **CPT** (Transporte pagado hasta), **CIP** (Transporte y seguro pagado hasta), **DAT** (Entregado en terminal), **DAP** (Entregado en lugar convenido), **DDP** (Entregado con impuestos pagados)

Es importante mencionar y tener en consideración que si bien los INCOTERMS FOB y CIF son exclusivos para el transporte marítimo y vías navegables, en el transporte aéreo se suelen utilizar como concepto, para efectos del cálculo de los derechos e impuestos aduaneros, recordemos que el derecho ad valorem se calcula sobre el valor CIF declarado. Además en la mayoría de los casos los proveedores chinos venden valor FOB, que quiere decir, puesto a bordo del medio de transporte en el puerto de origen. Mientras que los más utilizados son EXW y DDP.

2.3.3.2 Procedimiento de una importación vía Courier

El siguiente cuadro muestra las 9 etapas más importantes en el ciclo de un envío internacional.

Figura 4: Etapas del ciclo de un envío courier internacional



Fuente: Elaboración propia en base a información recabada durante el proceso de práctica profesional.

- 1. Booking/Reserva:** El cliente, que puede ser el proveedor chino o el importador, llama al Servicio al Cliente para reservar el servicio.
- 2. Dispatch/Despacho:** El sistema envía las instrucciones para el Pick Up
- 3. Pick up/Recogida:** El courier recibe la instrucción y realiza el retiro en la dirección del cliente.
- 4. Outbound/Salida:** El envío llega al centro de distribución para ser clasificado según destino y horario.

5. **Export/Exportación:** El envío se encuentra en el gateway del aeropuerto de origen listo para la exportación.
6. **Transit/Transito:** EL envío se encuentra en ruta de tránsito pudiendo pasar por otras aduanas antes del arribo. El importador tiene la posibilidad de hacer un seguimiento para saber en qué etapa se encuentra el envío y estimar el tiempo de llegada.
7. **Import/Importación:** El envío ha arribado a destino, luego de pasar por aduana es derivado al centro de distribución. Es el eslabón más importante del proceso, además puede requerir participación del importador.
8. **Inbound/Llegada:** Una vez que el envío llega a la estación de servicio, es derivado para su ruta de entrega.
9. **Delivery/Entrega:** El courier realiza la ruta de entrega, finalizando el ciclo del envío.

2.3.4 **PROCESO DE IMPORTACIÓN: Arribo de las mercancías y control aduanero.**

2.3.4.1 Tramitación aduanera para la admisión de mercancías

El proceso de importación a Chile consta de 3 sistemas dependiendo del valor declarado de la mercancía:

1. Las mercancías cuyo valor FOB declarado es igual o menor a US\$ 30, tienen ingreso libre al país, esto quiere decir que quedan exentos del pago de derechos e impuestos aduaneros y que Aduana no realiza aforo físico ni tampoco revisión documental, a menos que este organismo determine lo contrario al momento de su ingreso o encontrándose en zona primaria.
2. Para el ingreso de mercancías cuyo valor FOB declarado es superior a US\$ 30 y no excede de US\$1000, se deben cancelar derechos e impuestos. El trámite es bastante simple y lo puede realizar el importador presentando los siguientes documentos:
 - ✓ Conocimiento de embarque original o su equivalente de acuerdo al medio de transporte utilizado, para el modo de transporte aéreo es la Guía Aérea o Air Way Bill
 - ✓ Factura comercial original o copia entregada por el proveedor
 - ✓ Destinación aduanera, en caso de que el trámite sea realizado por otra persona distinta al consignatario, debe adjuntar un poder notarial para realizar el despacho aduanero
 - ✓ Vistos buenos o certificaciones si corresponden
3. Para el ingreso de mercancías cuyo valor FOB declarado es superior a US\$ 1000, el importador o consignatario debe contratar los servicios de un agente de aduanas para que este realice la tramitación aduanera en su nombre y entregar a este toda la documentación requerida.

