

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Economía

Monografía de Incoterms y Logística

Para la unidad de aprendizaje:
Incoterms y Logística 2016

Impartido en:
Licenciatura en Relaciones Económicas Internacionales
CR 6

Elaborado por:
Dra en CEA. Gabriela Munguía Vázquez



Índice.

Planteamiento	3
Introducción	4
objetivos	5
1 Conceptualización de la logística del comercio internacional	
1.1 Concepto de logística	
1.2 Historia de la logística	6
1.3 Tipos de logística	
1.3.1 Logística de la comercialización	6
1.3.2 Logística de la distribución	8
1.3.3 Logística de un estudio de mercado	11
1.3.4 Logística de la operación aduanera	12
1.4 Nuevas estrategias en la logística	13
1.4.1 Subcontratación (Outsourcing)	14
1.4.2 Cadena de suministros (Supply chain)	20
	20
	22
	24
2 Transportación internacional	
2.1 Tipos de transporte y su documentación	27
2.1.1 Transporte marítimo	27
2.1.2 Transporte ferroviario	27
2.1.3 Transporte carretero	29
2.1.4 Transporte aéreo	30
2.1.5 Transporte multimodal	31
2.1.6 Otros medios de transporte	33
2.2 Tráfico nacional y tráfico internacional: tipo de transporte empleado	
	35
	36
3 Operaciones de importación y exportación	
3.1 Bases teórico-prácticas de las operaciones del comercio exterior	38
3.1.1 Anexo 22	
3.1.2 Llenado de pedimento de exportaciones e importaciones	39
3.2 Documentos para el intercambio y el financiamiento	39



3.2.1	Cartas de crédito	39
3.2.2	Transferencias interbancarias	
3.3	Seguros y pólizas en el comercio internacional	39
		43
		44
4	Los INCOTERMS (2010) y los RAFTD	
4.1	Transporte	48
4.2	En frontera	50
4.3	Derechos pagados	
4.4	Entrega en muelle	52
4.5	Diferencias y similitudes entre los INCOTERMS y los RAFTD	54
4.6	Ejercicio de aplicación	56
		57
5	Análisis del envase, empaque y embalaje	
5.1	Envase	60
5.1.1	Conceptos descriptivos (primario, secundario, terciario)	60
5.1.2	Registro de propiedad industrial	
5.1.3	Marcas comerciales. Nominadas e innominadas	61
5.1.4	Marcas tridimensionales	
5.2	Empaque	61
5.2.1	Marcaciones direccionales	
5.2.2	Marcaciones de manejo	63
5.3	Embalaje	
5.3.1	Tipos de embalajes	64
		65
		66
6	Administración logística	
6.1	Intermediarios y alianzas	68
6.2	Administración y tipos de inventarios	69
6.3	Cadena de suministro	69
		71
7	Conclusión	73
8	Referencia bibliográfica	74





Planteamiento del Problema

La logística es el proceso de planificar, implementar y controlar eficientemente el flujo de materias primas, productos en curso, productos terminados y la información relacionada con ellos, desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente." (The Council of Logistics Management. RLEC. Reverse Logistics Executives' Council. p.8). ¹

De acuerdo con lo anterior, se puede considerar que en el comercio actual, pero sobre todo tener en cuenta que ante el mercado cada día más globalizado y competitivo es necesario que las mercancías se encuentren en el lugar y el tiempo justos para que el consumidor final pueda acceder a los productos.

Cuando se lleva a cabo un proceso logístico integral es importante observar que se crea una reducción de costos, esto debido a que se crea un control adecuado en todos los niveles de la cadena de distribución y en la mayoría de las ocasiones se crea cierto nivel de especialización, lo que permite alcanzar mayores niveles de eficiencia. Es por ello que la logística debe desarrollarse como una herramienta para enfrentar y aprovechar la competitividad en el mercado actual.

¹ Marketing, Sexta Edición, Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 383.



Introducción

La presencia en el mercado de múltiples productos y servicios obliga a las empresas a buscar implementar las mejores estrategias para hacer llegar su producto al cliente, en el tiempo justo, la cantidad requerida y al precio más competitivo. Esto implica una serie de acciones y operaciones que van desde la identificación de los recursos de producción (materias primas, mano de obra, etc.) hasta la atención al cliente después de efectuada la compra para garantizar su permanencia y elección del producto.

La base de gran parte de este proceso se encuentra en la logística, que permitirá organizar y administrar el correcto y oportuno flujo de materiales, de dinero y de información que le provea a la empresa de una herramienta competitiva para hacer frente al mercado. De igual forma, en el ámbito del comercio internacional, y en especial, sobre el aspecto de la negociación y sus condiciones se encuentran los Incoterms, a partir de los que se definen las obligaciones y derechos de compradores y vendedores, para el traslado y pago de las mercancías.

La unión de estos elementos establece la importancia de la unidad de aprendizaje Incoterms y Logística, a partir de la cual el alumno comprenderá y sabrá utilizar estas herramientas para la práctica laboral.

El presente programa tiene como finalidad proporcionar al alumno los conocimientos necesarios sobre el manejo de los Incoterms, como elementos



clave para contratos de venta internacional ya que les ayudan a comprender las responsabilidades de los compradores y vendedores en lo que se refiere al transporte de los bienes desde el comprador hasta el vendedor y de exportación e importación explicando también la división de costos y riesgos entre ambas partes.



Objetivos

- * Conocer, comprender y analizar las principales características de la logística empresarial y los elementos que la componen.
- * Conocer, comprender y analizar los componentes de los procesos que intervienen en la adquisición de recursos materiales y humanos para la producción, distribución y realización de bienes y servicios, para lo cual el alumno realizará lecturas acerca de estos temas, para comentarlo en el grupo.
- * Conocer, comprender y analizar las principales características de los factores que intervienen en el proceso de colocar en el mercado los productos elaborados por la empresa, y hacerlos llegar al consumidor final
- * Proporcionar al alumno los conocimientos necesarios sobre el manejo de los Incoterms, como elementos clave para contratos de venta internacional, ya que les ayudan a comprender las responsabilidades de los compradores y vendedores en lo que se refiere al transporte de los bienes, desde el comprador hasta el vendedor (en exportación e importación), explicando también la división de costos y riesgos entre ambas partes.



I. Conceptualización de la logística del comercio internacional

1.1 Concepto de logística

De acuerdo a los autores Lamb, Hair y McDaniel en su libro “Marketing”, la logística es el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo¹.

En su acepción más antigua se considera a la logística como el arte militar que estudia el movimiento, transporte y estacionamiento de las tropas fuera del campo de batalla. Sin embargo, en la actualidad, esta práctica es considerada como una racionalización de la conducción de flujos que conduce a la empresa a la regulación del proceso de movimiento de la mercancía, para el proceso eficiente de planificación, implementación y control del flujo eficiente de mercancías, energía o información desde los puntos en los que se originan hasta donde finaliza.

La logística también son el conjunto de actividades individuales, de alta y mediana especialización, que interactúan y se especializan entre sí, como medio para la búsqueda de alternativas más eficaces y eficientes en la entrega de un bien o servicio al cliente².

Por otro lado, la logística se puede observar desde dos puntos de desplazamiento, primero de manera pasiva, en donde la logística es determinada como una fase de obligación dentro del proceso de producción a distribución; el segundo es el desplazamiento activo, en el cual se transforma en un método estratégico para la empresa, en donde el desplazamiento es un momento del proceso producción-distribución; en este sentido el gasto se convierte en un costo autónomo que se transforma en un generador de ganancias.

² Introducción a la logística internacional, Díaz Leal Eduardo Reyes.



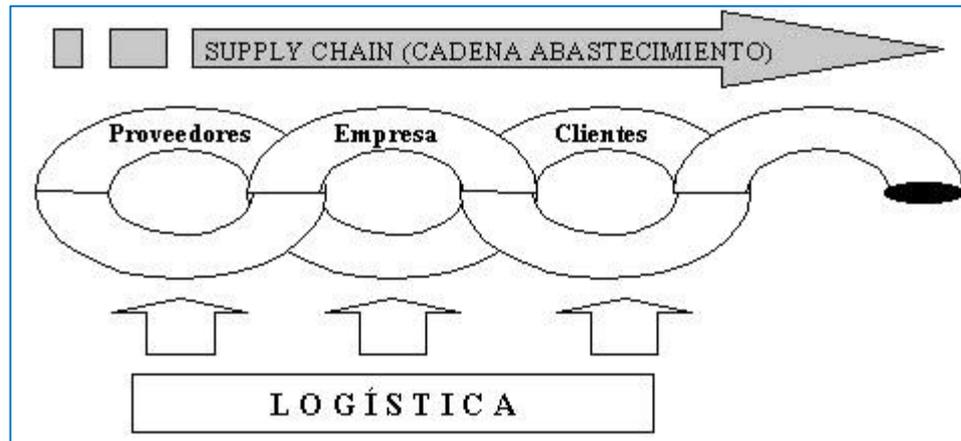
Así mismo, la logística se entiende como aquella ciencia exacta que permite implementar mejoras dentro del sistema operativo de las empresas, haciendo posible³:

- * Reducir el ciclo pedido-entrega.
- * Entregando en días y horarios preestablecidos.
- * Incrementar la confiabilidad en los plazos de entrega, inventarios y calidad.
- * Mejorar la preparación y transporte de los bienes, así como los aspectos administrativos conducentes al ciclo de entrega.
- * Mejorar la capacidad de reaccionar entre casos fortuitos o de emergencia.
- * Utilizar y mejorar la información compartida.
- * Incrementar la comunicación con el cliente.
- * Establecer procedimientos adecuados para atender y resolver las quejas y problemas de operación.
- * Mejorar y establecer garantías o servicios postventa, incluyendo la devolución de mercancías.
- * Mejorar la localización de mercancías de tránsito y en almacén.

Un punto importante que se debe tomar en cuenta al hablar de logística es el sistema de red bajo el cual se desarrolla. Bajo este supuesto se dice que la red logística, que internamente, es un sistema integrado de nodos o puntos específicos interceptados entre sí, en los cuales se presentan áreas físicas dentro de la empresa como almacenes, plantas, puntos de venta y transportes, a través de los cuales se genera el flujo de la mercancía. De manera externa, la red logística se encuentra compuesta por los clientes, que toman el papel de puntos de entrega y es el punto de cierre del proceso, como se muestra en el gráfico siguiente.

Esquema 1.- SCM





Fuente: <https://www.google.com.mx>

1.2 Historia de la logística

La logística desarrolló un papel muy importante durante la primera y segunda guerra mundial, sobre todo para atender las necesidades de las fuerzas militares.

De esta manera, surgió la logística, sin embargo, en años posteriores fue donde se le dio mayor importancia. Durante el año 1870 se llevó a cabo la construcción de infraestructura de transporte y comunicación básica, aunque a pesar de esto, la producción y el consumo se llevó a cabo únicamente de manera local debido a que los costos externos solían ser muy altos.

Para finales del siglo XIX, se creía que una empresa grande tenía mayores rendimientos que una empresa pequeña, es por eso que se generaron mejoras en infraestructura del transporte, producción, aprovisionamiento de materias



primas, insumos, herramientas y de servicios; todo esto para la reducción de costos.

Posteriormente se realizaron mejoras en cuestiones administrativas con el objetivo de generar un desempeño eficiente y ordenado dentro de las empresas. De esta manera, las organizaciones que se preocuparon por suplir necesidades de aprovisionamiento, producción y distribución generando una gestión logística,; gracias a esto consiguieron una ventaja competitiva convirtiéndose en las líderes del mercado.

Dentro de la logística se pueden identificar tres etapas; la logística del pasado, la del presente y la logística del futuro.

La primera etapa (logística del pasado) se conoce también como la de origen o nueva dirección. Esta se inicia con la búsqueda del control de costos de distribución debido al creciente aumento de productos y comercialización de forma descontrolada. Posteriormente, se dieron avances significativos en logística y distribución dentro del mercado.

La segunda etapa (logística actual) o también llamada etapa de maduración del manejo de materiales y distribución física, se dio importancia en el servicio al cliente y se generó una estructura de organización más efectiva gracias a la integración del manejo de materiales y distribución física. Así mismo, gracias a la evolución en las tecnologías de la información y comunicación se facilitó la toma de decisiones en las áreas administrativas de las empresas. Algunas características de esta etapa son:

- * Control de costos.
- * Importancia estrategia para lograr diferencias competitivas.
- * Desarrollo de políticas de servicio a clientes.
- * Fuentes y estrategias de abastecimiento.
- * Manejo de inventarios, en los sistemas de información, comunicación y medición.

La tercera etapa de la logística, conocida como logística del futuro, se caracterizará por ser más integral, caracterizándose en dos aspectos fundamentales:

- * El primero de ellos se enfoca en que el área de calidad y la de logística tendrán objetivos comunes.
- * La segunda característica es que se integrarán los conceptos de tiempo y espacio.

Así mismo, se convertirá en una logística especializada en atributos logísticos y no en servicios logísticos específicos. Por otro lado, se



desarrollarán entidades externas, lo que significa que las empresas controlarán a terceros en lo referente a la distribución y funciones logísticas.

A continuación se presenta un cuadro de resumen que contempla los acontecimientos más importantes del surgimiento de la logística.

Cuadro1: Evolución de la logística de los años 1950 a 2000

Periodo de tiempo	Características.
1950.	<ul style="list-style-type: none"> * Gran potencial de la logística integral. * Concienciación de los costos totales (estructura sistémica de costos).
1955.	<ul style="list-style-type: none"> * Optimización del servicio al cliente. * Calidad y tiempo de entrega. * Mejor desempeño de la logística para generar ganancias y lograr ventaja competitiva.
1965.	<ul style="list-style-type: none"> * La logística se centró en el outsourcing.
1970.	<ul style="list-style-type: none"> * integración de las operaciones logísticas de la empresa. * Calidad operativa.
1985.	<ul style="list-style-type: none"> * Desempeño operativo financieros.
1995.	<ul style="list-style-type: none"> * Relaciones cercanas con los clientes. * Alianzas con los proveedores. * Colaboración y cooperación en la cadena de suministros.
2000 en adelante.	<ul style="list-style-type: none"> * Transformación para poder afrontar con éxito la administración logística de la cadena de suministros.

Fuente: Elaboración basada en cursologistica.files.wordpress.com

1.3 Tipos de logística



La logística es un proceso que se debe llevar a cabo de manera integral, además de tener sumo cuidado para que el proceso tenga una culminación exitosa.

Para realizar las actividades de manera adecuada, es necesario conocer los tipos de logística que existen en el mercado actual. Ahora analizaremos la diferencia existente entre la logística directa e indirecta.

