



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

***IMPLICANCIA DE LA PLANIFICACIÓN LOGÍSTICA VERSUS LOS COSTOS
EN LA CADENA DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS FRESCAS***

Autor

MARIA PAZ DONOSO SOTO

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

PROFESOR GUÍA: DANIELLA DE LUCA

Viña del Mar, Enero 2013

Tabla de contenido

ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	6
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	6
1.1.1 Historia	6
1.1.1. Servicios Prestados Por Ultramar Agencia Marítima	7
1.1.2. Ultramar Agencia Marítima en el contexto portuario mundial	11
1.1.3. Visión y Misión de la empresa	13
1.1.4. Objetivos	14
1.1.5. Estructura Organizacional	15
1.1.6. Participación De Mercado	17
1.2. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES REALIZADAS	21
1.2.1. Trabajo desarrollado en el Departamento de Demurrage:	21
1.2.2. Razones que impulsan a desarrollar el tema	35
2. DESARROLLO DEL TEMA	36
2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL TEMA A INVESTIGAR:	36
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL TEMA A INVESTIGAR:	36
2.3. METODOLOGÍA DE TRABAJO	37
2.4. MARCO TEÓRICO	38
2.4.1. Terminología asociada a la Logística	38
2.4.2. Terminología asociada al Comercio exterior	51
2.4.3. Terminología asociada a la Cadena logística de exportación	55
2.5. DESARROLLO DEL TEMA: “IMPLICANCIA DE LA PLANIFICACIÓN LOGÍSTICA VERSUS LOS COSTOS EN LA CADENA DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS FRESCAS”	67
2.5.1. Costos en la cadena de distribución en la exportación según Institución involucrada.	67
2.5.2. Comportamiento del mercado de las fruta frescas en Chile	81
2.5.3. Análisis de costos en la cadena de distribución en la exportación	91
3. CONCLUSIONES	114
4. BIBLIOGRAFÍA	118
5. ANEXOS	120

INTRODUCCIÓN

La economía en el contexto mundial se encuentra inestable por la crisis que viven países de la eurozona. Donde la característica principal de esta es el lento crecimiento económico de muchos países que han sido golpeados por la crisis y una alta volatilidad de los mercados financieros. Esto provoca también la contracción de la demanda y la amenaza de afectar a otras economías emergentes así como también a economías desarrolladas. Todo esto hace importante verificar qué resultados provoca una buena planificación logística de la cadena de distribución de exportación en medio de una crisis internacional. Así como también, las consecuencias que genera el no llevar a cabo una buena gestión logística previa a la ejecución de la operación.

Por todo esto, la labor de las agencias navieras se hace imperiosa, de manera de potenciar el intercambio internacional de bienes entre países, principalmente fortaleciendo la calidad de los procesos logísticos con el objeto de fidelizar a los clientes en tiempos de crisis donde la demanda se ha visto afectada. Esto a su vez conlleva a buscar nuevos mercados, nuevas estrategias de entrada y diferenciación en los servicios prestados.

El rol que cumple la logística en la cadena de exportación es fundamental para prestar un servicio de calidad que respete tiempos acordados, atributos intrínsecos del producto, disminución de costos y de los riesgos.

Un actor importante en la cadena logística de importación y exportación son las agencias navieras. Estas entidades se encuentran relacionadas directamente con armadores (navieras) y los clientes de estos (exportadores e importadores), prestando servicios a sus principales en diferentes etapas de la cadena de distribución. La buena gestión logística y planificación de los procesos en los cuales está presente la agencia puede llevar a excelentes resultados, logrando la diferenciación en calidad de servicio y de esta manera llegar a ser el líder entre los competidores.

La razón que motivó a la autora a realizar la práctica en Ultramar Agencia marítima es la preferencia académica y laboral en el rubro marítimo portuario con relación directa en la logística de contenedores y áreas específicas de Agenciamiento portuario. Es una empresa que enmarca muchas actividades asociadas a las actividades de logística de naves y contenedores otorgando una relación directa con armadores nacionales y extranjeros. Esta compañía forma una pieza clave en diferentes etapas de la cadena de distribución, ya que presta una amplia gama de servicios logísticos. Por todo esto existen variadas oportunidades de desempeño profesional. Además, Ultramar agencia marítima es el líder del mercado, caracterizada principalmente por el volumen de transacciones en las cuales está involucrada, con presencia en la mayoría de los puertos de Chile.

Por todo lo anterior, se hace interesante realizar la práctica en esta empresa, ya que hay una variedad de áreas, algunas más operativas y otras más contables o de gestión administrativa. Idealmente poder desempeñarse en más de un departamento de la empresa otorgaría más experiencia y de esta manera ser un profesional integral dentro del rubro marítimo.

Además, Ultramar permite generar comunicaciones y lazos entre diferentes empresas relacionadas o no relacionadas que forman alianzas estratégicas dentro del negocio. Esto ayuda a generar una red de contacto profesional y laboral en el medio marítimo que claramente es el que más le interesa.

Más adelante en la investigación se darán a conocer costos extras asociados al proceso de exportación. Estos generados fundamentalmente por decisiones equivocadas por falta de información y coordinación entre las áreas. Es importante determinar cuán significativo es para el negocio no contar con una buena planificación logística que minimice los riesgos de incurrir en costos no presupuestados. Para ello se realizarán análisis de casos reales, donde se enfrentan este tipo de problemáticas.

CAPITULO I:

ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1.1 Historia

Ultramar group fue fundada en 1952 por el Capitán Albert von Appen, quien nació el 19 de abril de 1901 en Blankenese, Hamburgo, Marino por tradición familiar y vocación, dedicó toda su vida al mar, ingresando como grumete a la Marina Mercante alemana una vez concluida la Primera Guerra Mundial. Comenzó operando como agente de naves y representantes para Hamburg-Amerika Line y Norddeutscher Lloyd. Ultramar Agencia Marítima nace con el fin de brindar servicios de Agenciamiento marítimo a buques que recalán en puertos chilenos.

Llegó a Chile en 1937 como Inspector General de HAPAG para la costa occidental de Sudamérica. Sin embargo, la Segunda Guerra Mundial interrumpió bruscamente su carrera, obligándolo a buscar nuevos horizontes.

Enamorado de Chile, adquirió una pequeña parcela en Limache. Sin embargo, su inquieto espíritu seguía motivado por el mar. Convencido de que muy pronto la marina mercante alemana volvería a navegar los mares del Pacífico Sur, en 1948 comenzó a elaborar los planes para la fundación de una nueva agencia marítima con miras a representar en Chile a los armadores alemanes.

El 15 de diciembre de 1952 nació Ultramar, Agencia Marítima Ltda., en una pequeña oficina de la calle Agustinas N° 1070 y con 7 empleados. Bajo su firme y prudente

mando y con el entusiasmo que supo despertar en todos sus colaboradores, la empresa creció a un ritmo insospechado. Apenas dos años y medio después de su fundación, Ultramar emprendía, el 10 de junio de 1955, la apertura de su primera agencia en Arica.

Ultramar Agencia Marítima es parte del Grupo Ultramar y actualmente tiene presencia en los principales terminales marítimos, aéreos y terrestres de Chile, desde Arica a Puerto Williams, y en constante expansión a lo largo de América Latina, ofreciendo servicios en toda la cadena de transporte y logística de los clientes.

Entre los años 1955 y 1969 Ultramar estaba presente en el extremo norte y sur de Chile en ciudades como Arica, Antofagasta y Punta arenas. Además de tener presencia en la zona central en ciudades como Santiago siendo agente de Lufthansa y en el puerto de Valparaíso con oficinas propias representando a la línea líder en el transporte de Tanktainers Stolt-Nielsen. A principios de los 90 Ultramar estaba presente en Talcahuano, Quintero y Puerto Williams y a partir del año 2000 en Puerto Montt y Coquimbo.

1.1.1. Servicios Prestados Por Ultramar Agencia Marítima

Antes de indicar cuáles son los servicios que presta Ultramar será necesario definir qué es y a qué se dedica una agencia de naves. La Dirección General del Territorio Marítimo y de Marina Mercante (Directemar) administra el Registro de

Agentes de Naves¹ y el documento que regula la existencia de las agencias de naves es el Reglamento de Agentes de Naves emitido por la Armada de Chile Dirección General Del Territorio Marítimo y de Marina Mercante, del año 1999. Cabe mencionar que este reglamento fue aprobado por la Subsecretaría de Marina del Ministerio De Defensa Nacional, República de Chile, según lo dispuesto en el artículo 45 del Decreto Ley N° 2.222 del año 1978, Ley de Navegación.

Dentro de las disposiciones legales del reglamento se indica lo siguiente; “Toda nave nacional o extranjera, debe tener un Agente de Naves o Consignatario en los puertos nacionales a que arribe, salvo en los puertos en que el armador tenga oficina establecida, donde podrá actuar directamente como consignatario de sus naves”².

Los Agentes de Naves o consignatarios de naves son definidos por el reglamento como las personas naturales o jurídicas chilenas que actúan en nombre del armador, del dueño o del Capitán de una nave -y en representación de ellos- para todos los actos o gestiones relacionados con la atención de la nave en el puerto de su consignación³.

Cuadro 1. Resumen de Servicios de Agenciamiento

¹ <http://www.chileclic.gob.cl/1542/w3-article-158370.html>, 27-07-2011, 20:00 Hrs.

² Armada de Chile Dirección General Del Territorio Marítimo Y De Marina Mercante. Art. 2° Reglamento de Agentes de Naves. Segunda Edición. 30 de Septiembre de 1999.

³ Armada de Chile Dirección General Del Territorio Marítimo Y De Marina Mercante. Art. 4° Reglamento de Agentes de Naves. Segunda Edición. 30 de Septiembre de 1999.

	<ul style="list-style-type: none"> • Agenciamiento • Lanchas y Remolcadores • Pilotaje
	<ul style="list-style-type: none"> • Ultramar Logistics Internacional • Ultracomex
	<ul style="list-style-type: none"> • Mol • Stolt • Höegh Autoliners AS

Fuente: Elaboración Propia

Además es importante mencionar que sólo podrá desempeñarse como agente quien estuviere inscrito como tal ante la Autoridad Marítima. Las autoridades marítimas, aduaneras y portuarias, u otras que correspondan, no permitirán el desempeño de las funciones de Agente a que se refiere este reglamento, a personas naturales o jurídicas que no se encuentren inscritas en los registros correspondientes⁴.

Es importante mencionar que del artículo 6º se puede desprender que los Armadores Nacionales no requerirán inscribirse en el Registro de Agentes de Naves para desempeñarse como consignatarios de sus propias naves, en los puertos en que

⁴ Armada de Chile Dirección General Del Territorio Marítimo Y De Marina Mercante. Art. 5º Reglamento de Agentes de Naves. Segunda Edición. 30 de Septiembre de 1999.

tengan oficina establecida, pero deberán cumplir las exigencias señaladas en la ley y en el Reglamento para ejercer las funciones de Agente de otras naves.

En resumen las agencias de naves son los representantes del Armador en un puerto determinado, pues existen determinadas diligencias donde la ley exige a un representante oficial que actúe en su nombre, dicho esto es primordial la existencia del agente naviero en el contexto portuario. En otras palabras el agenciamiento consiste en que el armador elige a un delegado (agente) que realice los actos y tareas que afectan los derechos del Principal ante terceros involucrados, ya que este no los puede realizar por sí mismo, por motivos de imposibilidad material de estar en cada puerto antes del arribo de la nave.

Una vez ya en el contexto de las agencias navieras se puede dar paso a los servicios que presta Ultramar. Cabe mencionar que Ultramar además de un servicio de forma personalizada a clientes, sumado a la confianza y seguridad ofrece servicios como: Recepción y despacho de naves, sistemas de comunicación eficientes, liquidación de naves, atención documental a las cargas de importación, exportación y transbordos, coordinación de pilotaje, atención de pasajeros y tripulantes, servicios de lanchas, coordinación de remolcadores, coordinación entrega de víveres y repuestos, coordinación entrega de Combustibles y lubricantes, recaudación de fondos y requerimientos específicos por clientes.

Ultramar posee una flota de 26 lanchas en América Latina, equipadas con equipos de navegación de última generación, y más de 50 remolcadores pertenecientes a la

empresa relacionada Ultratug, además ofrece servicios de amarra y desamarra por medio de su flota de lanchas, traslado de prácticos, tripulantes y autoridades, Transporte de carga y pertrechos.

Ultramar se encarga de otorgar soluciones efectivas de servicios a los intercambios comerciales del país, experiencia que le ha permitido ofrecer a sus representados un profundo conocimiento del mercado de movimientos de cargas y una importante red de contactos en todas las industrias nacionales que participan del comercio exterior.

1.1.2. Ultramar Agencia Marítima en el contexto portuario mundial

Holding Ultramar es un conjunto de empresas que entrega un servicio integral a toda la cadena logística de sus clientes. Formada con la convicción de ser una organización líder en Servicios Logísticos para Latinoamérica, brinda soluciones de Transporte Internacional y Logística Integral atendiendo las necesidades individuales de cada uno de sus clientes. Actualmente opera con oficinas propias en Argentina, Uruguay, Brasil, Chile, Perú y Colombia; y continúa ampliando la red en el resto de Latino América.

En términos de organización y estructura el grupo de empresas está compuesto por: agencias navieras, representaciones de líneas navieras, representaciones de aerolíneas, terminales portuarios, estiba, terminales de contenedores, logística y

bodegaje, transportes y operador logístico, con tres grandes áreas de negocios: Agencias Multimodales, Puertos y Logística.

Actualmente Holding Ultramar cuenta con 22 sucursales marítimas en 7 países y más de 1,6 millones de metros cuadrados en depósitos y bodegas en tierra. Como operador portuario, por su parte, traslada más de 14 millones de toneladas al año.

A continuación se muestra un cuadro con los negocios cubiertos en cada país:

Cuadro 2. Negocios Del Holding En Sudamérica

País De Negocios	Agencias	Terminales	Puertos
Argentina	<ul style="list-style-type: none"> • Ultramar • Ultramar Logistics • Ultramodal • -Schandy 	<ul style="list-style-type: none"> • Full pak 	
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Mercotrade • Ultramar Logistics • Schandy 	<ul style="list-style-type: none"> • Full Pak 	
Chile	<ul style="list-style-type: none"> • Ultramar • Ultramar Logistics • Ultraport 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitrans • Full Pak 	<ul style="list-style-type: none"> • TPS • TPA

	<ul style="list-style-type: none"> • Depocargo • TEISA • Green Andes 		
Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Ultramar Logistics • CLC 	<ul style="list-style-type: none"> • Full Pak 	
Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> • Schandy 		
Perú	<ul style="list-style-type: none"> • Ultramar Logistics • Transtotal • Cosmos Agencia Marítima 	<ul style="list-style-type: none"> • Full Pak 	
Uruguay	<ul style="list-style-type: none"> • Schandy 		<ul style="list-style-type: none"> • Montecon • Schandy

Fuente: Elaboración propia

1.1.3. Visión y Misión de la empresa

1.1.3.1. Visión

“Contribuir a que Chile sea una potencia en el intercambio comercial.”⁵

⁵ <http://www.ultramar.cl/mision.php>, 16.07.2011, 10:00 hrs.

Las tendencias a la apertura del comercio exterior en la actualidad son la clave que Ultramar plantea en su visión, buscando que Chile pueda desarrollar una apertura al intercambio comercial mundial en forma más productiva y eficiente. Esto confirma su compromiso con el país y el bienestar de la población.

1.1.3.2.Misión

“Ser la principal plataforma de soluciones innovadoras e integrales para el comercio exterior de Chile, sus regiones y sus principales industrias.”⁶

La misión de Ultramar representa el carácter potente de la empresa, entregando confianza a sus clientes y proveedores en todas las áreas del contexto portuario en que Ultramar está presente. Es importante destacar que la misión está fuerte y directamente relacionada con la visión antes expuesta. En general aspira a crear y operar la mejor plataforma de servicios marítimos y portuarios de América Latina para el desarrollo de sus clientes, empleados y comunidades.

1.1.4. Objetivos

Los objetivos de la empresa constituyen los fines o metas que se pretenden alcanzar, ya sea tratándose de la empresa en su conjunto o de sus funciones, departamentos o secciones, estos deben ser razonablemente alcanzables⁷.

⁶ <http://www.ultramar.cl/mision.php>, 16.07.2011, 10:00 hrs.

⁷ www.industriaynegocios.cl/Academicos/.../cursos/.../funciones_parte_1.ppt . 11-09-2011,18:00 hrs.

Los objetivos de Ultramar agencia marítima se desglosan a continuación:

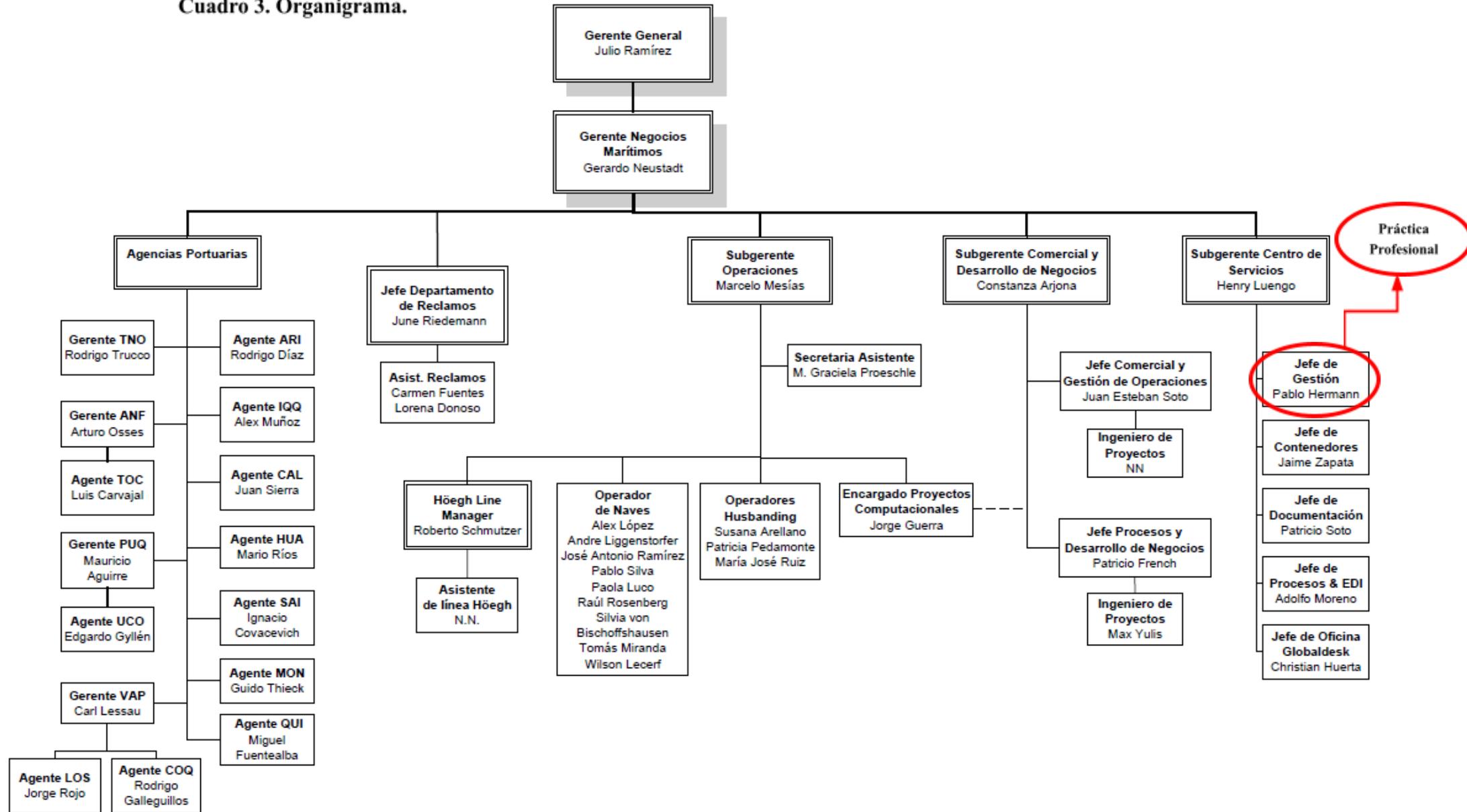
- Mejorar los procesos, requerimientos y prestaciones que gradualmente se han ido incorporando.
- Analizar y controlar a través del tiempo las incorporaciones y responsabilidades que se han asumido.
- Mostrar mediante análisis cuantitativos, la rentabilidad en aspectos financieros y productivos, que ha generado Ultramar Agencia.

Los objetivos antes mencionados buscan realizar un seguimiento a los procesos y actividades con el fin de no dejar pasar alguna irregularidad que pueda perjudicar a los clientes. Realizando revisiones periódicas operativas, administrativas, productivas y financieras, de manera de fotografiar la situación actual de la empresa.

1.1.5. Estructura Organizacional

Cabe mencionar que en el organigrama de la empresa, existe un departamento más pequeño que desciende directamente de la Gerencia de Negocios Marítimos este es el Departamento de Reclamos, área creada también a principios del 2011.

Cuadro 3. Organigrama.



1.1.6. Participación De Mercado

Según el número de recaladas o arribo de naves a la costa agenciadas el año 2011, Ultramar ocupa el 31% del mercado posicionándose como el líder del segmento. Al cual lo sigue Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas Saam con un 14% y Agunsa con un 11%⁸. Estos datos obedecen a la cantidad de representaciones que posee cada agencia.

En el primer trimestre del año 2010 existieron 3.707⁹ recaladas en todo el mercado donde Ultramar gestionó 1.091¹⁰ del total, en ese año Ultramar representaba el 28% del mercado. El primer trimestre del año 2011 el mercado creció en un 10% totalizando 4.091¹¹ recaladas donde Ultramar gestionó 1.252¹² recaladas, aumentando su participación en un 15% respecto al año anterior.

A continuación se muestran en un cuadro los números de recaladas por armador representados por Ultramar en el primer trimestre de los años 2010 y 2011 y sus respectivas variaciones:

Cuadro 4. Recaladas por armador representados por Ultramar

⁸ Departamento Estadísticas Ultramar 2011.

⁹ Departamento Estadísticas Ultramar 2011.

¹⁰ Departamento Estadísticas Ultramar 2011.

¹¹ Departamento Estadísticas Ultramar 2011.

¹² Departamento Estadísticas Ultramar 2011.

Armador	Año 2010	Año 2011	Variación
TRANSMARES	182	184	2
HAMBUR SUD	136	155	19
ULTRAGAS	147	148	1
HAPAG LLOYD	66	72	6
ALLIED & DENMAR	36	71	35
MOL	79	69	-10
GEARBULK	37	38	1
STOLT	23	28	5
ULTRABULK	20	27	7
EVERGREEN	27	25	-2
BG LNG SERVICES LLC	13	18	5
OTRO	325	417	92
TOTAL RECALADAS	1091	1252	154

Fuente: Departamento de estadística Ultramar

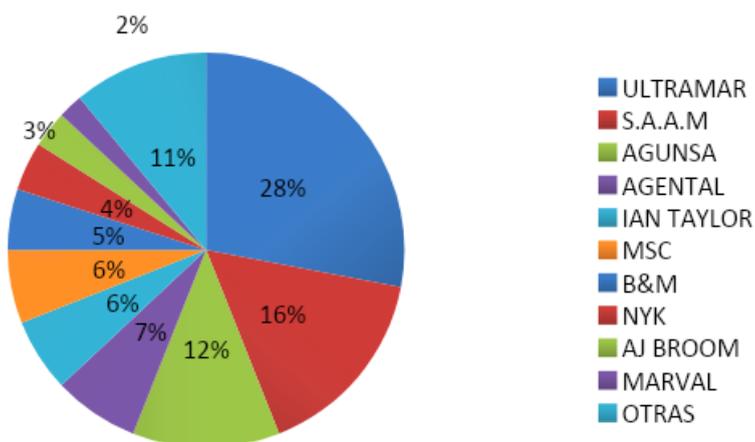
A continuación se muestran dos gráficos que determinan el mercado de Agenciamiento en Chile para el año 2010 y 2011, donde Ultramar abarca el 28% del mercado para el año 2010 y el 31% para el año 2011 como ya fue explicado anteriormente y considerando las recaladas gestionadas por cada agencia.