Los trámites aduaneros son realizados por un agente de aduanas (cuando el valor declarado de la mercancía excede los US\$ 1000 FOB), que es el profesional competente para realizar dicha gestión, el acto de retirar las mercaderías de la potestad aduanera se denomina desaduanamiento, para llevarlo a cabo el agente debe confeccionar una declaración aduanera donde manifiesta la voluntad de la destinación aduanera. Las etapas del desaduanamiento en el despacho aduanero se ilustran en la figura N° 5:

Figura 5: Etapas del proceso aduanero de desaduanamiento



Fuente: Elaboración propia

1. **Llenado de documentos:** Cumplimiento preciso de las instrucciones de llenado y codificación de datos.
2. **Confección DIN:** Confección de la declaración de ingreso con los antecedentes del consignatario.
3. **Presentación DIN ante SNA:** Presentación vía electrónica ante el SNA de la declaración, para que este la verifique y legalice, salvo excepciones expresas del Director Nacional para mercancías con tratamiento aduanero especial.

4. **Cálculo de pago de derechos e impuestos aduaneros:** Dependiendo del país de origen, se verifica si se acoge o no a beneficios otorgados por tratados entre los países y se procede al pago de tributos aplicables. Recordemos que nuestro país tiene un TLC con China, el cual permite que las importaciones provenientes de este país ingresen a Chile libres del pago de derechos e impuestos aduaneros. Para hacer efectivo este beneficio es necesario presentar el certificado de origen o en el caso de China más conocido como Forma F.
5. **Revisión documental/Aforo físico:** Es la etapa del proceso de desaduanamiento donde se puede producir la retención del envío a criterio de la Aduana.
6. **Desaduanamiento:** Finalmente, luego de haber cumplido correctamente con todo lo anterior se procede al desaduanamiento o liberación de la carga por parte de la Aduana.

2.3.4.2 Presentación de documentación ante Aduana:

En un proceso de importación existe documentación base que es obligatoria para cualquier importación que tenga carácter comercial y otros documentos que se solicitan solo en ciertas ocasiones, dentro de los documentos obligatorios se encuentran los siguientes:

- ✓ Conocimiento de embarque original o su equivalente (en este caso AWB)
- ✓ Factura comercial original
- ✓ Declaración jurada del importador sobre el precio de la mercancía

- ✓ Mandato, el cual se produce con el endoso del conocimiento de embarque

Los documentos que son solicitados en algunas ocasiones son los siguientes:

- ✓ Certificado de origen: Se solicita para verificar el origen de la mercancía para acogerse a beneficios arancelarios derivados de un acuerdo comercial
- ✓ Lista de empaque o Packing list: Se solicita solo para ver el detalle de las mercancías en contenedores
- ✓ Certificado de seguros: Cuando el valor del seguro no está declarado en la factura comercial
- ✓ Certificado fitosanitario: cuando se trata de productos alimenticios o especies vivas.
- ✓ Nota de gastos: Cuando no se estipulan en la factura comercial
- ✓ Vistos buenos: certificaciones, permisos o visaciones cuando corresponda

Retenciones realizadas por el Servicio de Aduana

Las retenciones aduaneras y sus causas ya han sido explicadas en el capítulo 1 de este informe. Por lo tanto solo se mencionaran como recordatorio:

- ✓ Falta de antecedentes del consignatario para confeccionar la DIN
- ✓ Subvaloración
- ✓ Presunción de contrabando/Cadena de custodia.

2.3.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA COMENZAR A IMPORTAR UTILIZANDO EL COMERCIO ELECTRÓNICO CHINO.

3 Capítulo 3: CONCLUSIONES

La posibilidad de participar en mercados internacionales desde un computador es una realidad, hoy en día gran parte de la población tiene acceso a internet y con ello al comercio electrónico. Estas herramientas virtuales se encuentran en constante evolución, siendo cada vez más amigables con los usuarios, que pueden encontrar en ello reales oportunidades para desarrollar nuevas ideas de negocios y junto a esto nuevos emprendimientos que sin duda aportan, por un lado al intercambio comercial entre diferentes países, especialmente con los cuales nuestro país tiene algún acuerdo comercial y por otro al crecimiento económico y desarrollo de nuestra sociedad.

No obstante, estas operaciones no están ajenas a riesgos y diversas eventualidades que se pueden presentar en el camino, por lo que la experiencia de comprar en el extranjero a través de internet puede convertirse en un dolor de cabeza para un importador inexperto. Estos acontecimientos pueden ser evitados siendo proactivo y tomando los resguardos que permitan sortearlos con éxito.