Por un lado, la logística directa es un proceso de venta directo con el cliente final, se puede reconocer gracias a que se crea una mayor cercanía con los clientes, lo que permite un servicio más cercano y una percepción diferente del producto mismo. Esto quiere decir que en la distribución directa la empresa se centra en una sola vía de distribución. Sin embargo, la logística inversa no es un proceso de venta empresa–cliente final, sino que es una empresa que crea un conjunto de puntos alternativos de distribución, como lo son las sucursales, este proceso se conoce como modelo de franquicias o dealers, y permite llevar al producto a nuevas áreas de distribución en cualquier parte del mercado.

A continuación se tomara en cuenta el proceso de logística inversa en el cual se puede observar la proyección, implementación y control del flujo de materia prima, inventario en proceso, productos determinados e información relacionado desde el punto de consumo hasta el de origen de forma eficiente con el propósito de recuperar el valor propio de la devolución. Los objetivos primordiales de este proceso son:

- ✓ La procuración de compras: Se enfoca en la procuración, desarrollo de proveedores y la adquisición de materias primas, componentes, materiales para envase, empaque, embalaje y unidades de manejo que sean "amigables con el ambiente".
- ✓ Reducción de insumos vírgenes: Implica la procuración, desarrollo de proveedores y la adquisición de materias primas, componentes, materiales para envase, empaque, embalaje y unidades de manejo que sean "amigables con el ambiente"
- ✓ Reciclaje: Es necesario desarrollar la utilizar materiales de origen reciclado, y reciclables; explorar innovaciones tecnológicas que permiten utilizar materiales reciclado.



- ✓ **Sustitución de materiales:** El incremento de la tasa de innovación en procesos de reciclado debe impulsar la sustitución de materiales, en particular de los más pesados por otros más ligeros con igual o superior desempeño.
- ✓ **Gestión de residuos:** Las políticas de procuración de materiales deben evaluar la tasa de residuos en la utilización de materiales; el manejo de residuos es un costo no despreciable; también puede ser necesario tener políticas de aceptación de muestras, si las exigencias de gestión de los residuos de éstas, o simplemente su disposición por rechazo, es costosa.

1.3.1 Logística de la comercialización

Para lograr mantener un margen competitivo de una empresa se debe implementar una estrategia de logística de comercialización efectiva; esto significa un control de planificación, flujo y entrega adecuado en cuanto a producto, precio, lugar y promoción.

- **Entrega del producto:** Esto se enfoca en conocer ampliamente quién es el cliente y de qué manera se debe hacer llegar el producto hasta él, para cubrir el cien por ciento de sus necesidades, lo que incluye completar la orden, la entrega a tiempo, facturación precisa y ningún daño.
- **Precio:** Este factor debe basarse en situaciones externas e internas, es por ello que la empresa debe tener en cuenta el perfil del cliente, el producto y el tipo de orden.



1.3.2 Logística de la distribución

La distribución física de mercancías se define como el conjunto de procedimientos operativos que involucran todas las fases del desplazamiento físico y flujo de información. Este tipo de logística está encargada de:

- * Transporte y tráfico de mercancías.
- * Gestión de la red de almacenamiento y control de inventarios.
- * Administración de pedidos de clientes.
- * Previsión de demanda.
- * Diseño de embalaje y procedimientos de manejo de productos terminados.
- * Investigación y desarrollo de subsistemas de distribución.
- * Manejo de mercancías.

El desplazamiento físico debe tener en cuenta factores principales como el transporte y almacenamiento.

En cuanto al transporte se define en modo usual, urgente y los criterios de su utilización, así mismo tener en cuenta los procedimientos de carga y descarga, la programación de uso de flota, composición vehicular adecuada de la flota, puntos de consolidación, Desconsolidación y entrega y el diseño de rutas en operación normal y en emergencias.

En relación al almacenamiento de mercancías se tienen en cuenta los procedimientos operativos en los cuales se incluyen el número de almacenes y nivel de jerarquización en la red de distribución, localización y capacidad de almacenes; lista de ítems asignados al inventario de cada almacén, unidades de carga, ciclos, así como tamaño de lotes para reposición, plano de planta,



normas de recepción y expedición, características del equipo de transporte y para manejo interno en almacenes, sistemas de almacenamiento y recuperación de productos, y normas para la consolidación de pedidos.

Las organizaciones de distribución física debe encargarse de funciones como:

- * Diseño y desarrollo de subsistemas.
- * Formulación de políticas de distribución física.
- * Administración del subsistema.
- * Coordinación de funciones de maleabilidad del producto, procesos de producción, características del mercado y tipo de estructura corporativa.

Los problemas que existen dentro de la distribución física se derivan principalmente de la dirección de flujo de productos y de la diversidad de productos.

Dentro de la distribución física de mercancías pueden encontrarse dos tipo de organizaciones, las centralizadas y las descentralizadas.

En una organización centralizada y agrupada hay unificación en la responsabilidad del movimiento de bienes entre unidades de producción y en dirección a los clientes. Este tipo de organizaciones son una manera de obtener el control directo, especializado en esfuerzos de gestión y uniformando la practica en funciones específicas.

Por otro lado, las organizaciones descentralizadas se caracterizan por ser de funciones dispersas, lo que se considera como un diseño corporativo antiguo.

La diferencia entre este tipo de organizaciones es que la centralizada se enfoca en vender diversas líneas de productos bajo los mismos canales de distribución y tiende a agrupar las actividades relacionadas con el servicio al mercado y productos destinados a distintos mercados.

1.3.3 Logística de un estudio de mercado

Se puede entender al mercado como aquel espacio geográfico en el cual existe o puede crearse una actividad económica, y en el que intervienen agentes como consumidores y vendedores, además de intermediarios.

En la estructura del mercado intervienen los siguientes agentes:

- * Fabricantes: Se considera así a la persona jurídica dedicada a una actividad productiva para la satisfacción de las necesidades del consumidor.



- * Intermediarios: Son aquellas personas morales que cuentan con autorización legal para realizar operaciones de distribución y que ponen en contacto a la oferta con la demanda.
- * Prescriptores: Este agente puede ser cualquier persona o entidad que tenga la autoridad para influir sobre el consumidor final de un bien o servicio.
- * Compradores: Es aquella persona que se encuentra al final de la cadena de distribución, quien consume un producto o servicio.

Por otro lado los elementos básicos de un estudio de mercado son:

- * Producto: Es el conjunto de atributos físicos y tangibles que se crean para la satisfacción de las necesidades de un sector del mercado específico.
- * Precio: Es la expresión en valor monetario que se le da a un producto dentro del mercado para que el consumidor pueda adquirirlo.
- * Clientes potenciales: Se denomina así a aquellas personas físicas o jurídica que se dentro del mercado y que cumple con las características adecuadas para la adquisición de los productos ofertados.
- * Competencia: Se considera así a aquellas personas jurídicas que venden el mismo producto y en condiciones de mercado similares que otra empresa.

Después de la conceptualización previamente establecida, ya se puede realizar un estudio estructural de lo que se conoce como un estudio de mercado. Un estudio de mercado se realiza para conocer específicamente las características y actitudes que toman los consumidores de un lugar específico ante la adquisición de un bien y servicio y los factores que pueden afectar su ambiente, así como prueba la existencia de la cantidad suficiente de entes o personas que desean adquirir cierto bien.

Para aclarar este punto un estudio de mercado debe proporcionar una noción clara de la cantidad de consumidores va a adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo a mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. De la misma manera, indicará si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a la satisfacción de cierta necesidad del cliente. Al finalizar este proceso, se conocerán los canales de distribución



acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Para la realización de este proceso, es necesario llevar a cabo una serie de pasos:

- * Establecer los objetivos: Se considera como uno de los pasos más importantes del proceso ya que aquí se define el punto al que se desea llegar con el estudio y se condicionan el planteamiento y las estrategias a utilizar. Así mismo, se deben expresar con claridad para evitar cualquier desvío del proceso.
- * Diseño de la investigación: Determinar las necesidades de información que buscaran el cumplimiento adecuado de los objetivos, esto quiere decir que se definirá el tipo de información que se desea obtener, para ello se consideran dos tipos de información:
 - ✓ Información primaria: Consiste en información de campo, ósea, realizada por cuenta propia a través de encuestas o métodos parecidos.
 - ✓ Información secundaria: Se refiere a toda esa información existente, como estadísticas, artículos u otros documentos relacionados.
- * Recopilación, tratamiento y análisis de información: Después de adquirir toda la información adecuada se debe valorar qué información ayudará a obtener los resultados deseados.
- * Elaborar el informe final: Se debe estructurar la información y explicar las conclusiones y resultados.

Para conocer cuáles son los factores que deben estudiarse en este proceso se presenta un esquema de los factores que intervienen en este tipo de investigaciones.

Esquema 2.- de los factores de un estudio de mercado.





Fuente: Elaboración propia

Producto:

En la mayoría de las ocasiones, el éxito de la empresa tiende a colgar de la correcta elección de un producto.

Las características del producto que se va a comercializar deben considerar las siguientes cuestiones:

- * Delimitar las propiedades físicas, químicas y técnicas, así como las funciones y usos.
- * Valorar los estándares de calidad que miden las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
- * Delimitar el valor monetario de adquisición.
- * Diseño del envase, que incluirá el diseño y la imagen.
- * Diseño de la forma y tamaño, que configura la personalidad del bien.
- * Para facilitar su identificación dentro del mercado, se debe tomar en cuenta la marca, nombres y expresiones gráficas como atributo diferencial.



- * Opinión global que se va a crear acerca del producto en la mente del consumidor.

Demanda:

El estudio de mercado en su enfoque de demanda se centra en la búsqueda de las características, necesidades, deseos, comportamiento y actitudes del cliente, esto analizado desde el comportamiento histórico, situación actual y sus perspectivas para el futuro. Los indicadores importantes a considerar son el total de unidades de consumo, el gasto anual que generan por unidad de consumo y cuáles han de ser los productos más demandados.

Mercado potencial:

En el mercado potencial se deben identificar los clientes a los cuales va dirigido el bien o el servicio, para ello se deben identificar los criterios más relevantes sobre la segmentación, que incluyen a la segmentación geográfica, demográfica y psicográfica.

- * Segmentación demográfica: En este se incluyen características como sexo, edad, ocupación, lugar de residencia y nivel de estudio.
- * Segmentación psicográfica: Dividido en grupos que cubren características en similitud de clase social, estilo de vida, personalidad, costumbres y actitudes.
- * Segmentación geográfica: Se divide en países, comunidades autónomas, provincias, ciudades o barrios.

Oferta:

En esta parte del proceso es importante analizar a fondo las diferentes empresas que ofrecen el mismo producto o de características similares y en el mismo sector del mercado. Las preguntas que se debe realizar una empresa para este análisis son las siguientes:

- * ¿Quiénes son los competidores ya instalados en el mercado?
- * ¿Cuáles son las características de su oferta?
- * ¿Cuántas empresas existen?
- * ¿Cuáles son sus estrategias?
- * ¿Cuáles son los segmentos de mercado que están atendiendo?

Estas características obtenidas permiten determinar si el proyecto tiene viabilidad y cuáles son las estrategias más adecuadas para enfrentar a la competencia y el volumen de la demanda.



Precio:

En la determinación de precios es importante tomar en cuenta un análisis de los precios que utiliza la competencia y los factores que influyen para su determinación. Algunos de los métodos utilizados son:

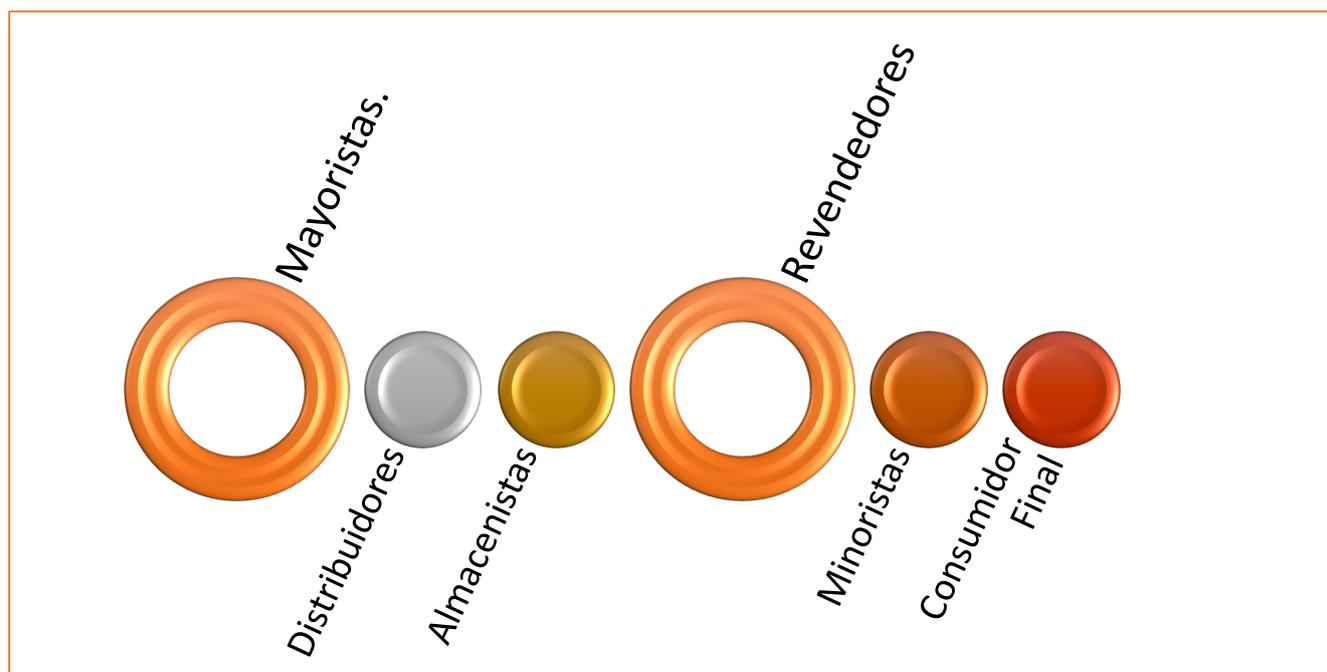
- * Margen del precio de compra.
- * Precios de la competencia.
- * Precios que se negocian directamente con los clientes.
- * Lo que se supone que los clientes están dispuestos a pagar.
- * Precios de proveedores.
- * Precios máximos y mínimos por la ley.

En este sentido, el trato directo con los consumidores permite analizar de mejor manera lo que están dispuestos a pagar o lo que pagan por el producto que ofrece la competencia.

Canales de distribución:

Una parte del proceso que se debe analizar estrechamente es el medio por el cual llevara el producto al consumidor final, ya que este conocimiento ayudara a que se optimice la distribución y los tiempos de entrega.

Grafica 1.-La cadena de distribución.



Fuente: Elaboración Propia



La cadena de distribución permite saber de qué manera se va a llevar el producto al consumidor, es esta razón una de las más importantes de la toma de decisiones ya que este minorista tendrá el contacto directo con el cliente.