El caso de Mediterranean Shipping Company (MSC) y Nippon Yusen Kaisha (NYK) es particular, ya que estos armadores poseen agencias propias en Chile, por lo tanto no requieren de representación por un agente marítimo como Ultramar. Estos armadores juntos representan un 10% para el año 2010 y 2011.

Saam es representante de la Compañía Sudamericana de Vapores CSAV y Agunsa es representante de Compañía Chilena de Navegación Interoceánica CCNI quienes representan un 25% el año 2011 y un 27% el año 2010. Juntos son los seguidores más potentes de Ultramar.

Cuadro 5. Participación de mercado primer trimestre año 2010

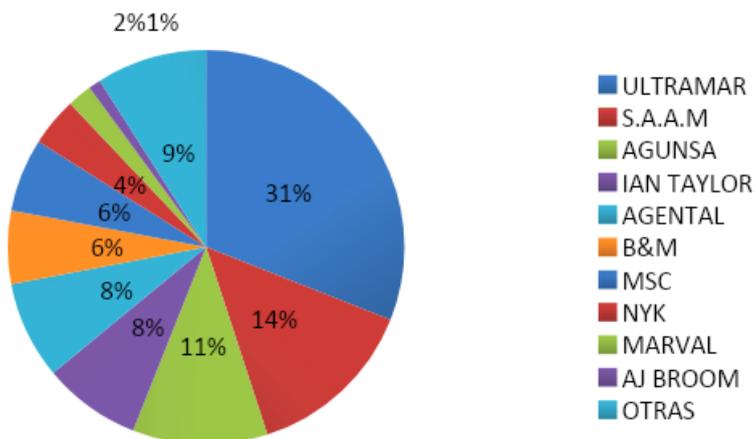
PARTICIPACIÓN DE MERCADO 2010



Fuente: Departamento de estadística Ultramar

Cuadro 6. Participación de mercado primer trimestre año 2011

PARTICIPACIÓN DE MERCADO 2011



Fuente: Departamento de estadística Ultramar

1.2. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES REALIZADAS

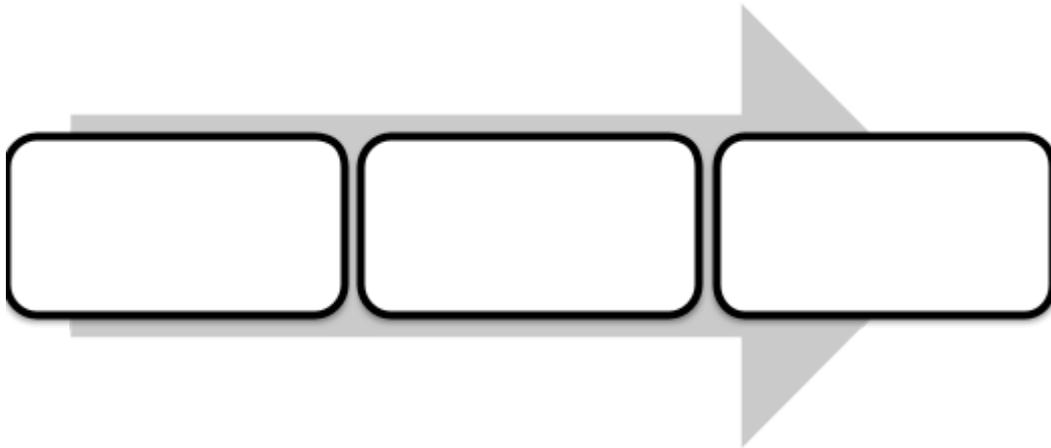
La práctica profesional fue desarrollada en “Ultramar agencia marítima limitada”, agencia naviera que durante los últimos años ha sido líder del mercado. Si bien no agencia a las navieras numero uno de Chile, tales como CCNI y CSAV, presta servicios a grandes compañías de nivel mundial como Hamburg Sud, Hapag Lloyd y Evergreen.

1.2.1. Trabajo desarrollado en el Departamento de Demurrage:

La primera experiencia profesional en la práctica fue llevada a cabo específicamente en el departamento de Demurrage, conocido en castellano como Sobreestadía de contenedores, dependiente directamente de la gerencia del Centro de Servicios, ubicado físicamente junto a la agencia de Valparaíso en el centro la ciudad puerto.

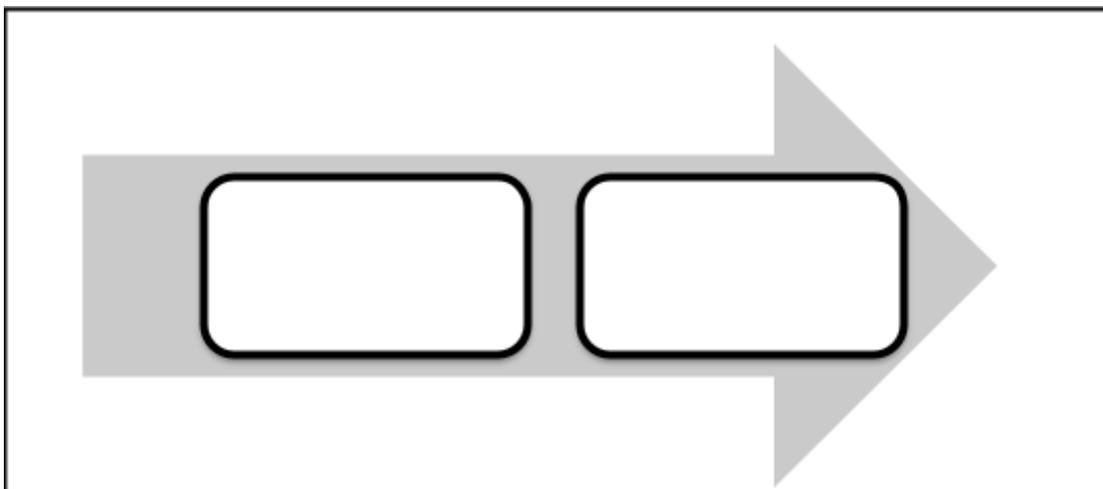
Cuadro 7. Movimientos del contenedor para el cobro del Demurrage en Importación

21



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8. Movimientos del contenedor para el cobro del Demurrage en Exportación



Fuente: Elaboración propia

Para poder explicar la función cumplida en la práctica es necesario profundizar en qué consiste el Demurrage. La sobreestadía de contenedores es un cobro que se genera cuando se importa una mercancía, o exporta en otros casos, y no se cumplen los plazos

estipulados por el armador para devolver el contenedor luego de la descarga en puerto en una importación, y cuando no se cumplen los plazos de ingresar el contenedor a stacking en el caso de las exportaciones. El cálculo de demurrage se genera una vez cumplido el ciclo completo, en el caso de la importación se entenderá como ciclo completo cuando un contenedor contenga fecha de descarga, fecha de salida puerto y fecha de devolución a depósito, y para el caso de las exportaciones cuando un contenedor tenga fecha de salida de depósito y fecha de ingreso a stacking. Cuando uno de los casos anteriores se cumpla se puede proceder a cobrar el Demurrage.

El departamento de Demurrage es una de las áreas de negocio del Centro de servicios y el Centro de Servicios se preocupa de la administración central de procesos de apoyo en las actividades operacionales generadas en todas las agencias de Chile, también se encarga y es una plataforma operativa de facturación y control de gestión por cuenta de los armadores. Generadora de acciones correctivas que apuntan a mejorar y optimizar procesos operacionales.

El departamento de Demurrage tiene por objetivo principal administrar y controlar los procesos centralizados relacionados a la administración de los servicios de Sobreestadía, Daños y Limpiezas por cuenta de sus armadores representados y agenciados por Ultramar. Este departamento se inició en noviembre del año 2008 con la administración

completa del proceso Demurrage/Detention del armador Hapag Lloyd marcando el inicio del área especialista en control de Sobreestadías.

Área encargada de coordinar las instrucciones recibidas desde las navieras representadas, la aplicación de procedimientos de los sistemas informáticos, con el fin de asegurar que las reglas de negocios, facturación, actualizaciones, autorizaciones de descuento que ofrece la línea, estén conforme a los requerimientos del armador, contribuyendo a optimizar los procesos y al cumplimiento de las políticas y objetivos de la empresa.

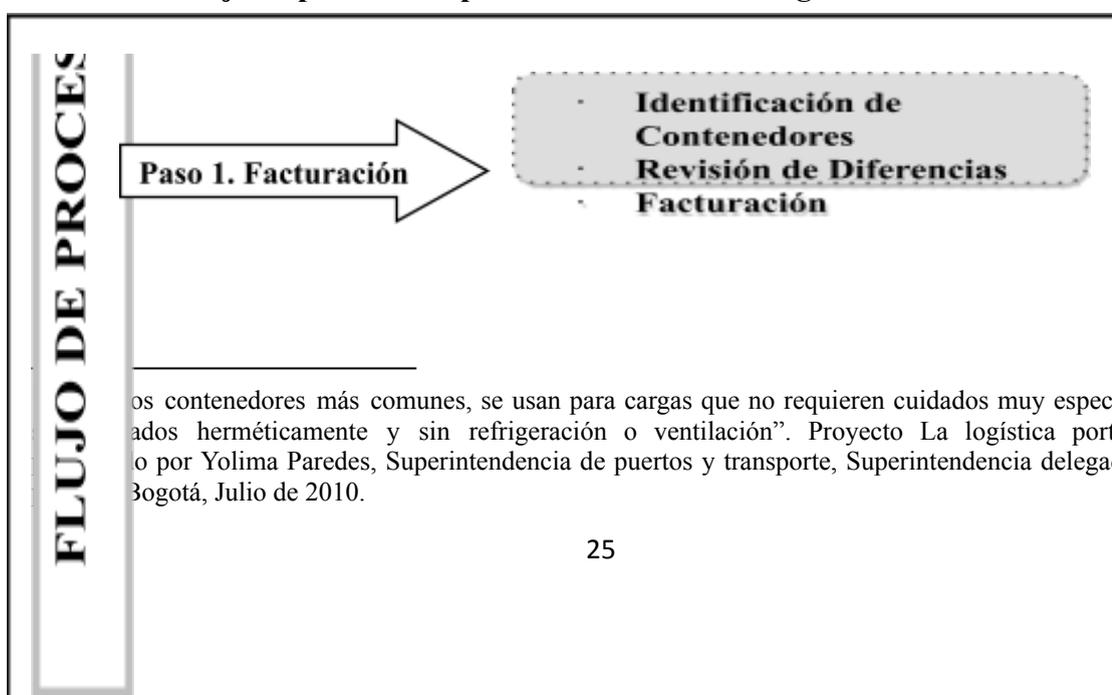
En general la función fundamental del departamento es la facturación del demurrage, daño o limpieza, realizar reportes al armador, ingresar actualizaciones en sistemas de información utilizados directamente por el armador así como también en sistemas usados exclusivamente por la agencia, el departamento también se encarga de realizar la cobranza del servicio, control de recuperos, abonos y comisiones.

Cabe destacar que el armador otorga días libres, es decir días exentos de cobro, pues a los clientes se les concede un plazo para retirar la mercancía del puerto, llevarla a sus bodegas y devolver el contenedor al depósito, este último acto indica cuándo se termina el servicio, que en realidad no es un servicio sino que es similar a una multa. Finalmente este cargo se traduce a una tarifa diaria a cobrar por cada día de retraso en devolver el contenedor a depósito. En algunas ocasiones el cliente utiliza el contenedor como bodega de su mercancía y no es obligación del armador prestar este servicio. Aunque existen excepciones, ya que el armador puede llegar a acuerdos con sus clientes donde sí les permite utilizar el contenedor como bodega entregándole más días libres.

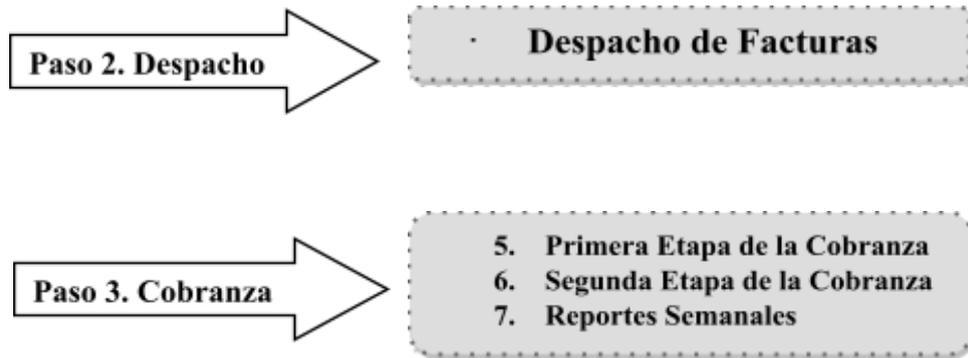
Adentrándose aun más en el tema, es importante definir que las tarifas son diferentes para cada tipo de contenedor, ya que el valor de un contenedor refrigerado capaz de transportar productos perecederos como verduras, frutas y carnes manteniendo sus propiedades no es el mismo que utilizar un contenedor dry¹³ con características standard cerrados herméticamente y sin refrigeración o ventilación utilizados para transportar cargas secas como bolsas, cajas, pallets, etc.

Es importante destacar que según la política de Ultramar para el correcto proceso de facturación del Demurrage, control de cobros y comisiones es esencial mantener un estrecho contacto con el armador, cliente directo de la agencia, también con empresas relacionadas como son la aduana, Compañías de seguros, almacenistas, terminales portuarios, agencias de aduana, entre otros que se relacionan indirectamente con la agencia.

Cuadro 9. Flujo de procesos Departamento de Demurrage.



os contenedores más comunes, se usan para cargas que no requieren cuidados muy especiales, ados herméticamente y sin refrigeración o ventilación". Proyecto La logística portuaria o por Yolima Paredes, Superintendencia de puertos y transporte, Superintendencia delegada de Bogotá, Julio de 2010.



Fuente: Elaboración propia

Las actividades realizadas en la práctica se desglosan en tareas o actividades que se detallan a continuación:

1.2.1.1. Identificación de contenedores que incurrieron en demurrage, daño o limpieza.

Para reconocer los contenedores que incurrieron en demurrage deben haber transcurrido todos los movimientos del ciclo. En la importación, el primer movimiento que hace el contenedor es cuando se descarga de la nave en el puerto, el segundo movimiento se genera cuando el contenedor sale del puerto, junto con esto se crea el título de admisión temporal de contenedores (TACT) el cual permite que el contenedor salga de zona primaria. Para finalizar, el tercer movimiento de la importación es el ingreso del contenedor al depósito, movimiento que indica cuando se termina la operación.

Además, para poder identificar correctamente si se incurrió o no en demurrage es necesario verificar los días libres de cobro que posee el contenedor indicados por el armador. Luego de identificarlos se debe proceder a ingresarlos en el sistema CAS de Ultramar por intermedio de reglas de negocio. Este sistema se encarga de calcular automáticamente el Demurrage basándose en los días libres y tarifas indicados por las reglas de negocios ingresadas.

Las reglas de negocio son exactamente las instrucciones recibidas por el armador ingresadas y reflejadas en este sistema operativo, estas detallan los factores que influyen en el valor del Demurrage de cada contenedor. El primer factor son los días base otorgados por el armador para un determinado tipo de contenedor, el segundo factor es el acuerdo al que llegó el armador con cada cliente, el cual puede ser aplicar solo los días libres base o aplicar días libres adicionales a los base, un tercer factor es la tarifa diaria base para cada tipo de contenedor o una tarifa diferenciada cada acuerdo alcanzado.

Para ingresar una regla de negocio se deben tomar en consideración los factores; tales como armador, tarifa, fecha de vigencia de la regla, moneda, entre otros. Y cabe destacar que las reglas se pueden crear en forma más general por pies tipo, es decir que la regla tomará todos los contenedores de un determinado pies tipo y asociará determinados días libres o determinada tarifa. También en forma más específica se puede crear una regla para un determinado contenedor, esta se utiliza en casos más excepcionales cuando el armador indica que un contenedor determinado o grupo de contenedores están afectos a una tarifa específica o cuentan con días libres adicionales.

Además se pueden crear reglas basándose en un BL o un grupo de BLs donde la regla tomará todos los contenedores asociados a esos BLs en particular.

- Revisión de diferencias.

Una vez cargados los contenedores en el sistema se deben revisar las diferencias entre la instrucción de facturación del armador y los contenedores cargados en el sistema CAS. De manera de facturar las unidades que efectivamente tengan cobro, para ello se deben revisar las reglas de negocio bien ingresadas, fechas de los movimientos bien cargadas y tarifas correctas.

- Facturación.

Una vez revisadas y corregidas las diferencias se puede proceder a la facturación del demurrage. Los contenedores deben estar en estado “Registrado” en la aplicación de facturación del demurrage de importación en el sistema CAS.

Es importante hacer mención a que los contenedores pueden ser facturados directamente al cliente o reclamado a la compañía de seguro, esto depende de si el contenedor fue garantizado con contrato, mail de responsabilidad o con póliza de seguro. En estricto

rigor todos los contenedores deben ser garantizados con póliza de seguro, que consiste en que el seguro se hará cargo y cancelará un eventual demurrage, esta es la opción más segura para el armador. Pero existen casos donde el cliente tiene un contrato con el armador donde se les otorga la posibilidad de garantizar el contenedor sin póliza de seguro, ya que posee un contrato que les permite realizar el trámite sin haber pagado una prima por contratar el seguro, de esta manera el cliente debe hacerse cargo de cancelar el demurrage en el caso de que exista. También existe una tercera forma de garantizar el contenedor que es con mail de responsabilidad donde el depósito se hace responsable del cargo en el caso que se incurra en demurrage por intermedio de un mail donde se compromete a responder por un eventual demurrage que se genere. En este caso el cliente tiene un contrato directo con el depósito y no con el armador.

Una vez conocida la forma en que se garantizó el contenedor se puede definir si se procede a reclamar al seguro o facturar directamente al cliente o al depósito. Para reclamar el contenedor al seguro se utilizará la misma aplicación de facturación de demurrage de importación en el sistema CAS, pero se elegirá la opción reclamar al seguro y el contenedor quedará en un estado momentáneo de “Reclamado al Seguro”. Hecho esto la compañía aceptará o rechazará el reclamo luego de haber comprobado si el cobro efectivamente corresponde. Si comprueba que está correcto la compañía de seguro cancelará el demurrage y la agencia procederá a facturar a la compañía de seguro. Si el seguro rechaza el cobro la agencia procederá a facturar al cliente directamente. Si el contenedor se garantizó con contrato se procederá a facturar directamente al cliente quedando el contenedor en estado “Facturado”.

Si se profundiza aun mas en el tema se puede señalar que existen dos fases para el demurrage las cuales se facturan en forma diferenciada. Donde aunque se haya garantizado con póliza de seguro la primera fase siempre se facturará al cliente y solo la segunda fase será reclamada al seguro. La primera fase comienza con el movimiento de descarga del contenedor y termina con la salida del puerto; la segunda fase comienza con la salida del puerto y termina con la devolución al depósito. Estas dos fases son conocidas también como demurrage (primera fase) y detention (segunda fase) donde en el demurrage el contenedor está en posesión del puerto y en la segunda fase el contenedor está en manos del cliente. Esto solo en teoría, ya que se le llama en ambas fases demurrage. Pero si es importante destacar que la facturación se realiza en forma diferenciada para ambas fases.

Para poder retirar el contenedor del puerto es necesario obtener el TACT y para ello se debe realizar el acto de garantización del contenedor en las ventanillas de Ultramar. Junto con esto se debe cancelar todo el demurrage de primera fase, es decir todo el demurrage generado hasta antes de retirar el contenedor del puerto. Los encargados de atención al cliente en ventanilla son quienes deben emitir estas facturas.

- Despacho de facturas.

Luego de la facturación del demurrage se procede a despachar las facturas a quien corresponda. Para ello es necesario identificar cómo se garantizó el contenedor y si el demurrage es de primera o segunda fase.

En el caso de la primera fase y si se garantizó con póliza, contrato o mail de responsabilidad la factura deberá ser despachada a la agencia de aduana, ya que la agencia de aduana es el encargado de la garantía del contenedor en representación del cliente, por lo tanto en el caso de que no se facture la primera fase en ventanilla al minuto de la garantía se debe despachar la factura a la agencia de aduana quien después cobrará este cargo a su cliente.

Las facturas de segunda fase garantizadas con contrato serán despachadas directamente al cliente, ya que la agencia de aduana cumplió su participación en el proceso y el contenedor ya está en manos del cliente. En el caso de las facturas de segunda fase garantizadas con mail de responsabilidad serán emitidas y despachadas directamente al depósito, como SAAM, TEXVAL, entre otros. Y en el caso de los contenedores garantizados con póliza se reclamarán al seguro y las facturas serán emitidas y despachadas al seguro. Es necesario tener presente que en el caso que el seguro rechace el cobro la factura deberá emitirse y despacharse directamente al cliente.

- Cobranza.

El departamento de demurrage se encarga directamente de la cobranza del mismo, a diferencia de los otros cobros que genera Ultramar por cuenta de sus representados, ya que existe un departamento de cobranzas encargado de estas tareas.

La cobranza del demurrage se divide en dos etapas:

a. Primera etapa de la Cobranza.

La primera etapa de cobranza está dada por tres actividades que comienzan el día de emisión de la factura y culmina con el vencimiento de esta misma. En estricto rigor si la factura está cancelada antes de que venza no se dará paso a la segunda etapa de cobranza, pues la primera etapa fue un éxito.

La primera actividad es el envío del mail de aviso de emisión de factura, donde se le da a conocer al cliente o agencia de aduana que se emitió un documento que vencerá dentro de treinta días luego de la emisión. Además, se incluye el valor de la factura, fecha de vencimiento y concepto que se está cobrando en la factura.

La segunda actividad es la confirmación telefónica de la recepción de la factura a los quince días de emitida, manera de verificar si el cliente recibió o no la factura, es con la copia cedible, ya que el cliente o agencia de aduana firma la copia cedible al minuto de recibir la factura, gracias a esto el cliente no puede desconocer el documento.

La tercera actividad ocurre cuando la factura vence, es decir al día treinta desde la emisión. Aquí se envía un mail de vencimiento de factura, donde se le da a conocer al cliente todos los documentos vencidos a la fecha incluyendo el que acaba de vencer.