La realización de este trabajo permitió identificar claramente cada etapa involucrada en un proceso de compra de mercancías a través del comercio electrónico chino y en la cadena logística de su importación a Chile vía courier, con esto el lector podrá conocer cada paso que se debe hacer para completar el procedimiento. En éstas, se identificaron cuáles son los factores más críticos de riesgo y de éxito en cada una de las etapas del proceso de compra e importación, lo que permite saber en qué parte del éste se debe poner mayor atención para evitar los riesgos y culminarlo de manera exitosa.

Finalmente se ha propuesto un manual de procedimiento que permita a un emprendedor que se está iniciando en el mundo de los negocios internacionales, principalmente en el ámbito de las importaciones, contar con una herramienta que le brinde confianza y seguridad para dar el punta pie inicial para comenzar con su idea de negocio.

4 BIBLIOGRAFÍA

- Administración de Negocios Internacionales, Perfil de Egreso, <http://www.negociosinternacionales.cl>, 18.11.2014, 10:34.
- Alibaba, <http://spanish.alibaba.com>, 12.04.2015, 23:46 - 09.03.2015, 21:46
- Aliexpress, <http://activities.aliexpress.com>, 09.05.2015, 23:34 - 07.06.2015, 22:34
- Appel, Frank, DHL Express Chile inaugura centro de distribución más avanzado de Latinoamérica, <http://www.emb.cl>, 13.01.2015, 11:34
- Apunte de clases de la cátedra Taller de Comercio Exterior, profesor Fernando Valdés, carrera Administración de negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011.
- ATREX Chile A.G, Acumulado al 4° trimestre – estadísticas 2014, <http://www.atrexchile.cl>, 03.04.2015, 23:24.
- Banco Mundial, Crecimiento del PIB (promedio anual), <http://datos.bancomundial.org>, 10.04.2014, 23:23.
- Biblioteca del Congreso Nacional, Decreto con fuerza de ley N° 30, <http://www.leychile.cl>, 11.04.2015, 17:46.
- Bio Bio Chile, Ahora tu CuentaRUT podrá pagar internacionalmente tras convenio PayPal-MultiCaja, <http://www.biobiochile.cl>, 06.06.2015, 00:34.
- Cámara Chileno China de Comercio, Industria y turismo (CHICIT), TLC Chile – China en recta final, <http://www.chicit.cl>, 03.04.2015, 19:26.

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, La compra online en Colombia, <http://www.ccce.org.co>, 04.03.2015, 23:16.
- Castells, Manuel, La dimensión cultural de Internet, <http://www.juntadeandalucia.es>, 10.03.2015, 23:16.
- CCS, Compra sentado, compra por internet, <http://www.simpleseguroysentado.cl>, 20.05.2015, 10:36
- CCS, ¿Qué es el CyberDay Chile?, <http://www.cyberday.cl>, 20.05.2015, 09:12.
- China internet watch, China B2B E-commerce Market in Q1 2015, <http://www.chinainternetwatch.com>, 09.05.2015, 23:48
- Cifuentes, Estephania, Román, Mario, Valenzuela Luis, Trilogía. Ciencia – Tecnología – Sociedad. El contrabando y su fiscalización en Chile, Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana vol. 26 N° 36, Santiago de Chile, 2014.
- Departamento de Estudios DIRECON, Reporte trimestral: Comercio exterior de Chile Enero – Diciembre 2014, <http://www.direcon.gob.cl>, 17.03.2015, 23:23.
- DHL Express, <http://www.dhl.cl>, 18.11.2014, 09:45 - 15.06.2015, 23:16.
- DHL WorldWide Express, Guía de aprendizaje para especialistas internacionales certificados (CIS), 2011.
- DIRECON, <http://www.direcon.gob.cl>, 03.03.2015, 09:23 - 05.03.2015, 09:14 - 25.03.2015, 10:35 - 09.05.2015, 23:40
- Echeverría, Cristobal, Recomendaciones para importar desde China, <http://observatorio.bcn.cl>, 08.04.2015, 22:47.