Los estudios de mercado puede tener beneficios para la industria, en la medida en que los agentes de la industria tengan oportunidad de:

- * Informar a la autoridad sobre el funcionamiento del mercado.
- * Hacer sus propias sugerencias sobre cómo mejorar el mercado.
- * Identificar productos que podrían mejorar el funcionamiento del mercado (cuando sea necesario), incluyendo potencialmente la desregulación. El mejor funcionamiento de los mercados trae beneficios para los consumidores y para las empresas.

1.3.4 Logística de la operación aduanera

para poder abordar este tema se debe de recurrir a las siguientes paginas

Diario Oficial de la Federación:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5324941&fecha=09/12/2013
Link de la ley aduanera:
www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/doc/12.doc

1.4

Nuevas estrategias en la logística

“Las estrategias son las expresiones operacionales de políticas, en el sentido de que, dentro de un sistema administrativo, definen el criterio operacional sobre la base de cuales de los programas específicos pueden ser concebidos, seleccionados e implementados” (Ansoff, 1965).



De acuerdo con esto, las estrategias de la logística son aquellas políticas que evalúan la mejor alternativa de distribución de los productos, tomando en cuenta la rentabilidad y los niveles aptos de satisfacción del servicio.

Se pueden encontrar tres tipos de estrategias de logística:

- * **Selectiva:** se elige cuáles y cuántos Intermediarios formaran parte de la Distribución, en función de las características particulares de nuestro producto o servicio, de la competencia, y del público objetivo o mercado de destino. Antes de seleccionar el canal de distribución, se analizan con cuidado todo lo nombrado con anterioridad.
- * **Exclusiva:** esta Estrategia de Distribución limita el número de puntos de venta. En esos lugares se venta únicamente nuestro producto, y ningún otro. Un ejemplo extremo de ésta estrategia es la franquicia.
- * **Intensiva:** tiene como objetivo abarcar la mayor cantidad de canales de distribución posibles para llegar el público objetivo. Está pensada para productos de consumo masivo, como por ejemplo bebidas colas.

También existen diferentes tipos de políticas para el funcionamiento adecuado de las estrategias de logística:

- * **Políticas comerciales:** La logística integral, partiendo del plan estratégico de la empresa, debe dar respuesta a aspectos que se relacionan con la estrategia comercial (territorial, sectorial, de producto, etc.) y establecer a la par sus propias políticas sobre aspectos como la distribución de los productos hasta su llegada a los diversos clientes.
- * **Políticas de producción.** La logística integral debe dar respuesta a las estrategias productivas de la Compañía, en aspectos como especialización de fábricas, flujos entre fábricas del grupo, etc., y establecer sus propias políticas de stocks intermedios, flujos de producción, sistemas de almacenaje y movimiento de materiales.
- * **Políticas de aprovisionamiento.** La logística integral establece, a modo de ejemplo, las estrategias de compra, la conexión con la red de proveedores y la estrategia de gestión del transporte de aprovisionamiento, para dar respuesta al problema del acopio de materiales de producción.

Este conjunto de estrategias y políticas que permiten el funcionamiento adecuado de la logística permite, de la misma manera, la competitividad entre



organismos empresariales, principalmente en el mantenimiento eficiente de costos y un sistema de distribución integral.

1.4.1 Subcontratación (Outsourcing)

De acuerdo con Benites López en su tesis “Gestión del outsourcing logístico para el almacén de productos farmacéuticos”, el outsourcing “es la modalidad por medio de la cual una empresa contrata y delega la gerencia así como la operación de ciertas actividades, a empresas altamente especializadas que puedan dar garantía de experiencia y seriedad en el área de operación de dichas funciones, para que se haga cargo de parte del negocio, realizando actividades tradicionalmente ejecutadas por personal y recursos internos de la compañía”.

En el mismo sentido el INADEM cataloga al outsourcing como el apoyo externo para hacer algunas operaciones de otra compañía, desahogando valioso tiempo, aumentando la productividad y con ello las ganancias.

Este término es conocido también como subcontratación, tercerización o externalización; es un proceso en el cual una empresa contrata un servicio externo para la realización de actividades por parte de otra empresa.

Como en cualquier sistema empresarial, el outsourcing cuenta con un conjunto de ventajas y desventajas, las cuales se enuncian a continuación:

Ventajas del outsourcing:

- * Mejora en el tiempo de reacción por eventuales cambios en el entorno laboral.



- * Disminución de gastos de contratación de personal y recursos humanos.
- * Generar productos y servicios de mejor calidad debido a que el trabajo que se realiza es de mayor especialización.
- * Las funciones del personal contratado por outsourcing son específicas y permiten la realización del trabajo con menor inversión de tiempo y esfuerzo.
- * Permite adaptar las operaciones y costos en un espacio real del mercado.

La compañía contratante, o comprador, se beneficiará de una relación de outsourcing ya que logrará en términos generales, una funcionalidad mayor a la que tenía internamente con costos inferiores en la mayoría de los casos, en virtud de la economía de escala que obtienen las compañías contratadas.

En estos casos la empresa se preocupa exclusivamente por definir la funcionalidad de las diferentes áreas de su organización, dejando que la empresa de outsourcing se ocupe de decisiones de tipo tecnológico o de manufactura, manejo de proyecto, implementación, administración y operación de la infraestructura. Los riesgos se comparten entre las dos empresas. La empresa subcontratada proporciona una mejor calidad en su trabajo.

Desventajas del outsourcing:

Como en todo proceso existen aspectos negativos que forman parte integral del mismo. El outsourcing no queda exento de esta realidad. Se pueden mencionar las siguientes desventajas del outsourcing:

- * Si no existe la información adecuada para la contratación de personal externo se puede correr el riesgo de perjudicar la calidad del producto o servicio.
- * Puede generar dependencia productiva lo que convertiría el beneficio en una obligación.



- * Si no se tiene el manejo adecuado de la producción se puede llegar a perder el control sobre la misma.
- * Puede generar estancamiento del trabajo interno debido a la poca afinidad que se genera entre los trabajadores subcontratados.
- * Estancamiento en lo referente a la innovación por parte del suplidor externo.
- * La empresa pierde contacto con las nuevas tecnologías que ofrecen oportunidades para innovar los productos y procesos.
- * Al suplidor externo aprender y tener conocimiento del producto en cuestión existe la posibilidad de que los use para empezar una industria propia y se convierta de suplidor en competidor.
- * El costo ahorrado con el uso de Outsourcing puede que no sea el esperado.
- * Las tarifas incrementan la dificultad de volver a implementar las actividades que vuelvan a representar una ventaja competitiva para la empresa.
- * Alto costo en el cambio de suplidor en caso de que el seleccionado no resulte satisfactorio.
- * Reducción de beneficios.
- * Pérdida de control sobre la producción

1.4.2 Cadena de suministros (Supply Chain)



La cadena de suministro es “la integración de las funciones principales del negocio desde el usuario final a través de proveedores originales que ofrecen productos, servicios e información que agregan valor para los clientes y otros interesados (stakeholders)” (Stock y Lambert, 2001).

Se puede considerar a la cadena de suministro como el proceso bajo el cual se planifica, implementa y controla el almacenamiento y flujo eficiente de materia prima, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada desde el punto donde se origina el proceso hasta el punto de consumo del bien o servicio.

A continuación se presentan un conjunto de características representativas de la cadena de suministro:

- * Implica el flujo regular de información, productos y fondos entre las diferentes etapas.
- * El propósito fundamental es satisfacer las necesidades del cliente, por lo que este se convierte en parte fundamental de la cadena de suministro.
- * Los eslabones básicos de la cadena de suministro incluyen a los clientes, detallistas, mayoristas/distribuidores, fabricantes, proveedores y materias primas.
- * Las funciones de las etapas y el diseño apropiado de la cadena de suministro dependen ampliamente del cliente ya que como se mencionó anteriormente, el objetivo principal es satisfacer sus necesidades.

Los elementos principales de la cadena de suministros son los siguientes:

- * Proveedores: Se puede considerar como el elemento bajo el cual se inicia el proceso de la cadena de abastecimientos, ya que es el ente que periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso de un bien o servicio.
- * Fabricantes: Este eslabón de la cadena, está encargado únicamente de la transformación de la materia prima en el producto o servicio. Esta área es de suma importancia debido a que está directamente relacionada con la calidad del producto o servicio, y es por esta razón por la que se encuentra regida indirectamente por los requerimientos y especificaciones del cliente.



- * **Distribuidores:** Es cualquier persona u organismo que esta encargado de la manipulación y transporte del bien o servicio a través de los canales de distribución y por los cuales se hace llegar a los puntos de venta.
- * **Detallistas:** También conocido como el comerciante, es aquella persona que tiene contacto directo con el consumidor final y por lo cual pone al alcance del cliente un servicio óptimo y la presentación adecuada del producto.
- * **Clientes o consumidor:** Es aquella persona u organización que va a adquirir el producto. Se puede considerar el eslabón principal de la cadena de suministro debido a que al ser quien consume el producto también es la razón de ser de una empresa.

Una característica primordial que debe tomar en cuenta cualquier cadena de abastecimiento es la comunicación, tanto interna como externa. Este aspecto permitirá contar con un grado de respuesta más alto en cualquier contingencia que se presente durante el proceso, así como tener un mejor control del mismo y poder llevar el producto o servicio hasta las manos del consumidor final en tiempo y espacio adecuados.

Para poder llevar a cabo un proceso de distribución del producto es necesario tener en cuenta cada una de las fases bajo las cuales debe someterse la cadena de suministro.



II. Transportación internacional.

2.1 Tipos de transporte y su documentación.

demás de los documentos básicos de transporte, los compradores y los receptores pueden requerir algunos documentos adicionales como lo son:

- A**
- * Las facturas y listas de empaque esenciales para despejar la aduana y para el recuento de los suministros recibidos.
 - * Recibo del despachador para procesar facturas de proveedores para el pago.
 - * Certificado de origen (si es necesario).
 - * Facturas legalizadas en el país de destino.
 - * Facturas consulares.
 - * Declaración sobre cargas peligrosas o restringidas, requerida por las compañías antes de aceptar tales artículos para el transporte.
 - * Los certificados de seguros, según corresponda.
 - * Los certificados veterinarios, si es el caso.
 - * Certificados de análisis o de la conformidad, de acuerdo con las condiciones particulares que pueden ser parte de los contratos.

En algunos casos especiales, certificaciones o información adicional pueden ser necesarias para aparecer en las facturas o documentos de embarque. Cuando esto se requiere, los agentes de tránsito serán normalmente capaces de proporcionar consejos.

2.1.1 Transporte marítimo.

os documentos principales dentro del transporte de mercancías vía marítima son:

- * Pre manifiesto marítimo.

Es la relación provisional de toda la carga que lleva un buque. Se entrega (por los consignatarios de buques) a las autoridades aduaneras del país de importación, antes de la llegada del buque a



puerto. En el dispondrán de la relación provisional de toda la carga que lleva un buque.

* **Manifiesto marítimo.**

Es la relación definitiva de toda la carga que lleva un buque. Debe ser entregado (por los consignatarios de buques) a las autoridades aduaneras del país de importación, a la llegada del buque a puerto, como paso previo al despacho de importación de mercancías. Las autoridades aduaneras pueden confrontarlo con el premanifiesto recibido con anterioridad.

* **Póliza de fletamento.**

la póliza de fletamento es la denominación genérica del contrato de transporte no regular (Tramp). Charter party: prueba escrita del contrato de fletamento. Documento donde el propietario de un buque (fletante) y el propietario de una carga determinada (fletador) establecen sus obligaciones y responsabilidades respecto a la utilización del buque completo por parte del fletador para realizar un transporte determinado. Hay distintas clases de pólizas de fletamento, dependiendo, entre otros aspectos, de:

- ✓ El lugar de procedencia de la mercancía.
- ✓ La clase de la mercancía.
- ✓ Las zonas geográficas por donde navega el barco.

* **B/L (Bill of lading) o conocimiento de embarque.**

Es el documento que recoge el contrato de transporte marítimo internacional. Prueba la existencia del contrato de transporte marítimo internacional, justifica que el cargador ha entregado la mercancía a bordo del buque y es el título de propiedad de dicha mercancía (quien detenta el B/L es propietario de la mercancía).

* **Admitase colla (terminal estibadora).**

Es el documento que acredita la entrega de la mercancía en un muelle del puerto de origen a una determinada colla (terminal estibadora) para su posterior embarque. El cargador (exportador) entrega admitase original a la colla que recibe su mercancía y obtiene copia sellada del mismo.

2.1.2 Transporte ferroviario.



Se utilizan para este medio las cartas de porte. Estos documentos no son negociables con la carga que se pone a disposición del consignatario designado en una prueba de identidad. Para el transporte por carretera, las cartas de porte son normalmente emitidas. Para cargas menores que un camión, la consolidación es la regla.

* Carta de porte ferroviario (CIM).

El transporte internacional de mercancías está regulado, principalmente, por el Convenio Internacional sobre Transporte de Mercancías por Ferrocarril (CIM), realizado en Berna, y cuya última actualización data de 1.980 como Convenio COTIF, también firmado en la citada ciudad el 9 de mayo. Entró en vigor el 1 de mayo de 1.985 después de ser ratificado por el número exigido de países firmantes.

En el citado convenio se regula la carta de porte que debe emitirse para los transportes internacionales por ferrocarril, que valdrá como justificación del contrato realizado, y corresponderá al expendedor presentarla debidamente cumplimentada.

Se emite de forma nominativa, no se puede transmitir por endoso y una misma carta de porte ampara todo el trayecto, independientemente del número de ferrocarriles que intervengan en su ejecución

Determinados tipos de transporte por ferrocarril tienen reglamentaciones específicas, que afectan a las cartas de porte. (Contenedores, mercancías peligrosas, etc.).

* Declaración TIF.

Por analogía con el Convenio TIR, el TIF no es un convenio de transporte, sino un convenio aduanero.

Tiene por objeto facilitar el tránsito de las mercancías transportadas por ferrocarril, en las aduanas de los diferentes países.

Al igual que el Convenio TIR, las mercancías viajarán con precinto aduanero, amparadas bajo una declaración TIR, y con un sistema de garantías realizado generalmente por las administraciones ferroviarias de los diferentes países.

Como sucede con el cuaderno TIR, la entrada en vigor del mercado interior, ha supuesto que sólo pueda ser utilizado para envíos a países terceros, con lo que su uso ha quedado muy limitado.

2.1.3 Transporte carretero.



- * Carta de porte CMR.

El documento más importante en el transporte internacional por carretera es el establecido en el Convenio CMR que, bajo auspicio de las Naciones Unidas, se celebró en Ginebra en mayo de 1.956, entrando en vigor en España en 1.974, en virtud del Instrumento de Adhesión de 12 de septiembre de 1.973, depositado en la Secretaría General de las Naciones Unidas el 12 de febrero de 1.974.

Este convenio, en lo que nos afecta, recoge criterios sobre el contrato de transporte de mercancías por carretera, y unifica la carta de porte internacional, denominada “carta de porte CMR”.