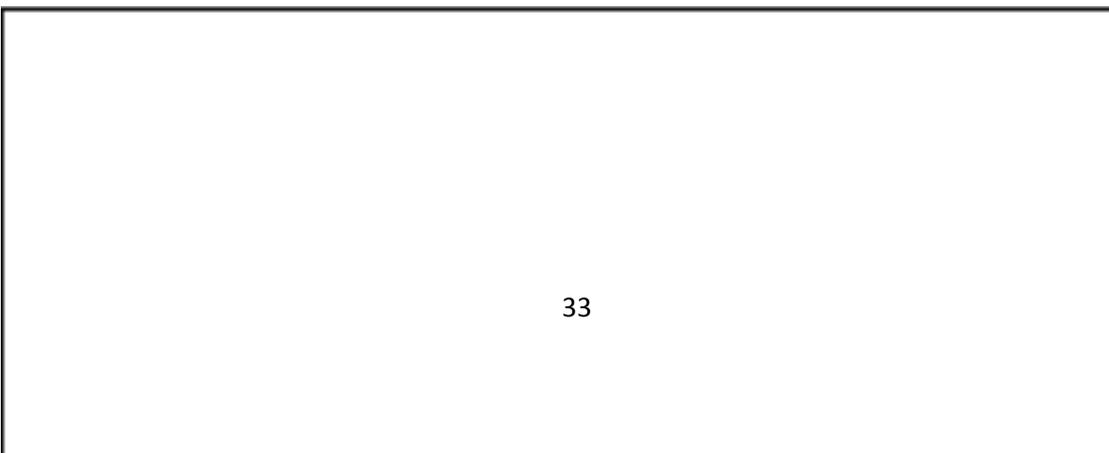
Junto con esto el sistema envía un mail automático semanal de vencimiento, donde se adjunta una carta que indica el total de la deuda a la fecha.

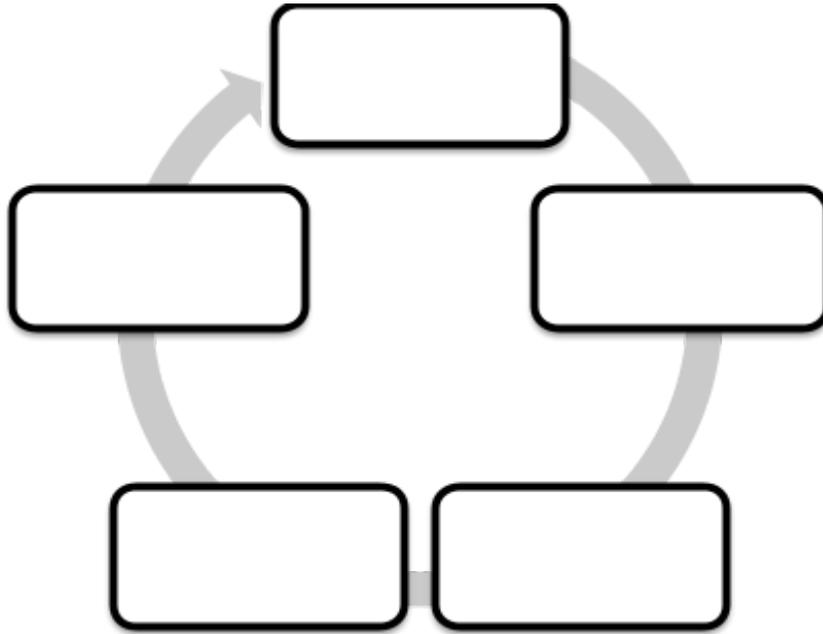
Cabe destacar que las facturas que están en poder de la agencia de aduana se comienzan a cobrar una semana después de su emisión y despacho, ya que estas debiesen estar canceladas desde el minuto de la garantía, por lo tanto no hay crédito de treinta días para las facturas que están en poder de la agencia de aduana.

b. Segunda etapa de la Cobranza.

Se realiza cobranza vía telefónica mínimo 2 veces como contacto efectivo a clientes, en caso de respuesta positiva por parte cliente se acuerda una fecha de pago. En caso de respuesta negativa, es decir que no responde o no cancela, el contacto continua telefónicamente hasta obtener respuesta satisfactoria, caso contrario se informa al armador de la morosidad, para tomar medidas mayores tales como eliminar el contrato de garantía, en el caso de que exista, o se considera una publicación en Dicom previa aprobación de la naviera.

Cuadro 10. Proceso de Cobranza





Fuente: Elaboración propia

- Reportes semanales

Se realizan reportes en Excel semanales informativos para el armador relativo a la cobranza y al outstanding¹⁴, de manera que se tenga en conocimiento todos los clientes morosos. Entiéndase por outstanding la deuda completa de todos los clientes a la fecha (facturas impagas).

En este reporte se incluyen tablas dinámicas que indican los Estados de todas las facturas pendientes de pago, por ejemplo estados como “en confirmación fecha de pago”, “en revisión de cliente”, “en consulta con armador”, “en proceso de cobranza”, entre otros. También se incluyen tablas dinámicas que indican un top 15 de los clientes con mayor deuda vencida indicando el monto total de la deuda por cliente y el tiempo

¹⁴ Outstanding es un reporte total de la deuda de los clientes extraído de los sistemas contables de la empresa basándose en las facturas emitidas y no en los demurrage por facturar.

desde su vencimiento. Por ejemplo deuda vencida entre cero y treinta días, entre treinta y sesenta días y vencida a más de noventa días.

Además, de enviar reportes semanales al armador, se citan a reuniones periódicas para revisar los temas relativos a la cobranza, con el objeto de realizar acciones correctivas, tales como acciones de la naviera a través del ejecutivo comercial a cargo del cliente, potencial cambio de Carta de Garantía a Póliza y traspaso de antecedentes del cliente al Boletín Comercial (Dicom).

1.2.2. Razones que impulsan a desarrollar el tema

El tema a investigar es la "implicancia de la planificación logística versus los costos en la cadena de exportación de frutas frescas"

La razón que motivó la realización de la siguiente investigación es poder demostrar qué tanto afectan las malas gestiones logísticas e ineficiente planificación en relación con el aumento en los costos de exportación, de esta manera determinar cómo afectan los errores logísticos que generan más gastos en la operación.

A su vez, las frutas han sido un mercado importante en Chile durante la última década y por ello se pretende presentar un análisis de cadena logística de exportación quiere realizar un análisis de algunas frutas frescas en específico hacia algunos países determinados considerando extra costos por casos fortuitos que se pudieron haber evitado con una buena planificación logística y prestándoles más atención a las etapas de la cadena de distribución.

CAPITULO II:

2. DESARROLLO DEL TEMA

2.1.OBJETIVOS GENERALES DEL TEMA A INVESTIGAR:

Comprobar el impacto que genera la ausencia o ineficiente planificación logística en las operaciones de exportación, y como ello implica en los costos del ejercicio.

2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL TEMA A INVESTIGAR:

- Demostrar los beneficios que genera una mirada en pro a la logística con el fin de que la empresa obtenga una ventaja competitiva, planificando el proceso de exportación logrando posicionarse en los mercados y de esta manera entregarle un valor agregado a sus productos.
- Demostrar cómo influyen los costos extras dados por mala planificación logística en tres empresas exportadoras, el cual será aplicado a diferentes frutas frescas y destinos.
- Cuantificar cómo aumentan los costos extras por malas gestiones logísticas con respecto al total de los costos de exportación.

2.3.METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología utilizada para la elaboración de este informe, es una investigación descriptiva y exploratoria, ya que se utilizan casos prácticos para analizar la implicancia de los costos logísticos en la cadena de exportación, para ello se recogen experiencias y condiciones pasadas y las variables del entorno que ayudan a determinar las características de las situaciones.

Mediante la recopilación y análisis de información estadística existente se realizan cuadros comparativos de los diferentes casos a analizar. El objetivo de los estudios de casos consiste en realizar una indagación a profundidad de un tema en particular.

La recopilación de información fue a través de bibliografía, estudios existentes y consultas en internet. También se recabó información en Ultramar acerca de extractos de algunos casos de exportaciones reales. Además se obtuvo información acerca de la empresa y el mercado.

2.4.MARCO TEÓRICO

Para poder comprender el estudio que se realizará más adelante será necesario definir algunos conceptos claves del contexto en que se desarrolla esta investigación. Conceptos asociados a la logística; como distribución física,

transporte marítimo, y conceptos asociados a la Cadena de Distribución y Abastecimiento en la Exportación.

2.4.1. Terminología asociada a la Logística

2.4.1.1. Definición de Logística

La logística tiene muchas definiciones creadas por distintos autores basándose en diferentes áreas de interés. La más asertiva para este contexto es la del “Council of Logistics Management” (CLM), Consejo de Administración Logística, una organización profesional de administradores logísticos, educadores y profesionales, fundada en 1962.

La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes (De las normas del consejo de la dirección logística, a través de la página Web CLM <http://www.clm.org>). Esta es una definición excelente, ya que transmite la idea de que los flujos del producto tienen que ser manejados desde el punto donde se encuentran como materias primas

hasta el punto donde finalmente son descartados. En ésta, la logística también se ocupa del flujo de servicios, así como de los bienes físicos, un área de crecientes oportunidades de mejora. También sugiere que la logística es un *proceso*, es decir, que incluye todas las actividades que tienen un impacto en hacer que los bienes y servicios estén disponibles para los clientes cuándo y dónde deseen adquirirlos. Sin embargo, la definición implica que la logística es una parte del proceso de la cadena de suministros, no todo el proceso. Por eso, ¿qué es el proceso de la cadena de suministros o, dicho en forma más popular, el manejo de la cadena de suministros?¹⁵

Los objetivos de la logística se desglosan a continuación:

- Asegurar que el menor costo operativo a través de una serie de implementaciones, tales como asociación con proveedores, tercerización de funciones para mejorar gestión, etc, sea un factor clave de éxito.
- Suministrar adecuada y afortunadamente los productos, en su cantidad y calidad requerida, que quiere el cliente final.
- Convertir la logística en una ventaja competitiva ante los rivales y transformar la gestión de la empresa en una barrera de entrada al sector económico.

2.4.1.2.Distribución Física

El proceso logístico se compone de dos grandes canales en la estructura de la cadena del proveedor – cliente, así: Distribución física del producto es el flujo de materiales desde

¹⁵ Ronald H. Ballou. “Logística, Administración de la cadena de suministro, Pearson Educación, México, Quinta edición, 2004. página 4.

la adquisición en la fuente hasta la entrega del cliente. Y el flujo de información es la información del estado y ubicación del producto a lo largo de la cadena logística mediante el cual se controla el costo y rentabilidad del producto.

“La distribución física es una expresión que describe la integración de dos o más actividades con el fin de planificar, llevar a cabo y controlar, de una forma eficiente, el flujo de materias primas, inventarios y productos terminados desde el punto de origen al punto de consumo. Estas actividades pueden incluir entre otras, el servicio al cliente , la previsión a la demanda, las comunicaciones de distribución, la gestión de stocks, la manipulación de materiales, el tratamiento del pedido, el servicio post venta y de piezas de repuestos, la localización de plantas y almacenes, el aprovisionamiento de materiales y servicios, el empaquetado, la gestión de las devoluciones, la evacuación de restos de desperdicios, el tráfico y transporte, y el almacenaje. Definición del National Council of Physical Distribution Management, 1976”.¹⁶

2.4.1.3. Transporte internacional de carga

El transporte internacional de carga es definido según la ALADI (Asociación latinoamericana de integración) como “La operación de trasladar productos (carga) suministrando un servicio por un precio denominado flete, desde el país de origen (exportador), hasta el país de destino (importador)”¹⁷. Si se habla de transporte internacional de carga se debe mencionar el contrato que lo materializa, este es el contrato de transporte internacional. “Este contrato consiste en un acuerdo de voluntades entre un operador de transporte (compañía naviera, aerocomercial,

¹⁶ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág 25

¹⁷

<http://www.aladi.org/nsfaladi/cuaderno.nsf/vcuadernosweb/Transporte%20Internacional%20de%20carga-%20Cuaderno%20N%C2%B0%205>, 9-10-2011, 18:45 hrs

ferroviaria o carretera, o un operador de transporte multimodal) y un usuario del servicio de transporte (exportador, importador, intermediario), por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el destino final que se le indique, a cambio de un precio determinado (flete)”¹⁸.

- Transporte marítimo:

El transporte marítimo es, por su capacidad, el medio de transporte empleado con mayor frecuencia en el tráfico internacional de mercancías.

Su carácter internacional viene dado por su propia naturaleza ya que se perfila como el medio económico idóneo para mover grandes volúmenes de mercancías entre puntos geográficamente distantes.

La versatilidad y flexibilidad que lo caracterizan derivan de la gran variedad de buques existentes en la actualidad, adaptados al transporte de todo tipo de cargas.

El tráfico marítimo se lleva a cabo en régimen de libre competencia siguiendo las leyes del mercado de fletes. Los sujetos que intervienen en el transporte marítimo internacional véanse se Anexo 3.

- Transporte aéreo:

Desde sus orígenes el transporte aéreo ha experimentado una evolución caracterizada por el avance de los medios de locomoción utilizados, la calidad en la prestación de los servicios, la agilidad en el traslado de las mercancías y la simplificación de los trámites documentarios.

¹⁸

<http://www.aladi.org/nsfaladi/cuaderno.nsf/vcuadernosweb/Transporte%20Internacional%20de%20carga-%20Cuaderno%20N%C2%B0%205> 9-10-2011, 19:00 hrs

Las principales ventajas que presenta el transporte aéreo son:

- La rapidez: esta ventaja se acentúa para distancias largas y respecto a mercancías perecederas, de mucho valor o las solicitadas urgentemente.
- El menor coste relativo: de esta ventaja se benefician sobre todo tres tipos de mercancías (las mercancías perecederas, las mercancías de elevado valor y las mercancías de alta relación peso/volumen.
- La agilidad administrativa consecuencia de, la mayor rapidez del transporte aéreo, la inexistencia de retrasos en las formalidades administrativas y el control informático de la carga y su distribución.
- La seguridad de la mercancía provocada por la menor dimensión de los vehículos aéreos, el mejor acondicionamiento de los dispositivos de carga y la menor duración del viaje.
- La flexibilidad propiciada por la amplia red de destinos ofrecidos y la amplia gama de aviones disponibles en el transporte aéreo.

Las desventajas más significativas del transporte aéreo son:

- Su elevado coste, sobre todo para mercancías como las materias primas y productos semi-elaborados en los cuales el precio del transporte incide marcadamente en el coste final en el exterior.
- Las limitaciones de tamaño y peso en la mercancía a transportar como consecuencia de las dimensiones de los vehículos aéreos, sus puertas de acceso y el peso límite permitido por unidad de superficie.¹⁹

- Transporte por carretera

¹⁹ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008. Pág. 187

El transporte por carretera es por sus características el único medio de transporte que puede efectuar por sí mismo el servicio “puerta a puerta”.

La capacidad de los vehículos de carretera abarca desde pequeños envíos hasta envíos de gran volumen así como el transporte de todo género de mercancías, lo que lo convierte en un tipo de transporte flexible y versátil.

Aunque no puede afirmarse que el transporte por carretera sea el medio más rápido, se utiliza con frecuencia para envíos urgentes debido a las facilidades de carga y descarga que presenta y a la velocidad que alcanzan sus vehículos.

Además, el transporte por carretera (en especial en camión) se coordina fácilmente con otros medios y nudos de transporte, como los puertos, aeropuertos, terminales ferroviarias... y es el más adecuado para el transbordo de mercancías en el transporte multimodal.

En el transporte terrestre de mercancías intervienen tres partes: el cargador, el porteador y el destinatario.²⁰

- Transporte Ferroviario

El transporte ferroviario por su capacidad es el medio de transporte idóneo para mover grandes volúmenes de mercancía, en grandes recorridos.

El transporte por ferrocarril entre los países comunitarios se apoya en una excelente infraestructura de la red ferroviaria al a que se incorpora un elevado desarrollo tecnológico de los trenes.

²⁰ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008. Pág. 195

El ferrocarril es además un medio adecuado para realizar los servicios “puerta a puerta”. Por otra parte los avances informáticos facilitan el seguimiento de las mercancías en todo el trayecto ferroviario.

Finalmente el transporte ferroviario se configura como un medio de transporte seguro con unos niveles de siniestrabilidad muy reducidos.²¹

- Transporte multimodal

Se entiende por transporte multimodal el traslado de mercancías desde su origen hasta su destino utilizado para ello más de un medio de transporte (terrestre, marítimo, fluvial...).

Se trata del porte de mercancías por dos medios diferentes de transporte en virtud de un contrato de transporte multimodal, desde un lugar situado en un país en el que el operador de transporte multimodal toma mercancías bajo su custodia, hasta otro lugar designado para su entrega, situado en un país diferente.

El transporte internacional multimodal surge como consecuencia de la evolución tecnológica del transporte y de la utilización de los contenedores. Éstos permiten el traslado desde un medio de transporte a otro sin necesidad de manipulación de las mercancías que contienen. Asimismo y al estar los contenedores precintados, el tránsito aduanero entre países se realiza forma rápida.

²¹ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008.Pág. 201

La creación de grandes terminales portuarias conectadas por carretera, ferrocarril y vía fluvial con los centros de producción y consumo ha impulsado el espectacular desarrollo del transporte multimodal en los últimos años.²²

2.4.1.3. Buques o naves²³

- Formas de explotar un buque:

- a. Línea Regular o Liner, es un servicio con itinerarios, escalas, puertos y precios establecidos. Orientado en su mayoría al transporte de carga general y contenedorizada. Estos pueden regirse a través de tres tipos de regímenes; conferencias de fletes (agrupaciones de armadores que acuerdan establecer precios y servicios estándar), armadores independientes y consorcios (agrupaciones de navieras que unen sus buques y medios económicos).
- b. Fletamentos o Tramp, consiste en que el exportador debe fletar el espacio de carga del buque completo o una parte significativa de este por una o varias veces, ya que desea transportar un gran volumen de mercancías.

- Tipos de buques²⁴:

- a. Buques de carga fraccionada, estos se refieren a aquellos buques convencionales con bodegas para guardar la mercancía, buques de carga unitarizada (contenedores y pallets), buques para carga rodante (roll-on/roll off, ro-ro),

²² Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 206

²³ Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 175.

²⁴ Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 174

buques para cargas especiales de gran peso o volumen y buques polivalentes que son aquellos capacitados para llevar diferentes tipos de carga.

- b. Buques de carga masiva, en general son aquellos acondicionados para llevar grandes volúmenes de cargas sin embalar. Estos son buques tanque para cargas liquidas y buques graneleros para cargas solidas.

- Tipos de Carga ²⁵

Para poder elegir el medio de transporte a utiliza es necesario establecer la naturaleza de la carga a transportar. Además de esta manera se definirá cuál tipo de embalaje se usará.

Existen dos tipos de carga:

- a. Carga General, es aquella que resulta más fácil de transportar, es decir en unidades más pequeñas. Esta puede ser de tipo unitarizada o carga suelta convencional.
- Unitarizada, la carga unitarizada es aquella que agrupa unidades de cajas, paquetes u otros elementos desunidos en pallets o contenedores, los cuales resultan más fáciles de manipular, ya que se manejan por medio de equipos mecanizados.
- Suelta, la carga general convencional suelta está compuesta por piezas individuales como cajones, cajas, tambores, sacos, fardos, paquetes, etc. Esta carga se compone básicamente por productos manufacturados o semi-manufacturados.

²⁵ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág. 29.

- b. Carga Granel, es aquella carga no embalada ni unitarizada, esta se almacena en estanques o silos y se moviliza por ductos. Puede ser sólida, líquida o seca.

2.4.1.4. Embalaje

Se entiende por embalaje el medio material destinado a proteger una mercancía para su expedición o almacenamiento prolongado. En otras palabras, es la caja o cubierta con que se resguardan los objetos que se han de transportar a puntos distantes. El embalaje supone colocar convenientemente dentro de las cajas o cubiertas los objetos que han de transportarse a puntos distantes. Vale decir que en definitiva el embalaje es más que una caja o cubierta con que se resguardan las mercancías, si no que todo el procedimiento de acondicionamiento y protección, cuya finalidad es evitar posibles daños que pudieran perjudicar a los bienes²⁶.

El objetivo principal del embalaje consiste en la protección física de la mercancía, en el fondo debe otorgar a la carga una seguridad adecuada en el manipuleo.

Existen tres niveles de embalaje según el nivel de protección a la mercancía:

Primer nivel: Embalaje Primario o Envase, es el embalaje de venta, de presentación elemental o interior. Está en contacto directo con el producto específico con la función de envasarlo y protegerlo²⁷.

²⁶ Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 165.

²⁷ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. "Logística de distribución Física Internacional", Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág. 40.

Segundo nivel: Embalaje Secundario o Intermediario, elemento que se usa como complemento externo con la función de contener o agrupar varias unidades de envase primario²⁸. Como por ejemplo cajas plegadizas de cartón corrugado.

Tercer nivel: Embalaje colectivo o de transporte, elemento que se usa como complemento externo con el objetivo de agrupar o contener varias unidades de empaque secundario²⁹. Dentro de este nivel se incluyen los pallets y contenedores.

- Contenedores

En los años cincuenta se crean los contenedores con el objetivo de simplificar y agilizar el proceso de carga y descarga de mercancías. En la actualidad es el principal instrumento de transporte utilizado.

Se entiende por contenedor, según la norma UNE 49.751 e ISO/TC 104 n° 138, el instrumento de transporte que debe³⁰:

- Tener un carácter permanente, siendo para ello lo suficiente resistente para permitir un uso repetido.
- Estar especialmente concebido para facilitar el transporte de mercancías, sin rotura de la carga por uno o varios medios de transporte.
- Estar provisto de dispositivos que faciliten la manipulación, principalmente en el momento de su transbordo de un medio de transporte a otro.
- Estar ideado de forma que resulte fácil su carga y descarga.
- Tener un volumen interior a un metro cúbico como mínimo.

²⁸ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág. 40.

²⁹ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág. 41.

³⁰ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008. Pág. 167.

“Por "contenedor" se entiende un elemento de equipo de transporte (cajón portátil, tanque movable u otro elemento análogo): i) que constituya un compartimiento, total o parcialmente cerrado, destinado a contener mercancías; ii) de carácter permanente y, por tanto, suficientemente resistente para permitir su empleo repetido; iii) especialmente ideado para facilitar el transporte de mercancías, por uno o varios modos de transporte, sin manipulación intermedia de la carga; iv) construido de manera que se pueda manipular fácilmente.”³¹. También el contenedor se puede definir como un “Medio de carga predominante en el transporte combinado o intermodal, utilizado para transportar objetos de gran volumen o pesados, construidos en acero, aluminio, madera contrachapada y fibra de vidrio. Con la Norma ISO 2716 en el año 1964, se resuelve el problema de normalización. Indicaba las características y medidas que debían de cumplir, lo que permitió adaptar barcos, grúas, vehículos, etc. El aumento del transporte de contenedores no hubiera sido posible sin un desarrollo totalmente paralelo de la flota mundial de buques portacontenedores. Representado también por su nombre en inglés container³².

Véanse los tipos de contenedores en Anexo 4.

2.4.2. Terminología asociada al Comercio exterior

³¹ Convenio Aduanero Sobre Contenedores, Consejo De Cooperación Aduanera Secretaria General hecho en Ginebra bajo los auspicios de las Naciones Unidas y la Organización Intergubernamental Consultiva de la Navegación Marítima, 2-12-1972.
http://www.unece.org/fileadmin/DAM/trans/conventn/ccc_1972s.pdf

³² <http://blogistica.es/recursos/glosario/c/contenedor/>.15-01-2012. 17:11 hrs.

2.4.2.1.Exportación

Antes de cualquier intento de exportar la empresa debe hacer su iniciación de actividades o incluir esta actividad en la constitución de la empresa. Toda empresa debe gestionar su iniciación de actividades con giro de exportador, en el Servicio De Impuestos Internos (SII), correspondiente a su domicilio. Sin perjuicio de lo anterior, si el interesado cuenta con iniciación de actividades deberá realizar solamente una ampliación de giro como exportador en el SII.

La operativa de compra venta internacional se inicia con la oferta internacional que es originada por el vendedor (exportador) a un potencial comprador (importador); normalmente a la solicitud de este ultimo a través de un requerimiento de cotización.