- Hernández, Luis, Cómo elegir proveedores chinos y consejos para minimizar riesgos, <http://www.winnergo.cl>, 04.06.2015, 22:27.
- ICC, <http://www.icc-chile.cl>, 17.03.2015, 20:13 - 06.05.2015, 11:23 - 13.05.2015, 22:38
- La Nación, Lanzan campaña para incentivar comprar por internet, <http://www.lanacion.cl>, 05.05.2015, 11:23.
- Lenovo Tech World, <http://shop.lenovo.com>, 03.06.2015, 21:34.
- López, Galo, Apuntes de la cátedra Investigación Internacional de Mercados, carrera Administración de Negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011.
- OMC, El comercio electrónico en los países en desarrollo. Oportunidades y retos para las pequeñas y medianas empresas, <https://www.wto.org>, 10.01.2015, 19:42.
- OMC, ¿Qué es la Organización Mundial de Comercio?, <https://www.wto.org>, 03.03.2015, 21:30.
- People Daily, Dimiten por fraude los máximos ejecutivos del gigante chino del comercio electrónico Alibaba, <http://spanish.peopledaily.com>, 24.03.2015, 22:47.
- ProChile, Guía país China 2014, <http://www.prochile.gob.cl>, 09.05.2015, 23:46.
- Programa Asia Pacífico, Cómo importar desde Asia: Conozca las pistas del nuevo Manual del Importador, <http://www.observatorio.bcn.cl>, 16.05.2015, 23:18.
- Programa Asia Pacífico, De los Andes a la gran Muralla, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Primera edición, Valparaíso, 2010.

- Real Academia Española, Globalización, <http://www.rae.es>, 25.03.2015, 22:05.
- Red Global de Exportación RGX, Necesidades, Tendencias y Oportunidades del Comercio Exterior con China, <http://www.sela.org>,
- Rojas, Alfonso, N°117 Análisis Sobre la Gestión Fiscalizadora Aduanera en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile (2012), <http://www.mgpp.cl>, 07.05.2015, 22:27.
- Ruggiero, Renato, comunicados de prensa 1995, <https://www.wto.org>, 12.03.2015, 11:52.
- Servicio Nacional del Consumidor, Estudios Descriptivo del E-Commerce en Chile y Análisis de Reclamos ante SERNAC. E-Commerce en Chile Agosto, 2014, <http://www.sernac.cl>, 06.04.2015, 10:23.
- Servicio Nacional de Aduanas, <https://www.aduana.cl>, 03.03.2015, 21:25 - 04.03.2015, 22:15 - 31.05.2015, 09:56 - 01.06.2015, 21:46 - 06.06.2015, 10:32
- SNA, Oficio Circular N° 124, <http://www.aduana.cl>,
- SNA, Resolución Exenta N° 4113, <https://www.aduana.cl>, 16.05.2015, 23:43
- UPS, Acerca de UPS, <http://www.ups.com>, 13.05.2015, 22:34
- Valdés, Fernando, Apuntes de la cátedra Taller de Comercio Exterior, carrera Administración de Negocios Internacionales, Universidad de Valparaíso, 2011
- Yuming , Cheng, Llamam a fortalecer lazos empresariales Chile-China, <http://observatorio.bcn.cl>, 19.06.2015, 23:47

5 Anexos

5.1 Certificado de Origen o Forma F para el TLC Chile - China

Certificate of Origin

1. Exporter's name, address, country: 2. Producer's name and address, if known: 3. Consignee's name, address, country: 4. Means of transport and route (as far as known) Departure Date Vessel /Flight/Train/Vehicle No. Port of loading Port of discharge		Certificate No.: <p style="text-align: center;">CERTIFICATE OF ORIGIN Form F for China-Chile FTA</p> Issued in _____ (see Instruction overleaf)	
7. Item number (Max. 20) 8. Marks and numbers on packages 9. Number and kind of packages; description of goods		5. For Official Use Only <input type="checkbox"/> Preferential Tariff Treatment Given Under _____ <input type="checkbox"/> Preferential Treatment Not Given (Please state reasons) _____ Signature of Authorized Signatory of the Importing Country	
10. HS code (Six digit code) 11. Origin criterion 12. Gross weight, quantity (Quantity Unit) or other measures (liters, m3, etc) 13. Number, date of invoice and invoiced value		6. Remarks	
14. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct, that all the goods were produced in _____ (Country) and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to _____ (Importing country) _____ Place and date, signature of authorized signatory		15. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration of the exporter is correct. _____ Place and date*, signature and stamp of certifying authority Certifying authority Tel: _____ Fax: _____ Address: _____	

* A Certificate of Origin under China-Chile Free Trade Agreement shall be valid for one year from the date of issue in the exporting country.