El convenio marca la obligatoriedad de su aplicación siempre que el lugar de origen y destino del transporte estén situados en países diferentes y, al menos, uno de ambos sea signatario del convenio CMR. Afecta a nuestro país en todos sus movimientos al exterior por carretera, al ser país signatario.

Hay que tener en cuenta que no es de aplicación para transportes postales, mudanzas, transportes funerarios y transportes por cuenta propia.

La carta de porte CMR, prueba la realización del contrato de transporte y es prueba del recibo de la mercancía por el transportista, pero no supone para su poseedor la propiedad de las mismas.

- * Cuaderno TIR.

Aunque no es estrictamente un convenio de transporte, el Convenio TIR se puede incluir dentro de este apartado ya que afecta al transporte internacional por carretera.

Este convenio es un convenio aduanero, cuya última revisión tuvo lugar en noviembre de 1.975, y supone la no inspección de los camiones precintados y amparados bajo un cuaderno TIR, en las aduanas de tránsito, entre dos países diferentes.

La mercancía viajará en un camión precintado, deberá ir amparada por un cuaderno TIR, que se visará en todas las aduanas de paso, e irá garantizada o avalada, ante las aduanas, mediante un sistema de fianzas de una entidad garante, que en el caso de España es la Asociación de Transportistas Internacionales por Carretera (ASTIC).

Actualmente, con la supresión de los controles aduaneros entre países miembros de la UE por la entrada en vigor del mercado interior, ha descendido mucho su utilización.



2.1.4 Transporte aéreo.

Los documentos que se utilizan dentro del transporte de mercancías vía aéreo son:

* Manifiesto aéreo.

Es un documento donde va inscrita toda la carga que lleva un avión. Es la relación definitiva de toda la carga que transporta un avión. Debe ser entregado (por los agentes IATA) a las autoridades aduaneras del país de importación, a la llegada del avión al aeropuerto, como paso previo al despacho de importación de mercancías.

* Póliza de fletamento o contrato chárter.

Es un contrato de arrendamiento temporal de un avión completo (Charter party). Es un documento en el cual el propietario de un avión (fletante) y el propietario de una carga determinada (fletador) establecen sus obligaciones y responsabilidades respecto a la utilización del avión completo por parte del fletador para realizar un transporte determinado.

* Split chárter.

Es un contrato charter que incorpora la posibilidad de que el fletador (cargador) pueda subarrendar a otros cargadores una parte de la bodega del avión fletado. Es una póliza de fletamento o un contrato charter que incorpora la posibilidad de subarrendar una parte del avión. Este subarrendamiento lo hacen otros cargadores que alquilan una parte de la bodega que el fletador no ha llenado con su mercancía.

* AWB (Air Way Bill) o conocimiento de embarque aéreo.

Es el documento que recoge el contrato de transporte aéreo internacional y sirve como un justificante de entrega de la mercancía a bordo del avión. Como contrato de transporte internacional, el AWB recoge fundamentalmente:

- ✓ Partes contratantes (transportista, cargador y destinatario).
- ✓ Mercancía transportada (naturaleza, peso, volumen).
- ✓ Itinerario.
- ✓ Medio de transporte utilizado (avión y número de vuelo).
- ✓ Flete (precio del transporte).

En ocasiones el AWB se erige en certificado de seguro de transporte aéreo internacional. Esto último ocurre cuando el cargador contrata el seguro opcional que le ofrece la compañía aérea.



Emitido por los agentes IATA (como agentes de las compañías aéreas), del AWB se emiten tres ejemplares:

- ✓ Un ejemplar para el cargador (que le sirve como justificante de entrega de la mercancía a bordo del avión).
- ✓ Otro ejemplar para la compañía aérea.
- ✓ Un tercer ejemplar (que viaja con la mercancía) para el destinatario de la mercancía, que le permite a éste retirar la mercancía del aeropuerto de destino.

Los representantes de las compañías aéreas, los agentes IATA, son los encargados de emitir y firmar los Air Way Bill (AWB).

La utilización del transporte aéreo internacional en régimen de AWB (Air Way Bill) implica que las compañías aéreas, a través de sus representantes (agentes IATA) establecidos en los distintos aeropuertos del mundo, ofertan sus aviones a una pluralidad de cargadores para que éstos transporten en ellos sus mercancías. Los agentes IATA actúan como detallistas de las compañías aéreas asociadas a IATA.

* AWB house (HAWB).

Es un documento AWB emitido por un agente IATA consolidador dirigido a cada uno de los cargadores (exportadores) de las mercancías consolidadas (agrupadas en una unidad de carga). El HAWB es el documento que relaciona contractualmente a un transitario (agente IATA consolidador) con cada uno de los cargadores (exportadores) de las mercancías consolidadas. Frente a los distintos cargadores, el transitario (agente IATA consolidador) actúa como transportista y asume las responsabilidades del transportista. Por otra parte, el transitario (agente IATA consolidador) figura como único cargador frente a la compañía aérea. Es más, la relación entre agente IATA consolidador y compañía aérea se documenta en el llamado MAWB (master) en el que se recoge la totalidad de la mercancía consolidada.

* AWB master (MAWB).

Es un AWB emitido por un agente IATA consolidador dirigido a la compañía aérea. Es un documento AWB que reúne varios envíos individuales agrupados (grupaje) en una unidad de carga. En los grupajes el MAWB es el documento que relaciona contractualmente a la compañía aérea (porteador) con el agente IATA consolidador (único cargador).

2.1.5 Transporte multimodal.



entro del transporte multimodal se deben utilizar los documentos FIATA, los cuales son:

D

* FCR, Certificado de Recepción del Transitario.

Es el certificado conforme el transitario ha recibido en sus almacenes las mercancías del cargador, para proceder posteriormente a su transporte.

Efectuado por el transitario, éste se lo entrega al cargador, quien, a su vez, se queda con él o lo envía al destinatario. En cualquier caso, sea cual sea su poseedor final, el FCR no puede ser nunca objeto de negociación, ni por parte del cargador ni por parte del destinatario.

* FBL, Conocimiento negociable para el Transporte Combinado.

Es el contrato de transporte internacional multimodal establecido entre el transitario y el cargador, cuando el medio de transporte principal es el transporte por vía marítima. Su operativa y características coinciden con las del FCT. Emitido a la orden, puede ser objeto de negociación por parte de quien lo posee.

* FCT, Certificado de Transporte del Transitario.

Es el contrato de transporte internacional multimodal establecido entre el transitario y el cargador. En su condición de contrato de transporte, el FCT designa a las partes contratantes, la mercancía a transportar, el itinerario de transporte y el precio del transporte.

Efectuado por el transitario, éste se lo entrega al cargador, quien, a su vez, lo envía al destinatario. El FCT puede emitirse con la cláusula “a la orden” (a la orden –sin más– o a la orden del destinatario) o sin la cláusula “a la orden” (al portador –sin más– o nominativo –indicando el nombre del destinatario–).

Emitido con la cláusula a la orden, el FCT constituye un auténtico título de propiedad de la mercancía y, como tal, puede ser objeto de negociación por parte de quien lo posee.

* SDT, Declaración de Cargadores para el Transporte de Mercancías Peligrosas.

Declaración efectuada por el transitario en el transporte internacional multimodal de mercancías peligrosas. En base a esta declaración, el transitario reconoce haber recibido del cargador mercancías peligrosas correctamente acondicionadas, para su posterior transporte.

Esta declaración (emitida por el transitario y entregada al cargador) libera al exportador de la responsabilidad de lo que pueda suceder a las mercancías



durante el transporte. En ese sentido, el transitario asume toda la responsabilidad al respecto.

- * FWR (Forwarding Agent Warrant Receipt).

Acredita la entrega al transitario de las mercancías por parte del cargador, con la finalidad de que éstas (las mercancías) permanezcan depositadas en los almacenes del transitario. El cargador (depositante) entrega sus mercancías al transitario (depositario) y el transitario, paralelamente, hace llegar al cargador un recibo conforme las recibe para custodiarlas. El FWR, emitido a la orden, puede ser objeto de negociación por parte de su poseedor.

- * DDC, Declaración de compromiso.

DDC Freight Process Outsourcing (FPO) is a division of the international DDC Group – one of the world’s leading providers of onshore and offshore data processing and business process outsourcing solutions. DDC’s FPO solutions are designed to help freight operators reduce the costs of critical freight data entry and processing

Using fully customisable SLAs (Service Level Agreements) DDC guarantee not just the accuracy levels of your data but the ever critical processing turnaround times too.

Our solutions typically save customers between 40~60% of existing data processing costs, which in turn helps to minimise the overall cost of keeping your freight moving.

DDC offers a variety of ‘SCAN – PROCESS – ARCHIVE’ solutions specifically designed for the freight industry including, but not exclusively: waybill entry, goods receiving, specials processing (e.g. Hazmat), exceptions handling and freight invoicing.

The combination of DDC FPO’s onshore project management and scanning with its offshore data processing capabilities enables the company to supply fast, accurate, and economical data processing services to businesses around the world.

Established in 1989, the DDC Group is a privately-owned portfolio of companies, with wholly-owned onshore and offshore facilities. The DDC Group has a staff of over 4,500 employees in 12 locations around the world and serves a wide range of markets with unmatched sector expertise.

2.1.6 Otros medios de transporte.

Transporte Intermodal



El transporte intermodal se caracteriza, básicamente, por el transporte de la mercadería en dos o más modalidades, en una misma operación, donde cada transportador emite un documento y responde, individualmente, por el servicio que presta.

La intermodalidad puede reducir costos de otros modos más onerosos en locales de entrega de la mercadería que no puede ser alcanzados por un único medio de transporte, dependiendo de la proporcionalidad de la distancia y de otros factores representados por cada uno de ellos.

2.2 Tráfico nacional y tráfico internacional: tipo de transporte empleado.

Se entiende por tráfico a todos aquellos procedimientos, sistemas regulaciones y reglas llevados a cabo para el desarrollo y movimiento diario de mercancía, que incluye su transportación, manejo, empaquetado, almacenamiento y control para el transporte adecuado de un sitio de la cadena productiva a otro. Así mismo, el tránsito de mercancías debe llevarse a cabo bajo un control fiscal y dentro de la misma se consideran dos modalidades, el tránsito interno y el internacional.

Se refiere a tránsito nacional todas aquellas mercancías que se reciben o trasladan dentro del territorio de la República; considerando las siguientes características:

- * La aduana de entrada envía las mercancías de procedencia extranjera a la aduana que se encargará del despacho para su importación
- * La aduana de despacho envía las mercancías nacionales o nacionalizadas a la aduana de salida para su exportación
- * La aduana de despacho envía las mercancías importadas temporalmente en programas IMMEX a la aduana de salida para su retorno al extranjero.

Dentro del transporte nacional de mercancías se puede observar la utilización principal de dos tipos de transporte, por un lado es el transporte terrestre, que se considera el más sencillo de completar debido a que solo cumple con lineamientos de régimen interno; y por otro el transporte aéreo, el cual tiene como actividad principal despachar el producto en un mismo destino.

Por otro lado, se considera tráfico internacional a todo aquel bien o servicio proveniente de otros países, teniendo por objeto las siguientes características:



- * La aduana de entrada envía a la aduana de salida las mercancías de procedencia extranjera que lleguen al territorio nacional con destino al extranjero
- * Las mercancías nacionales o nacionalizadas se trasladan por territorio extranjero para su reingreso al territorio nacional.

Dentro del traslado internacional de mercancías se puede observar la utilización de diferentes tipos de transporte, los cuales tienen los siguientes beneficios:

Transporte marítimo: Este tipo de transporte es de gran utilidad en el comercio internacional debido a su capacidad de carga y su adaptabilidad para transportar toda clase de productos, de volúmenes y de valores.

Transporte aéreo: La ventaja que tiene este transporte es que los productos que transporta regularmente son sensibles a las condiciones estacionales, por lo que deben llevarse a su destino en periodos de tiempo cortos.

Transporte terrestre: Su importancia se debe a que tiene facilidad de acceso al territorio interno de un país debido a su flexibilidad operativa.

Transporte ferroviario: Este transporte está destinado al transporte en distancias largas y grandes volúmenes de carga; su gran ventaja es que la tarifa que se maneja es regularmente baja.

Transporte multimodal; ya que coordina diferentes modos de transporte y gestiona la movilidad de la carga desde el inicio hasta la recepción en el destino final.

La gran ventaja de esta modalidad del comercio internacional es que reduce costos de transporte y permite comercializar de puerta en puerta, situación atractiva para los importadores.



III. Operaciones de importación y exportación.

3.1 Bases teórico-prácticas de las operaciones del comercio exterior

Vender o comprar fuera de nuestras fronteras implica necesariamente el envío y la recepción de fondos entre un comprador y un vendedor que operan en países diferentes. Las partes acuerdan el medio de pago más adecuado y seguro considerando cuestiones como tipo de mercancía, confianza, país de origen o destino, posición negociadora, etc.

También es el momento de valorar las posibilidades de financiación de la operación de exportación o importación, así como los instrumentos de cobertura del posible riesgo de cambio.

Dados los riesgos existentes en el comercio internacional, se han desarrollado métodos de pago enfocados específicamente a este tipo de transacciones, con el fin de dotar de la necesaria garantía a las mismas por distintas vías: intermediación de entidades financieras, la entrega de mercancía condicionada, etc.

Los instrumentos más representativos del comercio exterior son los siguientes:

El crédito documentario: operación de comercio exterior que se ejecuta mediante la intervención de entidades financieras y que se encuentra garantizada por éstas.

La remesa documentaria: medio de pago basado en el uso de documentos comerciales (ej.: facturas) y financieros (letras de cambio, pagarés, etc.), y en cuya operatoria intervienen entidades financieras.

La remesa simple: similar a la remesa documentaria pero relativa únicamente a documentos financieros.

La transferencia internacional: operación de comercio exterior por medio de la cual el importador da instrucciones a su entidad financiera para efectuar un pago a la vista a favor del exportador.

3.1.1 Anexo 22

Para efecto de este análisis es necesario recurrir directamente a la página oficial donde se encuentra el documento completo acerca del anexo 22, esto para una mejor comprensión y análisis del mismo.



http://www.indetec.gob.mx/News/files/ROG-3SEP13-2013_09_03_MAT_shcp2a.pdf

3.1.2 Llenado de pedimento de exportaciones e importaciones

El pedimento es uno de los documentos importantes dentro del comercio internacional, es por ello que su llenado debe ser hecho con sumo cuidado y especificación, para ello se anexa la siguiente liga, en la cual se podrá obtener toda la información necesaria para la explicación adecuada.

http://www.shcp.gob.mx/LASHCP/MarcoJuridico/documentosDOF/archivos_shcp_dof/rdiversas/rd_020703.pdf

3.2 Documentos para el intercambio y el financiamiento:

3.2.1 Cartas de crédito

El crédito documentario, también conocido como carta de crédito y letter of credit, aunque por su nombre pueda sugerirnos una operación crediticia, no es más que un medio de pago por el que un banco, por orden del importador, se compromete de forma irrevocable a poner a disposición del exportador el importe convenido en factura, condicionándola al cumplimiento fiel y exacto de las condiciones recogidas en el texto del crédito.

