



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

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR SIF CHILE EN LAS VARIABLES VENTAS Y
PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES, A FIN DE CREAR E IMPLEMENTAR MEJORAS

Autor.

FRANCISCO IGNACIO CONTRERAS PALOMINOS

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

PROFESOR GUÍA: GERARDO CASTILLEJO.

Santiago, julio 2018

Agradecimientos

En primera instancia agradezco a mi familia por el apoyo obtenido durante esta etapa alentándome siempre a seguir adelante a fin de lograr mis objetivos.

Así también reconozco a mi querida Universidad de Valparaíso, con sus docentes funcionarios que la componen resaltando en esta ocasión la gran labor realizada por el profesor Gerardo Castillejo, que en adición a mis compañeros y amigos fueron un soporte clave en mi formación como Administrador en Negocios Internacionales que culmina en la creación del presente trabajo final.

Resumen

Hoy en día habitamos en un mundo en constante cambio, el que representa oportunidades para el individuo y para las organizaciones. La búsqueda del presente informe, consiste en analizar los resultados de SIF Chile, obtenidos a partir de las herramientas de recaudación de información. Su importancia es detectar las falencias en las áreas de ventas y percepción del cliente en dicha empresa. Estas áreas, deben ser atendidas o eliminadas según sea la necesidad y la magnitud del impacto al interior y al exterior de la organización. Por ello, es necesario considerar los resultados del estudio efectuado por el alumno, como piedra angular en el desarrollo de mejoras para el funcionamiento interno de SIF Chile, así como para el aumento en la oferta asociada a los servicios que entrega y comparte con otras empresas de comercio internacional.

Tabla de contenido

Agradecimientos	2
Resumen.....	3
INTRODUCCIÓN	8
1 Planteamiento del problema	9
2 Formulación o planteamiento del problema	9
3 Objetivo general	9
4 Objetivos específicos:.....	10
5 Justificación	10
6 Tipo de investigación.....	11
7 Metodología de trabajo	12
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA.....	14
1.1 Presentación de SIF Chile S.A.	14
1.2 Historia de la empresa	14
1.3 Razón de ser	15
.....	15
1.4 Compromisos de SIF	15
1.5 Servicios ofrecidos por SIF.....	17
1.6 Sucursales SIF en el continente	18
1.7 Clientes reconocidos a nivel local y global	19
1.8 Listado de transportes más utilizados localmente (terrestre) internacionalmente (marítimo o aéreo)	19
1.8.1 Terrestre.....	19
1.8.2 Marítimo.....	19
1.8.3 Aéreo	20
1.9 Partners locales y extranjeros	20
1.10 Entidades públicas con las que posee contacto frecuentemente:	20
1.11 Sistemas informáticos utilizados	20
1.12 Metas al mediano y largo plazo	20
1.13 Mercado consumidor de la empresa	21
1.14 Competencia en Chile y argentina	21

1.15 Compromiso social empresarial.....	21
1.16 Innovación o emprendimiento.....	22
1.17 Convenios de la empresa	22
1.18 Funciones realizadas en SIF Chile.....	23
1.18.1 Comercio exterior.....	23
1.18.2 Contabilidad	23
1.18.3 Atención al cliente.....	24
1.18.4 Atención proveedores.....	24
1.18.5 Logística.....	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	25
2.1 Globalización	25
2.2 Comercio exterior.....	27
2.3 Comercio internacional 	28
2.3.1 Factores económicos que influyen directamente en el comercio internacional según la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones):	30
2.3.2 Integración económica.....	31
2.3.3 Fondo monetario internacional	33
2.3.4 Medios de pago en el comercio internacional.....	34
• El cheque personal y bancario	34
• La orden de pago y la transferencia de fondos.....	35
• La remesa o cobranza simple y documentaria.....	35
• El crédito documentario.....	35
2.3.5 INCOTERMS	36
2.4 Documento de transporte marítimo (MTD).....	40
2.5 Logística.....	42
• Eslabones básicos que componen la cadena logística	43
• Red o cadena logística de una empresa está formada por:.....	43
2.5.1 Logística internacional y sus componentes.....	43
• Los actores involucrados en la logística internacional.....	45
• Resolución exenta N° 2750 del Servicio Nacional de Aduana.....	46
CAPÍTULO III: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	47

3.1 Entrevista personal.....	47
3.1.1 Análisis.....	48
3.1.2 Propuesta	48
3.1.4 Cheque	51
3.2 Liberación del MTD aplicando pago a fecha documentado para la exportación.....	53
3.2.1 Ejemplos de liberación de MTD para la exportación con pago documentado	54
3.3 Liberación del MTD aplicando pago a fecha documentado para la importación	57
3.3.1 Ejemplos de liberación de MTD para la importación con pago documentado.....	58
3.4 Análisis de los consumidores.	61
3.4.1 Net Promoter Score.....	61
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES.....	64
4.1 Conclusiones.....	64
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS	69

TABLA DE ILUSTRACIONES

<u>ILUSTRACIÓN 1 FUNCIONAMIENTO DEL CHEQUE INTERNACIONAL</u>	<u>52</u>
<u>ILUSTRACIÓN 2 PROCESO DOCUMENTAL EXPORTACION</u>	<u>54</u>
<u>ILUSTRACIÓN 3 FREIGHT PREPAID LIBERACION EN DESTINO</u>	<u>55</u>
<u>ILUSTRACIÓN 4 FREIGHT PREPAID SEA WAYBILL</u>	<u>56</u>
<u>ILUSTRACIÓN 5 FREIGHT PREPAID OBL</u>	<u>57</u>
<u>ILUSTRACIÓN 6 PROCESO IMPORTACION</u>	<u>58</u>
<u>ILUSTRACIÓN 7 FREIGHT COLLECT BILL OF LADING</u>	<u>59</u>
<u>ILUSTRACIÓN 8 FREIGHT COLLECT SEA WAYBILL</u>	<u>60</u>
<u>ILUSTRACIÓN 9 FREIGHT COLLECT OBL SEA WAYBI</u>	<u>61</u>

INTRODUCCIÓN

El presente informe se ha generado con el objetivo de analizar los resultados de una empresa a través de las variables ventas, en comparación con algún similar y, percepción de la marca, a fin de crear e implementar mejoras acorde a su urgencia e impacto en el corto plazo para la compañía, que a su vez, deberían afectar en el desarrollo de otras áreas de la empresa que deban también adaptarse al competitivo mercado de constantes cambios y fluctuaciones en gran parte de sus componentes que existe actualmente en el rubro del comercio internacional.

La idea y ejecución de esta investigación, para el presente estudio, nace desde la experiencia laboral obtenida del alumno en la práctica profesional en la empresa SIF Chile, que adicionalmente, a los conocimientos teóricos entregados por la Carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso, permiten que ésta sea posible. Durante el proceso de práctica profesional el alumno logra insertarse en el mundo laboral aprendiendo y desarrollando ciertas funciones necesarias a la hora de transformarse en un profesional del área como administrador de negocios internacionales y, es acorde a este contexto de rápida adaptación a los cambios en las empresas y nuevas experiencias, como parte de una organización que nace de la idea de desarrollar el presente documento de investigación, como un aporte a la compañía en cuestión.

Para lograr nuestro objetivo, se procede a utilizar toda la información obtenida desde la empresa, ya sea a través de la gestión de empleados, procesos internos, conocimiento y experiencia obtenida como ex funcionario. Asimismo, información que permite conocer a los agentes externos centrales de esta compañía como, los clientes, proveedores y competencia. Además, debemos considerar el entorno en que está presente y se ha desarrollado SIF Chile, dado el sistema político, económico y social, que establecen las directrices de la empresa al plantear sus objetivos al corto, mediano y largo plazo.

Para una información más completa en nuestra investigación, utilizaremos los conceptos claves relativos al comercio internacional, en espacios en que profundizamos y facilitamos información adicional al lector, la que más tarde, nos acercará a esta actividad, para lograr un manejo específico en el capítulo denominado Marco Teórico. También

utilizaremos apoyo grafico e ilustraciones con estadísticas que nos entregarán las representaciones de nuestros datos obtenidos, a partir de encuestas y otras fuentes.

1 Planteamiento del problema

El acontecimiento considerado por el alumno como una debilidad es que la compañía, hasta hoy, no desarrolla mejoras en las áreas de ventas e imagen corporativa, las que son claves al buscar mejores resultados frente sus pares en el continente.

2 Formulación o planteamiento del problema

¿Qué falencias se pueden apreciar en el desarrollo comercial y en la imagen de la empresa?

¿Qué mejoras se pueden crear para suplir la falencia detectada?

¿Bajo qué modalidades de uso se pueden desarrollar estas mejoras?

¿Tiene la empresa una visión clara de su estado actual en el mercado nacional e internacional?

3 Objetivo general

Analizar los resultados obtenidos por SIF Chile a través de las variables, ventas y percepción de la marca, para crear e implementar sus mejoras.

4 Objetivos específicos:

- Detectar falencias que existan en la parte comercial e imagen corporativa de la empresa
- Plantear mejoras para posibles falencias
- Investigar modalidades de uso en posibles mejoras
- Conocer el estado actual de la empresa en relación a sus pares.

5 Justificación

Si bien nuestro país posee un amplio reconocimiento a nivel mundial como un Estado pro comercio internacional, las operaciones de importación y exportación fluyen diariamente y nos permiten contar con una ventaja, obtenida en gran parte, por el volumen de operaciones en este ámbito de desarrollo, las que son realizadas en nuestro territorio. Así, podemos generar un mayor conocimiento y experiencia en el tema, siendo necesario saber qué aspectos específicos, como por ejemplo: las ventas estimativas y la satisfacción del cliente con la marca, son analizados correctamente en la empresa y podrían mejorarse, permitiendo un mayor posicionamiento con sus pares en el continente.

6 Tipo de investigación

Para este informe se ha optado por utilizar dos tipos de investigación, la primera es la descriptiva, la cual, se utiliza para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se presenten para su análisis. Los métodos descriptivos pueden ser cualitativos o cuantitativos. Los métodos cualitativos se basan en la utilización del lenguaje verbal y no recurren a la cuantificación. El método cualitativo tiene por objeto de estudio, el comportamiento en su ámbito natural, y se propone develar el significado del comportamiento, más que su cuantificación. Las principales etapas a seguir en una investigación descriptiva son: examinar las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar. El segundo tipo de investigación es la documental, considerada como la parte esencial de un proceso de investigación científica que constituye una estrategia en donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades, utilizando diferentes tipos de documentos, a fin de obtener material intelectual y científico en donde pueda descansar el desarrollo de la investigación científica que se desea realizar. Esta investigación que se efectúa en forma ordenada y con objetivos precisos, tiene la finalidad de ser base en la construcción de conocimientos y se basa en la utilización de diferentes técnicas de: localización y fijación de datos, análisis de documentos y de contenidos. La técnica documental nos permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. También incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

Al utilizar la investigación documental buscaremos conseguir ciertos objetivos. Entre los cuales tenemos; ordenar las etapas de la investigación, aportar instrumentos para manejar la información, llevar un control de los datos y orientar la obtención de conocimientos.

7 Metodología de trabajo

Para complementar la investigación documental, la metodología que usaremos para el análisis y resolución del caso, se basará en torno a fuentes primarias, que surgen a través de las técnicas de recolección, análisis y tratamiento de la información. También, debemos considerar que la recopilación adecuada de datos, a partir de fuentes documentales que nos permite redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación.

Esta metodología es empleada por todas las ramas del saber que deban acercarse intelectualmente a un objeto o fenómeno que deseen abordar, a fin de poder conocer los antecedentes y teorías inherentes a la entidad que pretende estudiarse (El Pensante, 2018).

Lo que debemos lograr con esta metodología es la recolección, selección, análisis y generar resultados coherentes, utilizar los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación (análisis, síntesis, deducción, inducción) y llevar a cabo un proceso de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental (Investigacion Documental, 2018).

Para complementar la metodologíaa utilizada sobre análisis de caso, se usarán fuentes primarias, a través de entrevistas y encuestas. También será necesarias las fuentes secundarias, recurriendo a libros de textos físicos y virtuales. La investigación se centrará en el actual contexto del mercado que desarrolla la empresa.

La investigación se limitará a una sucursal ubicada en San Pio X, Providencia, Santiago de Chile. El tiempo empleado serán tres semestres universitarios.

La elaboración de las entrevistas y encuestas aplicadas a funcionarios o efectivos clientes.

Entrevista

La entrevista se lleva a cabo gracias al testimonio obtenido por parte del gerente de operaciones de la empresa, en base a preguntas efectuadas por el alumno, lo que permite darnos cuenta del estado en el cual se presenta la compañía anteriormente señalada.

Net Promoter Score

Es una métrica que posee como objetivo pronosticar el comportamiento de los clientes cuando realizan compras y recomendaciones. Para calcular el NPS de nuestra compañía existe una formula estándar que se basa en los ciertos parámetros de puntuación y división de los resultados obtenidos, a fin de generar una escala que permita efectuar el análisis correspondiente. El marco muestral, está compuesto por 50 personas entre 18 y 60 años que poseen alguna relación con el rubro del comercio nacional e internacional de mercancías.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA

1.1 Presentación de SIF Chile S.A.

SIF está conformada por un grupo humano de hombres y mujeres jóvenes, dinámicos y proactivos, con entrenamiento especial en Gerenciamiento de Logística Internacional y Servicios relacionados a las cargas dentro de nuestra región. Asimismo, Sud América, a través de nuestra extensa red de agentes en todo el mundo. El objetivo, es la búsqueda contante en la mejora del servicio, adecuándose a esquemas de trabajo flexible.

Los clientes notarán en la atención diaria, que las siguientes premisas serán las principales protagonistas:

- Información permanente y actualizada
- Agilidad en la operación
- Economía de costos
- Seguridad.

1.2 Historia de la empresa

SIF fue fundada en 1991 por Alfredo Picó, único dueño. Creo una empresa especializada en servicios de logística de transporte internacional, enfocado en ofrecer una solución regional en el Mercosur para agentes y clientes alrededor del mundo. A los pocos años de iniciadas las operaciones en Argentina, con el apoyo de importantes clientes, continuamos con la apertura de oficinas regionales en Brasil y Chile, para finalmente el año 2017, abrir 2 sucursales más en Paraguay y Uruguay.