Fuente: SNA⁶¹

⁶¹ SNA, Certificados de origen, <https://www.aduana.cl/certificados-de-origen/aduana/2013-04-17/103419.html>, 01.06.2015, 21:46.

5.3 Resolución Exenta N° 4113:



(D.O. 28.06.2012)

RESOLUCIÓN EXENTA N° 4113/

VALPARAÍSO, 12.06.2012

VISTOS: La Resolución N° 2115 del 21.04.2011 mediante la cual se modificó la letra c) del numeral 10.1 del Capítulo III del Compendio de Normas Aduaneras.

CONSIDERANDO: Que, debido al constante aumento de las transacciones vía Internet en las que como comprobante del pago se emiten boletas, comprobantes impresos computacionalmente, facturas pro forma, comprobantes del sitio Web respectivo, comprobantes de tarjetas de crédito, los anteriores en original o fotocopia, mediante la citada resolución se admitieron dichos antecedentes como comprobante de una transacción, para ser utilizados como documentos de base en la tramitación de una destinación aduanera, cuando se trate de operaciones sin carácter comercial.

Que, las directrices del *Manual de Control de la Valoración en Aduana* de la OMA, establecen que en materia de comercio exterior el documento a ser utilizado como documento de base por las compras de especies, debe detallar las mercancías expedidas o enviadas, así como los precios de éstas y los costos que origina su expedición; siendo irrelevante su forma de presentación, que puede ser muy diferente, siendo todos aceptables en la medida que proporcionen todos los elementos necesarios para determinar el valor en aduana.

Que, se ha estimado procedente autorizar los referidos documentos para las operaciones de importación que amparen mercancías de despacho especial, hasta por un valor facturado de US\$ 1.000, aún cuando se trate de mercancías con carácter comercial, siempre y cuando en dichos documentos se señale el tipo, descripción y cantidad de mercancías expedidas o enviadas, así como los precios de éstas y los costos que origina su expedición, y

TENIENDO PRESENTE: Las facultades que me confieren los números 7 y 8 del artículo 4º del D.F.L. N° 329 de 1979, del Ministerio de Hacienda y la Resolución N° 1600 de 2008, de la Contraloría General de la República, sobre extensión del trámite de Toma de Razón, dicto la siguiente:

RESOLUCIÓN

I. SUSTITÚYESE el párrafo 9 de la letra c) del numeral 10.1 del Capítulo III del Compendio de Normas Aduaneras por el siguiente:

"También se podrá utilizar como documento de base, siempre y cuando correspondan a importaciones de mercancías de despacho especial y hasta por un valor facturado de US\$ 1.000, aún cuando se trate de mercancías con carácter comercial, boletas de compraventa, facturas pro-forma, comprobante de la transacción emitido electrónicamente cuando la compraventa internacional se haya efectuado por este medio, en original, fotocopia o impresos computacionales, siempre que en dichos documentos se señale el tipo, descripción y cantidad de mercancías expedidas o enviadas, así como sus precios y los costos que origina su expedición".

- II. Como consecuencia de lo anterior, sustitúyase la página Cap. III-27 por la que se adjunta a esta Resolución.
- III. La presente resolución empezará a regir a partir de la fecha de publicación en el Diario Oficial.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE EN EL DIARIO OFICIAL Y EN LA PÁGINA WEB DEL SERVICIO

AAJ/GPA/RDA/CSV/ISS/HRM/CGA/PSS

Archivo: Courier, Resolución comprobantes de venta 2012-4

36032

aduanera o por el representante legal de la persona jurídica en cuyo nombre se declara, del siguiente tenor:

"Declaro bajo fe de juramento que esta reproducción corresponde fehacientemente al contenido de la factura original N°..... .