La oferta es la comunicación que realiza el vendedor (exportador), que contiene información necesaria o requerida sobre el determinado producto y que tiene por objeto concretar una venta internacional, mediante la aceptación de las condiciones y características en ella descrita por parte del potencial comprador (importador).

Los datos fundamentales que debe contener una oferta son: descripción pormenorizada de la mercancía, precio unitario de venta, lote mínimo de la venta, plazo de entrega, medio de transporte, modalidad de venta, forma o medio de pago y plazo de validez.

Véanse las modalidades de venta internacional en anexo 5.

2.4.2.2.Importación:

Lo primero que debemos indicar es que las importaciones en Chile están regidas por la Ley 18.525 –D. O.- 30.06.86- Normas sobre importación de mercancías al país, que en resumen indica lo siguiente:

- Todas las mercancías procedentes del extranjero al ser importadas al país, están afectas al pago de los derechos establecidos en el Arancel Aduanero o en otras disposiciones legales que los impongan, salvo las exceptuadas en leyes especiales o en tratados internacionales.
- Forman parte de esta ley los derechos de aduana establecidos para las distintas clases de mercancías en el texto oficial del Arancel Aduanero de la República de Chile.
- La base imponible de los derechos ad valorem estará constituida por el valor aduanero de las mercancías que ingresen al país, el que está determinado sobre la base del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VII del GATT de 1994 (en adelante Acuerdo sobre Valoración Aduanera) y del artículo 7° de esta ley. Tratándose de la valoración de mercancías usadas, el Director Nacional de Aduanas dictará las normas que regulen la valoración de dichos bienes, conforme al Acuerdo sobre Valoración Aduanera.
- Establéense derechos antidumping y derechos compensatorios para la importación de aquellas mercancías cuyo ingreso al país origine grave daño actual o inminente a la producción nacional al importarse con precios disminuidos a consecuencia de efectos artificiales en sus respectivos mercados.³³

2.4.2.3.Incoterms

³³ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008.Pág. 75

Los Incoterms son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales.

Estos términos son los siguientes:

EXW (Ex Fábrica): Significa que la única responsabilidad del vendedor, es poner su mercancía a disposición del comprador en su propio local.

FCA (Franco En El Medio De Transporte): El vendedor debe entregar la mercancía lista para su exportación al transportista en el lugar indicado en las condiciones de embarque.

FAS (Franco Al Costado De La Nave): El vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado de la nave en el muelle o en las barcasas, en el lugar indicado en la cotización.

FOB (Franco A Bordo): Cuando el vendedor se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo de una nave en el puerto indicado en el contrato de venta.

CFR (Costo Y Flete): El vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado.

CIF (Costo, Seguro Y Flete): Es un término similar al CFR, pero en este caso, el vendedor también debe contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador.

CPT (Transporte Pagado Hasta): Es un término equivalente al CFR, pero que se utiliza para el transporte que no sea marítimo.

CIP (Transporte Y Seguro Pagado Hasta): Es un término equivalente a CIF, se utiliza para cualquier medio de transporte.

DAT (Entregado En Terminal): Se refiere a la entrega en el puerto de destino, después de descargado. La Terminal puede ser aérea, marítima o terrestre. Puede utilizarse con

independencia del modo de transporte seleccionado y también cuando se emplea más de un modo de transporte.

DAP (Entregado En Un Lugar/Punto): Sirve para todo tipo de transportes. Significa que el vendedor entrega la mercancía cuando se pone a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y lista para ser descargada en el lugar de destino determinado.

DDP (Entregado Con Los Derechos Aduaneros Pagados): Significa que el vendedor se hace cargo de todo, incluyendo los procedimientos necesarios para el despacho de la mercancía y el pago de los derechos aduaneros.³⁴

2.4.3. Terminología asociada a la Cadena logística de exportación

Las empresas que pertenecen al sector exportador e importador se caracterizan por tener sus sistemas logísticos enfocados hacia el cliente del exterior, en lo relacionado con las compras internacionales (importaciones) y las ventas al exterior (exportaciones), los cuales conforman unos subsistemas que se encargan de garantizar la distribución física del producto a lo largo de la cadena internacional de abastecimiento y distribución.

³⁴ http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20070228/pags/20070228113214.html ·03-10-2012.
19:30 hrs.

Es importante anotar la sensibilidad de los procesos logísticos en la entrega oportuna de la mercancía hacia mercados externos, debido a las variables inherentes a la importación y exportación, tales como el almacenamiento en terceros, consecución de transporte contratado, la conservación de los embalajes y los altos estándares de calidad y conservación de la mercancía exigida en los mercados exteriores³⁵.

2.4.3.1. Proceso de exportación³⁶:

El proceso de exportación está dado por diferentes aspectos claves. A continuación se muestran las etapas para la internacionalización:

- Etapa I: Decisión de exportar: Existen requisitos para la internacionalización de la empresa dadas por diferentes factores como: el producto, motivación, recursos humanos, capacidad productiva y capacidad financiera.
- Etapa II: Prospección de los mercados:
 - a. Identificación del código arancelario del producto: Internacionalmente se asocia a una identificación numérica conocida como código arancelario. El cual es aceptado y reconocido mundialmente.
- Identificación del producto a nivel internacional con un número de 6 dígitos en página web www.aduana.cl.

³⁵Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004. Pág 25

³⁶ Helena Zamudio, Asistente departamento de información Pro Chile. “Taller de orientación para exportar, exportar paso a paso, Pro Chile”. http://www.sofofa.cl/BIBLIOTECA_Archivos/Eventos/2010/03/11_HZamudio.pdf 15-10-2012. 17:45 hrs.

- Se basa en el sistema armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA).
- Es utilizado en toda la documentación de exportación.
- Sirve para conocer el impuesto de importación, cuotas y estadísticas de comercio exterior.

b. Preselección de mercados de exportación:

- Estadísticas internacionales de importación:
(www.prochile.cl/servicios/cyberexport.php)
- Estadísticas chilenas de exportación
(www.prochile.cl/servicios/cyberexport.php)
- Tratados de libre comercio (www.direcon.cl)
- Arancel de importación en el país de destino: impuestos aplicados a los países a las mercancías importadas y se cancelan en el momento en que los bienes ingresan a las aduanas, ya sea por vía aérea, terrestre o marítima. (www.direcon.cl). Además, para que la mercancía pueda beneficiarse de los tratamientos preferenciales negociados en los acuerdos internacionales suscritos, deberán calificar como originarios de conformidad con lo establecido en el régimen de origen de cada acuerdo.
- Conocer las tendencias del mercado, promoción comercial y búsquedas de clientes. Normas de acceso, comercialización y certificaciones (Normativas de etiquetado y marcado, regulaciones de uso).

c. Etapa III: Promoción comercial

Penetración de los mercados seleccionados:

- Ferias internacionales: promoción de la oferta exportable a través de la participación en ferias y eventos internacionales. De esta manera se generan oportunidades para conocer mercados en forma rápida y eficiente, se obtiene un contacto directo con el potencial cliente y se analizan los productos de la competencia.
- Creación de sitio web efectivo: presentación de la historia de la empresa, ubicación, calidad de materiales utilizados, muestra de productos de forma atractiva, certificaciones con las que se cuenta, idiomas y atención a clientes.
- Propuesta comercial: debe ser realista y eficaz, precisando la información necesaria para captar el interés del importador. (mercancías, cantidad, precio, entrega y formas de pago).
- Contrato de exportación: puede ser de palabra o por escrito. En él se plasman los términos y condiciones bajo las cuales se realizará la exportación. (clausulas de compra venta, formas de pago, precios, plazos de entrega, logística a utilizar acerca de medios de transporte, envases, temperaturas, lugar de entrega, etc)

2.4.3.2.Aspectos técnicos de una exportación:

- a. Envío de muestras: las cuales le permiten al importador ver el producto. Para ello se debe verificar el cumplimiento en aspectos como normas de calidad, certificado de sanidad, etiquetado y envase. Para el envío de muestras se consideran documentos como: factura proforma, certificado de origen y certificado fitosanitario.

- b. Transporte internacional: para ello se consideran factores para la elección como tipo de mercancía, medios de transporte disponible, exigencias del cliente, precio y plazos de entrega.
- c. Clausula de compra venta internacional dada por los Incoterms los cuales definen las condiciones de entrega de la mercancía, lo cual influye directamente en el precio de exportación, pues sirven para determinar la responsabilidad de cada una de las partes.
- d. Tipos de modalidad de venta: venta a firme, venta bajo condición, venta en consignación libre, en consignación con mínimo a firme.
- e. Formas de pago: orden de pago, en cobranza, cobranza extranjera, pago contado o carta de crédito.

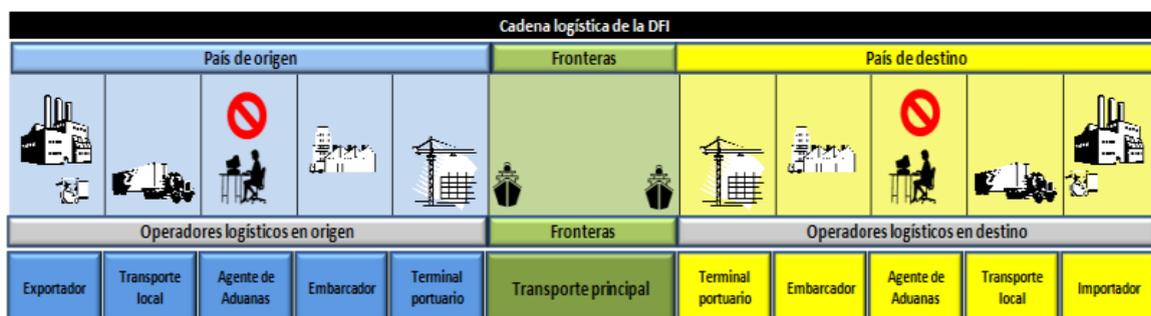
2.4.3.3. Operación estándar de la Cadena Logística³⁷

- a. Coordinación con el Comprador en destino acerca del pedido y apertura la Orden de Compra.
- b. Determinar producción de acuerdo a la necesidad del comprador en el extranjero.
- c. Coordinación con proveedores nacionales e internacionales sobre los insumos.
- d. Coordinación con transportistas acerca de la ubicación de mejor fecha de embarque y flete.

³⁷ Presentación “Logística Comercial Internacional”, www.empresas.regioncallao.gob.pe/WebEmpresas/ 10-12-2012. 17:30 hrs.

- e. Coordinación con transportista para transporte de la carga o contenedor vacío a la planta.
- f. Coordinación con el Agente de aduana para preparación del embarque.
- g. Transporte de producción a lugar de Embarque, sea este Portuario o Extra Portuario.
- h. Diligencia Aduanera de Embarque.
- i. Embarque en la nave.
- j. Obtención del Conocimiento de Embarque (B/L)*
- k. Seguimiento de llegada en lugar de destino.
- l. Coordinación de cancelación de factura a la recepción de la carga por el comprador.
- m. *Con obtención del Conocimiento de Embarque y habiendo ya aceptado anteriormente la Carta de Crédito se puede dar como concluida la Exportación conforme a los Incoterms.

Cuadro 11. “Operadores Logísticos” Pro Chile.



Fuente: Presentacion Prochile: “Taller de logística en comercio exterior, Orientado principalmente a Pymes que deseen exportar”³⁸.

³⁸ www.prochile.cl/.../PPT%20PRO%20CHILE.pdf 10-12-2012. 17:30 hrs.

2.4.3.4. Transporte terrestre interno de mercancías (Inland) e ingreso a Zona primaria

El primer flete que ha de costearse corresponde al transporte desde la zona de producción o acondicionamiento al puerto de embarque, el cual debe realizarse preferiblemente en camión o contenedor refrigerado. Para el análisis del transporte internacional deben analizarse cuantitativa y cualitativamente las características de todos los modos en los países por los cuales transita la carga (infraestructura, rutas terminales, centros de transferencia, legislación, fletes, recargos, descuentos, servicios disponibles, factor de estiba, documentación, normas y convenios internacionales, velocidad, competencia y complementariedad entre modos, etc.). Igualmente se deben considerar las características de cada una de las empresas transportadoras a evaluar, tales como: frecuencia del transporte, tiempo del viaje y tipo de carga que transporta el buque³⁹.

El Servicio Nacional de Aduanas, en conjunto con el Servicio de Impuestos Internos y los diferentes terminales portuarios del país, ha trabajado en la agilización de los procedimientos de control de ingreso de las mercancías a las zonas primarias, con el objetivo de acortar los tiempos de tramitación y agilizar la salida de embarques de exportación, beneficiando a todas las entidades involucradas, entre las que se cuentan agentes de aduana, exportadores y puertos. Para ello, Aduanas se sumará a la recepción electrónica de la Guía de Despacho, en el contexto de la integración de la automatización de los procedimientos de exportación.

³⁹ <http://www.slideshare.net/samdek/distribucion-fisica-internacional>. 25-11-2012. 18:33 hrs.

La Guía de Despacho es el documento que da cuenta de la mercancía que ingresa a la zona primaria con cargo a un embarque y, por tanto, implica para Aduanas la llegada efectiva de la carga a puerto, información que es cruzada con el Documento Único de Salida (DUS), el cual ha sido previamente tramitado por los agentes de aduana.

Con ella, se dispone con anticipación de la información del ingreso físico de las mercancías que serán presentadas en las zonas primarias aduaneras. Señala las características del envío, a nivel de bulto, peso y tipo de mercancías que se van a embarcar, entre otros datos.

En el momento de la recepción física de las mercancías en las zonas primarias, Aduanas ya dispone de la selección de las cargas a las que se aplicará examen físico, de acuerdo a perfiles de riesgo, aplicado de manera a priori⁴⁰.

Aduanas utiliza la Guía de Despacho en el momento de autorizar el ingreso de las mercancías a las zonas primarias (puertos marítimos y terrestres, aeropuertos), lo cual se encuentra regulado en el Capítulo IV del Compendio de Normas Aduaneras, en las instrucciones que rigen la salida de las mercancías del país (disponible en www.aduana.cl)⁴¹.

2.4.3.5.Documentación (BL, carta de porte, etc.)

2.4.3.5.1. Bill of Lading o Conocimiento de embarque: En el transporte de carga fraccionada en trayecto de línea regular se utiliza como carta de porte el

⁴⁰ http://www.sii.cl/portales/factura_expo_electronica/scee06.pdf 25-11-2012. 17:00 hrs.

⁴¹ http://www.sii.cl/portales/factura_expo_electronica/scee06.pdf 25-11-2012. 17:00 hrs.

conocimiento de embarque o bill of Lading. El conocimiento de embarque es:

a. Un título de crédito:

- Nominativo: a nombre de la persona del consignatario. No es transmisible ni negociable.
- A la orden: con especificación del consignatario, precedida por la expresión <a la orden de>. Permite su transmisión y son negociables.
- Al portador: sin especificar al consignatario, se considera como tal al tenedor. Son transferibles por simple entrega.

b. Un título representativo de la titularidad de las mercancías, que habilita a su poseedor:

- Para disponer de las mercancías durante su transporte
- Para su transmisión mediante el endoso del título.

c. Un título probatorio, por cuanto que da fe de la recepción de los bienes embarcados y del estado en que se encuentran. Establece una presunción salvo prueba en contrario, es decir, salvo reservas del capitán.

El conocimiento de embarque más utilizado se ajusta al modelo liner bill of lading. Con arreglo al tipo de observaciones que incluya el capitán en el conocimiento de embarque, este puede ser:

- Un conocimiento limpio, en el cual no se declara que las mercancías estén deterioradas, sino que mediante las cláusulas dice contener, peso y contenido no comprobados, se manifiesta la posible duda a este respecto. Esto es debido a que no se abren embalajes, y por consiguiente, no se comprueba el estado de las mercancías.
- Un conocimiento sucio con observaciones referidas al deterioro de la mercancía, por ejemplo: x bultos rotos y con pérdida de contenido, embalaje deficiente, bultos manchados, etc. Si el conocimiento es sucio, no podrá utilizarse para negociar el crédito documentario, y habrá que proceder a sustituir la mercancía deteriorada o a cancelar su transporte.⁴²

2.4.3.5.2. El conocimiento aéreo o air will bill o AWB: es la carta de porte del transporte aéreo. El conocimiento aéreo está pre numerado con un número 11 cifras. Las tres primeras identifican a la compañía aérea que lo expide, las ocho siguientes son números correlativos establecidos por la compañía.

Las características que definen al conocimiento aéreo son las siguientes:

- Es un documento no negociable
- Constituye una prueba documental del contrato de transporte
- Acredita el recibo de las mercancías por parte del transportista
- Contiene instrucciones sobre cómo realizar la manipulación, transporte y entrega de las mercancías

⁴² Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 178.

- Sustituye a la factura del flete
- Constituye prueba de recepción de las mercancías por el consignatario
- Sustituye a la declaración de valor a efectos de aduana
- Y en su caso, es un certificado de seguro.⁴³

2.4.3.5.3. Carta de porte: el contrato de transporte se debe hacer constar mediante carta de porte, que hace fe, salvo prueba en contrario de las condiciones del contrato y de la recepción de la mercancía

2.4.4. Costos en la logística

2.4.4.1. Importancia de los costos en la logística

Con los años, se han llevado a cabo diferentes estudios para determinar los costos de la logística para la economía en general y para las empresas en particular. Hay estimaciones ampliamente discrepantes de los niveles de costos. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), el promedio de los costos logísticos es alrededor de 12% del producto nacional bruto del mundo. Robert Delaney, quien ha investigado costos logísticos por más de dos décadas, estima que los costos de la logística para la economía de Estados Unidos son de 9.9% del producto nacional bruto (PNB) de ese país, es decir, 921 mil millones de dólares. Los costos de logística, importantes para la mayor parte de las empresas, ocupan una segunda posición detrás de los costos de los bienes vendidos (costos de compra), los cuales constituyen alrededor de 50 a 60% de las ventas para una empresa manufacturera promedio. El valor se añade minimizando estos costos y pasando los beneficios a los consumidores y a los accionistas de la empresa.⁴⁴

⁴³Alfonso Ortega. "Manual práctico del comercio Internacional". Difusión Jurídica, 2008. Pág. 190.

⁴⁴ Ronald H. Ballou. "Logística, Administración de la cadena de suministro, Pearson Educación, México, Quinta edición, 2004. Pag 14

2.4.4.2. Definición de costos

Es el desembolso o erogación al que obliga determinado objeto o actividad. Sirve para identificar la cantidad de dinero que se debe calcular para cubrir su proceso de producción o de comercialización, incluyendo los gastos y costos implicados en dichos procesos.

El costo es un elemento con alto grado de certidumbre y poco flexible, pues no está sujeto a negociación. Los costos pueden obedecer a:

a. Ejercicio en el tiempo. El empresario debe considerar el costo del dinero en el tiempo, lo que se traduce en un costo financiero dado que un peso hoy no tiene el mismo valor que ese mismo peso el día de mañana. También debe estar consciente de que el costo y/o gasto de algunas actividades (participación en ferias, envío de muestras, catálogos, viajes de negocios y otros gastos de promoción) deben ser considerados como una inversión. Por ello, se deben amortizar en el mediano o largo plazos.

b. Ejercicio en el proceso productivo.

- c. Costos de oportunidad. En muchas ocasiones el empresario no considera este tipo de costos, los cuales se deben incluir siempre en el análisis de costos para la exportación.

En sentido estricto, existen diferencias entre los conceptos de costo y gasto. La diferencia básica es que el primero está directamente relacionado con el ejercicio en el proceso productivo, es decir, es recuperable directamente al momento de la venta del producto, mientras que los gastos son todas las demás erogaciones que no son recuperables de manera directa. Sin embargo, para fines prácticos, ambas palabras se utilizarán indistintamente y de manera coloquial⁴⁵.

2.5. DESARROLLO DEL TEMA: “IMPLICANCIA DE LA PLANIFICACIÓN LOGÍSTICA VERSUS LOS COSTOS EN LA CADENA DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS FRESCAS”

2.5.1. Costos en la cadena de distribución en la exportación según Institución involucrada.

En general, dentro de los costos de exportación se encuentran los costos relacionados al transporte interno hasta el puerto de embarque, seguro interno de la mercancía, bodega y almacenaje si corresponde, bodega y manejo de cargas en el puerto, costos relativos a la documentación, agentes de aduana, flete al puerto de destino, seguro internacional de

⁴⁵

<http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/96/1/images/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf> 25-11-2012. 15:30 hrs.

transporte y los costos relativos a los imprevistos causados generalmente por no tener una buena logística, de esta manera se puede incurrir en altos valores no presupuestados. En este último costo se hará hincapié, puesto que se genera, en gran parte de los casos, por no brindarle la importancia necesaria a la logística y haber logrado una buena planificación.

A continuación se detallan las principales instituciones que interfieren en el comercio internacional y que afectan directamente en los costos involucrados que debe asumir cada exportador.

2.5.1.1.SERVICIO AGRÍCOLA GANADERO

A continuación se muestra un cuadro resumen detallando los servicios y documentos que entrega el SAG a exportadores:

1.	Muestreo de lotes USDA-APHIS	Inspección de cierta parte de la mercancía a ser exportada en lugares habilitados por SAG. <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional Se cobra solo para cargas con destino a EEUU. <ul style="list-style-type: none"> ● Costo:

		<p>Rangos A: sobre 0,0 hasta 5.0 kg. Por caja 0,00074 UTM.</p> <p>Rangos B: sobre 5,0 hasta 10.0 kg. Por caja 0,00077 UTM.</p> <p>Rangos C: sobre 10,0 por caja. 0,00082 UTM</p>
2.	Habilitación para inspector para efectuar despachos desde planta	<p>Servicio solicitado al SAG para realizar la inspección, firma de planilla SAG y despacho por parte de un inspector del organismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional • Costo: la hora funcionaria tiene un valor de 0.5 UTM. Aprox.
3.	Habilitación para inspección de mercancía en puerto de salida	<p>Inspección física documental de mercancías provenientes desde una planta habilitada por SAG, la documentación a presentar debe estar firmada por contraparte autorizada o en el caso de cargas a USA por un inspector SAG.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional <p>Se cobra solo si es en un horario inhábil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo: No tiene costo si se realiza en horario hábil. Toda inspección que se efectúe después de las 17:00 hrs o fin de semana está sujeto a un cobro de \$7.000 aprox por cada hora.
4.	Habilitación para Vizaciones de documentos	<p>Costo por la emisión de documentos en forma anticipada a los horarios establecidos por el organismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional

		<p>Se cobra solo por la demora en entrega de documentos para vizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Costo: Hay documentos que tienen un costo de 0.14 UTM como el Agroindex
5.	Emisión de certificados	<p>Costo por la emisión, autorización y firma de certificados tales como: fitosanitario, Agroindex, Pecuario, Origen de los vinos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: el certificado fitosanitario no tiene costo

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.2.COMPAÑÍAS NAVIERAS

A continuación se detallan los servicios otorgados por las compañías navieras.