1.3 Razón de ser

El grupo SIF es un integrador de soluciones, que, apoyado en sus recursos humanos y tecnológicos, brinda Logística Internacional, ofreciendo el asesoramiento, la información y los medios para que los productos y mercaderías de nuestros clientes, lleguen desde su punto de origen hasta su punto de destino en el tiempo preestablecido, con seguridad y máxima economía.

.

1.4 Compromisos de SIF

- Un servicio a medida

En SIF, somos conscientes del valor estratégico de una óptima gestión de logística para influir favorablemente en la calidad y competitividad de sus productos. Nuestro equipo de profesionales asume el compromiso de brindar un servicio a medida de las necesidades individuales y específicas de cada cliente. Nos especializamos en atender los objetivos, a cumplir en cada operación. Realizamos un riguroso análisis de las oportunidades de mejora para luego diseñar la operación más adecuada.

- Garantizar una completa visibilidad del proceso logístico

Les aseguramos a nuestros clientes, la continua información sobre la posición de sus productos, usando la tecnología más eficaz para cada operación

- Dar la mejor solución regional

Hoy, América del Sur, está convirtiéndose en un todo indivisible, lo que requiere un servicio integrado regionalmente. Nuestras oficinas operativas en el Mercosur, sumadas a nuestra Red de Agentes en Europa, Asia, América y Oceanía, nos permite ser un nexo operativo en el manejo de mercaderías entre el Mercosur y el mundo.

- Integrador del proceso logístico

Una adecuada integración del proceso logístico, garantiza flexibilidad en el flujo de mercadería ante cambios en la demanda. Nuestra empresa, al actuar como único responsable de todo el proceso, garantiza una calidad uniforme a lo largo de toda la cadena logística del cliente. Gerenciamos todas las operaciones del proceso logístico, así como consolidaciones, transportes internos, despachos aduaneros, transporte internacional, desconsolidaciones, transporte hasta planta del importador, almacenajes, servicios de depósito fiscal y distribución física del producto.

- Ser un facilitador entre nuestro cliente y sus proveedores

Garantizando un óptimo funcionamiento de los procesos de transporte, administración y almacenamiento que están bajo nuestra responsabilidad. Aseguramos a nuestros clientes que la logística es un recurso a utilizar y no un problema más a solucionar.

- Máxima flexibilidad y dinamismo

Nuestro equipo de profesionales, actúa en forma proactiva para atender los requerimientos diarios de nuestros clientes. Estudiamos las necesidades de cada situación, generando una respuesta rápida, evitando así, pérdidas de tiempo y dinero. Les aseguramos a nuestros clientes la continua información sobre la posición de sus productos, usando la tecnología más eficaz para cada operación.

- Asegurar la mejora continua de las operaciones

Trabajamos en estrecha interacción con nuestros clientes para optimizar la rentabilidad, transformando costos fijos en costos variables. Les aseguramos a nuestros clientes la continua información sobre la posición de sus productos, usando la tecnología más eficaz para cada operación.

1.5 Servicios ofrecidos por SIF

- Fletes internos en origen
- Almacenaje en origen
- Consolidación
- Emisión de documentos (Facturas, Listas de Empaque, Conocimientos de Embarque, etc.)
- Liberación aduanera en origen
- Transporte Internacional (aéreo / marítimo / terrestre)
- Desconsolidaciones documentales
- Depósitos Fiscales
- Liberación aduanera en destino
- Fletes internos en destino
- Almacenaje en destino
- Gestión y control de stocks.

1.6 Sucursales SIF en el continente

- SIF Argentina S.A.

Adolfo Alsina N° 756 Piso 9 · Edificio Royal & Sun Alliance

C1087AAL · Buenos Aires · Argentina

Tel: +54 (11) 5031-8001 · Fax: +54 (11) 4345-4251

- SIF Do Brasil Ltda.

São Paulo

Av. Paulista N° 1471 Cj. 1314 · Edificio Barao de Christina

CEP 01311-200 · São Paulo · Brasil

Tel: +55 (11) 3251-3766 · Fax: +55 (11) 3141-0044

Santos

Rua Riachuelo N° 77A

CEP 11010-021 · Santos · Brasil

Tel: +55 (13) 3219-2380 · Fax: +55 (13) 3219-6448

- SIF Chile S.A.

Pío X N° 2390, Oficina 404 · Edificio Huasco

CP 7510061 · Providencia Santiago · Chile

Tel: +56 (2) 335-8190

1.7 Clientes reconocidos a nivel local y global

BIC Amazonia Ltda	
BIC Argentina S.A.	Legacy
Coca Cola de Argentina	Petroken
DESMET BALLESTRA Argentina	PR Environment SRL
Electrolux	SC Johnson
High Technology Systems S.A	Stoncor South Cone S.A.
Kraft Foods Argentina	Tate & Lyle

1.8 Listado de transportes más utilizados localmente (terrestre) internacionalmente (marítimo o aéreo)

1.8.1 Terrestre

- Fast truck
- Sourtcargo.

1.8.2 Marítimo

- Todas las navieras del mercado
- Maersk
- Cosco
- Msc
- Hapag Lloyd
- Sealand/Marval
- Green Andes
- Etc.

1.8.3 Aéreo

- Iberia
- Latam.

1.9 Partners locales y extranjeros

- Tenemos sucursales propias en Argentina y Brasil
- Pertenece a red de agentes internacionales: EGLN, IFLN, CAVRE7.

1.10 Entidades públicas con las que posee contacto frecuentemente:

- Aduana
- Servicio Impuestos Internos (SII).

1.11 Sistemas informáticos utilizados

- Informáticos (forward-sidemar intra)
- Facturación: Servicio Impuestos Internos (SII).

1.12 Metas al mediano y largo plazo

- Básicamente captar mayor cantidad de clientes y mejorar las ventas a mediano plazo

- A largo plazo: tener una buena cartera de clientes, crecer como empresa y mudarnos a una oficina más grande.

1.13 Mercado consumidor de la empresa

- Importadores / Exportadores de todo tipo de mercaderías

1.14 Competencia en Chile y argentina

- Todos los forwarders que operen en cada país respectivamente
- Por ejemplo, Delpa cargo, Europartners, DSV.

1.15 Compromiso social empresarial

Cumplimiento (Compliance)

El Grupo SIF dirige todos los negocios y servicios de una manera ética y responsable con integridad, honestidad y cumplimiento.

Nuestro sistema de cumplimiento y nuestros esfuerzos de mejora continua nos ayudan a salvaguardar la integridad de nuestra organización y la de nuestros asociados. Otro componente clave es revisar la integridad de nuestros socios comerciales. Utilizamos estas revisiones periódicas para identificar riesgos y ante eventuales problemas potenciales, responder a nuestros clientes, agentes y proveedores de manera apropiada. Pensamos que actuar con integridad y cumplir con las reglas, es una necesidad absoluta para que la cooperación a largo plazo sea exitosa.

Sustentabilidad

El Grupo SIF expresa la convicción de ser un miembro importante y responsable de la comunidad.

En nuestra empresa, este compromiso se pone en práctica con actitudes sociales y sostenibles como parte de nuestra cultura corporativa y filosofía a largo plazo, generando prácticas socialmente responsables, basadas en un modelo de desarrollo empresarial que privilegia, no sólo el logro económico, sino también una valiosa contribución social y ambiental.

Trabajamos de manera eficiente, brindando servicios y soluciones que hacen uso productivo y sustentable de los recursos mientras nos esforzamos por lograr nuestros objetivos.

1.16 Innovación o emprendimiento

Queremos implementar un nuevo sistema informático que permita habilitar la opción de web tracking para que los clientes puedan hacer seguimiento de sus envíos de forma online.

Estamos trabajando en la renovación de nuestro logo, y en una nueva página web, más moderna e innovadora.

1.17 Convenios de la empresa

- Depósitos aduaneros como Zeal, Saam
- Navieras
- Hapag Lloyd, CMA CGM, Ultramar
- Aerolíneas
- Latam
- Transportistas Locales.

1.18 Funciones realizadas en SIF Chile.

Áreas donde se desarrollaron las funciones requeridas por la empresa para el alumno

- Comercio exterior
- Contabilidad
- Atención al cliente
- Atención proveedores
- Logística.

1.18.1 Comercio exterior

- Emisión e impresión de Bill of Lading
- Corrección y valorización de Bill of Lading
- Canjes de Bill of Lading
- Ingreso de Bill of Lading hijos a Sidemar
- Ingreso de Bill of lading a Intra (programa de los forwarders)
- Generar cartas de responsabilidad para las navieras que transporten cargas solicitadas por nuestros clientes.

1.18.2 Contabilidad

- Emisión de facturas de la empresa
- Mantener registro de las facturas emitidas por la empresa
- Ayuda en la elaboración de informes mensuales para el pago de impuestos
- Emisión de cheques y posterior depósito de estos en sus respectivos bancos
- Registro de cada cheque emitido y entregado
- Facturación desde SII online.

1.18.3 Atención al cliente

- Recepción de llamados de parte de los clientes
- Contactar clientes para efectuar ciertas operaciones asociadas a nuestros servicios
- Entrega de Bill of Lading a los clientes que retiran en nuestras oficinas.

1.18.4 Atención proveedores

- Constante comunicación con las navieras para verificar el cumplimiento de las rutas y plazos preestablecidos en las negociaciones y posteriores acuerdos
- Retiro de Bill of Lading desde las sucursales de las navieras en la ciudad de Santiago
- Pagos por los gastos incurridos en el transporte de nuestras cargas a través de las agencias marítimas en sus preestablecidos lugares de pago
- Presentación de las cartas de responsabilidad en las empresas de transporte marítimo.

1.18.5 Logística

- Monitoreo constante de las rutas y plazos de nuestros embarques marítimos
- Verificación lugares de liberación del cargo
- Monitoreo al transporte terrestre una vez arribada la carga al país
- Cotización de transporte local para entregar las mercaderías a nuestros clientes
- Mantenencia actualizada la carpeta de cargas próximas de arribo al país para evitar errores en cuantos a los plazos en ciertas operaciones necesarias para las cargas con esta característica.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Globalización

La globalización es un concepto muy utilizado hoy en día, se entiende como un proceso integrado el cual involucra distintos elementos preponderantes para nuestras vidas, desde el cual, se desprenden varias teorías que proceden a entregar una definición y, a su vez, dar a conocer sus causas y consecuencias. Actualmente existen una mayor cantidad de definiciones del concepto globalización. Esto se debe a nuestro desarrollo actual, el que involucra una mayor conexión e integración, por esto a continuación, podremos observar una cantidad considerable de definiciones para entender, de una mejor forma, la globalización.

Anthony McGrew, nos indica en su libro *Global Politics, Globalization and the Nation State* “La globalización es una multiplicidad de vínculos e interconexiones entre el Estado y las sociedades que componen el sistema del mundo actual. Describe el proceso por el cual, eventos, decisiones, y las actividades, en una parte del mundo, tienen importantes consecuencias para las personas y las comunidades en partes del mundo muy distantes” (McGrew, 1992).

Por su parte James H. Mittelman, considera a la globalización como “un síndrome de procesos políticos y materiales, incluidas las transformaciones históricas en tiempo y espacio y las relaciones sociales que los acompañan. También se trata de formas de pensar acerca del mundo. La globalización constituye así, un conjunto de ideas centradas en el aumento integración del mercado, que en su forma dominante, el neoliberalismo, se materializa en una política marco de desregulación, liberalización y privatización” (Mittelman, 2003).

Desde la perspectiva de Anthony Giddens la Globalización ha llevado al Estado a cambiar ya que él considera que “La intensificación de la globalización ha alterado radicalmente la naturaleza de los Estados-Nación, y sus modos de relacionarse entre sí, especialmente las naciones industriales. Un gran número de naciones han abandonado el impulso de invadirse y conquistarse” (Giddens, 1999-2002).

Otra visión del término globalización, interesante de apreciar, es el de Shmuel Noah Eisenstadt Señalando “esta expansión mundial se levantó, casi desde el comienzo de la modernidad, sin duda desde la segunda mitad del siglo XX, la pregunta de si el mundo, el mundo moderno que cristalizó bajo el impacto de tal expansión del proceso de globalización estarán un mundo uniforme y homogéneo en el que una civilización axial transformada se volvería hegemónica” (Eisenstadt, 2003).

Debemos tener presente que el término globalización es moderno, pero no nuevo. Así lo señalan Eleonora García y Graciela Baldi “Entre las décadas del 50 y del 90, la era postindustrial tomó forma y empezó a integrar la actividad humana según una escala global en las áreas de la economía, tecnología y medio ambiente. La globalización de la economía mundial ha avanzado en muchos frentes, como así también, en muchos aspectos de la vida: en la cultura, los medios de comunicación, el entretenimiento, el turismo, el dominio creciente del inglés, entre otros” (López, 2009).

Por otro lado, Javier Expósito presenta dos puntos importantes:

El primero indica que “La globalización aparece como una fase de la reestructuración del capitalismo por desregulación de los mercados, procesos productivos posibles gracias a nuevas tecnologías y también la privatización de las economías nacionales” (Martín, 2012).

En el segundo señala acerca del concepto Aldea global la cual es relacionada con la globalización ya que esta “contribuye a la construcción del concepto Aldea Global, que se refiere a un mundo totalmente abarcable y accesible. Gracias a ello, el tiempo en los transportes, y el costo en los mismos, ya sean de personas o de mercancías, se ha reducido enormemente, en relación a hace un siglo o dos, lo que permite a las personas conocer otras culturas, la inversión en otros países, el conocimiento inmediato de los sucesos de otras regiones, etc.” (Martín, 2012).

2.2 Comercio exterior

Es una parte del comercio mundial que se desarrolla entre un país determinado y el resto de los países del mundo. (García-Lomas, 1999). Se encuentra regulado por tratados, acuerdos, normas y convenios internacionales para que, de este modo, el proceso de intercambio sea mucho más simple. Por su lado, Ricardo Bustillo considera al comercio exterior como “un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una “frontera”. Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos” (Bustillo, 2000).