Si con cargo a una misma factura comercial se presentan varias declaraciones, el Despachador deberá tener a la vista, para confeccionar la declaración, alguno de los documentos de base indicados, el que será archivado en la carpeta correspondiente al primer despacho, adjuntándose en los despachos siguientes una fotocopia del documento legalizado por el despachador.

También se podrá utilizar como documento de base, siempre y cuando correspondan a importaciones de mercancías de despacho especial y hasta por un valor facturado de US\$ 1.000, aún cuando se trate de mercancías con carácter comercial, boletas de compraventa, facturas pro-forma, comprobante de la transacción emitido electrónicamente cuando la compraventa internacional se haya efectuado por este medio, en original, fotocopia o impresos computacionales, siempre que en dichos documentos se señale el tipo, descripción y cantidad de mercancías expeditas o enviadas, así como sus precios y los costos que origina su expedición. (5)

Asimismo se podrá utilizar como documento de base la "FACTURA DE VENTAS Y SERVICIOS NO AFECTOS O EXENTOS DE IVA", en original. Este documento deberá ser emitido de acuerdo a las instrucciones del Servicio de Impuestos Internos, según la Resolución N° 6080/99, Circular N° 39 de 02.06.2000 y precisiones contenidas en el número 5 del Oficio N° 2837/28.06.2001 de dicho organismo. Esta transacción comercial puede ser efectuada solamente cuando las mercancías se encuentren en el extranjero o en los recintos de depósito aduanero, por lo que es improcedente cuando las mercancías estén amparadas por un régimen suspensivo de derechos aduaneros. En este caso debe declararse en el recuadro "Observaciones del ítem", el código 71 y en el recuadro contiguo el "Número y año de la factura". Esta información debe consignarse con dígitos enteros. (1)

En el caso de importaciones de gas natural, gas butano, gas propano, mezcla de gas licuado propano y butano, gas natural licuado (GNL), el petróleo bunker (IFO 180), petróleo bunker (IFO 380), petróleo crudo, el petróleo diesel, además la gasolina para vehículos terrestres sin plomo de 93, 95 y 97 octanos, la gasolina para aviación, el kerosene, el kerosene de aviación, combustible medio Jet Fuel y Gasoil Chilean A-1, se podrá aceptar una factura con valores provisionales, debiéndose en un plazo no superior a noventa días contados a partir de la fecha de aceptación a trámite de la declaración, adjuntar la factura con valores definitivos. El afinamiento de las importaciones de petróleo se deberá efectuar mediante la presentación de una SMDA, dentro de los 5 días hábiles siguientes a la emisión de la factura definitiva. El afinamiento de las importaciones de gas natural, se deberá efectuar de acuerdo a lo dispuesto en el Apéndice VI del Capítulo III de la Resolución N° 1300/06. (2) (3) (4)

Asimismo, serán consideradas como copia de la Factura Comercial, aquéllas emitidas vía electrónica, debiendo contener similares menciones que la de papel y adjuntar una copia simple de ésta, suscrita por la persona natural en cuyo nombre se efectúa la destinación aduanera o por el representante legal de la persona jurídica en cuyo nombre se declara.

- d) Nota de Gastos, cuando no estén incluidos en la Factura Comercial.
- e) Lista de Empaque (Packing List), cuando proceda, correspondiendo siempre en caso de mercancías acondicionadas en contenedores.

En caso que no se disponga de este documento, se le podrá sustituir por una declaración jurada simple del consignatario, la que deberá contener un detalle de las mercancías incluidas en los bultos.

- f) Certificado de Seguro en original, copia o fotocopia, cuando su valor no se encuentre consignado en forma separada en la factura comercial.

(1) Resolución N° 3357 - 27.06.06

(2) Resolución N° 2005 - 26.04.10

(3) Resolución N° 4233 - 06.09.10

(4) Resolución N° 2749-30.05.11

(5) Resolución N° 4113-12.06.12

Fuente: SNA⁶³

⁶³ SNA, Resolución exenta N° 4113,
<https://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20120612/pags/20120612142042.html>, 22.06.2015, 22:15.