Se asemeja a la figura del aval, suponiendo una garantía de cobro para el exportador que cumpla en tiempo y forma con el condicionado recogido en el crédito documentario. El importador, por su parte, tiene la certeza, a través de los documentos recibidos, de que va a recibir la mercancía en el plazo y la forma convenidos.

La entidad emisora paga contra presentación de los documentos, no respondiendo de la calidad, cantidad y estado de la mercancía, siendo operaciones independientes de los contratos firmados por las partes. Se trata, por tanto, de una operación de riesgo que debe ser analizada y aprobada previamente por la entidad que emite el crédito documentario.

Tipos de créditos documentarios:

En la práctica, puede clasificarse como:

- * Irrevocables: No se podrá modificar ningún término del crédito sin acuerdo de todas las partes. Hoy día la totalidad de los créditos documentarios emitidos son irrevocables.



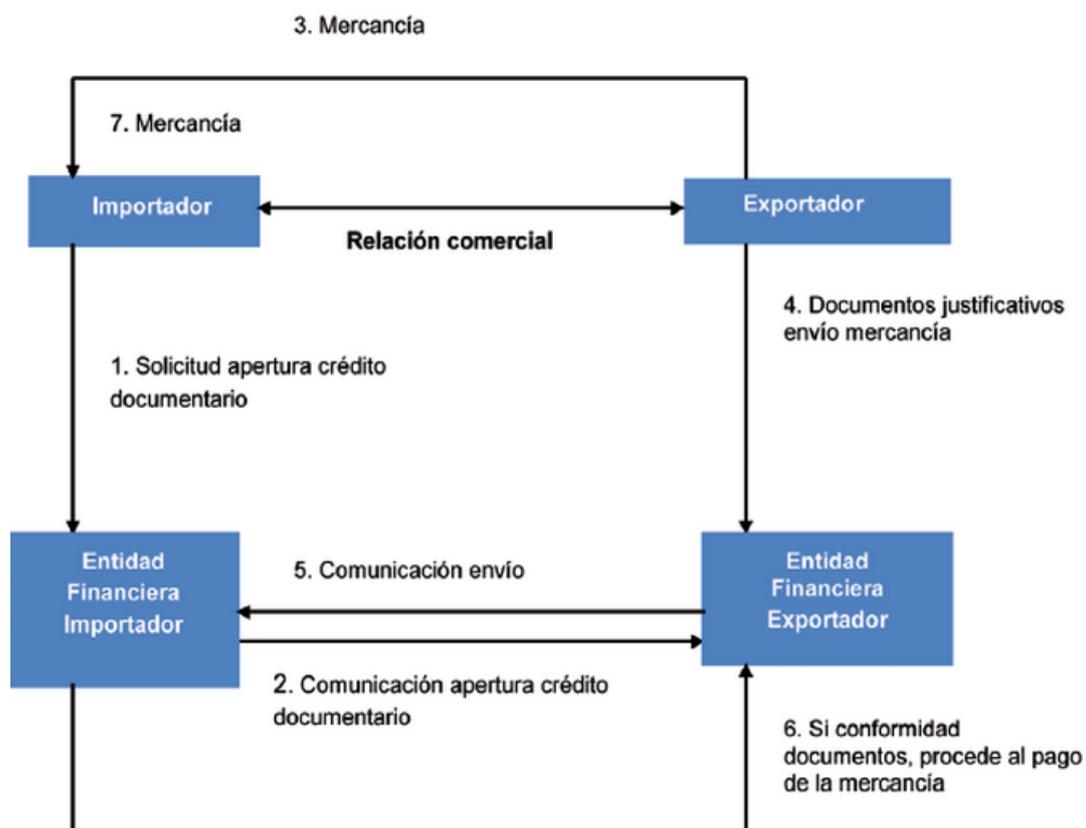
- * **Confirmados:** El banco emisor de un crédito está localizado en un país distinto al del exportador y beneficiario del crédito. El exportador, buscando máximas garantías de cobro, puede exigir la confirmación del crédito por parte de una entidad financiera distinta a la que lo emite, apareciendo la figura del banco confirmador que añade su compromiso irrevocable ante el beneficiario, en las mismas condiciones que el banco emisor, garantizándole que cobrará el importe del crédito si cumple con los términos y condiciones del mismo. Normalmente el banco confirmador suele coincidir con el banco avisador del crédito al exportador.
- * **Transferibles:** Cuando un crédito se abre expresamente como “transferible” se está confiriendo al exportador la posibilidad de transferirlo por su totalidad o parte a favor de uno o más beneficiarios. Es propio de operaciones gestionadas por intermediarios.
- * **A la vista o a plazo:** en función de si el pago debe ordenarse en el mismo momento de la presentación de los documentos o tras el periodo de aplazamiento acordado entre las partes.
- * **Back to back:** cuando el beneficiario del crédito no es el productor de la mercadería y el crédito recibido no es transferible; por lo que el intermediario solicita a su banco que emita un nuevo crédito documentario respaldado por el primer crédito recibido. Así el beneficiario del primer crédito, obtiene en su país la carta de crédito a beneficio de bienes exportados.
- * **Rotativo o renovable:** El crédito se renueva bajo los mismos términos y condiciones y tantas veces como se indique en el crédito, sin que sea necesaria su modificación específica ni la expedición de uno nuevo.
- * **Stand by:** Hace constar que si el importador no paga, lo hará el banco emisor del crédito; es por ello que este crédito es un instrumento para respaldar las obligaciones monetarias del importador.



- * Clausula roja: El exportador se beneficia del importe total o parcial del crédito, previamente a la entrega de la mercancía. Es un tipo de financiación para el exportador que es otorgado a su comprador.
- * Clausula verde: El exportador se beneficia del crédito previo a la entrega de mercancía pero tiene que justificar base documentos que el dinero recibido se destina al cumplimiento de su obligación.

El circuito de un crédito documentario puede esquematizarse como sigue:

Esquema 3.- Circuito de Crédito Documentario



Fuente: Obtenido de la página oficial de fedex.



- * El importador solicita a su entidad financiera la apertura de un crédito documentario a favor del exportador, con indicación del fin del mismo y de las condiciones de la transacción, así como de los documentos que deberá remitir el exportador para acreditar el cumplimiento por su parte del contrato y el envío de las mercancías compradas. La emisión de un crédito documentario de importación supone una operación de riesgo que debe ser previamente analizada y valorada por la entidad del importador. De este modo, el importador dará orden a su entidad financiera para que proceda al pago de la suma convenida con el exportador tan pronto como dicha entidad reciba los referidos documentos.
- * La entidad financiera del importador se pone en contacto con la del exportador a los efectos de indicarle la operación en curso y la apertura del crédito documentario por parte de su cliente.
- * El exportador remite la mercancía al importador en los términos acordados.
- * Tras el envío de la mercancía, el exportador entrega a su entidad financiera los documentos justificativos que acrediten dicho envío, así como cualquier otro documento que hayan estipulado las partes.
- * La mencionada entidad trasladará los citados documentos a la entidad financiera del importador, a los efectos de que ésta compruebe si dicha documentación es la acordada.
- * En caso de que la documentación recibida sea correcta, la entidad financiera del importador ordenará el pago de los importes acordados al exportador, pago que se realizará a través de la entidad financiera de este último. Y todo ello con independencia de que el importador tenga dinero disponible en su cuenta o no. Esto es, abierto el crédito documentario y autorizado por la entidad financiera, ésta se convierte en garante de la operación.



- * El importador, presentando los documentos que le han hecho llegar, procede a la recogida de la mercancía remitida por el exportador en el lugar acordado.

3.2.2 Transferencias interbancarias

Se trata de uno de los medios de pago más utilizados en el comercio exterior, por su fácil tratamiento operativo y su coste respecto a otras opciones de pago o cobro.

En una transferencia internacional el importador da instrucciones a su entidad financiera para efectuar un pago a la vista a favor del exportador.

Pueden realizarse en cualquier divisa convertible y cotizada en los mercados internacionales y en las que exportador e importador tengan expresada la deuda. En ocasiones, su utilización se deriva de las exigencias de la parte vendedora en la negociación, que obligan al pago, total o parcialmente, previo al envío de la mercancía.

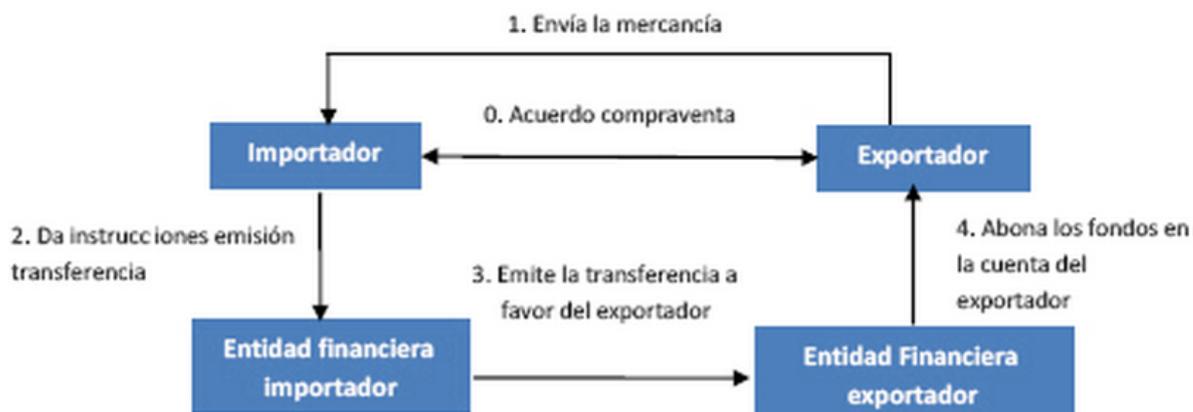
Por el contrario, si prevalece una situación de confianza mutua o se deriva de la posición negociadora del importador, puede expedirse la mercancía con antelación a la recepción del pago. En este caso, el exportador asume el riesgo de que el importador no ordene la transferencia una vez retirada la mercancía.

El circuito es el siguiente:

- * Firma de acuerdo de compraventa, recogiendo entre otras cuestiones el medio de pago utilizado.
- * El exportador embarca la mercancía junto con los documentos necesarios para retirar las mismas.
- * El importador da instrucciones a su entidad para efectuar el pago por transferencia a favor del beneficiario, según los términos recogidos en el acuerdo de compraventa.
- * La entidad del importador emite la orden de transferencia.
- * La entidad del exportador abona los fondos en su cuenta.

Esquema 4.-Transferencias Interbancarias





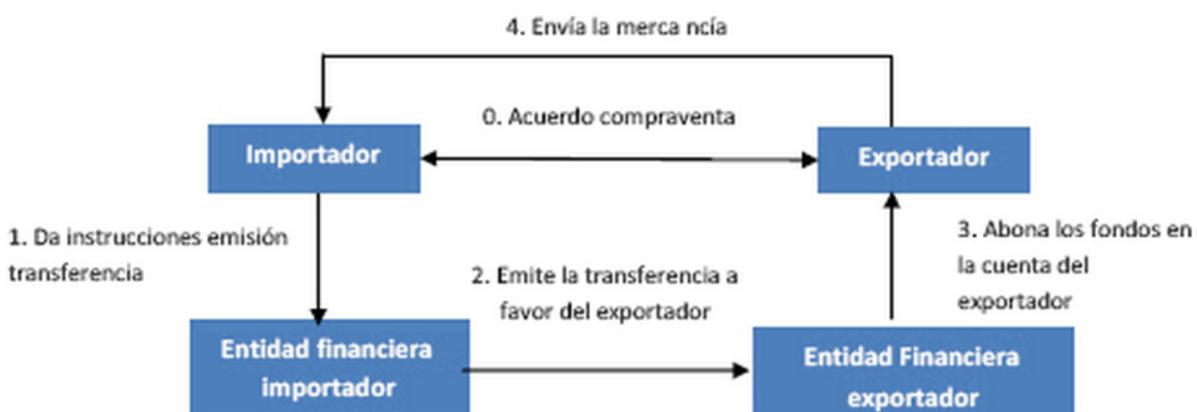
Fuente: Obtenido de la página oficial de fedex.

Por otro lado, en el supuesto de que haya de efectuarse el pago antes de la recepción de la mercancía, el circuito sería el siguiente:

- * Acuerdo de compraventa.
- * El importador da instrucciones a su entidad para efectuar el pago a favor del exportador, total o parcialmente, según condiciones pactadas en acuerdo de compraventa.
- * La entidad del importador emite la orden a favor del exportador.
- * La entidad del exportador abona los fondos en su cuenta.
- * El exportador embarca la mercancía junto con los documentos necesarios para retirarla.

*

Esquema 4. Transferencias Interbancarias (continuación...)



Fuente: Obtenido de la página oficial de fedex.

3.3 Seguros y pólizas en el comercio internacional



Este seguro puede cubrir tanto riesgos comerciales como políticos.

Los riesgos comerciales más relevantes son:

* Insolvencia por quiebra.

- * Convocatoria.
- * Atrasos en los pagos.

Riesgos políticos (cualquier factor ajeno a la capacidad de pagos del comprador):

- * Confiscación.
- * Guerra civil o internacional.
- * Desastres naturales.

Esta póliza permite cubrir tanto bienes como servicios. Incluye la totalidad de las ventas a crédito, sirve como herramienta comercial para flexibilizar las condiciones comerciales (mayores créditos, mayores plazos). Asimismo, permite la apertura a nuevos mercados, sin limitar la capacidad crediticia de sus clientes.

Al proteger el activo “créditos por ventas”, la empresa mejora su balance comercial, facilitando su acceso al mercado financiero. Por otra parte, reduce considerablemente la “previsión para deudores incobrables” y el costo del seguro se considera deducible para el pago de impuestos. Garantiza, además, el flujo de caja.

Principales características:

- * Póliza con vigencia anual.
- * El asegurado tiene acceso a su cartera de clientes ya calificados y monitoreados por la aseguradora.
- * Accede también a la base de datos de la aseguradora para solicitar, calificar e incorporar nuevos cliente o modificar los límites de crédito existentes.
- * Terceriza la gestión de recobro de deudas y su seguimiento.

Las pólizas de Responsabilidad Civil (RC) normalmente comienzan con el siguiente texto: “El asegurador se obliga a mantener indemne al asegurado por cuanto deba a un tercero por los daños ocasionados...”.



Es muy importante aclarar que las pólizas de Responsabilidad Civil no son una cobertura contra todo riesgo. Las emitidas con condiciones estándar no consideran terceros a quienes se encuentran bajo relación contractual. Por este motivo, no cubren los reclamos hechos por clientes o proveedores. Para esto hay aseguradoras que ofrecen pólizas específicas que cubren los riesgos emergentes de la actividad de los Freight Forwarders.