Si nos detenemos a apreciar los datos obtenidos en los últimos años demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico. Para Alicia Ramos “Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos - humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan”. (Flores, 2016)

Para el director de relaciones económicas internacionales de Chile en las últimas décadas se ha logrado generar fortalezas solidas en el mercado externo, en donde destacamos las alzas en la participación económica, a nivel mundial, “mientras hace 14 años participaba en 0,31% del mercado mundial, recientemente ha alcanzado el 0,43%.” (Departamento de Estudios, 2015).

- Aduana.

“Servicio público encargado de vigilar y fiscalizar el paso de mercancías por las costas, fronteras y aeropuertos de la República, de intervenir en el tráfico internacional para los efectos de la recaudación de los impuestos a la importación, exportación y otros que determinen las leyes, y de generar las estadísticas de ese tráfico por las fronteras, sin perjuicio de las demás funciones que le encomienden las leyes” (Chile S. n., 2007).

2.3 Comercio internacional

El comercio internacional es una actividad propia de nuestra época, la cual, podemos observarla constantemente sin mayor esfuerzo, ya que está presente en muchos de los elementos con los cuales tenemos contacto diariamente. Si bien, sus inicios son nobles y en base a las necesidades surgidas en un determinado momento, ha sufrido cambios a lo largo de nuestra historia, que han hecho de este en la actualidad, una de las bases para el desarrollo de nuestras sociedades. Por ello, es necesario que lo entendamos de una mejor manera a través de autores.

Según Colman Zambrana, el comercio internacional es “el movimiento de los bienes y servicios a través de las fronteras nacionales, es decir, importaciones y exportaciones de los países” (Ramirez, 1995). Para German Salinas, es “el intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países, el cual, se efectúa utilizando monedas diferentes y, está sujeto a regulaciones adicionales que imponen los gobiernos” (2009, pág. 34)

Adam Smith argumenta que “los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros países.” (Smith, 1976). Al mismo tiempo, David Ricardo señaló que “debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países, aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto representa adquirir bienes extranjeros cuya producción final puede ser más eficiente” (Ricardo, 1817).

Teniendo presente las versiones clásicas, descritas en el párrafo anterior que dan vida literaria a las primeras ideas del comercio internacional, es importante revisar algunas ideas actuales, totalmente relacionadas con dichas teorías, pero situadas en la actualidad y, es acá, donde encontramos al autor Oscar Bajo, quien señala que “a medida que aumenta la complejidad de las sociedades también lo hace el grado de especialización de las unidades económicas que las integran. Una mayor especialización no sólo permite una asignación más eficiente de los recursos productivos, sino que, además, hace que la sociedad pueda disponer de un mayor número de bienes y servicios, lo que redundará en una mejora en su nivel de vida.

Lo anterior, a su vez, nos lleva a considerar la diversidad de gustos y necesidades de los diferentes agentes económicos; a un creciente intercambio de bienes y servicios entre dichos agentes. Cuando el intercambio se lleva a cabo entre agentes residentes en distintas naciones, hablamos de comercio internacional” (Bajo, 1991).

Por lo tanto, podemos resumir al comercio internacional como el flujo de bienes y servicios entre dos o más países distintos o una comunidad económica, utilizando diferentes monedas, regulados por gobiernos distintos y, en torno a una mayor especialización de los países en la producción de bienes; los que poseen una mayor eficiencia productiva, incluyendo de los demás bienes. Mediante el comercio internacional, se pueden obtener bienes de otros países, lo que permite forjar lazos económicos y sociales que a futuro harán más fácil el realizar estas transacciones.

La importación y exportación se encuentran dentro de las actividades más intensas, porque involucra una cantidad considerable de papeleo. Dentro de estas acciones se encuentran: los documentos de pagos y del embarque, licencias, certificados de origen, notificación de los avances del embarque, inspecciones requeridas por el exportador, importador, agente aduanal, autoridades aduaneras de origen y destino, transportista locales y foráneos, reexpedidor, los bancos, entre otros (Martinez, 2007).

Automatizar los procesos de exportación e importación, es de gran beneficio para las empresas. Por esta razón, un software que sea eficiente, que incremente la productividad y que cuente con las ciertas características, será de gran éxito para una empresa con actividades comerciales internacionales (Martinez, 2007).

2.3.1 Factores económicos que influyen directamente en el comercio internacional según la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones):

Evolución demográfica

Según las previsiones, la población mundial habrá alcanzado la cifra de 8.300 millones de personas en 2030 y, 9.300 millones, en 2050.

En su mayor parte, ese incremento se producirá en ciertos países en desarrollo que se hallan en las fases iniciales de su transición demográfica y, que, registrarán aumentos significativos en la población joven de ambos sexos, en edad de trabajar.

Tecnología

Las diferencias tecnológicas entre los países, son un importante factor determinante de los niveles de renta y comercio. EL nivel tecnológico de un país no depende sólo de la innovación propia, sino también, de la difusión de tecnología procedente del extranjero. Por lo general, la primera reviste particular importancia para los países de ingresos altos, mientras que la segunda, afecta principalmente al progreso tecnológico de los países de ingresos medios y bajos. Asimismo, la ubicuidad de internet, la proliferación de dispositivos móviles y la digitalización de la logística, permiten que todas las empresas, grandes y pequeñas, puedan abrir una puerta de acceso a los clientes a través de un sitio de comercio electrónico, sin importar dónde se encuentren (Base, 2017).

Energía y otros recursos naturales.

Al igual que la mano de obra y el capital, los recursos naturales son factores de producción que sirven de insumos para la creación de mercancías y servicios.

Las variaciones en el costo de la energía, pueden modificar la composición por productos de exportaciones e importaciones de un país en función a su intensidad energética.

Costos de transporte

El costo del transporte de las mercancías, desde los productores hasta los consumidores, influye en el volumen, la distribución geográfica y la estructura del comercio; lo que establece la línea divisoria entre productos exportables y no exportables.

A su vez, el costo de transporte, depende de una amplia diversidad de factores determinantes y fundamentales, entre ellos, las características geográficas de los países, la cantidad y calidad de las infraestructuras físicas en las que se sustentan los servicios de transporte, los procedimientos y formalidades utilizados para controlar el movimiento de mercancías, de un país a otro; el grado de competencia en el sector del transporte, el ritmo de innovaciones tecnológicas en ese sector y el costo del combustible (Behar y Venables, 2010).

Instituciones

Como explica North (1990): "Las instituciones son las reglas de juego imperantes en una sociedad o, más formalmente, restricciones establecidas por el ser humano que configura la interacción humana".

Las instituciones determinan cómo se establecen y se negocian las políticas comerciales relacionadas con el comercio, propiciando un entorno comercial más o menos abierto.

Al mismo tiempo, la integración económica es un importante factor de desarrollo institucional en los ámbitos político, económico y cultural. Aunque estos efectos dinámicos suelen materializarse con lentitud, tienen efectos a largo plazo en las relaciones comerciales.

2.3.2 Integración económica

Un proceso facilitador del comercio internacional, desde un tiempo a esta parte, es la integración económica, que nos ha proporcionado un mayor alcance a la hora de planificar y llevar a cabo transacciones internacionales y, se entiende como "la ausencia de cualquier modo de discriminación entre economías nacionales. Es decir, el Estado, en el que pierden importancia las fronteras y las barreras comerciales. Se dice que la integración es un proceso

en el que paulatinamente, se presenta una creciente apertura e interdependencia política y económica entre las naciones que hacen parte del proceso. En este proceso, una serie de países, se unen con el fin de incrementar y facilitar el intercambio comercial en el marco de sus territorios” (ICESI, 2008).

Modalidades de integración económica

- Acuerdo bilateral, se firma entre dos países.
- Acuerdos multilaterales, se firman entre numerosos países con el objetivo de eliminar gradualmente barreras comerciales.
- Fórmulas de integración regional, persiguen un objetivo más ambicioso y específico, su objetivo es formar un mercado único.

Niveles de integración económica

- Acuerdo preferencial

“Forma más simple de integración económica, en la cual, se otorgan determinadas ventajas de manera recíproca entre los firmantes. Estos acuerdos preferenciales, son contratos para facilitar el comercio. Generalmente los beneficios son de tipo arancelario” (ICESI, 2008).

- Zona de libre comercio

“Se logra cuando los países logran suprimir las tarifas arancelarias y otras barreras o restricciones cuantitativas al comercio recíproco de bienes, pero conservando, en cada uno de ellos, su autonomía e independencia en el comercio con terceros países” (El Exportador, 2016).

- Unión aduanera

“Se logra cuando los países miembros, además de liberar gradualmente el comercio entre ellos, adoptan frente a terceros países una política arancelaria común o tarifa externa común” (El Exportador, 2016).

- Mercado común

“Se logra cuando la integración va más allá del tema aduanero, es decir, en esta etapa se tiende a acceder a la libre circulación de personas y, servicios capitales sin discriminación. Por lo tanto, la legislación de los países miembros, debe unificarse o armonizarse para asegurar la libre competencia en el mercado interior” (El Exportador, 2016).

- Unión económica

“Se logra esta etapa cuando los países miembros se incorporan la armonización de políticas económicas nacionales para eliminar la descoordinación y las grandes disparidades entre los Estados que la componen” (El Exportador, 2016).

- Integración económica completa

“Se produce no sólo cuando los Estados armonizan sus políticas, sino cuando las unifican, incluidas las cuestiones de políticas interiores” (El Exportador, 2016).

2.3.3 Fondo monetario internacional

Dentro del comercio internacional existe una institución relevante para asegurar la estabilidad financiera, además de promover cooperación monetaria y facilitar el comercio, como lo es, el FMI (Fondo Monetario Internacional).

“El FMI (Fondo Monetario Internacional) es una organización integrada por 184 países, que trabaja para promover la Cooperación monetaria mundial, asegurar la estabilidad financiera, facilitar el comercio internacional, promover un alto nivel de empleo y crecimiento económico sustentable y reducir la pobreza” (Fund, 2001).

“El FMI es la institución central del sistema monetario internacional, es decir, el sistema de pagos internacionales y tipos de cambio de las monedas nacionales que permite la actividad económica entre los países” (Fund, 2001).

“Los fines del FMI, según su Convenio Constitutivo, incluyen el fomento de la expansión y el crecimiento del comercio mundial, la estabilidad de los tipos de cambio, la evitación de devaluaciones cambiarias competitivas y la corrección ordenada de los problemas de balanza de pagos de un país” (Fund, 2001).

2.3.4 Medios de pago en el comercio internacional

“Uno de los aspectos más importantes que los sujetos que conciertan una operación internacional, tienen que concretar en su contrato, el medio de pago que van a utilizar. Así como la moneda en la que ha de realizarse dicho pago” (Fund, 2001).

- El cheque personal y bancario

“En el comercio internacional se suelen usar tanto el cheque personal como el cheque bancario. En el primer caso el titular de la cuenta corriente con cargo a la cual se libra el cheque es el sujeto deudor, lo que supone que para que este medio de pago resulte adecuado en una operación internacional el acreedor debe confiar en la solvencia del deudor”. (Eduardo Cuenca, 2012) “El cheque se denomina bancario cuando es librado por una entidad financiera, por orden de un cliente, a favor de un beneficiario y pagadero por la misma entidad o en otra donde previamente se ha efectuado la provisión de fondos. La ventaja de este cheque frente al personal es que presenta menor riesgo de impago. El importador tendrá que pagar por ello una comisión elevada” (Eduardo Cuenca, 2012).

- La orden de pago y la transferencia de fondos

“La orden de pago es una petición que una persona hace a su banco, para que, directamente o valiéndose de un intermediario, pague a un tercero una determinada cantidad de dinero. Este medio de pago se caracteriza por la inexistencia de soporte documental, y es sumamente rápido y eficaz” (Eduardo Cuenca, 2012).

- La remesa o cobranza simple y documentaria

“Consiste en una orden del exportador a su banco para que éste obtenga del librado (comprador) la aceptación o el pago de los efectos enviados (cobranza simple) y, en su caso, entregue a cambio, los documentos comerciales acordados (cobranza documentaria)” (Eduardo Cuenca, 2012).

- Clases de cobranzas

Cobranzas simples, el vendedor sólo hace entrega de documentos financieros.

Cobranzas documentarias, el vendedor remite documentos comerciales o documentos comerciales acompañados de documentos financieros.

- El crédito documentario

“Es una operación bancaria abstracta y, aparece conectado en la mayoría de las ocasiones, a una operación de compraventa internacional. Aunque también puede ser instrumento de pago de cualquier operación de compraventa, sin que tenga que ser internacional, o incluso de cualquier prestación de servicios” (Eduardo Cuenca, 2012). Según Eduardo Cuenca, en cualquier operación de crédito documentario, intervienen como mínimo tres sujetos:

- El comprador-ordenante, que cursa las instrucciones al banco para realizar la apertura del crédito.
- El banco emisor que emite la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones recibidas
- El vendedor beneficiario facultado para disponer de dicho crédito contra entrega de la documentación correspondiente.

2.3.5 INCOTERMS

Los Incoterms, son cláusulas de comercio internacional que establecen las obligaciones y derechos del exportador e importador en cada una de las operaciones internacionales que estos decidan concretar.

Acorde lo señalado por el portal web comercio y aduanas, un Incoterm, representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación, desde la salida del producto, hasta la recepción por el país importador.

Según lo expuesto por el diario “El Exportador”, consiste en establecer criterios definidos sobre la distribución de los gastos y de trasmisión de los riesgos y, así también, señalan que los Incoterms determinan:

- El alcance del precio
- El momento y donde se produce la transferencia de los riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador
- El lugar de entrega de la mercadería
- Quien contrata y paga el transporte
- Quien contrata y paga el seguro
- Que documentos tramita cada parte y su costo.

code	Texto en inglés	Texto castellano
EXW	EX Works...named place	Fábrica (en) lugar convenido
FCA	Free Carrier...named place	Franco transportista lugar convenido
FAS	Free Alongside ship...named port of shipment	Franco al costado del buque puerto de carga convenido
FOB	Free On Board...named port of shipment	Franco a bordo...puerto de carga convenido
CFR	Cost and Freight ...named port of destination	Coste y flete...puerto de destino convenido
CPT	Carriage Paid To... named port of destination	Transporte pagado hasta...puerto de destino convenido
CIF	Cost, Insurance, Freight...named port of destination	Coste, seguro y flete...puerto de destino convenido
CIP	Carriage and Insurance Paid to...named place of destination	Transporte y seguro pagados hasta, puerto de destino convenido
DAT	Delivered at Terminal... Named port of destination	Entregado en terminal...puerto de destino convenido
DAP	Delivered at Place ...named port of destination	Entregado en un punto...lugar de destino convenido
DDP	Delivered Duty Paid...named place of destination	Entrega de derechos pagados...lugar de destino convenido

Tabla 1 Clasificación por grados ascendentes de obligaciones para el vendedor según el Banco Santander.