1.	Gate out	<p>Movimiento que debe efectuar una maquinaria dentro de un depósito para desplazar un contenedor desde su ubicación hacia el medio de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Obligatorio ● Costo: \$38.000.- + IVA
2.	Pre asignación de contenedores	<p>Servicio que consiste en instruir un número de contenedor y sello antes que la empresa de transporte efectúe el retiro físico de un depósito de contenedores.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional • Costo: USD 30.00 + IVA por contenedor
3.	Late arrival	<p>Costo por la recepción de carga posterior a los plazos establecidos por la naviera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional • Costo: USD 70.00 + IVA por contenedor
4.	Demurrage o detention	<p>Valor que se aplica cuando un exportador no hace devolución de un contenedor vacío a depósito dentro de los plazos establecidos y no ha sido embarcado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional • Costo: USD 150.00 + IVA por contenedor reefer
5.	Vizaciones de Documentos de Embarque a de	<p>Verificación de documentos de embarque tales como carta de temperatura y DUS, este servicio consiste en la autorización de los datos contenidos en ella previos a un embarque (Servicio Integral de Embarque).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional <p>Depende de la empresa que participe, ya que algunas lo cobran y otras no.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo: TIDE 30.000.- + IVA aprox
6.	Habilitación de Vizaciones de documentos de embarque (BL) a de	<p>Este servicio se refiere a la habilitación de personal de la compañía para efectuar las Vizaciones a documentos de embarque como carta de temperatura y DUS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional

		<p>Se cobra solo por la demora en entrega de documentos para vizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Costo: cartas de temperatura hasta las 17.30 hrs de lunes a viernes \$11.800.- + IVA aprox., después de esta hora y los fines de semana \$61.950.- + IVA aprox.
SERVICIOS RELACIONADOS A LOS BILL OF LADING (BL)		
7.	Presentación de matriz fuera de plazo	<p>Costo que efectúan las navieras por el envío de matriz de BL posterior al plazo establecido por estas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$24.000.- + IVA
8.	Apertura al manifiesto	<p>Consiste en aperturar o abrir un BL ya emitido en más de uno.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$24.000.- + IVA
9.	Corrección de BL	<p>Solicitud para modificar un BL por la compañía naviera, este puede que esté impreso o puede que no.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$50.000.- + IVA
10.	Re-emisión de BL	<p>Acción efectuada por una compañía naviera posterior a una corrección, en la cual el BL ya ha sido impreso.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$17.000.- + IVA

11.	Solicitud de emisión de BL en destino	<p>Solicitud hacia la compañía naviera en la cual se pide que el BL original sea emitido en puerto de destino, este servicio solo se efectúa cuando un exportador no lo ha requerido al momento de solicitar la reserva en una nave determinada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de cobro: Ocasional • Costo: \$29.500.- + IVA
VALORES ASOCIADOS A FLETE MARÍTIMO		
12.	Basic ocean freight	Tarifa sin recargo de flete por el transporte internacional.
13.	Bunker adjustment factor (BAF)	Recargo por combustible.
14.	Documentation fee (destination-origen)	Cobro efectuado por el servicio prestado por naviera durante todo el proceso de internación, algunas navieras lo señalan como el cobro por emisión de BLs en destino. Se puede cobrar en puerto de destino o en puerto de embarque.
15.	Terminal Handling Charges-destination	Cobro por manipuleo de carga en puerto destino.
16.	Panama transit fee	Tarifa por transitar por el canal de Panamá.
17.	Port security charge-import	Impuesto por seguridad cobrado por algunos terminales de carga.

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.3. TRANSPORTES TERRESTRES

A continuación se detallan los cobros involucrados con transportes terrestres:

1.	Flete	<p>Transporte de contenedor vacío desde depósito a planta y lleno desde planta a puerto de salida, también este costo puede ser hasta la bodega del importador en país extranjero en el caso de una exportación terrestre. El valor es variable dependiendo del lugar de consolidación, en el caso de mercancía que no vaya en contenedor, solo es el traslado de la carga hasta el destino señalado.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional <p>Depende si el exportador posee camiones propios o debe contratar el servicio de transporte de la planta al terminal.</p> <ul style="list-style-type: none">• Costo: \$290.000.- + IVA (tarifa de Santiago a Valparaíso)
2.	Sobrestadía	<p>Este cobro se genera por la demora al efectuar el ingreso de la mercancía por parte de la agencia de aduanas en el puerto de salida.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional

3.	Falso flete	<ul style="list-style-type: none"> ● Costo: \$75.000.- + IVA depende del tipo de contenedor. <p>Servicio contratado el cual se anula estando ya el transportista en la planta y debe devolver contenedor a depósito.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: 80% sobre el valor del flete
4.	Devolución puerto-planta	<p>Cobro efectuado cuando el transportista está en puerto de embarque y por algún motivo este debe ser devuelto a planta de consolidación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: valor flete + valor flete vuelta
5.	Planta adicional	<p>Servicio que consiste cuando el transportista debe consolidar o retirar carga en más de una planta.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$30.000.- + IVA
6.	Uso de underslung	<p>Servicio prestado por transportista cuando la compañía naviera no dispone de generadores eléctricos para los contenedores refrigerados, esto es un generador o motor propio que está incorporando al medio de transporte (camión) y que cumple la misma función para la refrigeración de la carga.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: \$80.000.- + IVA

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.4.SERVICIOS PORTUARIOS O ALMACENES EXTRAPORTUARIOS

A continuación se detallan los costos en los cuales se pueden incurrir relacionados a los servicios portuarios y almacenes extraportuarios.

[REDACTED]		
1.	Almacenaje	<p>Cobro por el acopio de mercancía hasta el retiro efectivo por parte de un exportador, para ser embarcada o para derivarla hacia otro lugar, este servicio incluye el porteo de la carga.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional• Costo: USD 4.00 a USD 80.00 por día aprox. Depende de la cantidad de días y del numero de cajas. (Según tarifas de Sitrans extraportuarios).• USD 25.00 a USD 230.00 por día aprox. Depende de la cantidad de días y del tipo de contenedor. Según tarifado TPS.
2.	Aforo físico	<p>Servicio que prestan los almacenistas para la preparación, conteo y verificación de carga cuando el servicio de aduanas determina un aforo físico de la mercancía.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional

		<ul style="list-style-type: none"> ● Costo: USD 70.00 a 90.00 aprox. Dependiendo del tipo de contenedor.
3.	Carguío	<p>Movimiento efectuado para el traslado de carga desde su acopio al medio de transporte correspondiente (camión).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: en la mayoría de las ocasiones es un servicio que asume cada cliente en su planta.
4.	Conexiones eléctricas y monitoreo	<p>Costo por la luz eléctrica utilizada en el contenedor reefer y la verificación frecuente de temperatura en la que debe estar el contenedor para no deteriorar el producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional <p>Lo cobra generalmente el terminal en stacking.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Costo: des/conexión unidad clip on o gen set 30 USD aprox. por unidad.
5.	Consolidación y trasvasije	<p>Servicio por la operación de llenado y vaciado de una carga contenedorizada de unidad a otra o desde el vehículo a contendor.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: 230.00 USD por contenedor aprox.

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.5.SERVICIO NACIONAL DE PESCA

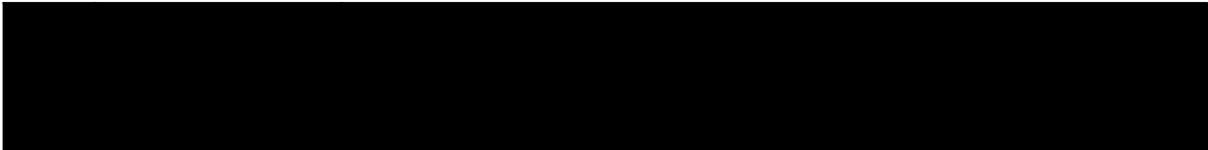
A continuación se detallan los servicios prestados por el Servicio nacional de pesca:

1.	Emisión de certificados sanitarios	Costo por la emisión autorización y firma de certificados. <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional• Costo: 0,5% UF
2.	Emisión de certificados de origen	Costo por la emisión autorización y firma de certificados. <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional• Costo: Entre 0,5 UF y 2,0 UF dependiendo de la cantidad de kilos.

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.6.ASOEX, SOFOFA Y CAMARA DE COMERCIO

A continuación se detallan los servicios prestados por Asoex, Sofofa y Cámara de comercio:



1.	Emisión de certificados de origen	Costo por la emisión autorización y firma de certificados, dependiendo de la entidad certificadora y el país de destino es el valor a cobrar. <ul style="list-style-type: none">• Tipo de cobro: Ocasional• Costo: entre \$6.500 a \$10.000 dependiendo del destino y de la urgencia. Se cobra adicional por sobre 5 páginas.
----	-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.1.7.AGENCIAS DE ADUANAS O AGENCIAS DE EMBARQUE

A continuación se detallan los cotos generados por Agencias de Aduanas o Agencias de Embarque:

1.	Honorarios de Agenciamiento	<p>Valor por el servicio prestado en todo el proceso de un embarque, confección de documentos, asesorías, coordinaciones, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Obligatorio ● Costo: depende de la agencia de aduana y de los servicios que preste. Entre \$20.000.- y \$50.000.-
3.	Servicios adicionales	<p>Valores establecidos para toda aquella función que desarrolle la agencia que no están incluida en la negociación, por ejemplo: digitación de planillas SAG, solicitud de presencia del agente, en alguna faena propia del exportador que no esté dentro de recintos portuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de cobro: Ocasional ● Costo: depende de cada agencia si cobra por estos servicios.

Fuente: Elaboración propia (Valores referenciales)

2.5.2. Comportamiento del mercado de las fruta frescas en Chile

Entre los años 2010 y 2011 el mercado de la fruta fresca experimentó un crecimiento de un 7%, cifras dadas por el Boletín frutícola publicado a fines del 2011 por ODEPA.

El mayor crecimiento conseguido fue el de las cerezas con un aumento del 58% con respecto al mismo periodo del 2010. Los arándanos crecieron en un 32% y las ciruelas un 36%.

Como se puede notar en el cuadro, la mayor parte de las frutas exportadas presentaron un crecimiento con respecto al año anterior, a excepción de las manzanas y los kiwis que presenciaron un pequeña baja inferior al 1%.

Cuadro 12. Exportaciones de frutas frescas

Productos	Volumen (toneladas)				Valor (miles de US\$ FOB) *				Precios (por kilo en US\$)			
	2010	Enero -octubre			2010	Enero -octubre			2010	Enero -octubre **		
		2010	2011	Var % 11/10		2010	2011	Var % 11/10		2010	2011	Var % 11/10
Fruta fresca	2.437.748	2.293.784	2.453.348	7,0	3.301.112	2.993.772	3.039.183	1,5	1,354	1,305	s/d	s/d
Uvas	781.085	763.618	829.121	8,6	1.306.974	1.255.486	1.246.720	-0,7	1,673	1,644	s/d	s/d
Manzanas	837.149	793.773	788.407	-0,7	624.931	595.177	601.278	1,0	0,746	0,750	s/d	s/d
Kiwis	181.870	178.670	177.230	-0,8	149.354	146.586	156.975	7,1	0,821	0,820	s/d	s/d
Aguacates (paltas)	107.922	75.640	73.989	-2,2	173.604	117.448	125.476	6,8	1,609	1,553	s/d	s/d
Ciruelas	74.399	73.503	100.002	36,1	111.384	110.154	117.145	6,3	1,497	1,499	s/d	s/d
Peras	116.281	115.376	133.327	15,6	106.949	106.139	120.039	13,1	0,920	0,920	s/d	s/d
Arándanos	55.011	43.080	56.723	31,7	307.722	246.467	272.672	10,6	5,594	5,721	s/d	s/d
Nectarines	55.203	50.501	57.242	13,3	77.394	70.936	66.915	-5,7	1,402	1,405	s/d	s/d
Melocotones (duraznos)	36.636	32.249	33.432	3,7	49.180	42.531	34.623	-18,6	1,342	1,319	s/d	s/d
Limonas	44.968	43.917	46.536	6,0	43.651	42.781	37.237	-13,0	0,971	0,974	s/d	s/d
Mandarinas, clementinas	39.722	39.684	47.210	19,0	46.451	46.394	46.421	0,1	1,169	1,169	s/d	s/d
Cerezas	44.112	23.034	36.488	58,4	227.855	142.303	134.695	-5,3	5,165	6,178	s/d	s/d
Naranjas	52.733	52.236	61.226	17,2	50.231	49.859	52.103	4,5	0,953	0,954	s/d	s/d
Otros	10.656	8.503	12.416	46,0	25.431	21.511	26.884	25,0	2,387	2,530	s/d	s/d

Fuente: Elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduana.

*Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).

Según indica el estudio realizado por ODEPA, el crecimiento del mercado de las frutas frescas se debe a las condiciones meteorológicas favorables durante los períodos de pre cosecha y cosecha de la temporada 2010-2011, lo que convierte a las frutas en un mercado atractivo y prometedor.

Además, otro factor que influye en esta alza, es que las grandes potencias venían emergiendo de una fuerte crisis subprime que llevó a muchos países al borde de la

recesión. En el año 2010 comenzaron a repuntar muchos mercados dañados por la crisis, donde también la fruta se vio favorecida.

Las frutas frescas se han transformado en una industria madura, instaurada en la agricultura chilena. El estudio “Exportación de frutas frescas por región de destino” realizado por la Asociación de Exportadores de Chile, que considera los datos estadísticos de septiembre de 2011 a abril de 2012, indica que hubo un total de 200.539.593 cajas de frutas frescas exportadas en ese periodo. Cabe destacar que el volumen movilizado aumentó considerablemente hacia el lejano oriente, países como China, Corea del Sur, Taiwan y Japón, entre los periodos 2010-2011 a 2011-2012.

Pero, según muestra el cuadro, también queda en evidencia que en general existió una caída en el número de cajas exportadas en el periodo 2011-2012 con respecto al 2010-2011, lo que sucede con el lejano oriente es una excepción, ya que el crecimiento total de todos los destinos no supera las cifras positivas totalizando una baja del -0,99%.

En Canadá y Europa la caída no superó el 3,5% mientras que en Latinoamérica solo decayó en un 0,7%. Las grandes caídas se vieron reflejadas en Estados Unidos y el Medio Oriente, este último debido a la inestabilidad política en la que se encuentra, ya que países como Palestina, Israel, Irán e Irak se mantienen en conflictos bélicos desde hace décadas.

Cuadro 13. Exportación de frutas frescas por región de destino

(01 de septiembre de 2011 hasta 15 abril de 2012)

ESPECIE	U.S.A.		CANADA	EUROPA	LEJANO ORIENTE	MEDIO ORIENTE	LATINOAMERICA	TEMPORADAS COMPARATIVAS		% VARIAC. a igual fecha	
	COSTA ESTE	COSTA OESTE						2011-2012	2010-2011		
1 UVA DE MESA	32,472,449	10,171,971	2,121,886	24,540,232	16,791,255	1,251,910	6,540,704	93,890,407	95,936,067	-2.13	1
2 ARANDANOS	11,469,413	4,789,924	275,290	4,908,208	1,757,399	27,184	52,727	23,260,145	22,866,107	1.72	2
3 CEREZAS	2,166,956	723,305	61,690	1,388,351	9,226,912	38,873	958,691	14,564,778	11,562,338	25.97	3
4 MANZANAS ROJAS	683,012	191,277	254,357	3,067,989	1,188,706	2,354,975	4,954,863	12,693,179	17,279,347	-26.54	4
5 PALTAS	1,318,366	3,536,984	0	6,898,309	237,314	1,420	580,802	12,572,995	10,040,794	25.22	5
6 CIRUELAS	2,290,689	681,761	48,120	4,058,977	2,076,730	352,661	2,815,631	12,322,549	12,550,703	-1.82	6
7 NECTARINES	2,011,527	789,543	21,419	1,897,785	1,293,821	20,618	1,381,615	7,416,328	7,676,963	-3.40	7
8 PERAS	307,824	228,170	20,881	4,192,090	82,302	555,537	1,380,036	6,766,840	7,202,115	-4.04	8
9 KIWIS	478,818	410,544	81,006	958,622	850,259	138,000	1,255,491	4,170,740	4,818,279	-13.44	9
10 DURAZNOS	1,518,434	556,620	14,719	331,192	6,864	0	1,544,250	3,972,079	4,575,191	-13.18	10
11 MANZANAS VERDES	236,383	24,815	55,833	1,316,213	98,931	238,328	775,491	2,745,994	2,789,835	-1.57	11
12 NARANJAS	665,422	557,352	124,382	235,297	144,527	89,232	69,637	1,885,849	1,266,573	48.89	12
13 MANDARINAS	583,014	146,571	52,239	45,680	6	0	140	827,650	629,497	31.48	13
14 ALMENDRAS	4,000	1,800	0	19,614	0	4,399	507,782	537,365	271,362	98.04	14
15 GRANADAS	124,590	60,860	3,670	324,168	4,400	12,960	2,790	533,438	170,493	212.88	15
16 NUECES	0	0	0	198,241	0	4,762	282,470	485,473	461,238	5.25	16
17 PERAS ASIATICAS	163,466	78,960	0	24,032	19,200	0	92,320	377,988	459,373	-17.72	17
18 LIMONES	96,982	108,259	0	21,733	63,865	1,600	4,846	297,285	326,940	-9.07	18
19 DAMASCOS	89,562	46,152	2,472	14,283	241	0	51,064	203,774	362,014	-43.71	19
20 ZARZAPARRILLA	540	1,485	0	164,522	6,279	0	0	172,826	152,791	13.11	20
21 PLUOTS	70,517	53,092	0	20,624	22,571	0	0	166,804	0	.00	21
22 PLUMCOT	11,899	11,394	840	9,840	47,060	0	54,357	155,170	559,039	-72.24	22
23 FRAMBUESAS	83,460	20,363	212	9,054	1,002	0	6,240	120,331	232,052	-48.14	23
24 MEMBRILLOS	21,945	11,926	0	21,952	0	11,536	7,248	74,607	60,248	23.83	24
25 POMELOS	0	0	0	20	0	0	73,863	73,863	108,399	-31.75	25
26 CLEMENTINAS	52,293	8,918	579	6,534	0	0	3,575	71,899	31,432	128.74	26
27 BABY KIVI	1,526	23,955	1,470	19,098	8,849	720	3,506	59,124	51,053	15.81	27
28 HIGOS	25,814	4,275	8,268	8,777	1,131	266	132	48,663	26,831	81.37	28
29 CHIRIMOYAS	8,030	6,663	0	0	352	0	4,868	19,913	18,252	9.10	29
30 GROSELLAS	9,545	4,595	0	0	0	0	1,353	15,493	8,739	77.29	30
31 AVELLANAS	0	0	0	576	0	0	12,158	12,734	3,166	302.21	31
32 FRUTILLAS	0	0	0	828	0	0	10,096	10,924	12,539	-12.88	32
33 TANGERINAS	4,592	1,456	0	0	0	0	6,048	20,907	20,907	-71.07	33
34 NISPEROS	3,198	0	100	1,355	0	0	0	4,653	5,942	-21.69	34
35 CAQUIS	0	640	0	0	0	0	0	640	0	.00	35
36 PISTACHOS C. C.	0	0	0	0	0	0	455	455	1,876	-75.75	36
OTRAS	0	0	0	460	0	0	0	460	2,022	-77.25	
TOTAL 2011-2012	56,994,026	23,233,420	3,147,433	54,704,656	33,927,976	5,102,981	23,429,101	200,539,593			
TOTAL 2010-2011	62,707,731	25,230,366	3,182,192	56,536,131	26,072,204	5,540,493	23,271,400		202,540,517		
% VARIACION	-9.11	-7.91	-1.09	-3.24	30.13	-7.90	0.68			-0.99	

Fuente: Servicio Agrícola Ganadero y Asociación de Exportadores de Chile A.G.

(Cifras en número de cajas).

En general, el mercado atraviesa por un escenario complejo dado por la inestabilidad de la economía mundial. Por tanto se hace indispensable ser eficiente y realizar buenas planificaciones logísticas, de manera de no incurrir en fuertes costos no presupuestados que encarezcan las exportaciones. Por sobre todo las pymes deben preocuparse de este aspecto para que esta situación no los lleve a tener que salir del mercado.

Es necesario indicar que existen variadas razones por las cuales el mercado frutícola sigue siendo atractivo, a pesar que es un mercado muy sensible a la variación de las

tendencias internacionales del mercado, pues no es un producto con inminentes innovaciones ni con grandes diferenciaciones que les permitan mantenerse vigente.

El aumento de la apertura en la economía chilena hacia el exterior ha facilitado el acceso a los nuevos mercados. La adquisición de tratados de libre comercio con numerosos países del mundo permite realizar un mayor intercambio comercial, donde Chile es mayoritariamente exportador de recursos naturales. Esto dado por las ventajas comparativas en recursos naturales, pues Chile posee un clima y geografía apta para el cultivo de frutas y hortalizas. Según muestra el estudio realizado por ODEPA al año 2010 existían 267.491 hectáreas cultivadas en frutos.

Cuadro 14. Evolución superficie principales frutales (hectáreas)

Especie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Almendros	5.990	6.100	6.200	5.820	5.822	5.827	6.192	6.924	7.617
Cerezos	6.550	6.990	7.200	7.125	7.621	9.922	10.054	12.468	13.143
Ciruelo japonés	7.600	8.150	8.485	8.474	8.486	8.437	8.061	7.352	6.209
Arándanos	1.220	1.280	1.320	1.360	3.820	5.664	5.953	6.779	7.876
Durazno fresco	5.850	5.865	5.885	5.616	5.616	5.606	5.275	4.403	3.249
Kiwis	7.200	6.600	6.640	6.606	6.707	8.734	8.740	10.769	10.922
Limoneros	6.800	6.900	7.000	7.240	7.234	7.173	7.935	7.649	7.235
Manzanos	34.865	35.410	36.095	34.820	35.247	34.972	34.963	35.075	35.029
Naranjos	7.550	7.666	7.800	8.225	8.225	8.210	8.868	7.473	7.435
Nectarinos	6.744	6.800	6.900	6.818	6.818	6.819	6.603	6.038	5.376
Nogal	8.650	8.900	9.230	9.616	9.734	10.067	11.135	12.549	15.451
Olivos	5.624	5.850	6.000	5.742	5.795	8.001	8.597	11.985	12.874
Paltos	23.260	23.800	24.000	26.731	26.744	26.759	33.837	33.531	34.057
Perales	9.480	8.470	7.920	6.945	6.879	6.639	6.429	6.633	6.225
Vid de mesa	47.600	48.200	48.500	50.960	50.952	50.846	52.187	53.339	52.655
Total	215.443	217.742	221.915	221.092	225.837	237.660	249.553	264.819	267.491

Fuente: ODEPA, Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura de Chile.

Según se logra determinar existió un crecimiento sostenido hasta el año 2009 en consideración a todos los frutos incluidos en el estudio. Al año 2010 el crecimiento no fue explosivo, pero aun así presentado un aumento con respecto al año anterior.

Cuadro 15. Crecimiento de superficie frutales totales (hectáreas)

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
------	------	------	------	------	------	------	------	------

215.443	217.742	221.915	221.092	225.837	237.660	249.553	264.819	267.491
	<i>1,07</i>	<i>1,92</i>	<i>- 0,37</i>	<i>2,15</i>	<i>5,24</i>	<i>5,00</i>	<i>6,12</i>	<i>1,01</i>

Fuente: elaboración propia según estudio realizado por ODEPA en cuadro anterior.

A continuación se muestra un cuadro resumen de tres frutos interesantes a analizar; cerezos, arándanos y kiwis. El caso de los cerezos muestra una explosión en el crecimiento de las hectáreas cultivadas, esto dado porque el país estaba indagando en un nuevo mercado. Hacia el año 2008 por la crisis internacional que golpeaba al mundo entero, sigue existiendo un aumento, pero no explosivo, el cual vuelve a aumentar considerablemente hacia el año 2009.

El caso de los arándanos también muestra un incremento notable al año 2006 donde aumenta en más de un 150% y manteniéndose en esa tendencia a excepción del año 2008 donde cae, pero vuelve a repuntar hacia los años 2009 y 2010.

El cultivo de kiwis no ha sido muy estable en el tiempo, pero hacia el año 2007 también considera un aumento explosivo que decae en el año 2008 y vuelve a repuntar hacia el año 2009.