Resulta fundamental, entonces, antes de comenzar a operar, definir los alcances y la responsabilidad que se asume respecto de ellos y de cada uno de los medios y modos de transporte que se vayan a utilizar.

Las coberturas pueden amparar los riesgos desde la puerta misma del local del fabricante hasta su destino final en el local del comprador.

Normalmente, las operaciones de importación/exportación se aseguran mediante pólizas flotantes en base a declaración, donde se informa al asegurador:

- * El movimiento estimado para la vigencia de la póliza,
- * Los montos máximos a transportar en un sólo embarque,
- * Los destinos de la mercadería y la forma de embalaje.

Sobre esta base, el asegurador calcula las primas (costo del seguro) a aplicar y el importador/exportador se garantiza no solamente la cobertura de todos sus movimientos (las declaraciones se pactan a mes vencido), sino que además puede conocer previamente el costo final de su operación.

Dependiendo de la cobertura contratada, la póliza puede amparar cualquier tipo de daño que sufra la mercadería transportada (cobertura de todo riesgo – TR) o solamente aquellos daños que sean consecuencia directa de accidentes al medio del transporte, incluyendo la contribución a la avería gruesa (libre avería particular – LAP). Adicionalmente, se puede pactar con el asegurador la cobertura de riesgos específicos, por ejemplo: carga y descarga, falta de entrega de bulto entero, falta de frío, etcétera.

Entre las principales exclusiones se pueden enumerar:

- * Dolo o culpa grave del asegurado.
- * Derrame o pérdida de peso relacionadas con el tipo de mercaderías.
- * Embalaje deficiente.
- * Vicio propio de la cosa.
- * Demoras / Insolvencia / Incumplimiento de los armadores.
- * Guerra / captura o embargo por autoridades competentes.



Al sólo efecto de hacer más entendible el concepto, acercamos la definición de algunos términos comúnmente utilizados en los contratos de seguros que cubren los riesgos emergentes del comercio exterior.

- * Carga transportada: mercaderías y/o bienes objeto del seguro, propiedad del asegurado o que estén siendo transportadas por su cuenta y riesgo.
- * Interés asegurable: es la relación económica lícita sobre un bien expuesto a un determinado riesgo.
- * Valor asegurable: resulta de adicionar al valor de la carga transportada los costos de fletes, recargos, beneficios esperados, etcétera.
- * Avería particular: cuando se suscita una pérdida parcial de un cargamento asegurado, buque o gastos extraordinarios que se produzcan con ocasión del transporte de la carga o mercancía.
- * Avería común o gruesa: daño intencionado determinado por el capitán del buque para evitar un daño mayor en salvaguarda del interés común.
- * Libre de avería particular: cubre únicamente el riesgo por pérdida total de la carga por incendio, explosión, colisión; gastos incurridos en una arribada forzosa (entrada técnica del medio de transporte en un punto no previsto en su itinerario); gastos o participación en una avería gruesa (sacrificio intencional de parte de la carga o del medio de transporte ante circunstancia de peligro para salvar el resto).



IV. Los INCOTERMS (2010) y los RAFTD.

En términos de negociación, podemos encontrar los INCOTERMS 2010 estos son los más usados a nivel mundial para las negociaciones de mercancía pero no son los únicos también existen RAFTD que son una versión de los INCOTERMS pero con más procesos de exportación. Estos términos de tienen que ser aprobados por la ICC (internacional chamber of commerce).

Los términos RAFTD son aplicados por los norteamericanos cuando los requieren estos fueron establecidos en 1919, fueron actualizados en 1941, estos términos son los más antiguos fueron las bases de los INCOMTERMS. Los RAFTD fueron derogados en 1985 para tal fin de establecer los INCOMTERS para el uso Global. Como lo comentaba Anterior mente los RAFT son utilizados por los americanos pero estos términos no son de uso obligatorio, Los RAFT son adoptados si las dos partes se encuentran de acuerdo al momento de acordar la negociación y estos se plasmará en el contrato establecido.

Tabla 1.- comparación entre INCOTERMS 2000 y RAFTD



INCOTERMS 2000	RAFTD
EXW Incluye envase y embalaje de exportación.	EXW. A negociar la inclusión del envase y embalaje de exportación.
FOB. Marítimo a bordo de la embarcación, en el país de origen y en el puerto de salida.	FOB Multimodal, a bordo de transporte a punto convenido: FOB fabrica. FOB aeropuerto. FOB frontera exportador. FOB frontera importador. FOB punto final.
CFR y CIF Marítimo a bordo de la embarcación, con flete pre-pagado a país destino.	C&F y CIF Multimodal, entrega de mercancía en punto destino, sin embargo se aceptan también en el país del exportador.
FAS Marítimo	FAS. Se emplea también para aéreo.

Fuente: elaboración propia

Es recomendable establecer en los contratos la utilización de RAFTD mirar la siguiente leyenda "Quotation Subject to the Revised American Foreign Trade Definitions 1941"(Cotización sujeta a las Definiciones revisadas de Comercio Exterior Norteamericano 1941).

4.1 Transporte

Dentro de los INCOTERMS 2010 se consideran dos tipos de categorías o tipos de transporte utilizados, Por un lado se encuentra el transporte "multimodal", que incluye la utilización de diferentes tipos de transporte; y por otro lado, el "marítimo y por vías navegables de interior", que es cuando el punto de entrega de la mercancía se encuentra en un puerto.

A continuación se presenta un cuadro en el que se describen las diferentes clasificaciones de los INCOTERMS:



Tabla 2.-INCOTERMS de acuerdo al modo de transporte

Transporte multimodal.	Marítimo y por vías navegables de interior
EXW En fábrica	FOB Franco a bordo
FCA Franco transportista	FAS Franco al costado del buque
CPT Transporte pagado hasta	CIF Coste, seguro y flete
CIP Transporte y seguro pagados hasta	CFR Coste y flete
DDP Entregada, derechos pagados	
DAT Entregada en terminal	
DAP Entregada en el lugar convenido	

Fuente: elaboración propia

4.2 En terminal (DAT Entregada en Terminal (Delivered At Terminal)).

“**E**ntrega en terminal” es un término incorporado con los Incoterms 2010, que supone que, tras la descarga de la mercancía, la entrega de la misma se produce con su puesta a disposición del importador, en la terminal designada, en el puerto o lugar de destino convenido.

Por “terminal” se entiende cualquier lugar, al aire libre o cubierto (ej.: muelle, almacén, terminal de carga área / ferroviaria / de transporte por carretera, depósito de contenedores...), pero conviene especificarlo, detallando incluso el punto concreto de entrega dentro de la terminal.

- * El exportador ha de descargar la mercancía del medio de transporte de llegada a la terminal de entrega.
- * La transmisión de riesgos del exportador al importador se produce en el punto de entrega acordado, dentro de la terminal establecida.
- * Si el exportador y el importador desean que los costes y riesgos asociados al transporte y manipulación de la mercancía desde la terminal hasta otro lugar sean asumidos por el exportador, han de optar por los términos DAP o DPP.
- * Este término reemplaza al DEQ de la versión “Incoterms 2000”.

PRINCIPALES OBLIGACIONES:

Para el exportador:

- * Entregar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa



- * Obtener las licencias / autorizaciones necesarias para exportar y transportar la mercancía.
- * Verificar, embalar, marcar y realizar las inspecciones pre-embarque establecidas como obligatorias por las autoridades de su país (del exportador).
- * Realizar los trámites aduaneros para exportar y transportar la mercancía hasta el país de destino, si procede.
- * Contratar el transporte hasta la terminal, en el puerto o lugar de destino acordado.
- * Suministrar al importador el documento que le permita recoger la mercancía.
- * Facilitar información al importador, por cuenta y riesgo de éste, para la contratación del seguro.
- * Dar todo aviso necesario al importador para que pueda tomar las medidas oportunas para la recepción de la mercancía.
- * Ayudar al importador en la obtención de la información necesaria para la importación y transporte de la mercancía hasta destino; todo ello por cuenta y riesgo del importador.

Para el importador:

- * Pagar el precio establecido en el contrato de compraventa.
- * Obtener, si procede, las licencias de importación y otras autorizaciones necesarias, así como llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para importar la mercancía. Pagar las inspecciones pre-embarque obligatorias, salvo si la obligatoriedad es establecida por las autoridades del país del exportador.
- * Suministrar al exportador (a petición) la información necesaria para obtener el seguro.
- * Avisar al exportador del momento y el punto de recogida de la mercancía en la terminal designada, de forma oportuna y cuando proceda determinarlos.
- * Aceptar el documento suministrado por el exportador para poder recoger la mercancía.
- * Ayudar, si procede y de forma oportuna, al exportador (a petición y por cuenta de éste) para que obtenga la información y documentos necesarios para el transporte y exportación de la mercancía.
- * Recibir la mercancía cuando haya sido entregada en la terminal establecida, en el puerto o lugar de destino acordado.



- * Avisar, oportunamente, al exportador sobre los requisitos de información pertinentes, de cara a que aquel (exportador) pueda suministrarle la documentación e información necesaria para la importación y desplazamiento de la mercancía hasta destino. Los correspondientes costes en que incurra el exportador serán reembolsados por el importador.

4.3 Derechos pagados (DDP (Delivered Duty Paid)).

“Entregada Derechos Pagados” significa que el exportador entrega la mercancía poniéndola a disposición del importador, tras realizar los trámites aduaneros de importación (en el país de destino), lista para ser descargada desde el medio de transporte utilizado, en el lugar / punto de destino acordado.

- * Es el término comercial que conlleva más obligaciones para el exportador y, por consiguiente, obligaciones mínimas para el importador.
- * Es importante que las partes, exportador e importador, especifiquen el punto de entrega dentro del lugar de destino convenido. El exportador asumirá los costes y riesgos hasta ese punto.
- * El exportador puede tener que satisfacer los costes de descarga de la mercancía en el lugar de destino si así lo recoge el contrato de transporte que ha formalizado; a menos que exportador e importador acuerden otra cosa.
- * Los impuestos exigibles para la importación de la mercancía han de ser satisfechos por el exportador, a menos que en el contrato de compraventa se indique otra cosa.
- * Es necesario que el exportador tenga capacidad para realizar los trámites aduaneros necesarios para el despacho de importación en el país de destino. En este sentido, el exportador ha de contar con presencia en el mercado de destino.
- * Si las partes, exportador e importador, prefieren que los trámites y formalidades aduaneras para la importación de la mercancía en el país de destino corran por cuenta del importador, allí establecido, han de elegir el término DAP.

PRINCIPALES OBLIGACIONES:

Para el exportador:



- * Entregar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.
- * Obtener las licencias para exportar e importar la mercancía, así como otras autorizaciones necesarias, si procede.
- * Verificar, embalar, marcar y realizar las inspecciones pre-embarque que sean obligatorias (de acuerdo con la regulación del país de exportación y/o importación).
- * Realizar los trámites aduaneros para exportar, transportar e importar la mercancía en el país de destino, si procede.
- * Contratar el transporte hasta el lugar / punto de destino acordado.
- * Suministrar al importador el documento que le permita recoger la mercancía.
- * Suministrar información, por cuenta y riesgo del importador, para la contratación del seguro por parte de éste.
- * Dar todo aviso necesario al importador para que pueda tomar las medidas oportunas para la recepción de la mercancía.
- * Ayudar al importador (a petición, y por cuenta y riesgo de éste) en la obtención de la información necesaria para el transporte de la mercancía, si procede, entre el lugar de destino convenido y el destino final.

Para el importador:

- * Pagar el precio establecido en el contrato de compraventa.
- * Ayudar al exportador, a petición y por cuenta y riesgo de éste, en la obtención de las licencias de importación y otras autorizaciones necesarias; si procede.
- * Suministrar al exportador (a petición) la información necesaria para obtener el seguro.
- * Avisar al exportador sobre el momento y el punto de recogida de la mercancía en el lugar de destino, de forma oportuna y cuando proceda determinarlos.
- * Aceptar el documento suministrado por el exportador para poder recoger la mercancía.
- * Ayudar, si procede y de forma oportuna, al exportador (a petición y por cuenta de éste) para que obtenga la información y los documentos necesarios para la exportación, el transporte, y la importación de la mercancía en destino.



- * Recibir la mercancía cuando haya sido entregada (lista para ser descargada del medio de transporte) en el lugar / punto de destino acordado.
- * Avisar, oportunamente, al exportador sobre los requisitos de información pertinentes, de cara a que aquel (exportador) pueda suministrarle la documentación e información necesarias para el desplazamiento de la mercancía hasta el destino final (desde el lugar de destino convenido). Los correspondientes costes en que incurra el exportador serán reembolsados por el importador.

4.4 Entrega en muelle (FAS Franco al costado del buque (Free Alongside Ship)):

“**F**ranco al Costado del Buque” significa que el exportador entregará la mercancía colocándola al costado del buque designado por importador, en el punto de carga fijado por dicho importador, dentro del puerto de embarque convenido (siguiendo la práctica operativa de este puerto). También cabe la posibilidad de que el exportador obtenga la mercancía así entregada, al costado del buque, para el embarque; como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena.

- * Este término sólo se puede emplear con medios de transporte marítimo y por vías navegables de interior.
- * Los costes y gastos de manipulación de la mercancía son variables, de acuerdo con la práctica (operativa) del puerto elegido.
- * Si la mercancía es transportada en contenedor, este término debería reemplazarse por el FCA, ya que en ese caso, habitualmente, el exportador entregará la mercancía al transportista en la terminal (no al costado del buque).

PRINCIPALES OBLIGACIONES:

Para el exportador:

- * Entregar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.
- * Obtener las licencias / autorizaciones necesarias para exportar, si procede.
- * Verificar, embalar, marcar y realizar las inspecciones pre-embarque de la mercancía que resulten obligatorias en su país (del exportador).



- * Realizar los trámites aduaneros para exportar, si procede.
- * Poder contratar el transporte, por cuenta y riesgo del importador, si éste lo solicita o si responde a la práctica comercial habitual. Aunque el exportador puede negarse a formalizar ese contrato de transporte, avisando de ello al importador.
- * Suministrar información, por cuenta y riesgo del importador, para que éste contrate el seguro.
- * Avisar al importador, por cuenta y riesgo de éste, de que la mercancía ha sido entregada, o de que el buque no ha podido recogerla en la fecha prevista.
- * Suministrar el justificante habitual de entrega de la mercancía.
- * Prestar apoyo al importador para la obtención del documento de transporte, así como suministrar la información necesaria para la importación y transporte de la mercancía hasta el destino final; todo ello por cuenta y riesgo del importador.