Fuente: Página oficial del banco Santander (condiciones de venta internacional)

Año: 2018.

Familia	Incoterm
Todo medio de transporte (incluido marítimo)	EXW, FCA, CPT, CIP, DAT*, DAP*, DDP
Transporte fluvial y marítimo	FAS, FOB, CFR, CIF

Tabla 2 Clasificación de los Incoterms, distribuidos según el medio de transporte.

Fuente: Portal de comercio web del banco Santander.

Año: 2018.

- La nomenclatura arancelaria

“Es la estructura ordenada y consensuada en capítulos, partidas y subpartidas asociadas a un código numérico que permite nombrar y agrupar aquellas mercancías objeto de comercio exterior, permitiéndose la discriminación del pago de gravámenes arancelarios, establecidos a las mercancías, el control fiscal, así como la generación adecuada de estadísticas, que luego pueden ser utilizadas como instrumentos en las negociaciones comerciales internacionales” (Bolivia, 2018).

“El establecimiento de una nomenclatura arancelaria uniforme a nivel internacional, representa una condición necesaria para garantizar la transparencia de cada sistema arancelario” (Bustillo, 2000).

“La pertenencia de los países de la UE a la OMC les obliga a mantener una estructura arancelaria común, para todos los países miembros de la organización comercial” (Bustillo, 2000).

- Arancel aduanero

“Norma legal, contenida en el D.F.L. N° 2 de 1989 del Ministerio de Hacienda, que ordena sistemáticamente, conforme al Sistema Internacional Armonizado de Denominación y Codificación, las mercancías con los respectivos tributos que les son aplicables en las destinaciones de importación o de exportación” (Chile S. n., 2007).

- Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías

“El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, llamado también Sistema Armonizado o SA, es una nomenclatura internacional de mercancías creada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Más de 200 países utilizan el sistema, con el que se busca una clasificación uniforme. El SA es regulado por el Convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. La OMA se encarga, a través del Comité del Sistema Armonizado, de su mantenimiento y actualización mediante enmiendas y transposiciones, de modo que refleje los desarrollos tecnológicos y cambios en el comercio” (Canada, s.f.).

“El Sistema Armonizado fue construido teniendo en cuenta la importancia de los productos dentro del comercio mundial; sin embargo, periódicamente, el Comité del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) lleva a cabo un examen de la nomenclatura del Sistema Armonizado, para tener en cuenta la evolución de la tecnología y de las pautas del comercio internacional” (DIRECON, 2017).

2.4 Documento de transporte marítimo (MTD)

Maritime Transport Document (MTD)

Un término genérico HL se utiliza para un conocimiento de embarque o una carta de porte marítimo.

Internamente, este término también abarca movimientos internos, siempre que el transporte marítimo sea un componente del MTD. Cabe señalar que un MTD no cubre un movimiento que no incluya el transporte por mar. Tal movimiento está cubierto por las Condiciones generales de transporte.

Bill of Lading

Un documento que establece los términos del contrato entre un Remitente y un Transportista, en virtud del cual, la carga debe moverse entre los puntos especificados por un cargo específico. Sirve como un documento de título, contrato de transporte y un recibo de los bienes. Un B / L puede ser negociable o no (Hapag Lloyd, 2009).

El Bill of Lading es un documento emitido por un embarcador que acredita la recepción o carga a bordo de las mercancías a transportar, en las condiciones consignadas. Suelen emitirse tres originales y varias copias no negociables, es necesario presentar uno de ellos para retirar la mercancía (Clases de Bill of lading, 2017).

Sea Waybill

Es importante destacar que no es un título, sino un simple documento de prueba, una referencia. El Sea Waybill tiene la ventaja para el remitente que libera su control sobre la carga. Sin embargo, no es conveniente utilizarlo si no hay confianza suficiente entre el embarcador y el destinatario o si existe la mínima sospecha de que las exportaciones enviadas puedan ser vendidas antes de llegar al destino. Por otra parte, a quien recibe las importaciones le proporciona la ventaja de ganar en rapidez, al deshacerse de contratos originales (GrupoCST, 2017).

Los Bill of Ladings y Sea Waybills, son los dos documentos básicos que garantizan el transporte marítimo, tanto a nivel nacional como internacional. En muchas ocasiones generan confusión en su aplicación y uso. Sin embargo, cada uno cumple con funciones muy específicas. Y es que, mientras que un Sea Waybill es la evidencia del contrato de transporte y el recibo de las mercancías; el Bill of Lading, además de fungir como contrato de transporte y recibo de las mercancías, cumple la función de documento de título (Tibagroup, 2018).

El anexo N° 3 muestra un modelo de Sea Waybill emitido por Hapag Lloyd.

Arribal Notice (Aviso de llegada)

Básicamente, el aviso de llegada es un documento enviado por el transportista marítimo, agente de carga o agente al consignatario, con el fin de informarles del arribo del contenedor al puerto. Las partes a las que se les notifica acerca de la llegada, suelen figurar como consignatarios en el Bill of Lading. Hay muchos detalles importantes disponibles en el *aviso de llegada* sobre el envío. El aviso de llegada, ha sido entregado en envíos internacionales durante muchos años, como un documento en papel impreso. Debido a la tecnología reciente, los cargadores ahora pueden recibir el aviso de llegada como un PDF adjunto en un correo electrónico (Container quote, 2017).

El propósito del aviso de llegada, es permitirle al consignatario la oportunidad de comenzar a organizar todos los procedimientos de despacho y recogida necesarios, después de

la llegada del contenedor al puerto. Cabe señalar que el aviso de llegada no es un documento de publicación. Se necesita un documento de liberación para recibir la carga. Dado que no es el documento de publicación, los usuarios deben entender que el propósito es informar y nada más. Los avisos de llegada se incluyen generalmente en la tarifa de contenedor oceánico para el envío. Si por alguna razón no se envía un aviso de llegada, el transportista o el agente de carga, generalmente no es responsable. Esto se debe a que el aviso de llegada se envía como cortesía al destinatario, que debe ser responsable del seguimiento del envío (Container quote, 2017).

2.5 Logística

“La logística como disciplina nace en el ámbito militar, preocupándose fundamentalmente de la provisión de aquellos bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad de los ejércitos. Será tras la Segunda Guerra Mundial, cuando el concepto se amplíe para dar cobertura al mundo empresarial” (Maicas, 2006).

“Los años setenta suponen pues una revolución en el campo de la logística; más allá de la distribución física, nace el concepto de sistema logístico, haciendo referencia a la interrelación existente entre las actividades propiamente logísticas y aquellas con el resto de funciones tradicionales, como producción, comercial, etc.” (Maicas, 2006).

“En la actualidad predomina un enfoque de logística total, en el cual, a las orientaciones de la logística integrada, se incorporan otras como el respeto al medio ambiente, la aplicación de las tecnologías de la información, la coordinación con los demás departamentos de la empresa y la adaptación a las tendencias en organización empresarial y política de personal” (Maicas, 2006).

La logística establece y coordina en forma precisa el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto.

Según la escuela de organización industrial es “una ciencia que estudia la organización de todas aquellas actividades que componen la cadena logística” (2010, pág. 3).

Acorde lo señalado anteriormente, podemos usar el término logística para definir a un proceso integral que busca cumplir con la entrega de los bienes, en la forma y el lugar adecuado, acordado previamente por cada uno de las partes involucradas en ciertas operaciones.

- Eslabones básicos que componen la cadena logística

1. Aprovisionamiento de materias primas
2. Almacenaje y Manipulación
3. Distribución.

- Red o cadena logística de una empresa está formada por:

1. Proveedores
2. Centros de producción
3. Almacenes o plataformas.

2.5.1 Logística internacional y sus componentes

Según lo indicado por Roberto Bloch, cuando hablamos de logística internacional “lo hacemos para referirnos a una empresa que realiza operaciones de exportación e importación, comprendiendo esa expresión las siguientes actividades:

- El acondicionamiento de la mercadería a movilizar

El acondicionamiento de la mercadería para su movilidad internacional, implica la elección del envase y del embalaje adecuado. Es fundamental la elección de los materiales a utilizar,

especialmente en el embalaje, el cual, deben ser apropiado para la protección de las mercaderías según la clase de esta.

- Su transporte internacional

Corresponde diferenciar entre modos y medios de transporte.

- a. Los modos son los sistemas a través de los cuales se trasladan mercaderías (marítimo, fluvial, lacustre, aéreo, terrestre carretero, terrestre ferroviario y multimodal).
- b. En cambio, los medios son los vehículos, por ejemplo, los buques, las barcas, los aviones, los camiones y los trenes.

- Aspectos a tomar en cuenta en el transporte

El objeto principal del transporte es conseguir que las mercancías lleguen a un destino previsto en un momento determinado. Para ello, Eduardo Cuenca y sus colaboradores, mencionan que es preciso tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El medio más adecuado para efectuar el transporte
- El coste del transporte
- El acondicionamiento de la mercancía
- La manipulación adecuada de la carga
- Las posibilidades de agrupamiento de la mercancía
- La seguridad de los almacenamientos
- La correcta formalización de documentos y trámites administrativos
- La ruta más conveniente, evitando transbordos
- La sujeción a los plazos convenidos.

- Elección de modos

La elección del modo de transporte según Eduardo Cuenca y sus colaboradores, depende en última instancia, de tres conceptos básicos:

1. Fiabilidad = Rapidez + seguridad
2. Disponibilidad
3. Precio.

- Almacenamiento y depósito

El almacenamiento es una actividad importante en la producción, ya que es necesaria cada vez que se presenta un desequilibrio en los ritmos de producción y consumo.

Los centros de distribución se constituyen en ámbitos responsables de la recepción de insumos y de productos terminados que llegan, desde los proveedores y desde la producción, encargándose de su distribución, hasta los distribuidores y clientes.

- Cobertura de seguro para aquellas actividades

El servicio de transporte, supone riesgos tanto para el medio de transporte, como para las mercaderías transportadas y, también frente a terceros. Por ello, los transportistas toman seguros que cubren sus responsabilidades sobre cada uno de aquellos aspectos.

Por su parte, el exportador o importador, según el Incoterm aplicado, tomara un seguro directamente sobre las mercaderías.

- Los actores involucrados en la logística internacional

1. Exportadores e importadores
2. Freight forwarders (agentes de carga), estibadores, empacadores, aseguradores.
3. Transportistas

4. Encargados de terminales de transporte
5. Encargados de almacenes y depósitos
6. Aseguradores.

Dentro de esta lista se encuentran los Freight Forwarders y agentes de carga; necesarios para detallar y facilitar la comprensión de la idea expuesta en este informe.

- Resolución exenta N° 2750 del Servicio Nacional de Aduana

Agente de Carga, es la persona natural o jurídica, chilena o extranjera, que por cuenta del consignante o consignatario de la mercancía y, contra el pago de una remuneración, gestiona las operaciones de carga o descarga en el embarque o desembarque internacional de la misma.

Transitario o Freight Forwarder, es la persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que sin ser porteador efectivo en los términos previstos en el artículo 975 N° 2 del Código de Comercio, ha celebrado un contrato de transporte de mercancías por el pago de un flete, subcontratando servicios de transporte marítimo, aéreo o terrestre, emitiendo conocimientos de embarque, Guías Aéreas y Cartas de Porte, hijos o nietos, según el caso, por la carga transportada a su nombre.

Operaciones que pueden realizar

- Transitarios o Freight Forwarder: Apertura de Conocimientos de Embarque, Guías Aéreas o documentos, pudiendo emitir los correspondientes documentos de transporte Hijos o Nietos; efectuar modificaciones a los Conocimientos de Embarque, Guías Aéreas o Cartas de Porte, emitidos por su intermedio o por sus representados.
- Agentes de Carga: Efectuar todas las operaciones necesarias para la gestión de la carga o descarga de la mercancía, en los procesos del embarque o desembarque de los envíos internacionales, por cuenta de terceros.

CAPÍTULO III: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Entrevista personal.

Entrevista a Sta. Sabrina Viartola, Gerente de Operaciones en SIF Chile S.A.

Anteriormente señalamos el cómo objetivo de esta investigación el detectar falencias en el ámbito comercial para luego aplicar las mejoras necesarias, es por esto, que una de las formas de poder visualizar estos malos resultados, es a través de una encuesta a la Gerente de Operaciones de la compañía en Chile, Sta. Sabrina Viartola, la que responde las siguientes preguntas:

1-¿Cómo ves a SIF Chile en el ámbito comercial operacional?

Según la opinión de Sta. Sabrina Viartola, SIF Chile ha presentado números estables en el último tiempo, permitiendo a la empresa, proyectarse a futuro en base a estas cifras. Si bien la competencia es férrea en este rubro y no podemos, por el momento, equipararnos con los grandes agentes de carga que operan en el mercado nacional, se aprecia una regularidad en cuanto a los ingresos generados, mediante operaciones dentro de Chile.

2- ¿La regularidad en cuanto ingresos, es un concepto que se mantiene generalmente en todas las sucursales en el continente para la empresa?

Sabrina considera que a excepción de la sucursal Argentina, la cual, presenta ingresos por sobre sus pares en el continente (Chile, Brasil, Paraguay y Uruguay) poseen la característica de ingresos regularmente con una baja oscilación.

3-¿Por qué la SIF Chile posee menores ingresos que su par de Argentina?

Acorde la opinión de Sabrina anteriormente mencionada, Argentina se ha consolidado en el tiempo porque generalmente los importadores compran FOB, permitiéndoles así elegir el flete, y eso lo vende SIF Argentina que, con el tiempo, ha ido ganando clientes y ofreciendo un buen servicio. Como en Chile los Importadores compran CIF (Costo Flete y Seguro) es decir, con el flete ya incorporado, lo que impide vender el flete a los clientes en Chile.