Cuadro 16. Crecimiento de superficies frutales para frutos como cerezos, arándanos y kiwis (hectáreas)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cerezos	6.550	6.990	7.125	7.200	7.621	9.922	10.054	12.468	13.143

		<i>6,72</i>	<i>1,93</i>	<i>1,05</i>	<i>5,85</i>	<i>30,19</i>	<i>1,33</i>	<i>24,01</i>	<i>5,41</i>
arándanos	1.220	1.280	1.320	1.360	3.820	5.664	5.053	6.779	7.876
		<i>4,92</i>	<i>3,13</i>	<i>3,03</i>	<i>180,88</i>	<i>48,27</i>	<i>5,10</i>	<i>13,88</i>	<i>16,18</i>
Kiwis	7.200	6.600	6.640	6.606	6.707	8.734	8.740	10.769	10.922
		<i>-8,33</i>	<i>0,61</i>	<i>-0,51</i>	<i>1,53</i>	<i>30,22</i>	<i>0,07</i>	<i>23,22</i>	<i>1,42</i>

Fuente: elaboración propia según estudio realizado por ODEPA en cuadro anterior.

Otro factor interesante a analizar es el efecto estacional que sustenta al mercado hortofrutícola. El hecho que existan países que no son capaces de proporcionar determinados frutos en todo el año abre las puertas al comercio internacional, eliminando las barreras existentes para poder contrarrestarlo. Por lo demás, los avances en materia tecnológica han permitido realizar estudios acerca de la cadena de frío de cada fruto para mantenerlo en forma óptima durante todo el transporte internacional.

En la actualidad existe un gran interés por la disponibilidad de frutos frescos de calidad durante todo el año, oferta que no pueden satisfacer los países por sí mismos, ya que el efecto estacional provoca que solo en algunos meses del año exista oferta para determinado fruto, pero demanda hay el año entero. Gracias a esto se genera el efecto contra-estacional que permite que países que se encuentren en escasez de determinado fruto puedan adquirirlo de un país que en ese periodo se encuentre en fecha óptima de cultivo, es decir, intercambio comercial entre países de diferentes hemisferios.

Otro aspecto a considerar, es la crisis de la zona euro que está afectando a las principales economías mundiales, esto no solo implica aspectos negativos a las exportaciones de frutas, ya que está otorgando oportunidades a economías emergentes de Asia y América Latina. En la actualidad el principal país de destino de las

exportaciones chilenas es China, Japón, Estados Unidos, Brasil y Corea del Sur. Esto implica que las empresas exportadoras de fruta podrán dirigir su stock a otros países que no hayan sido tan duramente afectados por la crisis.

Cuadro 17. Principales países de destino de las exportaciones de Chile (Millones de USD FOB)

Especificación	2010					2011
	Año	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	I trim.
China	17.355,4	4.047,2	3.737,2	4.378,8	5.192,2	4.109,6
Japón	7.593,0	1.471,6	1.687,6	2.366,0	2.067,7	2.194,6
Estados Unidos	7.002,3	2.102,5	1.721,7	1.476,1	1.702,1	2.631,5
Brasil	4.291,6	897,2	1.034,9	1.086,0	1.273,6	1.030,9
Corea del Sur	4.086,3	913,3	840,7	1.084,0	1.248,3	1.172,1
Países Bajos	2.559,9	551,5	653,3	659,2	695,8	863,0
Italia	2.459,7	522,5	552,3	621,4	763,5	894,7
Taiwán	2.090,2	451,9	533,8	576,6	527,9	552,6
México	1.844,2	388,5	477,8	521,4	496,5	528,2
India	1.754,1	332,1	356,6	498,5	566,9	360,5
Bélgica	1.657,8	275,8	346,8	461,0	574,1	446,6
Canadá	1.391,0	448,3	383,1	262,3	297,3	359,2
España	1.293,4	354,4	266,9	412,0	260,0	353,6
Francia	1.204,4	310,6	285,2	272,9	335,7	374,4
Perú	1.186,6	228,7	284,2	335,5	338,1	317,3
Argentina	986,5	202,8	239,7	252,9	291,1	255,9
Alemania	892,8	203,0	151,4	230,3	308,1	324,1
Australia	786,3	324,9	203,6	171,5	86,3	222,5
Colombia	734,9	135,6	175,1	223,7	200,5	187,5
Reino Unido	643,3	173,0	181,0	148,3	141,0	208,7
Venezuela	541,9	92,2	121,5	164,6	163,6	101,3
Suiza	502,5	117,2	91,5	131,4	162,3	143,9
Ecuador	471,1	109,5	108,2	126,5	126,8	105,3
Hong Kong	327,0	124,6	74,6	50,9	76,8	125,8
Rusia	320,3	66,0	132,8	56,7	64,8	101,7
Bolivia	304,7	69,6	84,4	76,4	74,3	77,9
Suecia	297,3	106,1	84,2	24,9	82,1	91,6
Grecia	296,1	42,0	69,3	108,4	76,4	93,5
Tailandia	285,1	53,8	61,9	85,6	83,7	84,4
Turquía	283,8	40,2	68,3	92,5	82,8	114,5
Bulgaria	255,1	79,9	42,3	76,2	56,7	97,9
Filipinas	233,0	19,0	26,0	153,4	34,7	44,5
Finlandia	231,9	106,6	66,3	12,0	47,0	90,7
Vietnam	230,3	37,4	64,6	60,1	68,2	65,1
Indonesia	217,1	68,1	52,6	45,6	50,7	72,3
Costa Rica	209,4	47,0	51,5	59,8	51,1	63,9
Malasia	206,0	43,5	66,6	56,6	39,3	49,2
Uruguay	126,0	23,0	31,0	36,3	35,7	40,2
Dinamarca	121,8	29,2	32,3	33,5	26,7	32,4
Paraguay	121,7	23,1	29,2	29,6	39,8	40,7
Arabia Saudita	113,8	19,9	37,6	35,9	20,5	67,9
Panamá	98,2	17,2	20,1	19,2	41,7	18,9
Noruega	93,3	26,5	23,9	28,1	14,8	10,5
Emiratos Árabes Unidos	82,5	15,9	28,1	22,5	15,8	26,3
Sudáfrica	78,9	14,0	26,7	19,9	18,3	22,4
Portugal	70,4	20,4	22,1	18,5	9,5	20,4
Guatemala	69,8	12,4	16,8	21,3	19,4	20,0
Singapur	64,1	10,4	14,6	15,8	23,3	21,6
Austria	60,8	8,4	26,7	13,8	11,9	15,2
República Dominicana	57,3	12,0	11,5	16,9	16,9	12,3
Irlanda	55,5	9,2	19,1	14,5	12,7	11,9
Egipto	53,6	12,3	12,4	19,5	9,4	0,9
Polenia	51,3	8,7	15,3	16,0	11,4	13,7
Israel	48,9	11,7	11,4	13,4	12,5	12,5
Cuba	41,2	9,6	10,3	10,6	10,8	10,4
Puerto Rico	40,0	5,9	9,3	6,0	18,8	8,6
El Salvador	35,9	6,6	10,6	9,6	9,2	9,1
Omán	34,1	2,4	0,9	3,1	27,7	2,5
Honduras	32,9	9,3	9,7	7,5	6,5	6,4
Nueva Zelanda	25,5	6,5	9,0	5,3	4,7	9,9
Ucrania	22,0	7,8	4,5	4,1	5,6	10,0
Subtotal	68.625,9	15.880,8	15.812,6	17.840,7	19.091,8	19.355,7
Otros	727,9	189,0	186,2	168,5	184,2	218,0
Zona Franca	1.674,6	350,6	353,5	469,5	501,0	460,2
TOTAL	71.028,4	16.420,4	16.352,3	18.478,7	19.777,0	20.033,9

Fuente: Declaración única de salida (DUS) del Servicio Nacional de Aduanas. Para la fruta fresca, cátodos de cobre, mineral y concentrado de cobre, se han estimado valores definitivos⁴⁶.

⁴⁶ <http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/sector-externo/pdf/ice012011.pdf> 02-12-2012. 20:15 hrs.

Ante todo lo previamente expuesto, se hace imperiosa la eficiente planificación logística, por todo esto, se debe ser eficiente en la planificación logística, ya que el escenario actual se encuentra inestable por la crisis de la zona euro.

2.5.3. Análisis de costos en la cadena de distribución en la exportación

La eficiencia es un término clave cuando se habla de logística en el flujo de la cadena de exportación, las actividades logísticas son el puente entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia, por lo que cualquier demora puede generar costos altísimos para el exportador.

Es fundamental tener en cuenta el problema logístico que se enfoca en proveer el producto correcto, en la cantidad requerida, en condiciones adecuadas, en el lugar preciso, en el plazo exigido, a un costo razonable. Para responder de forma adecuada a este problema es fundamental la toma de decisión de la gestión logística, la cual debe centrarse en aprovisionamiento, almacenamiento, manejo de materiales, gestión de órdenes, programación de entregas, gestión de inventarios, embalaje y despacho, transporte, gestión de información, gestión de indicadores.

En general, los objetivos de la cadena de suministro se resumen en mejorar el servicio y respuestas al cliente, optimizar el flujo de inventario y productividad, mejorar la relación con clientes y proveedores, se prestan servicios con un mayor valor agregado, y también aprovechar los beneficios del outsourcing o tercerización de ciertos procesos del negocio.

A continuación se muestran diferentes escenarios posibles para exportaciones de frutas a países de diferentes continentes. En los escenarios a desarrollar se considerarán las cláusulas más utilizadas en este tipo de exportaciones; Franco a bordo (FOB), Costo y Flete (CFR) y el último incoterm utilizado es el Costo, Seguro y Flete (CIF).

Además, es importante mencionar que los costos en la cadena de distribución en la exportación varían según la cláusula de venta internacional acordada, y también cambian dependiendo de los actores que participen, por ejemplo existen algunas líneas navieras que cobran más dinero por el flete. Como también existen diferentes agencias navieras que realizan un mismo servicio, pero unas facturan por esto y las otras no.

2.5.3.1. Estudio de caso 1: Exportación de Kiwis frescos a Japón incurriendo en extra costos de Demurrage, corrección y re-emisión de BL. Cláusula de venta internacional CFR.

El primer caso trata de una exportación de 22.697,60 Kg de Kiwis frescos a Japón. El origen del embarque es el puerto de Valparaíso con destino al puerto de Kobe. La línea naviera encargada de transportar la carga será NYK line. En este caso se incurrieron en diferentes extra costos por falta de una buena planificación, encareciendo significativamente el valor de la operación.

Gracias a una modificación del acuerdo de venta internacional cambió el Incoterm seleccionado de FOB a CFR modificándose así la condición del flete de collect a prepaid, por tanto se tendrá que cancelar el valor del flete en origen. Obligando al

exportador a asumir este costo. Las técnicas de negociación del exportador no fueron las mejores, ya que no tuvo otra posibilidad más que cancelar el valor, de lo contrario, no se efectuaría tal intercambio comercial. A causa de esto se debió realizar una corrección del Bill of lading que ya había sido impreso, y de esta manera se tendrá que incurrir en un costo de re-emisión y corrección de BL, estos costos corresponden a valores menores que no perjudican en demasía la operación desde el punto de vista del exportador.

Cabe destacar que los plazos estipulados por la naviera fueron de 5 días libres para que el exportador retire el contenedor del depósito, cargue la mercancía en el contenedor desde su bodega y lo ingrese a stacking para ser embarcado en la nave acordada, pero sucedió que el exportador no había revisado su liquidez en forma previa y no se dio cuenta que no contaba con el dinero suficiente para cancelar el monto del flete. El exportador solicitó a la naviera que otorgue crédito para dicho pago, a lo cual la naviera no accedió, por lo que obligó al exportador a retrasar más aun la operación.

La naviera otorgó como solución cambiar la carga a otra nave que zarparía en unos días más, de manera que el cliente consiga el dinero, pero como el cliente tenía el contenedor en su poder y los días libres ya se estaban terminando, el exportador tendría que incurrir en días de demurrage que estaba obligado a cancelar a la naviera, pues esta no le otorgó días libres adicionales, y como la fecha de ingreso a stacking sería 3 días más tarde a lo inicialmente estipulado y el exportador ya tenía el contenedor en su poder, estaría obligado a incurrir en ese costo.

A causa de todo esto, el exportador se vio en la obligación de tramitar créditos para financiar el flete, lo cual no fue en forma inmediata. La tramitación con los bancos le

hizo perder días valiosos en que ya contaba con el contenedor en su poder acercándose el plazo de ingreso a stacking. La aprobación del crédito para cancelar el flete llegó en forma oportuna, por tanto solo se generó un cobro de tres días de demurrage.

Todo lo anterior, refleja la mala planificación logística, ya que los procesos debían estar confirmados con anterioridad para no incurrir en costos que encarezcan la operación desde el punto de vista del exportador, ya que por su deficiente gestión en la negociación tendrá que incurrir en estos costos sin poder traspasarlos. Esto hubiese sido diferente si antes de concentrar el acuerdo se hubiese cambiado la condición, pero en este caso el exportador había cerrado el contrato tanto con el importador como con la compañía naviera. Por tanto todo se encontraba en curso, pues la compañía naviera estaba realizando las gestiones necesarias para llevar a cabo la operación en forma anticipada y no enfrentar inconvenientes impredecibles, pero el exportador tuvo que cambiar las condiciones del acuerdo.

Por esta situación el exportador tuvo que incurrir en algunos costos extras como: reemisión de BL que considera un costo de USD 45,82, corrección de BL por un monto de USD 95,58 y el gasto más fuerte fue de USD 450,00 por Demurrage de exportación.

A continuación se muestra un cuadro resumen del caso y más adelante un análisis acerca de cuánto representan los costos de exportación en relación al precio de venta considerando los extra costos en los cuales se incurrió por una mala planificación logística.

Cuadro 18. Resumen Caso 1:

PUERTO DE ORIGEN	VALPARAISO, CHILE	
PUERTO DE DESTINO	KOBE, JAPON	
CANTIDAD	22.697,60	KG
CAJAS	2.288,00	UNIDADES
CANTIDAD POR CAJA	9,92	KG
VALOR UNITARIO POR CAJA	24,41	USD
VALOR TOTAL FACTURA EXPORTACION	55.840,00	USD
CLAUSULA DE VENTA	CFR (FLETE PREPAID)	
EXTRA COSTOS	DEMURRAGE, CORRECCION Y RE EMISION DE BL	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 19. Caso 1: Exportación de Kiwis frescos desde Valparaíso a Kobe, Japón incluye costo Demurrage de exportación, Corrección y re-emisión de Bill of lading. Clausula internacional de venta CFR.

1	FLETE	NYK	7.806,00	3.903.000
2	HONORARIO AGA	AGA JAIME GARCÍA VALENZUELA	60,00	30.000
3	CERTIFICADO FITOSANITARIO	SAG	0,00	0
4	INSPECCION EN PUERTO DE SALIDA	SAG	40,20	20.100
5	CERTIFICADO DE ORIGEN	SAG	13,00	6.500
6	GATE OUT	NYK LINE	80,92	40.460
7	VIZACION CARTA DE TEMPERATURA	NYK LINE	50,38	25.190
8	VIZACION DE DUS	NYK LINE	71,40	35.700
9	AFORO FISICO	ALMACENISTA	90,00	45.000
10	<i>CORRECCION DE BL</i>	<i>NYK LINE</i>	<i>92,58</i>	<i>46.291</i>
11	<i>RE EMISION DE BL</i>	<i>NYK LINE</i>	<i>45,82</i>	<i>22.908</i>
12	<i>DEMURRAGE EXPORTACION</i>	<i>NYK LINE</i>	<i>450,00</i>	<i>225.000</i>

PRECIO VENTA	55.840,00	27.920.000
COSTO EXPORTACION	8.800,30	4.400.149
	15,760%	15,760%

Según indica el cuadro anterior se puede demostrar que el costo de exportación corresponde a un 15.76% con respecto al precio de venta, sin considerar todos los costos productivos y administrativos en los cuales se ha incurrido.

Los extra costos en los cuales se ha incurrido equivalen a USD 92,58 por corrección de BL, USD 45,82 por concepto de re-emisión de BL y USD 450,00 por concepto de demurrage de exportación. Todos estos montos sumados corresponden a USD 588,40 lo que representa un 6,69% de la totalidad de los costos de exportación.

El no haber tenido una buena planificación logística que minimice todos los riesgos ha significado un aumento del 6,69% de los costos que tendrá que asumir la empresa como gastos, pues estos montos no podrán ser traspasados al comprador. De esta manera si no se hubiese incurrido en estos gastos, la totalidad de los costos de exportación hubiesen alcanzado solo un 14,70% del precio de venta, pero dada la situación actual deberá aceptar la totalidad de los costos asociados considerando un 15,76%.

Cuadro 20. Caso 1: Exportación de Kiwis frescos desde Valparaíso a Kobe, Japón no incluye costo extras. Clausula internacional de venta CFR.

1	FLETE	7.806,00	3.903.000
3	HONORARIO AGA	60,00	30.000
4	CERTIFICADO FITOSANITARIO	0,00	0
5	CERTIFICADO DE ORIGEN	13,00	6.500
8	INSPECCION EN PUERTO DE SALIDA	40,20	20.100
9	GATE OUT	80,92	40.460
11	VIZACION CARTA DE TEMPERATURA	50,38	25.190
12	VIZACION DE DUS	71,40	35.700
15	AFORO FISICO	90,00	45.000
18	<i>CORRECCION DE BL</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>
19	<i>RE EMISION DE BL</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>
20	<i>DEMURRAGE EXPORTACION</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>

PRECIO VENTA	55.840,00	27.920.000
COSTO EXPORTACION	8.211,90	4.105.950
	14,706%	14,706%

2.5.3.2. **Estudio de caso 2:** Exportación de Arándanos frescos a EEUU incurriendo en extra costos de Demurrage. Clausula de venta internacional FOB.

El segundo caso a analizar trata de una exportación de 15.259,20 Kg de arándanos frescos a EEUU. El origen del embarque es el puerto de San Antonio con destino al puerto de Miami. La línea naviera encargada de realizar el transporte marítimo es Compañía Chilena De Navegación Interoceánica CCNI.

Los aspectos claves a analizar son; los costos de demurrage de exportación en el cual tuvo que incurrir esta empresa exportadora, debido a que decidieron retirar el contenedor del depósito 5 días antes de lo estipulado, con el fin de poder utilizarlo como bodega, ya que su capacidad instalada no le permitió en ese momento almacenar el total de la carga, hasta el día del embarque.

Además, se generó un costo de Transporte extra desde el depósito a las bodegas de la empresa y desde la empresa al puerto ya que al momento de requerir realizar los movimientos, gran parte de los camiones de la exportadora no se encontraban en Chile.

Por su parte también, los camiones no fueron los adecuados para el traslado desde el depósito y se produjeron daños en los contenedores. Debido a la urgencia de traslado se busco abaratar costo y no fue la decisión correcta. Además, no fueron considerados los tiempos de espera al momento de entregar los contenedores en el puerto, baja calidad en las instalaciones para contenedores refer del transporte provocaron que parte del embarque se quedara en Chile, ya que se rompió la cadena de frio.

Los puntos considerados anteriormente afectan no tan solo al cliente; haciendo disminuir el nivel de servicio que se le entrega (el cual en ocasiones se ve reflejado en un aumento de costos), sino que en muchas ocasiones los problemas provocados en la logística y administración de este tipo de exportadoras hace que se vean afectadas sus futuras operaciones.

Para este caso en particular la exportadora tuvo que cubrir costos por no cumplimiento en los contratos con los consignatarios, con el daño en la imagen que esto significa para la empresa. La pérdida de algún cliente en empresas de este tamaño puede hacerlo llegar al fin de sus operaciones.

A continuación se muestra un cuadro resumen del caso y más adelante un análisis acerca de cuánto representan los costos de exportación en relación al precio de venta considerando que la cláusula de venta internacional es FOB, por tanto no se deberá incurrir en el costo del flete, pues este debe ser pagado en destino.

Cuadro 21. Resumen Caso 2:

PUERTO DE ORIGEN	SAN ANTONIO, CHILE	
PUERTO DE DESTINO	MIAMI, EEUU	
CANTIDAD	15.259,20	KG
PALLETS	20	UNIDAD
CAJAS	4.080	UNIDAD
CANTIDAD POR CAJA	3,74	KG
VALOR UNITARIO POR KG	4,55	USD
VALOR TOTAL FACTURA EXPO	69.429,36	USD

CLAUSULA DE VENTA	FOB (FLETE COLLECT)	
EXTRA COSTO	DEMURRAGE Y LIMPIEZA- TRANSPORTE TERRESTRE	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 22. Caso 2: Exportación de arándanos frescos desde San Antonio a Miami incluye costo Demurrage de exportación, transporte terrestre, daños y limpieza de contenedor. Clausula internacional de venta FOB.

1	<i>FLETE ** pagadero en destino por el importador</i>	<i>HYUNDAI</i>	<i>7.800,00</i>	<i>3.900.000</i>
2	HONORARIO AGA	AGA JAIME GARCÍA VALENZUELA	60,00	30.000
3	CERTIFICADO FITOSANITARIO	SAG	0,00	0
4	CERTIFICADO DE ORIGEN	CAMARA DE COMERCIO	16,00	8.000
5	INSPECCION DE LOTES USDA / SAG	USDA / SAG	252,58	126.292
6	GATE OUT	AGUNSA	80,92	40.460
7	VIZACION CARTA DE TEMPERATURA	AGUNSA	50,38	25.190
8	VIZACION DE DUS	AGUNSA	76,00	38.000
9	TRANSPORTE TERRESTRE	TRANSPORTE TERRESTRE	687,82	343.910
10	DEMURRAGE EXPORTACION	AGUNSA	889,50	446.250
11	LIMPIEZA DE CONTENEDOR	AGUNSA	17,85	8.925
12	DAÑO DE CONTENEDOR (GENSET)	AGUNSA	1.547,00	773.500

PRECIO VENTA	69.429,36	34.714.68
COSTO EXPORTACION	3.692,31	0
	5,318%	5,318%

Según queda evidenciado en el caso anterior el costo de Demurrage de USD 750.00 representa un 24,17% del total del costo de exportación, lo cual refleja que una mala gestión logística puede encarecer sustancialmente los costos de exportación, disminuyendo las utilidades alcanzadas por la operación. Además, se incurrió en un gran costo por una mala decisión logística que fue la limpieza y el daño del contenedor, donde se deterioró el Genset de la unidad reefer, representando un 42,38% del total de los costos de exportación, una gran pérdida para la operación. Lo anterior deja evidenciado los altos costos que hay que asumir por una mala planificación logística de distribución.

Además, en el caso 2 el exportador tuvo que incurrir en costos de transporte terrestre interno, lo cual generó un alto costo del 18,63% del total de los costos de exportación.

En el caso que no se hubiese incurrido en costos de demurrage, transporte terrestre y daños y limpieza del contenedor, la operación hubiese sido enormemente efectiva, los costos de exportación no hubiesen alcanzado el 1% con respecto a su totalidad, sumando USD 547,14.

Cuadro 23. Caso 2: Exportación de arándanos frescos desde San Antonio a Miami no incluye costos extras. Clausula internacional de venta FCA.