Para el importador:

- * Pagar el precio establecido en el contrato de compraventa.
- * Obtener, si procede y así lo estima oportuno, las licencias de importación u otras autorizaciones necesarias, y llevar a cabo las formalidades aduaneras para la importación y transporte de la mercancía. Además de pagar las inspecciones pre-embarque obligatorias, salvo cuando la obligatoriedad es establecida por las autoridades del país del exportador.
- * Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado.
- * Comunicar al exportador, con tiempo suficiente, el nombre del buque, el punto de carga y, si resulta necesario, el momento en el que ha de entregar la mercancía.
- * Ayudar, de forma oportuna, al exportador (a petición y por cuenta de éste) para que obtenga la información y documentos necesarios para el transporte y exportación de la mercancía.
- * Avisar, oportunamente, al exportador sobre los requisitos de información pertinentes, de cara a que aquel (exportador) pueda suministrarle la documentación e información necesaria para la importación y desplazamiento de la mercancía hasta destino. En este marco, los correspondientes costes en que incurra el exportador serán reembolsados por el importador.



- * Aceptar el justificante de entrega de la mercancía suministrado por el exportador.
- * Recepción de la mercancía cuando se produzca la entrega.

4.5 Diferencias y similitudes entre los INCOTERMS y los RAFTD.

Los RAFTD son los términos de comercio exterior definidos por EE.UU., que al igual que los INCOTERMS tienen el objetivo principal de facilitar el comercio de un país con el resto del mundo, en lo que a transacciones de compra-venta se refieren.

Las diferencias entre estos dos términos están básicamente relacionadas con la delimitación de los compromisos y responsabilidades entre el comprador y el vendedor.

A continuación se presenta un cuadro comparativo en donde se observan las principales diferencias entre estos dos términos del comercio internacional.

Tabla 3.- Diferencias entre los INCOTERMS y los RAFTD.

INCOTERMS	RAFTD
Ex works incluye envase y embalaje de exportación.	Ex Works, se debe negociar la inclusión de envase y embalaje.
FOB (Free on Board), es solo para marítimo (o fluvial), a bordo de la embarcación, en el país de origen o exportación y en el puerto de salida.	FOB es para cualquier medio de transporte (camión, avión, ferrocarril, barco), a bordo del transporte a punto convenido: FOB fábrica (factory), FOB aeropuerto (airport), FOB frontera del exportador, FOB frontera del importador, FOB punto final, entre otros.
CFR y CIF (Cost Insurance and Freight) son sólo para transporte marítimo (o fluvial), a bordo de la embarcación, en el país de exportación.	CFR y CIF se emplean para cualquier medio de transporte; implica entregar la mercancía en el país de destino; sin



	embargo, se aceptan también en el país del exportador.
FAS (Free Alongside Ship), solo para marítimo.	FAS se emplea también para aéreo.
Última revisión en 2000.	Última revisión en 1941.
Exactos.	Las partes los pueden modificar.
Internacionalmente aceptados.	Se siguen usando en Estados Unidos de América por costumbre.

Fuente: *Elaboración propia.*

4.6 Ejercicio de aplicación.

Ejercicio 1:

A) La CIA LLANTAS PELUSA. De BOGOTA está por realizar una importación de llantas para tractores a un cliente de new york, por un valor de us\$43,000.en fábrica:

- * La importación consiste en 200 llantas con pesos de 60 Kg. C/U.
- * El Costo de cargue hasta el buque es de USD550.
- * El costo del descargue del buque (DAT) es USD450.
- * El valor del flete marítimo es de us\$0.10 por Kg.
- * El valor del seguro de la mercancía es el 15% del valor del flete marítimo.
- * El valor de los gastos aduaneros en el exterior es de us\$550.
- * La mercancía pago tributos aduaneros en Colombia así:
 - ✓ gravamen arancelario 20% del valor CIF.
 - ✓ IVA 16% del valor CIF.

La mercancía pago un transporte terrestre desde la empresa fabricante hasta el costado del buque de US\$160 Con los datos anteriores, calcular el precio de la importación y elaborar la factura para los siguientes términos INCOTERMS. FOB - FAS - EX WORK - CIF - CFR -DDP

$$\text{EXW} = \text{COSTO DE LA MERCANCIA EN FABRICA USD43.000.00}$$

$$\text{FCA} = (43,000) + \text{TRANSPORTE INTERNACIONAL (160)} = \text{USD 43.160.00}$$

$$\text{FAS} = \text{FCA (43,550.00)} + \text{GTOS ADUANEROS (550)} = \text{US$43,710.00}$$

$$\text{FOB} = \text{FAS (43,710.00)} + \text{CARGUE AL BUQUE (550)} = 44,260.00$$

$$\text{CFR} = \text{FOB (44.260)} + \text{FLETE (200 X 60) X usd0.10} = (1.200) = 45,460.00$$

$$\text{CIF} = \text{CFR (45,460)} + \text{SEGURO 15\% DE 1200} = (180) = 45,640.00$$

$$\text{DAT} = (45.640.) + 450 = 46,090.$$

$$\text{DAP} = 46,090 + 550 = 46,640$$



$$\text{DDP (46,640) + GRAVAMEN (9.328) + IVA (7,462,40) = 63,430}$$

Ejercicio 2:

La distribuidora de calzado BILLS ubicada en Colombia, llamo a la CIA "NIKE" en Houston -USA, para que le enviara (3) tres contenedores de importación conteniendo 12,000.pares de zapatos (4,000 pares cada uno) en varias fechas, así:

- * Primer Contenedor debe llegar a santa marta en Octubre 31 del 2014 comprometiéndose la compañía NIKE a colocar la mercancía en el lugar de destino del comprador sin pagar los gastos de nacionalización.
- * Segundo contenedor debe llegar a santa marta en Nov. 08 del 2014 pagando la CIA "NIKE" el costo dela mercancía y flete de la misma.
- * Tercer contenedor sale de Houston el 30 de Octubre de 2014 para entregar en el buque INTEROCEANICO sin pagar gastos de nacionalización.

Ejercicio 3:

A) La CIA EL mosquito de BOGOTA está por realizar una importación de LAVADORAS a un cliente de new york, por un valor de us\$78,000 en fábrica:

- * La importación consiste en 120 lavadoras con pesos de 80 Kg. C/U.
- * El Costo de cargue hasta el buque es de USD450
- * El costo del descargue del buque es USD650
- * El valor del flete marítimo es de us\$0.010 por Kg.
- * El valor del seguro de la mercancía es el 15% del valor del flete marítimo.
- * El valor de los gastos aduaneros en el exterior es de us\$350
- * La mercancía pago tributos aduaneros en Colombia así:
 - ✓ Gravamen arancelario 18% del valor CIF IVA 16% del valor CIF

La mercancía pago un transporte terrestre desde la empresa fabricante hasta el costado del buque de US\$120 Con los datos anteriores, calcular el precio de la importación para los siguientes términos INCOTERMS. FOB – FAS – EX WORK– CFR –DDP.



V. Análisis del envase, empaque y embalaje.

La importancia principal que tiene el empaque, embalaje y envase de un producto es la protección del mismo. Para lograr este objetivo es necesario tener en cuenta las características físicas del mismo. A continuación se hace referencia específica de los métodos de protección que se utilizan para el producto.

5.1 Envase.

El envase se caracteriza principalmente por ser aquel recipiente que mantiene contacto directo con el producto y su objetivo es, además de darle una distinción específica, facilitar el transporte del bien. Gracias a esto se puede encontrar una gran gama de materiales con los que se elaboran. Así mismo, se presentan a continuación los diferentes tipos de envase que se encuentran en el mercado.

En general, las funciones del envase son:

- * Contener
- * Proteger
- * Identificación
- * Facilitar el manipuleo
- * Estructurales
- * Logística
- * Mercadológico

5.1.1 Conceptos descriptivos (primario, secundario, terciario).

Envase primario: Es aquel recipiente o envase que contiene o está en contacto con el producto.

Envase secundario: Contiene al empaque primario y tiene como finalidad brindarle protección, servir como medio de presentación y facilitar la manipulación del producto para su aprovisionamiento en los estantes o anaqueles en el punto de venta.



Envase terciario: Puede agrupar varios empaques primarios o secundarios y tiene como finalidad facilitar la manipulación y el transporte de los productos.

5.1.2 Registro de propiedad industrial.

Para llevar a cabo un análisis amplio en el estudio para la protección y registro de la propiedad industrial es necesario tomar en cuenta la siguiente liga que se encuentra en la página oficial de gobernación:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf>

5.1.3 Marcas comerciales. Nominadas e innominadas.

Tipos de marcas.

T* Nominativas. Son las marcas que permiten identificar un producto mediante una palabra o un conjunto de palabras. Deben distinguirse fonéticamente. Los nombres propios de las personas físicas pueden registrarse como marca, siempre que no se confundan con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

* Innominadas. Son figuras que cumplen con la función de una marca. Este tipo de marca puede reconocerse visualmente pero no fonéticamente. Su peculiaridad consiste en ser símbolos, diseños, logotipos o cualquier elemento figurativo que sea distintivo.

* Mixtas. Son marcas que combinan palabras con elementos figurativos que muestran a la marca como un elemento o como un conjunto distintivo.

* Tridimensional. Son las marcas que protegen los envoltorios, empaques, envases, la forma o la presentación de los productos en sí mismos, si éstos resultan distintivos de otros de su misma especie o clase.

Dentro del régimen administrativo de los signos distintivos existen también las siguientes figuras de protección:



- * **Marca Colectiva.** Se puede registrar como marca colectiva cualquier signo distintivo que las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios legalmente constituidos, soliciten para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros que no formen parte de esas asociaciones o sociedades.
- * **Nombre Comercial.** Es cualquier denominación que sirva para distinguir una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios, dentro de la zona geográfica donde está establecida su clientela efectiva.

Tanto el nombre comercial como el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos sin necesidad de registro. No obstante, quien esté utilizando un nombre comercial puede solicitar al Instituto la publicación del mismo en la Gaceta de la Propiedad Industrial, que es el órgano oficial del IMPI, lo cual producirá el efecto de establecer la presunción de la buena fe en la adopción y uso del nombre comercial.

- * **Aviso Comercial.** Se pueden registrar como aviso comercial las frases u oraciones que sirvan para anunciar al público productos o servicios, establecimiento o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, para que el público consumidor los distinga fácilmente.

Asimismo, esta guía muestra los procedimientos para realizar la transmisión de derechos a través de licencias y cesiones y la inscripción de franquicias. Además permite conocer la clasificación internacional de productos y servicios que se aplican como Clases en las solicitudes de registro; por último ofrece información sobre el costo de cada una de estas solicitudes.

5.1.4 Marcas tridimensionales.



on las marcas que protegen los envoltorios, empaques, envases, la forma o la presentación de los productos en si mismos, si éstos resultan distintivos de otros de su misma especie o clase.

S En general, la Doctrina y la Jurisprudencia nacional y andina, define la marca tridimensional como aquella marca constituida por la forma particular o arbitraria del producto o de su envase; se entiende que se trata de un cuerpo con volumen, que como tal, ocupa las tres dimensiones del espacio: altura, anchura y profundidad.

Así tenemos por ejemplo, que el Tribunal del Indecopi “entiende que, de acuerdo con la Doctrina (57), marca tridimensional es aquella constituida por formas particulares de los envases, recipientes, embalajes, u otro acondicionamiento de los productos o de la forma de los mismos.”

La marca tridimensional es aquella forma tridimensional que sirve para identificar y diferenciar productos o servicios de sus similares en el mercado.

Ella puede consistir en formas particulares de los productos, sus envases, envoltorios, empaques o recipientes en general; en formas tridimensionales que distingan productos, pero que no consistan en la forma de los mismos, o en formas tridimensionales aptas para distinguir servicios de sus similares en el mercado.

5.2 Empaque.

El empaque es un sistema diseñado donde los productos son acomodados para su traslado del sitio de producción al sitio de consumo sin que sufran daño. El objetivo también es lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y un consumidor. Ese vínculo deber ser beneficioso para el consumidor y el productor.

El empaque es el contenedor de un producto, diseñado y producido para protegerlo y/o preservarlo adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al consumidor o cliente final; pero además, también es muy útil para promocionar y diferenciar el producto o marca, comunicar la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente.

Clases de empaques de acuerdo a su forma y material:

- * Empaques de cartón corrugado: La resistencia del cartón varia de acuerdo con el tipo de onda utilizado: A (5.0 mm), B (3.0 mm), C (4.0 mm), E (1.5 mm). Son los más utilizados para el transporte y protección de productos a nivel local y para exportación. Envasado de calzado,



frutas y hortalizas, artesanías, decoración, maquinaria industrial, electrodomésticos, mercancías a semigranel, entre otros.

- * **Empaques de plástico:** Encontramos empaques plásticos con materias como el PET, PEAD, PP, PVC, entre otros. Estos recipientes tipo bolsas, frascos, tubos, cajas, botes, bandejas, etc., son normalmente utilizados para el envasado de alimentos, cosméticos, productos de aseo, aceites, etc. Ofrecen mayor resistencia y protección al producto.
- * **Empaques metálicos:** Los dos principales materiales para la elaboración de empaques y embalajes metálicos son el acero y el aluminio. Ofrecen mayor resistencia y protección al producto y se utilizan principalmente para empaçar alimentos.
- * **Empaques de vidrio:** En este material, los empaques más usuales son las botellas y los frascos. Sirven para contener una gran variedad de productos como bebidas, alimentos (salsas, compotas), cosmética, farmacéutica, entre otros.

5.2.1 Marcaciones (De expedición, informativas y de manipulación).

Entenderemos como señalización de carga a la acción de etiquetar y marcar la carga para su transporte o almacenaje. La importancia de la señalización radica en que ella permite que la mercancía se pueda identificar en cualquiera de las etapas de la logística, de esa manera, las personas o equipo que manipule las mercancía podrá identificarlas y saber la forma en cómo se debe de proceder adecuadamente con ellas.

Es también importante ya que permiten un momento dado deslindar responsabilidades en caso de reclamaciones por robos, extravíos o averías. De tal manera que la compañía aseguradora pueda hacer un análisis adecuado que le permita resarcir el daño a la parte afectada y reclamar por vía legal a los responsables del siniestro. Por ello es importante que el estudiante esté debidamente capacitado en este rubro y pueda identificar perfectamente los tipos de señalizaciones que deben de llevar sus productos previamente al envío por cualquier medio de transporte.

Los tipos de señalización de carga se pueden dividir en tres grandes universos: Señalizaciones o marcas de expedición, señalizaciones de manejo



y señalizaciones de precaución. Existen tres tipos de marcas para el transporte de mercancía, estas son:

Marcado estándar o de expedición: Contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etcétera.

Marcas informativas: Es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.

Marcas de manipulación: Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.

5.3 Embalaje.

El embalaje sirve para proteger el producto o conjunto de productos que se exporten, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que lleguen a manos del destinatario sin que se hayan deteriorado o desperdiciado, desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

Este tiene la facilidad y la afinidad de agrupar a los envases y empaques cuando son objetos valiosos o pesados lo cual facilita su manejo, almacenamiento, transporte y distribución. Por lo general los embalajes están diseñados para ser manejados por montacargas, grúas o algún otro equipo mecánico y en algunas ocasiones también sirven como empaques.