Entonces, el plan comercial de la empresa en Chile, apunta sólo a la gestión en gastos locales de las operaciones y, a una pequeña utilidad entregada en algunas ocasiones en trabajos con Agentes de Aduanas.

3.1.1 Análisis.

Gracias a la entrevista anteriormente observada, podemos detectar una clara falencia en el ámbito comercial por parte de la SIF Chile, más específicamente, dentro del flete internacional, en donde la modalidad de compra de los importadores chilenos, reduce la gama de servicios que se pueden ofertar, en comparación con su par de Argentina. Esto provoca una menor proyección y ejecución en las ventas, desde donde nosotros podemos plantear una alternativa viable, a través de nuevas modalidades que permitan entregar una mayor gama de servicios y, a su vez, demostrar una mayor capacidad de soporte para los clientes que decidan gestionar sus operaciones de importación o exportación, entre otros, con SIF Chile.

3.1.2 Propuesta

Una acción esperada sería concretar una elevación de las ganancias de la empresa SIF Chile S.A. a través de un incremento en el nivel de sus operaciones asociadas a los servicios que esta entrega, dentro del mercado nacional, ya sea con importaciones y exportaciones o trámites locales. Para poder mejorar el nivel productivo, una empresa generalmente debe considerar cambiar ciertas características, funciones y procesos internos, implementando nuevas opciones consideradas como viables o en vías a un desarrollo sólido, para obtener un menor margen de fracaso. Por lo tanto, si la empresa SIF Chile S.A. desea mejorar su nivel productivo, debe estar consciente de su necesidad de realizar cambios que mejoren o eliminen tales deficiencias.

El mercado naviero se ha esforzado por iniciar, en estos últimos años, mejores condiciones en materia de costos operativos y sinergias. Las tres grandes alianzas en el transporte de contenedores representan, uno de los esfuerzos más significativos en la historia del sector, para deshacerse del exceso de capacidad que sofoca las tarifas del transporte por mar. La caída sin precedentes de las tarifas en el comercio de contenedores, reforzó el año pasado, la tendencia a la formación de alianzas y fusiones, las que han prosperado como forma de deshacerse del excedente de capacidad que hay en el sector, además de la debilidad del comercio mundial, que constituye el principal motivo por el que las tarifas del transporte de contenedores hayan llegado a las cotizaciones actuales.

Acorde a las características comerciales del mercado de y del transporte marítimo descrito previamente, en la actualidad, hemos decidido que una opción real para cambiar, mejorar y eliminar ciertas falencias que posee la empresa SIF Chile S.A., es a través de un acuerdo comercial, con una de las navieras más grandes que opera en Chile y en todos los continentes. La naviera Hapag Lloyd.

Hapag Lloyd es una de las empresas más reconocidas del rubro del transporte marítimo: con 70 barcos modernos, 7.5 millones de TEU (unidad equivalente a veinte pies) transportados anualmente, empleados motivados en más de 360 localidades en 120 países. Hapag-Lloyd es una de las compañías navieras líder en todo el mundo y ofrece una flota con capacidad total de aproximadamente 952,000 TEU, así como un stock de contenedores de más de 1.6 millones de TEU y una de las flotas de contenedores refrigerados más grandes y modernos del mundo. Además, una red de 128 servicios globales de línea, garantiza rápidas y confiables conexiones entre todos los continentes. Los propietarios de Hapag-Lloyd son: CSAV (31.4%), la ciudad de Hamburgo (20.6%), Kühne Maritime (20.2%), TUI (10.6%).
Portalminero.com

El foco de esta propuesta, consiste en que SIF Chile pueda acceder a un acuerdo comercial con Hapag Lloyd que le permita obtener un mayor rédito en las ventas. Esto ocurriría gracias a la opción que le ofrece la naviera a los clientes habituales que toman la decisión de embarcar una parte considerable de sus operaciones de importación, exportación y cabotaje con ella, obteniendo a cambio, facilidades de pago, dada la confianza que se crea al trabajar en conjunto, a partir de una alta frecuencia de actividades y el debido respaldo

documental que nos entrega el contrato, firmado eventualmente por ambas compañías. Para que el mencionado contrato se pueda concretar, deben alinearse los aspectos financieros de comportamiento del Freight Forwarder comerciales, a través de la gestión del Gerente Comercial de SIF y su par en la Naviera. Asimismo, el ámbito legal que debe culminar tal proceso de análisis y propuesta crediticia documental.

En cuanto a la modalidad de pagos, se refleja en la utilización del cheque a plazo para documentar los pagos asociados a los embarques de SIF Chile, que, a la hora de requerir su liberación, ya sea en origen o destino de la carga, se proceda acorde a la necesidad y estrategia de la empresa. De esta manera, se evita permanecer sujetos al pago del flete que realiza el cliente, el que, a su vez, puede establecerse como el punto de alerta para llevar a cabo todas las actividades que se deben realizar en un período no muy extenso, para concretar el servicio entregado.

Al gestionar la liberación de los embarques, de acuerdo a la necesidad y la estrategia de SIF Chile, garantiza el poder contar con la documentación esencial que requiere cada ente dedicado a la importación o exportación de mercancías en nuestro país o en otros territorios. Estos pueden ser en Bill of Lading o Sea Way Bill, según decida el cliente, permitiendo, de esta forma, anticipar en gran medida, todas las operaciones asociadas al servicio entregado, generando una mejora considerable en el cumplimiento a tiempo de los procesos que se desarrollen para cada cliente. Este argumento, promueve a SIF Chile como una empresa que asegura el cumplimiento de sus servicios en los plazos acordados con sus clientes y entrega la opción del pago, post liberación de la carga, a ciertos de clientes que lo soliciten y a los que la compañía considere como viable. También permite un aumento en la variedad de servicios ofrecidos por la empresa, en base al pago post arribo de las mercancías que extiende las opciones para agregar valor a la cadena de distribución del producto y, generar mayores ingresos desde estas nuevas opciones de negocio.

3.1.4 Cheque

El concepto de cheque, es un documento que bajo la forma de mandato de pago, permite al librador retirar en su provecho o en el de un tercero, la totalidad o una parte de los fondos disponibles en poder del librado. Ha de expedirse contra un banco o entidad de crédito que tenga fondos del librado (Comercio exterior, 2018).

A la hora de hablar de cheque de comercio internacional, se refiere a un documento que, a petición de un importador, es emitido por un banco contra sí mismo o contra sus cuentas, en un tercer banco a favor de un exportador. En contraposición al cheque personal: el cheque bancario, es emitido por una entidad financiera con cargos a los fondos de una cuenta que posee en otro banco extranjero o contra sí misma (Diario del exportador, 2016-2017).

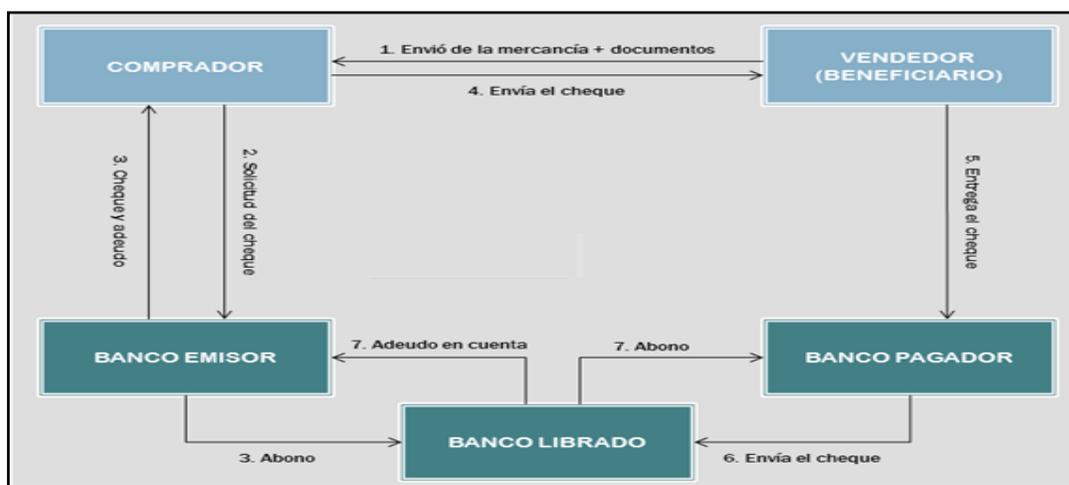


Ilustración 1 funcionamiento del cheque internacional.

Fuente: Diario del exportador online.

Año: 2018

El cheque crédito de tipo documental de parte de Hapag Lloyd, consiste en poder pagar post arribo o zarpe de las naves con embarques de SIF, la carga a nuestros puertos. Este beneficio se presenta en distintas modalidades de tiempo y uso, los que generalmente conllevan a 15, 21 o 30 días, generando para SIF, la posibilidad de contar hasta con un mes de plazo, siempre y cuando nuestros clientes, nos cancelen al día las operaciones que efectuamos. La razón, responde a la disponibilidad para utilizar el dinero en otras operaciones que requieran cierto capital de inversión, con posibilidad de generar una utilidad al corto plazo y poder cumplir con nuestras obligaciones pagaderas y, a la vez, presentar como opción de pago, ciertos días después de la ejecución de nuestras operaciones con nuestros clientes. Esto tiene una repercusión en el posible incremento de estas operaciones, dada la nueva opción que entregaremos, la que debería reflejar la rehabilitación del área comercial de la empresa.

Acorde a la mejora anteriormente mencionada, podemos generar grandes beneficios dentro de nuestras operaciones, tanto de importación como de exportación, las que se apreciarán desde su base documental y, posterior ejemplificación, para facilitar la comprensión de la propuesta planteada.

3.2 Liberación del MTD aplicando pago a fecha documentado para la exportación

Para el uso del crédito cheque que otorgaran a SIF es necesario entender la base del proceso documental para guiarnos a la hora de generar un embarque con la naviera. Dicho proceso se detalla a continuación:

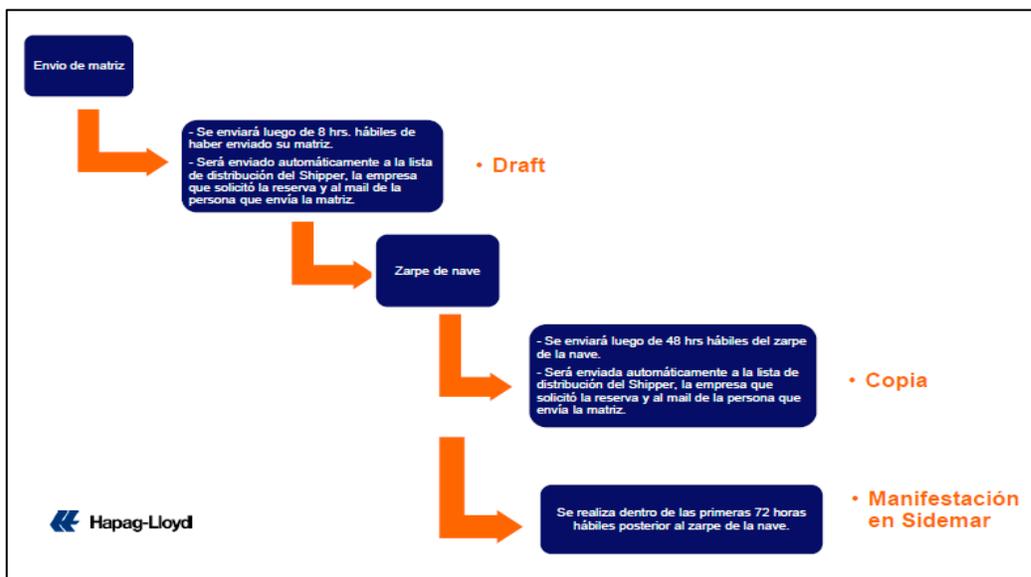


Ilustración 2 Proceso documental base para la exportación.

Fuente: Página web oficial Hapag Lloyd.

Año: 2018

3.2.1 Ejemplos de liberación de MTD para la exportación con pago documentado

Exportación Freight Prepaid

Crédito: 15 días

Origen: Chile, Puerto de Valparaíso

Destino: USA, Puerto de Savannah

Viaje: 20 días

Tipo de MTD: Bill of Lading

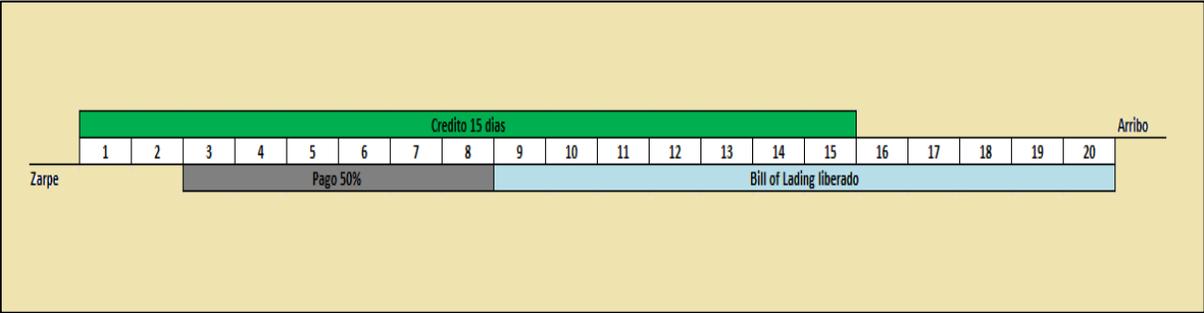


Ilustración 3 Freight prepaid; liberación en destino.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

Según el ejemplo del apoyo grafico 1, el exportador cuenta con período de 15 días para hacer efectivo el pago del flete, el cual, dada la modalidad de pago seleccionada (Freight Prepaid). El pago debe ser efectuado en origen, ya que las mercancías serán pagadas al sexto día. El exportador o Agente de Carga responsable por esta operación, posee un período de 9 días para liberar el OBL desde origen, antes que la carga arribe a destino y deba ser retirada por su consignatario. Todo lo anteriormente expuesto, permite a SIF Chile lograr una mejor posición a la hora de negociar, tanto con sus clientes directos o como cuando actúe de intermediario en este tipo de transacciones.