1	FLETE	7.800,00	3.900.000
2	HONORARIO AGA	60,00	30.000
3	CERTIFICADO FITOSANITARIO	10,92	5.460
4	CERTIFICADO DE ORIGEN	13,00	6.500
5	INSPECCION DE LOTES USDA / SAG	916,47	458.234
6	GATE OUT	80,92	40.460
7	VIZACION CARTA DE TEMPERATURA	49,50	24.750
8	VIZACION DE DUS	49,50	24.750
9	<i>TRANSPORTE TERRESTRE</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>
10	<i>DEMURRAGE DE EXPORTACION</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>
11	<i>LIMPIEZA DE CONTENEDOR</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>
12	<i>DAÑO DE CONTENEDOR</i>	<i>0,00</i>	<i>0</i>

		34.714.68
PRECIO VENTA	69.429,36	0
COSTO EXPORTACION	547,14	273.570
	0,778%	0,778%

2.5.3.3. Estudio de caso 3: Exportación de cerezas frescas a Corea incurriendo.

Clausula de venta internacional CIF.

El tercer caso a analizar trata de una exportación de 21.830.00 Kg de cerezas frescas a Corea. El origen del embarque es el puerto de Valparaíso con destino al puerto de Busan. La línea naviera encargada de realizar el transporte marítimo es Hyundai. Además, es necesario indicar que el exportador deberá incurrir en el costo del flete y cancelar la prima de seguro, pues la cláusula de venta CIF.

Este caso posee un alto grado de eficiencia, pues no incurre en costos extras que encarezcan la operación. No se incurren en costos como el demurrage y otros tipos de gastos documentales como se vio en ambos casos anteriores.

A diferencia del caso 1 y 2, se deberá asumir la responsabilidad del seguro, donde se tendrá que desembolsar la suma de la prima y el flete, pues la cláusula de venta es CIF.

En general, esta operación se llevó a cabo con excelente planificación que permitió respetar los plazos, hubo un flujo de información completo y expedito entre todas las áreas de la empresa, logrando de esta manera la óptima coordinación entre las áreas.

Para que las decisiones de gestión logística se sustenten sobre una base sólida es necesario centrarse en las actividades esenciales de la logística, tales como lo hizo esta empresa exportadora, preocupada de la gestión de flujos físicos, de información y administrativos, ocupándose de una buena planificación logística de la operación, considerando una óptima gestión del transporte, de manera de entregar en los lugares correctos y coordinando el tiempo con el fin de satisfacer los niveles de servicios requeridos por el consumidor de manera eficiente.

Es necesario considerar que el destino de esta exportación es a Corea, uno de los mercados más importantes a los que está llegando Chile en medio de esta crisis económica global. El orientar las exportaciones hacia países emergentes que se han mantenido en pie durante este difícil periodo, tanto asiáticos como latinoamericanos, ha obligado a redireccionar la mirada de destinos hacia otras economías que se han mantenido estables y están liderando el destino de exportaciones chilenas.

Por esto se hace relevante tener una buena logística de distribución de las exportaciones, para poder mantener clientes satisfechos y otorgarles un buen servicio. De esta forma fidelizar a mercados emergentes con prometedores índices de crecimiento, con respecto a potencias mundiales que han sido severamente afectadas por la crisis y de esta manera dar un vuelvo de innovación a pequeños emprendedores como las pymes.

El generar la entrega de la fruta a tiempo, sin alteración de su forma y de buena calidad, mostrando una capacidad de lograr la entrega en forma eficiente y manteniendo un Balance adecuado gracias a la planificación de los costos, es una forma clave para posicionarse en el mercado de las frutas.

A continuación se muestra un cuadro resumen del caso y más adelante un análisis acerca de cuanto representan los costos de exportación en relación al precio de venta considerando que la cláusula de venta internacional es CIF.

Cuadro 24. Resumen caso 3:

PUERTO DE ORIGEN	VALPARAISO, CHILE	
PUERTO DE DESTINO	BUSAN, COREA	
CANTIDAD	21.830,00	KG
CAJAS	2.183	UNIDAD
CANTIDAD POR CAJA	10,00	KG
VALOR UNITARIO	2,64	USD
VALOR TOTAL FACTURA EXPO	57.694,00	USD
CLAUSULA DE VENTA	CIF (FLETE PREPAID)	

Cuadro 25. Caso 3: Exportación de cerezas frescas desde Valparaíso a Busan. Clausula internacional de venta CIF.

1	*FLETE	HYUNDAI	4.310,00	2.155.000
2	HONORARIO AGA	AGA JAIME GARCÍA VALENZUELA	60,00	30.000
3	CERTIFICADO FITOSANITARIO	SAG	0,00	0
4	CERTIFICADO DE ORIGEN	SAG	14,40	7.200
5	INSPECCION EN PUERTO DE SALIDA	SAG	143,92	71.960
6	GATE OUT	ULTRAMAR	80,92	40.460
7	VIZACION CARTA DE TEMPERATURA	ULTRAMAR	64,26	32.130
8	VIZACION DE DUS	ULTRAMAR	69,02	24.750
9	*SEGURO	CHUBB	258,00	129.000

PRECIO VENTA	57.694,00	28.847.000
COSTO EXPORTACION	5.000,52	2.500.260
	8,667%	8,667%

En el caso 3 se puede demostrar que el flete constituye un 86,19% con respecto al total de los costos de exportación y el seguro un 5.16% totalizando juntos un 91,35%. Esto evidencia que el costo más importante dentro de los costos de exportación es el flete, pues representa un monto significativo. Es importante decir que todos estos valores serán traspasados al importador, pues estuvieron presupuestados al minuto de cerrar el acuerdo de compra venta internacional.

En general, los costos de exportación en el caso anterior, donde la clausula de venta es CIF, representan un 8,667% del precio de venta. Ya que no se incurre en otros gastos potentes como el almacenamiento y transporte interno. Además que en esta operación se logró un alto grado de eficiencia, pues no se incurrieron en costos causados por una mala planificación logística.

A continuación se muestra en cuadro resumen de los tres casos analizados anteriormente.

Aquí se puede notar

Cuadro 26. Resumen de casos:

	CASO 1	CASO 2	CASO 3
PRODUCTO	<i>KIWIS FRESCOS</i>	<i>ARANDANOS FRESCOS</i>	<i>CEREZAS FRESCAS</i>
PAIS DESTINO	JAPÓN	EEUU	COREA
TOTAL KG	22.697,60	15.259,20	21.830,00
TOTAL MONTO FACTURA	55.840,00	69.429,36	57.694,00
MONTO UNITARIO POR KG	2,46	4,55	2,64
CLAUSULA DE VENTA	CFR	FOB	CIF
COMPAÑÍA NAVIERA	NYK LINE	CCNI	HYUNDAI
COSTOS EXTRA 1	DEMURRAGE	DEMURRAGE	*SEGURO
COSTOS EXTRA 2	CORRECCION DE BL	TRANSPORTE TERRESTRE	-
COSTOS EXTRA 3	RE-EMISION DE B	DAÑOS Y LIMPIEZA DE CONTENEDOR	-
MONTO FLETE	7.806,00 USD	7.800,00 USD	4.310,00 USD
COSTO TOTAL EXPO	8.800,30 USD	3.692.31 USD	5.000,52 USD
COSTO EXPO UNITARIO POR KG	0,39 USD	0,24 USD	0,23 USD
RELACION DEL FLETE EN EL COSTO TOTAL EXPO	88,70%	-	86,19%
RELACION DE LOS COSTOS EXTRAS EN EL COSTO TOTAL EXPO	6,69%	85,18%	*5,16%
RELACION DEL COSTO TOTAL DE EXPORTACION CON RESPECTO AL PRECIO DE VENTA	15,76%	5,32%	8,67%
RELACION DE LOS COSTOS EXTRAS CON RESPECTO AL PRECIO DE VENTA	1,05%	3,54%	*0,45%

Fuente: Elaboración propia.

Según muestra el cuadro anterior, las cifras para el caso 1 indican que los costos extra aumentaron en un 6,69% los costos totales de exportación, excluyendo los costos de producción, administrativos, comerciales, etc. Solo refiriéndose a costos asociados a la logística de distribución.

En este caso se incurrió en costos documentales como la corrección de BL y la re-emisión de BL, los cuales no representan significativos gastos, juntos alcanzan un 1,57%, en comparación con el demurrage que representa un 5,11% del total de costos de exportación. Esto lleva a pensar que no todos los costos de exportación son considerablemente agresivos en la variación de los costos. Por otro lado, el demurrage representa un porcentaje más alto, 5,11% alcanzando por sí mismo un monto de USD 450,00 siendo que la totalidad de los costos son USD 8.800,30.

Con esto queda evidenciado lo importante que es mantener una cadena de exportación orientado a las gestiones logísticas, privilegiando el tiempo y el menor gasto de recursos, de manera de lograr una operación eficiente que pueda agregar valor al producto para otorgar un buen servicio otorgado a los clientes.

En el caso 1 se logra verificar que los costos de exportación representan un 15,76% del precio de venta, el cual solo hubiese alcanzado un 14,71% de no haber incurrido en extra costos.

Para el caso 2 se logra notar que el precio unitario del producto es casi el doble que el del caso 1, donde los kiwis a frescos a Japón alcanzan los USD 2,46 y los arándanos frescos a EEUU los USD 4,55. Además, la cláusula de venta en el primer caso es CFR

donde el exportador debe incurrir en el costo del flete y el segundo es FOB, donde el exportador no debe incurrir en este costo. Vale decir, que el valor del flete es el costo más significativo dentro de la totalidad de los costos logísticos. Donde en el caso 1 se muestra que el flete internacional representa un 88,70% de los costos totales de exportación.

En el caso 2 se incurrió en costos extras de Demurrage, Transporte terrestre y daños y limpieza de contenedor, donde el exportador tomó una mala decisión logística contratando un servicio de transporte más económico para minimizar tiempos y costos por el retraso. Lo cual finalmente lo llevó a aumentar sus costos de exportación en un 85,18%, pues el transporte terrestre alcanzó un valor de USD 687,82, USD 892,50 el demurrage y los daños y limpieza del contenedor USD 1.564,85. Todo esto alcanza un total de USD 3.145,17. De no haber incurrido en estas irregularidades que los llevaron a cancelar mayores costos por la mala planificación logística los costos de exportación totales hubiesen alcanzado tan solo USD 547,14, lo que representaría un 0,79% del precio de venta. Esta operación hubiese alcanzado un grado de alta eficiencia aumentando el margen de ganancia para el exportador. Este caso muestra como varía la situación, considerando que no canceló el flete, el cual debiese haber sido el monto más alto de los costos asociados a la exportación.

En general, la implicancia de una buena logística de distribución genera una exportación eficiente, buscando incurrir en los menores costos de exportación y buscando a la vez entregar el mejor servicio al cliente. Respetando plazos de entrega y la calidad del producto. De esta manera fidelizar a los clientes de nuevos mercados emergentes a los cuales están llegando las exportaciones chilenas.

El caso 3 muestra como sería una exportación eficiente considerando el transporte internacional y el seguro de transporte, pues la cláusula de venta es CIF. En este caso no se incurrió en irregularidades que encarezcan la operación, sino que solo se canceló el flete y el seguro, donde el primero alcanza un 86,19% de la totalidad de costos de exportación. Además, los costos totales de exportación alcanzan un 8,67% con respecto al precio de venta. De esta manera, el seguro representa un 5,16% del total de los costos de exportación y un 0,45% con respecto al precio de venta del producto.

CAPITULO III

3. CONCLUSIONES

Es necesaria una buena planificación logística para llevar a cabo una eficiente exportación. Algunos no entienden que la logística cumple un rol fundamental que optimiza tiempos, costos y recursos en general, muchas veces por no tener una buena planificación logística se incurren en gastos extras que encarecen las operaciones. Esto ya dejó de ser un contenido de los libros, si no que es necesario ejecutarlo en las empresas para llegar al éxito. Esto además, otorga una imagen potente a la empresa y potencia las marcas, el hacer las cosas bien, en los tiempos oportunos y entregándole una seguridad al cliente.

Para poder realizar una buena planificación logística, se deberá establecer procedimientos y herramientas de gestión que permitan tomar decisiones correctas apoyadas por sistemas de información que permitan coordinar las actividades, pues existe una estrecha relación entre calidad de la información y el proceso de tomas de decisiones que permitan establecer procedimientos apropiados y oportunos.

Utilizar herramientas tecnológicas que ayuden a la coordinación de los actores en la ejecución de los procesos, permitirá llevar a cabo una buena planificación logística que agregue valor a los productos distribuidos por las empresas. En general, implementar sistemas logísticos de distribución y aplicar herramientas tecnológicas para la optimización de las funciones, permitirá lograr una mayor competitividad a la empresa y un mayor grado de satisfacción al cliente. De esta manera, se podrá minimizar el

impacto que ha generado la crisis internacional dándole énfasis a mejorar la calidad del servicio, optimización de recursos y disminución de costos en los procesos.

También es rotundamente necesario formular y evaluar presupuestos logísticos tomando en consideración el marco legal al cual está asociada la operación. De esta manera planificar los procedimientos con tiempo de anticipación y no arriesgarse a incurrir en gastos por plazos no cumplidos. Con ello implementar estrategias que minimicen el impacto que generan las variables externas que influyen en la organización.

Además, teniendo una buena planificación logística se podrán establecer acciones para optimizar el uso de los recursos y aumentar la capacidad de respuesta. Finalmente funcionar en forma eficaz y eficiente, sin llegar a incurrir en costos extras, sin generar pérdidas al cliente por no responder a tiempo o simplemente que el producto llegue en buen estado a destino. Y de esta manera brindar una buena imagen país como distribuidor de frutas frescas y potenciar las exportaciones.

Además, es necesario decir que las pequeñas empresas exportadoras se están viendo amenazadas por la difícil situación del mercado, lo que las está llevando a redireccionar los destinos de exportación, alcanzando un mayor protagonismo los países emergentes, tanto de Asia como de Latinoamérica. Esto a la larga permite, diversificar el riesgo de pérdida de clientes internacionales, ya que la demanda de los países más golpeados por la crisis ha disminuido considerablemente.

Para ello se hace fundamental cuidar de los clientes entregándoles un buen servicio, respetando los tiempos y lugares de entrega, otorgando un producto de calidad,

preocupados por la cadena de frío, de manera de mantener los atributos de las frutas intactos, manteniendo su sabor, textura, color y aroma.

En general, la realización de un buen diagnóstico, una buena planificación logística y de distribución, llevar un flujo de información óptimo que logre tener a todas las áreas de la empresa coordinadas en la ejecución de los procesos, un control de gestión encabezados por la dirección de la empresa lleven a la reducción de costos logísticos y obtención de un servicio de calidad. De esta forma fidelizar a clientes y mercados y posicionarse como un país oferente de productos hortofrutícolas que entregue seguridad en los clientes extranjeros al decidir importar productos de origen chilenos. Además, permitir una mayor competencia en este mercado creará oportunidades para menores tarifas e incentivar el libre mercado.

Con respecto al análisis de casos realizado en la investigación se puede determinar que los costos de exportación en general no superan el 15% con relación al precio venta. Vale decir, que este porcentaje no considera otros costos tales como costos de producción, gastos administrativos y comerciales, por tanto solo no lleva a conocer el porcentaje de los costos totales de exportación en relación al precio de venta.

En resumen lo que se puede deducir de los casos analizados con anterioridad es que siendo eficiente se pueden reducir considerablemente los costos de una operación, o por lo menos evitar incurrir en estos siendo que no han sido presupuestados y en muchos casos no se pueden traspasar al cliente, ya que están fuera del acuerdo y por tanto disminuirán la utilidad presupuestada en el escenario óptimo.

Además, una buena negociación puede llevar a obtener mejores beneficios de la operación. Tratándose también la cláusula de venta internacional que se utilizará se puede buscar la alternativa más conveniente para las partes, centrándose en los intereses de los participantes, más que en negociar precios de venta mayores.

Por no haber logrado una buena planificación logística se pueden duplicar o aun más los costos relacionados a la operación, costos que podían haber sido evitados si se hubiese centrado el cadena de distribución en la optimización de tiempos y recursos.

También se pudo determinar que el costo más significativo dentro de los costos totales de exportación es el flete, que considera en la mayoría de los casos sobre un 85% del total de costos de exportación.

En general, el costo más alto al que se incurre al no ser eficiente en el proceso y no dar la connotación necesaria a la planificación logística, es el peligrar perder un cliente de calidad por no haberle entregado el mejor servicio y exponerlo a dejar de cumplir sus obligaciones por retrasos en las entregas o por no recibir los productos en la calidad acordada.

Por todo lo expuesto, es necesario darle énfasis a la logística de la cadena de distribución en las exportaciones, más aun, con el periodo difícil que enfrenta el contexto mundial, donde la demanda de los países ha disminuido considerablemente.

De manera de no peligrar tener que abandonar el mercado y postular en vez de eso a posicionarse como exportador de frutas en calidad tanto en el producto como el servicio entregado. Y así diferenciar un producto natural por la calidad del servicio entregado.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Armada de Chile Dirección General Del Territorio Marítimo Y De Marina Mercante. Reglamento de Agentes de Naves. Segunda Edición. 30 de Septiembre de 1999.
- Ronald H. Ballou. “Logística, Administración de la cadena de suministro, Pearson Educación, México, Quinta edición, 2004.
- Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Logística de distribución Física Internacional”, Lexis Nexis, Santiago, Chile. 2004.
- Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008.
- Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?”, Legalpublishing. 2008.
- Departamento Estadísticas Ultramar 2011.
- <http://www.unece.org/fileadmin/>
- <http://www.sofofa.cl/BIBLIOTECA>
- <http://www.ultramar.cl/>
- <http://www.chileclic.gob.cl/>
- <http://www.industriaynegocios.cl/Academicos/>
- <http://www.aladi.org/>
- <http://blogistica.es/recursos/glosario/>
- http://www.aduana.cl/prontus_aduana/
- www.empresas.regioncallao.gob.pe/WebEmpresas/
- www.prochile.cl/
- <http://www.slideshare.net/samdek/distribucion-fisica-internacional>

- <http://www.sii.cl/portales/>
- <http://www.promexico.gob.mx/work/models/>
- <http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/>
- <http://www.supertransporte.gov.co/super/>
- <http://www.cnc.cl/pdfs/Estatutos2008.pdf>
- <http://www.sag.cl/OpenDocs/asp/>
- <http://www.asesoriaintegral.cl/web/>
- <http://www.asoex.cl/>
- <http://web.sofofa.cl/corporativa/quienes-somos/>
- <http://www.cnc.cl/>

5. ANEXOS

Anexo 1. Hitos Del Grupo

A continuación se detallan los hitos que han marcado lo que hoy día es Ultramar Group en el contexto portuario.

1952: Ultramar fue fundada por el Capitán Albert von Appen como agente para Hamburg-Amerika Linie y Norddeust Lloyd.

1956: Ultramar es designada como agente general para Lufthansa. En 1958 se inauguran los vuelos directos a Chile.

1960: Comienzan las actividades como armadores bajo el nombre de Ultragas con un pequeño buque tanque de gas.

1965: Se expanden a actividades de remolque y salvamento en puerto y en el océano.

1968: Se agrega transporte de productos de petróleo limpio (CPP); en 1982 el transporte de carga seca y durante 1984 el suministro internacional.

1969: Transmares es constituida para operar servicio de transporte de contenedores entre Chile y Brasil.

1971: Ultramar comienza actividades de agencia naviera en Argentina a través de sociedades.

1981: Ultraport inicia actividades de estiba y se expande rápidamente a lo largo de la línea costera de Chile.

1985: Se adquiere Sitrans y crea depósitos en tierra, estaciones de contenedores y actividades de transporte terrestre y bodegaje a lo largo de la costa chilena.

1989: Ultramar continúa expandiéndose regionalmente. Comienza con actividades de agencia naviera en Brasil y posteriormente en Perú a través de sociedades.

1989: Ultramar abre una bodega para depósito de artículos bajo custodia y almacenamiento en frío en el Aeropuerto Internacional de Santiago.

1993: Ultragas se internacionaliza al adquirir Antares Naviera en Argentina y 50% de Petrolera Transocénica en Perú.

1993: Con la construcción de instalaciones de una descarga de Carbón en Mejillones, el Grupo comienza a invertir en puertos.

1995: Ultramar suma el puerto de Coronel.

1999: Ultramar se adjudica la concesión de Valparaíso, el principal puerto chileno, seguido de Angamos en 2003 y de Arica en 2004.

2007: Sociedad con agencias navieras: Schandy en Uruguay y Naves de Colombia en Colombia.

Anexo 2. Empresas del Holding Ultramar

2.1. Ultramar Agencia Marítima pertenece el holding que lleva su mismo nombre, “Ultramar Group”, en el cual se encuentran empresas de diferentes áreas vinculadas a la logística y comercio exterior. Las cuales se detallan a continuación:

2.2.Ultragas

Brinda servicios de transporte marítimo de gases licuados, carga líquida de Productos Derivados de Petróleo y transporte de cabotaje para metanol y otros productos químicos.

Ultragas comienza sus operaciones en 1960 con un buque gasero (Gascarriers) de 23 metros de eslora y 90.3 m³ de capacidad. En la actualidad cuenta con modernos buques tanque (Tankers) en todo el mundo, mayoritariamente en las costas de Sudamérica, el Caribe y el Golfo de los Estados Unidos y además cuenta con sofisticados buques químicos (Chemical Tankers).

2.3.Ultrabulk

En 1999 se crea ULTRABULK, compañía que hoy opera varios buques graneleros (Bulkcarriers) propios y de terceros en Norte, Centro y Sudamérica, transportando minerales, granos, carbón, fertilizantes y acero.

2.4.Ultraport

Ultraport brinda principalmente servicios de estiba y desestiba de naves, operación y mantenimiento de terminales portuarios, consolidación y desconsolidación de contenedores, movilización de todo tipo de carga (metales, cargas de alta complejidad, productos químicos líquidos, carbón, carga congelada, carga refrigerada, celulosa y el papel en bobinas, las maderas aserradas y en bruto), además opera y administra bodegas de almacenamiento

especializadas en madera y celulosa, diseñadas para optimizar el tráfico interno y evitar la contaminación de un producto sobre otro.

2.5. Ultratug

Ultratug brinda servicios de remolque (atraque, desatraque y escolta) y salvataje. Cuenta con una flota de 57 remolcadores en más de 30 puertos marítimos y terminales del mundo.

2.6. Ultraterra

Ultraterra es un integrante del Grupo Ultramar que gestiona las inversiones relacionadas con negocios estratégicos, con el fin de complementar el conjunto de las empresas del grupo. Orientándose en negocios que contemplan la energía, bienes raíces, Servicios Industriales y Otras inversiones.

2.7. Terminal Pacifico Sur Valparaíso (TPS) y Terminal Puerto Arica (TPA)

TPS está encargado del desarrollo, mantención y explotación del frente de atraque N° 1 del Puerto de Valparaíso, incluyendo servicios como el muellaje, estiba y desestiba, almacenamiento consolidación y desconsolidación de carga, servicios de frío y otros menores.

TPA en octubre de 2004 obtuvo la concesión del Terminal Marítimo de Arica, el cual hoy se ha logrado posicionar como el puerto multipropósito de la macro región andina, transfiriendo graneles, contenedores, minerales, carga general y de proyectos. Brinda servicios de muellaje, transferencia de carga, servicios especiales, consolidación y desconsolidación, entre otros.

2.8.Sitrans

Sitrans ofrece una amplia gama de servicios relacionados con el transporte multimodal y el manejo de contenedores. Dentro de ellos se encuentran transporte terrestre, cuenta con terminales frigoríficos en el sur de Chile, presta servicios a la carga como almacenaje de contenedores cargados, consolidación y desconsolidación de contenedores, depósito de contenedores vacíos y almacén extraportuario.

2.9.Ultracomex

Es un área de servicios de Comercio exterior del Grupo Ultramar. Orientado básicamente en la coordinación de los procesos aduaneros, operativos y documentales, actúa de manera similar a un agente de aduana, pero su función es complementar la cadena de servicios del exportador o importador.