Exportación Freight Prepaid

Crédito: 15 días

Origen: Chile, Puerto de San Antonio

Destino: Italia, Puerto de Livorno.

Viaje: 30 días

Tipo de MTD: Sea Waybill

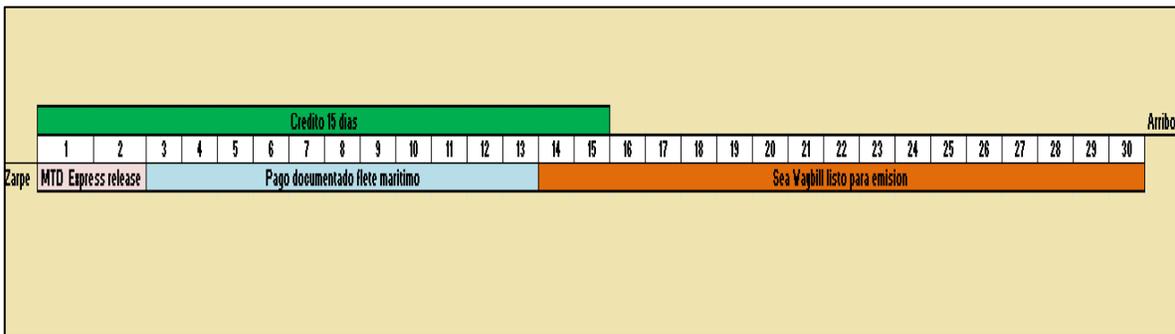


Ilustración 4 Freight prepaid; liberación en destino.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

Como indica el apoyo gráfico número 3, se seleccionó el Sea Waybill como el MTD para esta operación, el que se libera una vez que la empresa encargada del embarque, documente el pago del flete marítimo, que, en este caso, es anterior al día 13, post zarpe de la nave. De esta manera, el proceso otorga un plazo de 17 días para efectuar todos los trámites legales y comerciales, antes de que la carga arribe a destino, para evitar el pago extra de costos por el no cumplimiento de los procesos en los plazos establecidos.

3.3 Liberación del MTD aplicando pago a fecha documentado para la importación

Para el proceso de importación, también se podrá hacer uso del pago documentado. Pero a diferencia de la exportación, el crédito nos servirá post arribo de la nave, por lo que las operaciones en las cuales podemos aplicar este beneficio, aumentan, dada la cadena de distribución local que maneja la compañía, a la que ha estado apuntando estos años.

A continuación, se detalla el proceso documental para la importación en embarques realizado con Hapag Lloyd, los que debe considerarse a la hora de plantear posibles operaciones que se pueden efectuar, acorde al beneficio en referencia.

Proceso de importación.

- Una vez embarcada la carga, validando el embarque a través del tracking correspondiente el cliente debe obtener el original de B/L o Seaway Bill (SWB) de las siguientes formas:
 1. En destino: Solicitando la emisión en destino al shipper.
 2. En origen: Recibiendo los originales vía Courier desde origen.
- Posterior a la obtención del OBL/SWB el cliente debe proceder con el pago de los montos collect (de existir) y así poder proceder con corrección (si proceden) y canje del mismo.
- Una vez realizado el procedimiento anterior cliente debe proceder con el pago de los cargos locales para finalmente retirar su carga.

Ilustración 6 Proceso documental base para la importación.

Fuente: Página web oficial Hapag Lloyd.

Año: 2018

3.3.1 Ejemplos de liberación de MTD para la importación con pago documentado

Importación Freight Collect

Crédito: 15 días

Origen: Corea del Sur, Busan

Destino: Chile, Talcahuano

Viaje: 45 días

Tipo de MTD: Bill of Lading

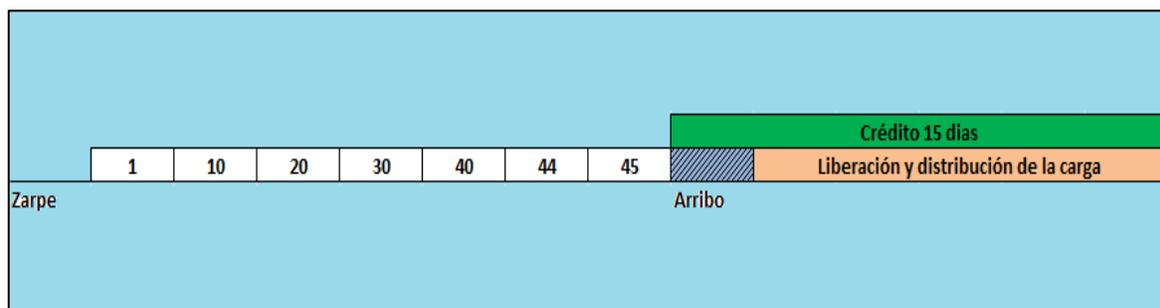


Ilustración 7 Freight collect; liberación en destino.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

Para liberar la carga desde el destino, con MTD tipo Bill of Lading, se debe pagar el flete marítimo antes, como indica el apoyo gráfico 3. Una vez arribada la nave con las mercancías, contamos con un plazo máximo de 15 días, posterior a este hecho para responder por nuestra obligación financiera, la cual, es generada siempre y cuando SIF estime que es conveniente tal opción.

Importación Freight Collect

Crédito: 15 días

Origen: Alemania, Hamburgo

Destino: Chile, Antofagasta

Viaje: 35 días

Tipo de MTD: Sea Waybill

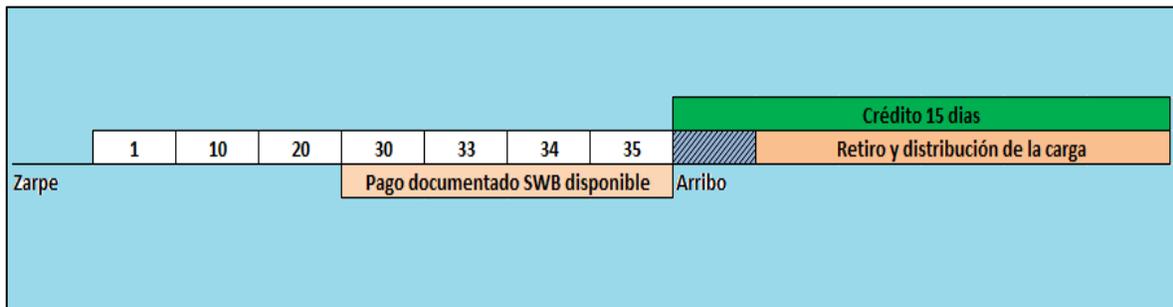


Ilustración 8 Freight Collect; liberación en destino.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

Es posible apreciar desde el apoyo gráfico 4, el pago. Esto ocurre 5 días antes del arribo de la nave a destino, lo que entrega la posibilidad de contar con el Sea Waybill en el momento considerando que, para este caso, se decidió utilizar tal MTD, permitiendo a SIF gestionar todas las actividades necesarias para asegurar la desconsolidación de sus embarques en el tiempo y forma acordada. De esta forma, se puede cumplir con los clientes. También, se puede apreciar que en el periodo crediticio (15 días post arribo de la nave) se puede efectuar la distribución y la entrega de la carga, lo que extiende el servicio. El que puede ser brindado por la compañía en este tipo de transacciones.

Importación Freight Collect

Crédito: 15 días

Origen: España, Valencia

Destino: Chile, Iquique

Viaje: 35 días

Tipo de MTD: Bill of Lading y Sea Waybill

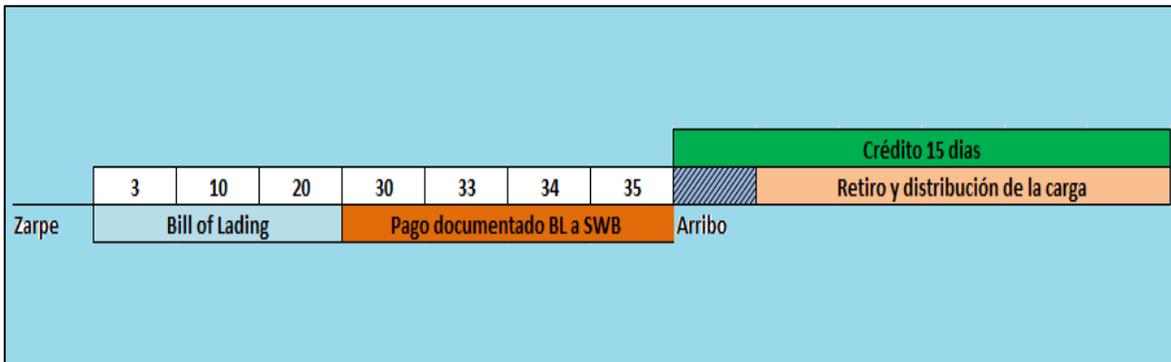


Ilustración 9 Freight Collect; liberación en destino.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

Acorde la información entregada por el apoyo grafico 6, el pago del flete marítimo es 5 días antes del arribo de la nave. Al igual que en el ejemplo anterior, la modalidad seleccionada es de MTD Bill of Lading. Posteriormente a dicho pago, se cambia a Sea Waybill para agilizar los procesos de importación legales y administrativos, asociados al embarque en cuestión, lo que también nos permite gestionar las operaciones locales de retiro y distribución, si así lo decide el cliente.

3.4 Análisis de los consumidores.

Para verificar el estado de la organización, en cuanto a su relación con los clientes obtenidos y potenciales también, vamos a utilizar dos modelos de encuestas: la encuesta Net Promoter Score y la encuesta de percepción, que nos permitirá llevar a cabo nuestro análisis de mercado. La explicación para la elaboración de las encuestas aplicadas a los empleados, se encuentra en la página (11) y la estructura de ambas, está en los anexos número 1 y 2.

3.4.1 Net Promoter Score

Net Promoter Score es una métrica elaborada por primera vez en 1993 por Fred Reichheld y posteriormente, adoptada por Bain & Company y Satmetrix en 2003, como una manera de pronosticar el comportamiento de los clientes cuando realizan compras y recomendaciones (Bien pensado.com, 2018).

Para calcular el NPS existe una fórmula estándar, que se basa en los siguientes parámetros:

– Primer paso. Consultar a nuestros clientes si recomendarían la empresa a algún amigo o familiar y solicitar que contesten, en una escala de puntuación de 0-10.

– Segundo paso: Dividir a los encuestados en 3 grupos.

1- Promotores (puntuación del 9 al 10). Clientes leales y satisfechos con la experiencia hacia nuestro producto o servicio. Los promotores ayudarán a maximizar la imagen positiva de la compañía.

2- Pasivos (puntuación de 7-8). Clientes satisfechos, pero no entusiasmados con las bondades de la compañía, son vulnerables a ser infieles con la misma.

3- Detractores (puntuación 0-6). Clientes insatisfechos. Pueden dañar la marca, originar una crisis de reputación online y, en definitiva, impedir el crecimiento de las ventas con malas referencias.

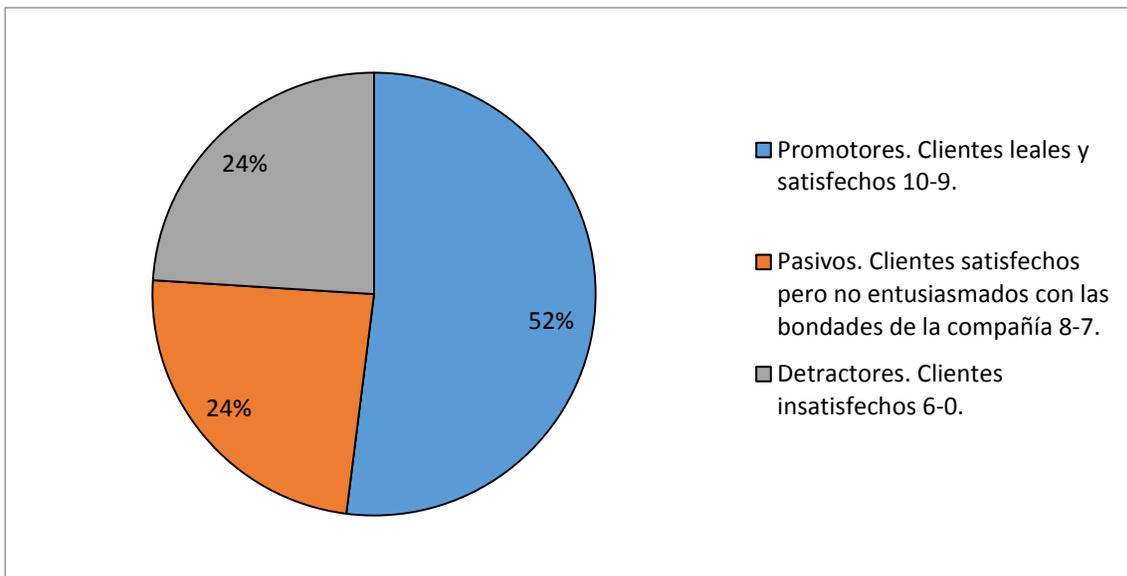


Grafico 1: Net Promoter Score.

Fuente: Elaboración propia.

Año: 2018

De un total de 50 encuestados, el resultado fue el siguiente:

Acorde los resultados del grafico número 1, un total de 26 clientes (52%) asignaron nota 10 o 9, por lo que se consideran clientes leales y satisfechos (Promotores). Asimismo, 22 clientes (24%) asignaron nota 8 o 7, por lo que son denominados clientes satisfechos, pero no entusiasmados con las bondades de la empresa (Pasivos). Finalmente, 12 clientes (24%) asignaron nota 6 a 0, integrando el grupo de clientes insatisfechos (Detractores).

Tercer paso: Calculo del NPS

$$\text{NPS} = \% \text{Promotores} - \% \text{Detractores}$$

$$\text{Promotores (52\%)} - \text{Detractores (24\%)} = \text{NPS (28\%)}$$

Cuarto paso: Análisis

Nota 28 acorde el resultado obtenido del NPS, el cual, es considerado positivo, ya que está por sobre el 0, punto desde donde todo número igual o superior a este, con un tope máximo de 100, pertenecerá a este segmento. Aunque la nota de SIF sea positiva, es necesario mantener presente que no es el máximo alcance, por lo que, si la empresa desea mejorar en el mediano plazo, en este punto, se podrían llevar a cabo propuestas validadas y respaldadas por un estudio previo en el área, con el fin de elevar nuestra percepción de clientes.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones

A partir de la presente investigación, hemos concluido que la búsqueda y desarrollo de mejoras en las áreas de ventas y percepción del cliente frente a la compañía, son viables y necesarias en el corto plazo, en estos ámbitos de la organización. De acuerdo a los resultados entregados por nuestras herramientas de investigación (Entrevista y Net Promoter Score) constatamos la existencia de una falencia, que surge en una de las áreas mencionadas, por lo que se procede a plantear una solución que nos permite resolver esta debilidad detectada.

Se concluye que la variable *satisfacción del cliente*, analizada a través del modelo Net Promoter Score, arroja un resultado favorable para la empresa. Este se determina gracias a la encuesta realizada por el alumno y, la ejecución del modelo, con los datos recolectados para su posterior uso, como indicador de satisfacción para nuestros clientes en el último tiempo. Si bien, el resultado indica que el nivel es aceptable en la empresa, respecto a la percepción del cliente, es necesario también, tener presente que los constantes cambios que sufren los elementos del comercio internacional, sumado a la gran competencia en el rubro, pueden reactivar estas variables estudiadas, en el desarrollo de los próximos proyectos de la compañía.

Concluimos además, que la variable *ventas*, en comparación con lo que ocurre con nuestro par en el continente (Argentina), posee una desventaja, en base a las características del mercado en el cual se desarrolla la sucursal de Argentina, lo que difiere de la realidad en SIF Chile. Esta situación es atendida mediante la puesta en marcha de una mejora comercial, expuesta en nuestra propuesta, que consiste básicamente en la opción de un pago documentado para aumentar la oferta de servicios de la sucursal nacional, lo que tendrá un impacto, en la mayor cantidad de ingresos provenientes de las ventas de los mismos.

Concluimos, a partir del informe Hapag Lloyd, que la empresa obtiene una valoración equivalente a la calificación de *seria y responsable*, en el contexto del servicio de transportes marítimo de mercancías. Además, se considera el respaldo obtenido por sus buenas prácticas y cifras expuestas, lo que permite considerarla como una alternativa real de asociación y, le otorga, al mismo tiempo, la posibilidad de expandir su horizonte comercial, junto a la prestación de los servicios ofertados.

Con implementación del crédito ofrecido por Hapag Lloyd, aumentará cantidad de consumidores interesados en hacer transacciones con nuestra compañía, dado el aumento de la oferta comercial, acorde al plan comercial previamente expuesto. Así también, el contar con un socio de gran envergadura como es la naviera. Esta última, cuenta con una buena imagen, tanto en el mercado nacional como el internacional. Esta ventaja, debe ser complementada con una buena gestión interna y respaldada por los mismos trabajadores de la empresa y sus altos directivos. Lo anterior, permitirá utilizar al máximo las oportunidades de mercado que hemos visualizado, pero cuyo potencial, no ha sido aprovechado.

Cabe señalar que las mejoras comerciales ofrecidas en el presente informe, han sido expuestas por autores previamente citados para el desarrollo del Marco Teórico, con el fin de facilitar su entendimiento. Por otra parte, se destaca el apoyo metodológico investigativo, utilizado como pieza fundamental para apoyar empíricamente la problemática de esta investigación, la que ha sido expuesta en el capítulo II.

REFERENCIAS

- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional*. Barcelona, España.: Antonio Bosch .
- Base, G. f. (03 de marzo de 2017). *Blog Banco Base*. Obtenido de <https://blog.bancobase.com/la-importancia-de-la-tecnologia-en-el-comercio-exterior>
- Bien pensado.com. (2018). *Bien pensado.com*. Obtenido de <https://bienpensado.com/que-es-el-net-promoter-score/>
- Bolivia, A. n. (2018). *Aduana nacional*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.bo/aduana7/content/nomenclatura-arancelaria-y-merceolog%C3%AD>
- Bustillo, R. (2000). *Comercio exterior materia y ejercicios*. Pais Vasco: Servicio editorial de la Univeridad del pais Vasco.
- Canada, P. w. (s.f.). *Caleidoscopio del español*. Obtenido de http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/caleid/index-fra.html?lang=fra&letr=indx_autr8IU-7zLGUQis&page=9RzcFiRP5aCw.html
- Chile, B. C. (2017). *Indicadores de comercio exterior*. Obtenido de <https://si3.bcentral.cl/estadisticas/Principal1/Informes/SE/COMEX/ice2017T4.pdf>
- Chile, S. n. (2007). *aduana de Chile*. Obtenido de <https://www.aduana.cl/capitulo-1-normas-generales/aduana/2007-02-15/151856.html>
- Comercio exterior, .. (2018). *Diccionario de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-225Diccionario+I-C+p-1421+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/cheque.htm>
- Container quote. (2017). *www.containerquote.com*. Obtenido de <http://www.containerquote.com/arrival-notice>
- Coronado, G. S. (2009). *Diccionario de comercio internacional, terminos maritimos, aduaneros*. Piura.
- Departamento de estudios, D. G. (2015). *Informe anual de comercio exterior*.
- Diario del exportador, c. (2016-2017). *Los medios de pago del comercio internacional : Cheque bancario*. Obtenido de https://www.diariodelexportador.com/2017/11/medios-de-pago-en-el-comercio_17.html
- DIRECON, M. d. (2017). *Direccion general de relaciones economicas internacionales*. Obtenido de <https://www.direcon.gob.cl/certificacion-de-origen/nomenclatura/>

- Eduardo Cuenca, G. D. (2012). *Manual de comercio internacional*. Andalucía.
- Eisenstadt, S. N. (2003). *Comparative Civilizations and Multiple Modernities*. Boston, United States.
- El Exportador, d. (abril de 2016). *Integración económica: tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/04/integracion-economica-tipos-y-ejemplos.html>
- El Pensante, .. (2018). *El Pensante*. Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-documental-que-es-y-en-que-consiste/>
- Flores, D. A. (24 de febrero de 2016). *Introducción al comercio exterior*. Obtenido de <http://www.fd.uach.mx/maestros/2016/03/17/INTRODUCCION%20AL%20COMERCIO%20EXTERIOR.pdf>
- Fund, I. M. (2001). *Que es el fondo monetario internacional*. Washington, D.C.
- García-Lomas, O. L. (1999). *Estrategia y gestión del comercio exterior: curso superior*. España.
- Giddens, A. (1999-2002). *Runaway World, How globalization is Reshaping our lives*. Londres, Gran Bretaña.
- Hapag Lloyd, H. (2009). *Glossary*. Obtenido de https://hip.hlcl.com/en/hip/information/company.html?content=xchg/hip/hs.xsl/list_details_89434.html&snid=660582_1
- Henriquez, M. J. (2010). *Logística aplicada al comercio internacional*. 3.
- ICESI, U. (24 de octubre de 2008). *Consultorio de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/10/24/integracion-economica/>
- López, E. G.-r. (2009). *Revista Electrónica de Psicología Política Año 7 N° 19 – Marzo/Abril 2009*. Obtenido de Una mirada sobre la Globalización en el contexto del mundo actual : http://www.psicopol.unsl.edu.ar/marzo09_notas1.pdf|x
- Maicas, L. G. (2006). *LOS NUEVOS RETOS DE LA LOGÍSTICA*. Valencia, España.
- Martín, F. J. (2012). *Revista digital para profesionales de la enseñanza*. Obtenido de LA GLOBALIZACIÓN. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, FACTORES Y CONSECUENCIAS DE LA “ALDEA GLOBAL”. : <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd8996.pdf>
- Martinez, S. N. (11 de noviembre de 2007). *gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-informacion-comercio-internacional/>
- McGrew, A. (1992). *global politics, globalization and the nation state*. Cambridge.

Mittelman, J. H. (2003). *Globalization: An ascendant paradigm?* . Washington DC, United States.

Ramirez, C. Z. (1995). *Administracion del comercio internacional* . San Jose, Costa Rica.

Ricardo, D. (1817). *Principles of Political Economy*.

SlideSh. (2018). *Investigacion Documental*. Obtenido de SlideShare:

<https://es.slideshare.net/FerGiza/investigacin-documental-16405056>

Smith, A. (1976). *The Wealth of Nations*.

ANEXOS

Anexo 1: Estructura del Net Promoter Score

Fuente: Elaboración propia.

1. Recomendaría la empresa SIF Chile a algún amigo o familiar.

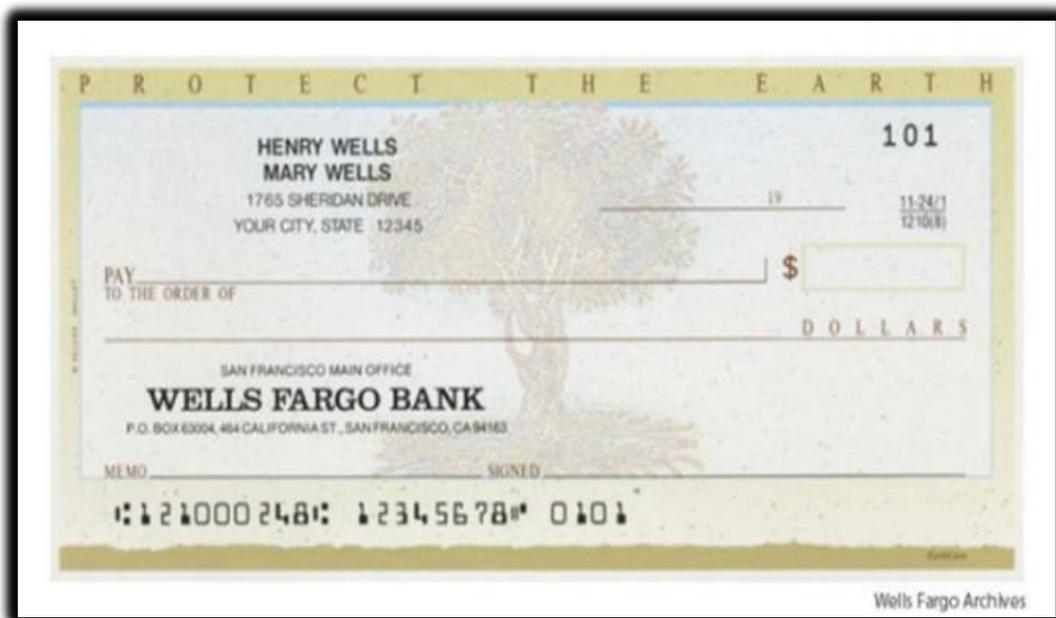
SI	
NO	

2. Dentro de una escala de 0 a 10, que número le asignaría a esa recomendación. Favor de marcar espacio en blanco al lado de la nota asignada.

10	
9	
8	
7	
6	
5	
4	
3	
2	
1	
0	

Anexo 2: Cheque utilizado en operaciones bancarias por SIF Chile.

Fuente: Imágenes de Google.



Anexo 3: Sea Waybill

Fuente: Hapag Lloyd

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Sea Waybill		Multimodal Transport or Port to Port Shipment													
Shipper: SIF CHILE S.A 96.850.070-8 SAN PIO X 2390, OF.404 PROVIDENCIA SANTIAGO, CHILE																	
Consignee: ERTRANSIT-ERHARDT TRANSITARIOS SL C/CIUDAD DE LIRIA 130-D (POL.IND.FUENTE DEL JARRO 46980, PATERNA VALENCIA CIF:B38406906		Carrier's Reference: SWB-No.: Page: 97278785 HLCUSCL160853050 2 / 3		Export Reference:													
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify): ERTRANSIT-ERHARDT TRANSITARIOS SL C/CIUDAD DE LIRIA 130-D (POL.IND.FUENTE DEL JARRO 46980, PATERNA VALENCIA CIF:B38406906		Forwarding Agent:															
Vessel(s): Voyage-No.: SAN AMERIGO 630N		Consignee's Reference:															
Port of Loading: SAN ANTONIO, CHILE (CLSAI)		Place of Receipt:															
Port of Discharge: VALENCIA, SPAIN (ESVLC)		Place of Delivery:															
Container Nos., Seal Nos., Marks and Nos.		Number and Kind of Packages, Description of Goods		Gross Weight: Measurement:													
FCIU 8239434 SEALS : HLAG0088324 HLAG008832		1 CONT. 40'X9'6" HIGH CUBE CONT. SLAC* 1053 BOXES 1053 CAJAS DE CARTON 500 CALENTADOR AUTOPRO AUTOMATICO 11 BUT INT (WHA11BINT) 300 CALENTADOR AUTOPRO AUTOMATICO 11 NAT INT (WHA11NINT) 200 CALENTADOR AUTOPRO AUTOMATICO 6 BUT INT (WHA6BINT) 53 CALENTADOR DE AQUA AUTOMATICO 6LTS BUT/INT (CCAQUA6BINT) CARTA DE CREDITO N° CI20160000411700		10171,000 72,100 KGM MTQ													
<p>*SLAC = Shipper's Load, Stow, Weight and Count</p>																	
Shipper's declared Value [see clause 7(2) and 7(3)]		Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier [see clause 11]															
Total No. of Containers received by the Carrier: Packages received by the Carrier: 1		RECEIVED by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms and conditions hereof (INCLUDING THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. In accepting this Sea Waybill the Merchant expressly accepts and agrees to all its terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Sea Waybill by the Merchant.															
Movement: Currency: FCL/FCL USD		Place and date of issue: SANTIAGO 05 . SEP . 2016															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Charge</th> <th>Rate</th> <th>Basis</th> <th>SW/Vol/Val</th> <th>PIC</th> <th>Amount</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Charge	Rate	Basis	SW/Vol/Val	PIC	Amount							Freight payable at: DESTINATION			
Charge	Rate	Basis	SW/Vol/Val	PIC	Amount												
Total Freight Prepaid: Total Freight Collect: Total Freight: 155.00		FOR ABOVE NAMED CARRIER HAPAG-LLOYD CHILE SPA (AS AGENT)															



```
-----
Cont/Seals/Marks Packages/Description of Goods Weight Measure
=====
1053 BOXES 10171,000
KGM
```

SHIPPED ON BOARD, DATE : 05.SEP.2016
 PORT OF LOADING: SAN ANTONIO, CHILE (CLSAI)
 VESSEL NAME: SAN AMERIGO VOYAGE: 630N

ALL SHIPMENTS TO/FROM SPAIN AND PORTUGAL ARE SUBJECT TO LOCAL CHARGES, SUCH AS - BUT NOT LIMITED TO - B/L-DOCUMENTATION, PORT TAXES (T3), BAN CHARGES, CUSTOMS DUTIES AS PER OFFICIAL/LOCAL TARIFFS AND ARE TO BE BORNE BY THE SHIPPER/CONSIGNEE RESP. REGARDLESS THAT LOCAL CHARGES MAY NOT FORM PART OF THE INITIAL FREIGHT QUOTATION GIVEN BY THE CARRIER AND OR HIS AGENTS.