2.10. Ultramar Logistics

Es una organización encargada de prestar servicios logísticos para Latinoamérica. Brinda soluciones de Transporte Internacional y Logística Integral atendiendo las necesidades individuales de cada cliente. Se encarga de gestionar servicios como el transporte terrestre, despachos de aduana, seguros, servicios de depósito y servicios de puerto. Actualmente cuenta con oficinas propias en Argentina, Uruguay, Brasil, Chile, Perú y Colombia.

Anexo 3. Estructura organizacional:

La estructura organizacional de Ultramar agencia marítima está dada por cuatro grandes departamentos. Encabezados por el Gerente General Sr. Julio Ramírez encargado fundamentalmente de realizar la planificación estratégica del negocio. La Gerencia General es seguida por el Gerente de Negocios Marítimos Sr. Gerardo Neustadt, área creada en los inicios del año 2011. Esta área tiene como objetivos planificar, ejecutar y monitorear la gestión comercial del Negocio Marítimo en Chile. En general busca potenciar el negocio de Ultramar Agencia Marítima en Chile y sustentar el crecimiento.

La primera subdivisión de la organización parte con la nueva estructura creada el 2011 abriendo paso a la nueva Gerencia Comercial y Desarrollo de Negocios.

Esta subgerencia brindará apoyo comercial y de gestión a operaciones de Santiago (SCL) y Sucursales, área que impulsa las iniciativas de sus trabajadores que involucren propuestas comerciales para actuales y nuevos clientes con la motivación de que estas sean comunicadas para así poder brindar el apoyo necesario. Esta gerencia se encuentra dividida en el Jefe Comercial y Gestión de Operaciones y el Jefe Procesos y Desarrollo de Negocios.

La segunda subdivisión está directamente relacionada con la gerencia general y la gerencia de negocios marítimos, estas son las Agencias Portuarias a lo largo de Chile,

las cuales están dirigidas por los respectivos Gerentes de Agencia o Agentes según corresponda. Las sucursales más grandes a nivel de movimiento están encabezadas por Valparaíso, Antofagasta, Talcahuano y Punta Arenas, quienes dirigen a los Agentes de sucursales más pequeñas, pero no menos importantes como San Antonio, Arica, Iquique, Tocopilla, Mejillones, Caldera, Huasco, Coquimbo, Los Vilos, Quintero, Puerto Montt y Puerto Chacabuco.

La tercera gran subdivisión está dada por la Subgerencia de Operaciones directamente relacionado con el Subgerente Comercial y Desarrollo de Negocios ya descrito anteriormente. Este departamento cobija a los operadores de nave, Operadores Husbanding, Encargado Proyectos Computacionales y Höegh Line Manager, este último encargado de administrar la compañía naviera privada Hoegh Autoliners de origen noruego.

El cuarto departamento es el Centro de Servicios ubicado en Valparaíso. En sus inicios esta área era denominada Contenedores y Documentación (C&D), un departamento pequeño que dependía de la gerencia de Valparaíso. Con el tiempo fue adquiriendo fuerza y actualmente es uno de los pilares fundamentales del negocio. Orientada a la administración central de procesos de apoyo en las actividades operacionales generadas en todas las agencias de Chile. Encargada de la planificación central de procesos operacionales, logísticos, documentales y actividades comerciales. Además brinda apoyo a la gestión de proveer información a los clientes y es una plataforma operativa de facturación y control de gestión por cuenta de los armadores. Generadora de acciones correctivas que apuntan a mejorar y optimizar procesos operacionales.

Esta subgerencia se subdivide en cinco jefaturas; Jefe de Gestión, quién dirige las áreas de Demurrage, Liquidaciones y Cobranza; Jefe de Contenedores, quién dirige áreas como logística y Gate; Jefe de Documentación; Jefe de Procesos & EDI (Electronic Data Interchange); y Jefe de Oficina Globaldesk (atención a público) ubicada en Santiago.

Anexo 4. Sujetos que intervienen en el transporte marítimo internacional

- Propietario del buque (shipowner): persona que posee la propiedad de la nave, aunque no lleve a cabo su explotación comercial.
- Armador, naviero o portador (shipowner, disponent owner o carrier): persona física o jurídica que lleva a cabo la explotación comercial del buque, aunque no sea su propietario. Sujeto con quien contrata el exportador en su actividad comercial.
- Fletador (charterer): persona física o jurídica que contrata el transporte en un buque, o la utilización del mismo.
- Capitán (master, shipmaster): persona que desempeña a bordo la jefatura o mando supremo del buque, con todas las facultades, obligaciones y responsabilidades que de su cargo se deriven. Las responsabilidades del capitán son además de las técnicas, jurídicas, notariales y procesales.
- Cargador (shipper): mandatario del fletador, agente de aduanas, estibador o transitario. Su misión consiste en entregar, en nombre del fletador, al naviero o

a sus representantes, en el puerto de carga, las mercancías pactadas en el contrato, para que se envíen hacia el puerto de destino.

- Consignatario de buques (ships agent): persona encargada de representar al naviero ante las autoridades portuarias competentes. Se ocupa de cubrir las necesidades del buque en puerto, tales como: prácticos, atraque, remolcadores, etc.
- Consignatario de carga, receptor o consignatario (consignee, receiver): persona a quien se entregan las mercancías en destino.
- Corredores de buques y corredores de cargas (shipbrokers, cargobrokers): personas que tienen funciones de intermediarios en los fletamentos, encargándose de poner en contacto al naviero y al fletador y de concluir los contratos de fletamento entre ambos.
- Estibadores, contratistas de carga y descarga (stevedores): sujetos encargados de las operaciones de carga y descarga en el puerto.
- Transitarios (forwarders): sujetos que realizan labores de coordinación de los trayectos terrestres y marítimos en una operación multimodal. Organizan y gestionan los seguros y demás documentación de los despachos de aduana, etc.⁴⁷

Anexo 5. Tipos de contenedores ⁴⁸

⁴⁷ Alfonso Ortega. “Manual práctico del comercio Internacional”. Difusión Jurídica, 2008. Pág. 173

⁴⁸

http://www.supertransporte.gov.co/super/phocadownload/Nuestra_Institucion/Delegada_de_Puertos/Cara_cterizacion_Puertos/LOGISTICA%20PORTUARIA.pdf 16-12-2012. 18:25 hrs.

5.1. Contenedores secos y cerrados o dry van

Son los contenedores más comunes, se usan para cargas que no requieren cuidados muy especiales, son cerrados herméticamente y sin refrigeración o ventilación.

5.2. Contenedores con sobre altura o high cube

Son contenedores estándar, similares a los secos cerrados herméticamente o Dry Van, pero mayoritariamente de 40 pies y su característica principal es su sobre altura (9.6 pies).

5.3. Contenedores refrigerados o reefer

Son contenedores de las mismas medidas que los anteriormente mencionados (40 pies) pero que cuentan con un sistema de conservación de frío o calor y termostato. Deben ir conectados en el buque y en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo, funcionan bajo corriente trifásica. Algunas de las marcas que se dedican a fabricarlos: Carrier, Mitsubishi, Termo King.

5.4. Contenedores abiertos arriba u open top

Son de las mismas medidas que los anteriores, pero abiertos por la parte de arriba. Puede sobresalir la mercancía, dependiendo del tipo de cuidado de la carga en relación con el medio ambiente pueden llevar carpa protectora en la parte superior.

5.5. Contenedores de paredes flexibles o flat rack

Estos contenedores carecen también de paredes laterales e incluso, según casos, de paredes delanteras y posteriores. Cuando tienen laterales estas se pueden recoger. Se

emplean para cargas atípicas que sobresalen en sus dimensiones de la plataforma del contenedor.

5.6. Contenedores abiertos en uno de sus lados u open side

Su mayor característica es que es abierto en uno de sus lados, sus medidas son de 20' o 40'. Se utiliza para cargas de mayores dimensiones en longitud que no se pueden cargar por la puerta del contenedor.

5.7. Contenedores tanques o cisternas

Son contenedores utilizados para transporte de líquidos a granel. Se trata de una cisterna contenida dentro de una serie de vigas de acero que delimitan un paralelepípedo cuyas dimensiones son equivalentes a las de un "Dry van". De esta forma, la cisterna disfruta de las ventajas inherentes a un contenedor: pueden apilarse y viajar en cualquiera de los medios de transporte típicos del transporte intermodal.

5.8. Contenedores tanques flexibles o flexi-tank

Son contenedores utilizados para transportes de líquidos a granel. Suponen una alternativa al contenedor cisterna. Un flexi-tank consiste en un contenedor estándar (Dry Van), normalmente de 20 pies, en cuyo interior se fija un depósito flexible de polietileno de un solo uso denominado flexibag.

Anexo 6. Modalidades de Venta internacional.

Las ventas se pueden efectuar bajo las siguientes modalidades:

- Venta a firme: es aquella en la cual el valor de la mercancía no admite modificar alguna, luego que el exportador a pactado con el comprador un precio por la mercancía que será adquirida por el ultimo extranjero. La factura de exportación se emite a la fecha de embarque. Esta modalidad es válida para cualquier mercadería.
- Venta bajo condición: es aquella en la cual el valor definitivo de la mercadería queda sujeto al cumplimiento de las condiciones que se convengan entre el exportador y su comprador en el exterior. Los productos que se comercializan bajo esta modalidad son los que pueden alguna alteración durante el traslado (madera, frutas, semillas, etc).
- Venta en consignación libre: es aquella en la cual el valor de la mercadería tiene un carácter meramente referencial, ya que esta se envía a un agente o consignatario en el exterior para que proceda a su recepción y venta conforme a las instrucciones impartidas por el consignante, o a lo convenido entre ambos. El precio definitivo de la mercadería depende de los precios corrientes del mercado internacional al momento de su comercialización. La factura comercial es emitida a la fecha de recepción de la liquidación de consignatario en el exterior.
- Venta en consignación con mínimo a firme: es aquella en la cual un mínimo del valor de la mercadería es pactado bajo la modalidad de venta a firme. El valor definitivo de la mercadería queda sujeto al cumplimiento de las demás condiciones que se convengan entre el exportador y su comprador en el exterior. se emite la factura comercial a la fecha de embarque por el valor minimo a firme. Una vez fijado el precio definitivo, se debería emitir una nueva factura por el mayor valor obtenido (saldo).⁴⁹

⁴⁹ Rodolfo Valenzuela Sepúlveda. “Comercio Exterior: todos lo hacen ¿y yo sé?”, Legalpublishing. 2008. Pág. 53.

Anexo 7. Objetivos de la cámara nacional de comercio y turismo de Chile.

La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, en adelante “la CNC”, tiene por objeto reunir a las entidades gremiales y empresas, que cumplan los requisitos de este Estatuto y las normas del Decreto Ley N° 2.757, en su caso, con los siguientes fines:

- Promover el desarrollo, progreso y perfeccionamiento profesional y gremial de los asociados, del comercio, los servicios y el turismo en general, así como la protección de los intereses de las actividades de los mismos;
- Estudiar los asuntos referidos al comercio, los servicios y el turismo en sus distintas ramas y especialmente en lo que se refiere a la formación o aplicación de leyes, decretos y reglamentos y al desarrollo o ampliación de mercados y la difusión de estos estudios o de informaciones de utilidad para sus asociados con el fin de destacar la importancia de estas actividades y las políticas requeridas para su desarrollo y el mejor servicio al consumidor;
- La unión de todo el comercio, los servicios y el turismo de la República y la defensa de sus legítimos intereses dentro de la superior conveniencia nacional;
- Actuar en representación del comercio, los servicios y el turismo nacionales y de sus asociados ante los Poderes Públicos y ante toda clase de funcionarios, asociaciones y personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras;

- Promover la solución alternativa de las dificultades o conflictos que se produzcan entre los asociados o entre éstos con particulares o empresas que acepten dicha instancia, siempre que se trate de materias susceptibles de compromiso de acuerdo a las leyes vigentes. Para estos efectos podrá desarrollar actividades de mediación y arbitraje, civil y comercial, e impulsar la creación de centros con dicho objeto entre sus asociados;
- Promover y defender el sistema social de mercado, la libertad de emprender y el derecho de propiedad;
- Actuar ante cualquier medio de comunicación o difusión social, para un mejor logro de los fines de la CNC;
- Mantener permanentemente relaciones e intercambio de estudios e informes con organismos gremiales del comercio, los servicios, el turismo y de la producción del país o del exterior, pudiendo afiliarse a federaciones o confederaciones, tanto nacionales como extranjeras, en conformidad a la ley;
- Fomentar y facilitar el comercio internacional, tanto en materia de exportaciones como de importaciones e inversiones, para lo cual propondrá a las autoridades respectivas las medidas conducentes a tal finalidad;
- Fomentar las más armónicas relaciones entre sus asociados, como también con otros organismos gremiales o sociales y los colaboradores o trabajadores de éstos;
- Estimular, orientar y coadyuvar a las labores educacionales destinadas al perfeccionamiento y progreso de las actividades de sus asociados, procurando la capacitación de éstos y de sus colaboradores en todos los rubros y funciones propios de dichas actividades;
- Prestar los servicios de certificación tales como certificación electrónica, comprobación de origen, certificación de software, certificación de cumplimiento de

estándares, sistemas de calidad, normas ambientales, competencias laborales, normas técnicas y otros, y cualquier otro que contribuya al perfeccionamiento, innovación y desarrollo tecnológico de sus asociados; y

- Ejecutar toda clase de actos o contratos que se orienten directa o indirectamente al cumplimiento de las finalidades anteriores.⁵⁰

Anexo 8: Actores en el comercio exterior

8.1. Servicio Agrícola y Ganadero:

Es el organismo oficial del Estado de Chile, encargado de apoyar el desarrollo de la agricultura, los bosques y la ganadería, a través de la protección y mejoramiento de la salud de los animales y vegetales. Para evitar la introducción desde el extranjero de enfermedades o plagas que puedan afectar a los animales o vegetales y dañar gravemente a la agricultura, se han establecido los Controles Fronterizos fito y zoo sanitarios. Dichos Controles funcionan en los lugares de entrada al país, ya sea por vía terrestre, aérea o marítima. Allí se inspeccionan los productos, medios de transporte, equipaje de pasajeros, tripulación y cargas comerciales de productos silvoagropecuarios (frutos, leche, queso, etc) para verificar que cumplen con las regulaciones sanitarias establecidas. Al exportar productos animales o vegetales, el SAG participa en su certificación sanitaria, la que es reconocida internacionalmente por haber sido elaborada en base a normas y estándares que regulan el comercio mundial⁵¹.

⁵⁰ <http://www.cnc.cl/pdfs/Estatutos2008.pdf> 03-10-2012. 21:20 hrs.

⁵¹ [http://www.sag.cl/OpenDocs/asp/pagDefaultGabineteSuperior.asp?boton=Doc9&argInstanciaId=9&argCarpetaId=1857&argTreeNodosAbiertos=\(\)&argTreeNodoSel=&argTreeNodoActual=](http://www.sag.cl/OpenDocs/asp/pagDefaultGabineteSuperior.asp?boton=Doc9&argInstanciaId=9&argCarpetaId=1857&argTreeNodosAbiertos=()&argTreeNodoSel=&argTreeNodoActual=) 25-09-2012. 20:30 hrs.

8.2. Compañías navieras:

Armador o naviero es quien equipa, avitualla (elementos de aprovisionamiento) y dota de tripulación a la nave, ya sean las naves propias o arrendadas. Además, asume la gestión de la nave, manteniéndola en estado operativo y navegable sea o no de su propiedad.

También puede considerarse como armador aquella persona natural o jurídica que por cuenta y riesgo propio puede ser el dueño de la nave, arrendador de la misma o parte de ella, o de una o más bodegas. Debe quedar claro que no es armador quien siendo dueño de la nave la cede en arriendo a un tercero. Tampoco es armador quien siéndolo, toma una nave de otro armador en fletamento por tiempo del armador (aunque la explote económicamente o prestando servicios a terceros)⁵²

8.3. Servicios portuarios y almacenes extraportuarios

Almacén Extraportuario: el recinto de depósito aduanero autorizado mediante habilitación directa, destinado a prestar servicios a terceros, donde puede almacenarse cualquiera mercancía hasta el momento de su retiro, para importación, exportación u otra destinación aduanera. Los términos "recinto de depósito aduanero" y "almacén", comprenderán tanto a los habilitados directamente por el Director Nacional de Aduanas,

⁵² <http://www.asesoriaintegral.cl/web/index.php?cod=temas&num=28> 25-09-2012. 20:45 hrs.

como aquellos que hayan obtenido el derecho de explotación mediante licitación pública.

Habilitación Directa: la autorización que otorga el Director Nacional de Aduanas para entregar la explotación de un almacén extraportuario, a la persona natural o jurídica que cumpla con los requisitos exigidos en la ley y en el presente reglamento.

Inmueble de propiedad fiscal o de propiedad del Servicio Nacional de Aduanas: son aquellos cuya concesión se entrega, mediante licitación, junto con el derecho a explotar el inmueble como almacén extraportuario. No se comprenden en esta categoría los inmuebles de propiedad fiscal o de propiedad del Servicio Nacional de Aduanas cuya concesión se otorga en forma previa e independiente de la habilitación como almacén extraportuario.

Tarifa de Almacenaje: las sumas que el consignante o consignatario de la mercancía debe pagar por la prestación del servicio de depósito. e) Servicios Complementarios: son aquellos que se vinculan directa o indirectamente con la función de almacenaje de mercancías, tales como consolidación y desconsolidación de la carga, almacenamiento de contenedores nacionales o nacionalizados vacíos para consolidación de mercancías o reposición de los mismos, pesaje de bultos, presentación de las mercancías para aforo físico y reconocimiento, y reembalaje, ello en la medida que sean compatibles con la naturaleza del recinto de depósito.

Servicios Adicionales: son aquellos que no estando vinculados directa ni indirectamente con la función de almacenaje, puede ofrecer el almacenista u otra entidad autorizada por

él, siempre que contribuyan a un mejor desempeño de la función principal, tales como reparación de contenedores, vulcanización, cafetería. Estos servicios adicionales deberán ser expresamente autorizados por el Servicio Nacional de Aduanas.⁵³

8.4. Servicio Nacional De Pesca

Con la creación del Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA) y la Subsecretaría de Pesca por Decreto Ley N° 2442 del 29 de Diciembre de 1978, se modifica radicalmente la institucionalidad pública pesquera existente hasta ese momento en nuestro país. Posteriormente, como respuesta a las modificaciones de la Ley de Pesca, publicadas en 1992, a través de la Ley N° 18.892, SERNAPESCA debió reestructurarse, para hacer frente a los nuevos desafíos ambientales y las exigencias de un comercio internacional dinámico y globalizado. A más de tres décadas de su creación, el Servicio Nacional de Pesca cuenta con 753 funcionarios/as de planta, contrata y honorarios. Se trata de una institución altamente profesionalizada: el universo total de los funcionarios está compuesto en un 70% por profesionales, 20% técnicos y el 10% restante, por administrativos y auxiliares.

El Servicio Nacional de Pesca posee una estructura de dirección centralizada y una distribución territorial que actualmente considera 15 Direcciones Regionales, 45 oficinas provinciales y comunales, incluidas dos oficinas insulares (Isla de Pascua y Juan Fernández) más una Oficina de Coordinación ubicada en Santiago. Su misión es fiscalizar el cumplimiento de la normativa pesquera y de acuicultura, nacional e internacional, que contribuya con el desarrollo sustentable del sector pesquero nacional, a través de estrategias de monitoreo, control y vigilancia sectorial.

⁵³

http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20120427/asocfile/20120427102819/decreto_1114_almacenes_extraportuarios.pdf 03-10-2012. 21:30 hrs.

Objetivos Estratégicos:

- Fiscalizar las actividades pesqueras y de acuicultura velando por el cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria establecida para el sector.
- Garantizar la calidad sanitaria de los productos de exportación, a fin de dar cumplimiento a los convenios sanitarios de países importadores de productos pesqueros y de acuicultura.
- Fortalecer el cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria velando por el estatus sanitario y ambiental de la acuicultura.
- Proveer información sectorial oportuna y fidedigna para la toma de decisiones de las autoridades sectoriales.

8.5 ASOEX, SOFOFA y Cámara De Comercio

- ASOEX: La Asociación de Exportadores de Frutas de Chile A.G., ASOEX, es la entidad gremial de carácter privado que representa a los exportadores de frutas y hortalizas frescas de Chile.

Fundada en 1935, tiene por misión facilitar las exportaciones de los productos que Chile ofrece al mundo; fomentar, promover y defender el comercio de las exportaciones hortofrutícolas, la apertura de nuevos mercados e incentivar el perfeccionamiento profesional de sus asociados. Asimismo, cumple la labor de difundir información de carácter técnico y comercial y entregar apoyo a la investigación para el desarrollo del sector. De la misma forma, ASOEX es la entidad a cargo de la administración de los convenios fitosanitarios internacionales.⁵⁴

⁵⁴ http://www.asoex.cl/AsoexWeb/Menu.asp?Id_Menu=67 03-10-2012. 20:50 hrs.

- SOFOFA: Es una federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno.

Agrupada a cerca de 2.500 empresas, 39 asociaciones sectoriales y 8 gremios empresariales regionales, representados por las Asociaciones Industriales de Arica, Antofagasta, V Región, Curicó, Talca, Concepción, IX Región (Malleco y Cautín) y Valdivia. Todos estos miembros en conjunto engloban el 100% de la actividad industrial de Chile y el 30% del PIB. Su independencia política, solidez de principios, enfoque técnico y prestigio de sus dirigentes, le ha permitido alcanzar un sitial importante en la vida nacional, y es escuchada con respeto por gobernantes y sectores políticos, económicos y sociales. Su misión es promover el desarrollo industrial y el crecimiento económico del país, impulsando y/o proponiendo políticas públicas que fomenten la inversión, el emprendimiento, la capacitación permanente de los recursos humanos y la generación de empleos. Junto con ello, estimula la iniciativa privada, el libre mercado, y la apertura al comercio exterior.⁵⁵

- Cámara Nacional de Comercio: La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile es una Federación Gremial Nacional sin fines de lucro que reúne a empresas y gremios vinculados a estos tres sectores económicos del país.

Agrupada a 23 Cámaras Territoriales, 11 Cámaras Binacionales, 27 Asociaciones Especializadas y 17 Empresas Socias, la CNC es la entidad representativa del Comercio, los Servicios y el Turismo en todo Chile, desde Arica a Magallanes.⁵⁶ Veanse los objetivos de la cámara de comercio en anexo 6.

⁵⁵ <http://web.sofofa.cl/corporativa/quienes-somos/%C2%BFque-es-sofofa/> 03-10-2012. 21:00 hrs.

⁵⁶ <http://www.cnc.cl/> 03-10-2012. 21:15 hrs.

8.6. Agencias de aduana o agencias de embarque

El agente de aduana es un profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante el Servicio Nacional de Aduanas para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías. Los agentes de aduana son civil y administrativamente responsables por toda acción u omisión dolosa o culposa que lesione o pueda lesionar los intereses del Fisco o que fuere contraria al mejor servicio del Estado o al que deben prestar a sus comitentes. Responden, asimismo, personalmente de dichas acciones u omisiones cuando ellas fueren imputables a sus socios, apoderados o auxiliares, sin perjuicio de la responsabilidad de éstos y del derecho a repetir.

Los agentes de aduana se considerarán empleados públicos para todos los efectos del Código Penal y de las responsabilidades derivadas de las infracciones contempladas en la Ordenanza de Aduanas, o a otras leyes de orden tributario, cuyo cumplimiento y fiscalización corresponda al Servicio de Aduanas.⁵⁷

⁵⁷ http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20120427/pags/20120427094321.html 03-10-2012.
21:30 hrs.