As from July 1st, 2016 SOLAS Ch.VI, part A, reg.2 prohibits loading of a packed container in absence of the verified gross mass (VGM). It is the sole responsibility of the shipper to provide Carrier electronically or by any other means as agreed by the parties with the VGM for each container obtained by one of the permissible methods pursuant to aforementioned SOLAS regulation and the applicable regulations of the State of the loading port, prior to the deadline stipulated by Carrier for submission (VGM cutoff time). If the VGM is not provided in time by the shipper or its representative, (a) Carrier shall be under no obligation to commence or continue Carriage of that Container, (b) Carrier may store/weigh/re-weigh/return the Container to the shipper or its representative in its discretion for Merchants account. Any demurrage and storage fees resulting from breach of these obligations shall be for Merchants account. Merchant shall also be liable for any resulting expenses, fines, delay, loss or damage.

FREIGHT COLLECT

CHARGE	RATE	BASIS	W/M/V	CURR	PREPAID	COLLECT
THC ORIGIN	105,00	CTR		1 USD	105,00	
DOCUMENT FEE	50,00	BIL		1 USD	50,00	
TMNL SECURITY DEST	5,99	CTR		1 EUR		5,99
THC DESTINATION	215,00	CTR		1 EUR		215,00
WHARFAG ADMIN DEST	53,48	CTR		1 EUR		53,48
EQPT TRANSFER DEST	15,00	CTR		1 EUR		15,00
CLEANING CHARG.DES	30,00	CTR		1 EUR		30,00
SEC.MANIF.DOCUMENT	35,00	BIL		1 USD		35,00
DEST.DOCUMENT FEE	55,00	BIL		1 EUR		55,00
ADMIN FEE DEST	6,00	CTR		1 EUR		6,00
SEALING CHARGE DES	15,00	CTR		1 EUR		15,00
LOCAL SUPPLEM.DEST	1,00	PCT	1450,00	USD		14,50
LUMPSUM				USD		1450,00

Anexo 4: Bill of Lading

Fuente: Hapag Lloyd

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Bill of Lading		Multimodal Transport or Port to Port Shipment	
Shipper: CORPORACION NACIONAL DEL COBRE DE CHILE HUERFANOS 1270, SANTIAGO - CHILE PHONE +562 26903204 FAX +562 26903375				Carrier's Reference: B/L No.: Page: 13317898 HLCUSCL180562745 2 / 4	
Consignee (not negotiable unless consigned to order): CHILE COPPER LTD 1ST FLOOR 27 ALBEMARLE STREET LONDON, GREAT BRITAIN ATC. LAURENCE DISTEFANO PHONE: 2079079600 *		Forwarding Agent:		Export References:	
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify; see clause 20 (1) hereof): C. STEINWEG (HANDELSVEEM BV) PARMENTIERPLEIN 1 POB 1068 3000 BE ROTTERDAM HOLLAND ATTN: MRS. CYNTHIA KOMBRINK PHONE: 00 31 10 4879343 C.KOMBRINK@NL.STEINWEG.COM LAURENCE.DISTEFANO1@CHILECOPPER.NET		Consignee's Reference:		Place of Receipt:	
Vessel(s): GUAYAQUIL EXPRESS		Voyage-No.: 8117N		Place of Delivery:	
Port of Loading: VALPARAISO - CHILE					
Port of Discharge: ROTTERDAM - NETHERLANDS					
Container Nos., Seal Nos., Marks and Nos.		Number and Kind of Packages, Description of Goods		Gross Weight: Measurement:	
FCIU 2500350 SEALS : HLD4915570 0505433 MARKS & NOS: 18410043		1 CONT. 20'X8'6" GENERAL PURPOSE CONT. SLAC* 80 DRUMS		21114,000 18,600 KGM MTQ	
DFSU 1310642 SEALS : HLD4915567 0505434 MARKS & NOS: 18410044		1 CONT. 20'X8'6" GENERAL PURPOSE CONT. SLAC* 80 DRUMS		21114,000 18,600 KGM MTQ	
Shipper's declared Value [see clause 7(2) and 7(3)]		Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier [see clause 11]			
Total No. of Containers received by the Carrier: 10		Packages received by the Carrier:			
Movement:		Currency: USD			
Charge Rate		USD			
THD 200,00 CTR LUMPSUM		1 C P 6000,00			
Total Freight Prepaid 6000.00		Total Freight Collect		Total Freight	
Place and date of issue: VALPARAISO - CHIL 01 JUN 2018		Freight payable at: VALPARAISO - CHIL 3			
Number of original B/L: 3		FOR ABOVE NAMED CARRIER HAPAG-LLOYD CHILE SPA (AS AGENT)			

Anexo 5: Arrival Notice

Fuente: Hapag Lloyd

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Arrival Notice			
Shipper: INTERWORLD FREIGHT, INC. 6703 NW 7 STREET, SUITE 500 MIAMI, FL. 33126 UNITED STATES					
Consignee: AMERICAN CONTAINER LINE RUT:99.584.650-0 GENERAL DEL CANTO N 105 OF 211 PROVIDENCIA SANTIAGO 7500588 CHILE		Carrier's Reference: ORIGINAL B/L 16306107 HLCUBSC171177398	Page: 1 / 2		
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify): AMERICAN CONTAINER LINE RUT:99.584.650-0 GENERAL DEL CANTO N 105 OF 211 PROVIDENCIA SANTIAGO 7500588 CHILE		Please address Inquiries to: HAPAG-LLOYD CHILE SPA AV.EL BOSQUE NORTE 500 PISO 14 LAS CONDES 755-0092 SANTIAGO CHILE REF : CUSTOMER SERVICE IMPORT CHILE TEL : +56 2 2481 9400 MAIL: CSI-CHILE@HLA.G.COM			
Place of Delivery: SAN ANTONIO					
Ocean Vessel: DANAE C	Voyage No.: 1747S				
Oncarrying Vessel: ELISABETH-S.	Voyage No.: 0020S	Discharging Pier/Terminal: SAN ANTONIO TERMINAL INTERNACIONAL			
Port of Loading: HOUSTON	Port of Discharge: SAN ANTONIO	Due to arrive at Terminal: 28.DEC.2017			
Container Nos, Seal Nos, Marks and Nos Number and Kind of Packages, Description of Goods Gross Weight Measurement					
***** * PARA EL RETIRO DE BL ORIGINAL (EMISION EN DESTINO DEBE SER * * PREVIAMENTE CONFIRMADA), PRESENTACION DE APERTURAS, CORRECCION Y * * CANJE DE BL ORIGINAL, AGRADECEMOS PRESENTAR Y GESTIONAR * * DIRECTAMENTE EN PUERTO EN LAS OFICINAS DE NUESTRO AGENTE ULTRAMAR. * * * * LOS PLAZOS PARA LA PRESENTACION DE VUESTRA DOCUMENTACION, * * HORARIOS DE ATENCION, TIPO DE CAMBIO, Y FORMAS DE PAGO, SE * * ENCUENTRAN PUBLICADOS EN NUESTRA PAGINA WEB: * * WWW.HAPAG-LLOYD.COM /LOCAL INFO/LATIN AMERICA/CHILE/IMPORTACIONES * * * * LE RECORDAMOS QUE SUS CONTENEDORES CUENTAN CON 5 DIAS LIBRES DE * * DEMORAS PARA CARGA SECA Y 2 DÍAS LIBRES PARA CARGA REFRIGERADA. * * * * ESTE AVISO ES DE CARACTER INFORMATIVO Y NO CREA RESPONSABILIDAD * * PARA LINEA POR LA NO RECEPCION DEL MISMO. * * * * PARA DEPOSITOS Y TRANSFERENCIAS REALIZARLOS A: * * RAZON SOCIAL: HAPAG LLOYD CHILE Spa					
Charge	Rate	Basis	Wt/Vol/Val	P/C	Amount
	OLF 360,00	CTR	1 C		360,00
	DGO 120,00	CTR	1 C		120,00
	EHO 120,00	CTR	1 C		120,00
	THD 105,00	CTR	1 C		105,00
	ADO 50,00	CTR	1 C		50,00
	LUMPSUM		C		1400,00
Rate of Exchange:	Total Freight collect:	Currency:	Place of Issue:	Date of Issue:	
	2155.00	USD	SANTIAGO	22.DEC.2017	
*** Please visit www.hapag-lloyd.com for schedule / cargo tracing ***					

ANSE7033 (F:HAPAGL017;C:SL2;N)

En los casos que usted requiera pagar personalmente con cheque, gastos de BL o gastos locales en nuestras oficinas de Santiago o Valparaíso, sugerimos a usted completar la información detallada a continuación y enviarla a nuestra casilla CSI-CHILE@hlag.com, 2 días antes de presentarse a cancelar y por misma vía confirmaremos a usted valores a pagar, enviando a usted el comprobante por los valores en el BL y las facturas respectivas correspondientes a los cargos locales y confirmando la emisión de sus originales (en el caso de contar ellos con emisión en destino), de modo que en el momento de presentarse en nuestras oficinas, usted pueda ser atendido de manera más rápida.

Número de BL :	
Consignatario BL master:	

PAGO DE FLETE Y CARGOS EN BL (Cargos en dólares)

Razón Social y dirección de la Empresa que paga el flete y los cargos del BL indicado:	
Moneda en la que estos cargos serán pagados (USD, EUR o CLP):	
Lugar de pago del flete y cargos del BL:	
Lugar de retiro de los originales con emisión en destino:	
Fecha en la que pagará estos cargos:	

PAGO DE CARGOS LOCALES (Cargos en pesos)

Razón Social y dirección de la Empresa que paga gate in:	
Razón Social y dirección de la Empresa que paga garantía del contenedor:	
Fecha en la que el contenedor o los contenedores del BL indicado serán devueltos a depósito:	
Razón Social y dirección de la Empresa que paga demurrage del contenedor (es)(en caso que aplique):	
Lugar y fecha de pago de gate in:	
Lugar y fecha de pago de garantía:	
Lugar y fecha de pago de demurrage:	

Anexo N° 6: Modalidad de pagos en base al flete marítimo seleccionado

Fuente: Hapag Lloyd

Términos de Fletes	Flete base	MTD	SMD	THO	THD	Cargos con diferente tipo de moneda	Comentarios
Freight Prepaid	P	P	P	P	C	C	Flete base y recargos como MTD, SMD serán prepaid. Todos los cargos de destino con diferente tipo de moneda (ej. THD) serán collect.
Freight Collect	C	C	C	P	C	C	Si el THO esta dentro del flete base será collect. De lo contrario, será prepaid. Los recargos MTD y SMD serán collect.
All charges prepaid/Full Prepaid	P	P	P	P	P	P	Todos los recargos son prepaid (THD, flete base, MTD, SMD, etc)
All charges collect/Full collect	C	C	C	C	C	C	Todos los recargos son Collect (THO, flete base, MTD, SMD, etc)

Anexo N° 6: Extra costos vigentes.

Fuente: Hapag Lloyd

Chile Detention / Demurrage Export																
				Freetime (Dry)		Detention (Dry)			Freetime (Reefer)		Detention (Reefer)		Freetime (Special Eqp.)		Detention (Special Eqp.)	
Area	Country	Charge	Port	# Days	Day	20'	40'	40 HC	# Days	Day	20'	40'	# Days	Day	20'	40'
SAWC	Chile	MHO/DTO	All Ports - Exports	10	Calendar	Free Time			7	Calendar	Free Time		10	Calendar	Free Time	
				10	Calendar	\$50	\$60	\$60	23	Calendar	\$100	\$120	10	Calendar	\$60	\$80
				Thereafter	Calendar	\$105	\$120	\$120	Thereafter	Calendar	\$188	\$188	Thereafter	Calendar	\$105	\$120

Effective Date: April 1st, 2017
 Expiry Date: Until Further Notice
 Publishing Date: minimum 30 days notice

Export Demurrage combined with Detention (MHO/DTO)

***ALL CHARGES IN US DOLLARS UNLESS OTHERWISE SPECIFIED

Brazil Detention / Demurrage Import																				
				Freetime (Dry)		Detention (Dry)			Freetime (Special Eqp.)		Detention (Special Eqp.)		Freetime (Reefer)		Detention (Reefer)		Freetime (NOR)		Detention (NOR)	
Area	Country	Charge	Port	# Days	Day	20'	40'	HC40'	# Days	Day	20'	40'	# Days	Day	20'	40'	# Days	Day	20'	40'
BR	Brazil	MHD	All Ports - Imports	7	Calendar	Free Time			7	Calendar	Free Time		5	Calendar	Free Time		5	Calendar	Free Time	
				6	Calendar	\$35	\$70	\$70	6	Calendar	\$55	\$85	7	Calendar	\$95	\$188	7	Calendar	\$45	\$100
				6	Calendar	\$50	\$90	\$90	6	Calendar	\$75	\$130	7	Calendar	\$140	\$265	7	Calendar	\$80	\$160
				Thereafter	Calendar	\$60	\$120	\$120	Thereafter	Calendar	\$80	\$160	Thereafter	Calendar	\$140	\$340	Thereafter	Calendar	\$90	\$180

Effective Date: July 1, 2017
 Expiry Date: Until Further Notice
 Publishing Date: minimum 30 days notice

Import Demurrage combined with Detention (MHD)

***ALL CHARGES IN US DOLLARS UNLESS OTHERWISE SPECIFIED