Las funciones principales del embalaje son:

- * Unificación: El embalaje permite agrupar varios productos en un solo bulto, para con ello, asegurar el producto para un fácil manejo y manipulación. Agrupación de embalajes en una carga compacta de mayor tamaño, para ser manejada como una sola unidad, reduciendo superficies de almacenamiento, facilitando operaciones de manipulación de mercancías y favoreciendo labores logísticas. La unificación ofrece muchas ventajas, entre ellas:
 - ✓ Permite un mejor marcado de los bultos
 - ✓ Permite una mejor identificación de las mercancías
 - ✓ Da mayor protección a los productos
 - ✓ Facilita el almacenamiento.



- ✓ Permite el ahorro de espacio en las bodegas
- ✓ Evita pérdidas y robos.
- ✓ Facilita las maniobras de carga y descarga de los contenedores.
- * **Protección:** Es conveniente que no olvidemos que el Profesional Técnico en Tráfico y Tramitación Aduanal es la persona responsable del buen manejo y acondicionamiento de las mercancías. Y por supuesto, de que las mismas lleguen en buen estado.

Siempre deberemos de embalar las mercancías de tal manera que ellas “puedan cuidarse solas”. Nosotros deberemos asegurarnos que el embalaje que le pongamos a los productos sea de las características que le proporcionen protección a nuestra mercancía.

- * **Transporte:** La unificación facilita el transporte de las mercancías, hace más seguro el viaje tanto para la carga como para el transporte y reduce al máximo las posibilidades de un siniestro.

Cabe mencionar que las empresas aseguradoras muchas ocasiones desisten la indemnización cuando las mercancías no fueron correctamente embaladas.

5.3.1 Tipos de embalajes.

Los embalajes se clasifican de acuerdo al material con el que se encuentren elaborados, como se muestra en seguida:

- * **MADERA:** Utilizada para bandejas, huacales, cajas, tarimas; es una de las materias primas más importantes empleadas en los embalajes para el transporte de los países en desarrollo.
- * **PLASTICO:** Proporciona importantes soluciones a los problemas del embalaje para el transporte internacional. Las bolsas de polietileno o polipropileno, substituyen a los sacos de diversas clases textiles. Se utilizan bolsas de plástico de película sólida para el transporte de químicos, fertilizantes, así como para algunos productos agrícolas. Las películas plásticas se utilizan en algunos contenedores para protección climática de algunas mercancías.
- * **VIDRIO:** Este se fabrica utilizando principalmente sosa, arena Sílice y cal con él se manufactura diferentes tipos de envases tales como: botellas, botellones, damajuanas. *damajuana = recipiente de vidrio con asas y sirve para transportar líquidos, alcohol, corrosivos.



- * **CARTON:** Es sin lugar a dudas un excelente material de embalaje para transportar todo tipo de materiales secos. Se utiliza como envase primario o secundario. Es muy versátil. Es reutilizable. Es reciclable.
- * **FIBRAS TEXTILES:** De este material se fabrican sacos, bolsas, redes, lazos, y se dividen en 2 grupos sintéticos y naturales:
 - ✓ Sintéticas (sacos, redes, lona).
 - ✓ Naturales (algodón, lana).
- * **METAL:** Es un material estructural el cual se desarrolla sosteniendo ciertas temperaturas que permiten la conservación de algunos productos. Un grupo particular de materia de embalaje, es el de los derivados del acero, como son los tambores. Actualmente es un embalaje de mucha utilidad para transportar combustibles líquidos y aceites. Los contenedores son elaborados en acero o aluminio. Los cilindros de gas, pallets metálicos, cajas, rejas, etc.
- * **PAPEL:** Con él se manufacturan principalmente bolsas de todo tipo y tamaño y es también utilizado como materia de acondicionamiento para envolver artículos para su transportación.



VI. Administración logística.

6.1 Intermediarios y alianzas.

La presión competitiva ha hecho que muchas compañías se vuelvan a concentrar en sus habilidades centrales y compren fuera lo que otros pueden hacer mejor, lo que se conoce como outsourcing o subcontratación. La regla económica básica es que una compañía debe hacer contratos de outsourcing cuando los beneficios de que otra compañía haga el mismo trabajo sean mayores que los costos de supervisar al proveedor.

Los intermediarios son las personas o compañías que están “en medio” en el mundo de la logística; ofrecen servicios para ayudar en el proceso logístico. Proveen una amplia y creciente variedad de servicios entre el consignatario y el destinatario; éstos se están volviendo indispensables a medida que las compañías tratan de ganar una completa ventaja de la logística y porque ha habido una fuerte tendencia a contratar parte del trabajo.

Tipos de intermediarios:

Los siguientes son los principales tipos de intermediarios, no se toma como una lista definitiva por que se toman en cuenta las cambiantes necesidades que resultan en una nueva compañía y nuevos servicios que ofrecer.

- * Agentes de transporte de carga: conocidos como activadores de carga, los agentes de transporte son en el mundo del transporte lo que las agencias de viajes en el mundo de los viajeros. Cuando se tiene una carga que necesita transportarse a algún lado, estos agentes consideran el origen y el destino, sus características para manejo especial, y hacen los arreglos para su transporte y ruta. Estos agentes encuentran el modo y la ruta de transporte más efectivos en costo.
- * Consolidadores: Estos toman cargamentos pequeños y los consolidan en uno grande. Este se usa para carga intermodal, para llenar un contenedor.



- * Asociaciones de consignatarios: son organizaciones usualmente sin propósito de lucro, en los cuales los consignatarios se integran para tener más fuerza en las negociaciones con los transportistas.
- * Compañías de administración de exportaciones y compañías de comercio de exportación: estas asisten a otras compañías en promover sus productos en los mercados extranjeros. Este es un servicio valioso para las compañías que pueden ser las mejores en su ramo, pero no tienen experiencia en mercadotecnia internacional y logística.

6.2 Administración y tipos de inventarios.

Los modelos de control de inventarios tiene como finalidad, analizar la cantidad por pedir y el período de suministro óptimos, de modo que se minimicen los costos y se cumpla con la promesa de venta. Sin embargo, como cualquier modelo de bases matemáticas, su aplicación no es tan fácil, pues la valoración de todas las variables del “mundo real” es prácticamente imposible y, en particular, la coordinación de inventarios entre el eslabón fabricante–distribuidor (problema central de este trabajo).

El problema de los inventarios radica en que las empresas tratan de optimizar individualmente sus beneficios, muchas veces sin tener en cuenta el efecto que causa a su cliente o proveedor, y se pierden características esenciales del análisis: el intercambio de información adecuada y de control centralizado [16], la comunicación y la coordinación entre las etapas de la cadena de suministro.

Algunas de las opciones que tiene la organización para realizar la coordinación proveedor–cliente son:

- * Reducir costos sin cambiar las políticas de abastecimiento.
- * Introducir nuevos equipos para el manejo de materiales.
- * Definir políticas de inventario conjuntas.
- * Obtener descuentos gracias a los supuestos de lotes económicos.
- * Definir relaciones de colaboración a largo plazo por medio de contratos, precios fijos y apoyo a la innovación.



- * Considerar estrategias de suministro como épocas de resurtido e inventarios administrados por el vendedor. Precisamente esta última estrategia es la que se describe a continuación.

Cuando las actividades clave residen principalmente en el proveedor o el fabricante, se puede considerar los siguientes elementos para iniciar la aplicación del control de inventarios:

- * Recopilación de información: obtención de datos de las salidas de almacén de los minoristas y de los puntos de venta.
- * Previsión de ventas: se hace sobre las salidas de los centros de distribución y sobre el análisis de los informes de ventas detalladas.
- * Previsión de pedidos: está a cargo del fabricante y se hace sobre los niveles de inventario y los costos de transporte acordados, lo cual permite planificar las salidas.
- * Generación de pedidos: esta actividad la realiza el proveedor para reabastecer el inventario.
- * Entrega de pedidos: es la entrega del pedido al minorista.

En la medida en que la cadena de abastecimiento incrementa su sofisticación e integración, el control de inventarios puede ser una buena solución para lograr una ventaja competitiva y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro, economizando en inventario. El proveedor y el comprador comparten beneficios comunes como disminución de errores en los datos de entrada, mejor velocidad en los procesos y mejor nivel de servicio; y con el ahorro de tiempos, se logra que la empresa se centre en las actividades estratégicas. Sin embargo, siempre será imprescindible analizar aspectos como la restricción de capacidad del proveedor, la incertidumbre de la demanda y los plazos de entrega, para que los beneficios del sistema se produzcan realmente.

6.3 Cadena de suministro.



A supply chain consists of all parties involved, directly or indirectly, in fulfilling a customer request. The supply chain not only includes the manufacturer and suppliers, but also transporters, warehouses, retailers, and customers themselves. Within each organization, such as manufacturer, the supply chain includes all functions involved in receiving and filling a customer request. These functions include, but are not limited to, new product development, marketing, operations, distribution, finance, and customer service. A typical supply chain may involve a variety of stages. These supply chain stages include:

- * Customers.
- * Retailers.
- * Wholesalers/Distributors.
- * Manufacturers.
- * Component/Raw material suppliers.

If we take the view that Supply Chain Management is what Supply Chain Management people do, then in 1997 Supply Chain Management has a firm hand on all aspects of physical distribution and materials management. Seventy-five percent or more of respondents included the following activities as part of their company's Supply Chain Management department functions:

- * Inventory management.
- * Transportation service procurement.
- * Materials handling.
- * Bound transportation.
- * Transportation operations management.
- * Warehousing management

Moreover, the Supply Chain Management department is expected to increase its range of responsibilities, most often in line with the thinking that sees the order fulfilment process as one co-ordinated set of activities. Thus the functions most often cited as planning to formally include in the Supply Chain Management department are:

- * Customer service performance monitoring.
- * Order processing/customer service.
- * Supply Chain Management budget forecasting

On the other hand, there are certain functions which some of us might feel logically belong to Supply Chain Management which companies feel are the



proper domain of other departments. Most difficult to bring under the umbrella of Supply Chain Management are:

- * Third party invoice payment/audit.
- * Sales forecasting.
- * Master production planning.

The future for Supply Chain Management looks very bright. This year, as well as last year, two major trends are benefiting Supply Chain Management operations. These are:

- * Customer service focus.
- * Information technology

Successful organizations must be excellent in both of these areas, so the importance of Supply Chain Management and the tools available to do the job right will continue to expand.

Supply Chain Management becomes a tool to help accomplish corporate strategic objectives:

- * Reducing working capital.
- * Taking assets off the balance sheet.
- * Accelerating cash-to-cash cycles.
- * Increasing inventory turns, and so on.



Conclusión

Como se pudo anotar a lo largo de estos apuntes, la logística en el comercio actual es, más que una práctica profesional, una necesidad para el comercio actual; ya que si bien ayuda a mejorar el sistema de transferencia de mercancías en los diferentes niveles de la cadena de distribución, también permite cumplir con el justo a tiempo frente a los consumidores, lo que significa llevar el producto a sus manos en el tiempo, espacio y en condiciones adecuadas para su consumo.

Cuando se habla de logística, sobre todo en el ámbito internacional, es necesario hacer referencia a todos aquellos eslabones que conforman la cadena de distribución y sobre todo aquellos métodos de transporte que se utilizan en el movimiento de mercancías alrededor del mercado. Si bien se observa una creciente comercialización en el ámbito internacional, se presentan un conjunto de documentación que permiten elaborar el comercio de manera adecuada y sobre todo saber cuáles son los métodos que se utilizaran para el transporte internacional.

Así mismo, cuando se habla de comercio internacional en materia logística es importante mencionar lo que son los INCOTERMS, que van a ser los que definan las responsabilidades sobre la mercancía comercializada.

En general, la logística resulta ser un tema muy amplio de estudio debido a todos los términos e implicaciones que representa principalmente en el comercio, sin embargo, la adecuada utilización y práctica de la misma permite llevar a cabo movimientos específicos y de gran satisfacción a lo largo de la cadena de suministros.

Así mismo, permite un ambiente organizado y de amplia comunicación entre los integrantes de cualquier empresa, dicho de otro modo, armoniza adecuadamente los enlaces y puntos de acceso de cualquier empresa ya sea en el ámbito interno de un país como en el internacional del mercado.



Referencia bibliográfica

Antún, J. (1995). “Logística: una visión sistémica”, Instituto Mexicano del Transporte y Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Recuperado de: <http://imt.mx/archivos/Publicaciones/documentotecnico/dt14.pdf>

Bowersox, D (2013), “supply Chain Logistics Management”, Mc Graw Hill, cuarta edición, pag 419–452.

Chase, R, (2014), “ Administración de Operaciones: Producción y Cadena de Suministro”, Mc Graw Hill, 13° Edición, capítulo 17.

Chopra S. (2013). “Administración de la Cadena de Suministro”: Estrategia, Planeación y operación”, Quinta Edición, Pearson, Capítulo 14.

Coyle, (2013), Administración de la Cadena de suministro: Una perspectiva Logística”, Cengage Learning, novena edición.

DDC FPO back at Multimodal (s.f.). En Multimodal 2015. Disponible en: <Http://www.multimodal.org.uk/htm/c20130116.735495.htm>

Garrido E. (2012). “Definición de tráfico aéreo”. Disponible en: <Http://eduardotraficoaereo.blogspot.mx/2012/01/definicion-de-traffic-aereo.html>

Joya, D. (2012, 29 de enero). “Logística directa e inversa”. *E-Logística*. Recuperado de: <Http://e-logistica.bligoo.com.co/logistica-directa-e-inversa>

Medina J. (s.f.). “Empaque primario, secundario y terciario” (en línea). Disponible en: <http://proempa.blogspot.mx/2010/08/empaque-primario-secundario-y-terciario.html>

Olamendi, G. (2010, 07 de Septiembre). “¿Distribución directa o indirecta?”. *Pymes y Autónomos*. Disponible en: <Http://www.pymesyautonomos.com/management/distribucion-directa-o-indirecta>

Ronald H. Ballou (2004) Business Logistics Management: Supply Chain Management. Planning, Organizing, and Controlling the Supply Chain, Prentice-Hall Internat., – 789 páginas

UNAM (s.f.) “Logística”. Disponible en: <Http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/descargas/documentos/catedra/loginver.pdf>



Villegas, K. (s.f.). "Concepto de logística". Disponible en: <Http://sistemasdetrazabilidad.wikispaces.com/file/view/concepto-logistica-11978.pdf>

Otros links

¿Cuáles son los documentos utilizados en transporte marítimo? (s.f.). En plan cameral de las exportaciones. Disponible en: <Http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/ec81e34f-488c-4ca8-8fef-3858da2ab5a5>

¿Cuáles son los documentos utilizados en transporte aéreo? (s.f.). En plan cameral de exportaciones. Disponible en: <Http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/c9548337-b543-4a18-b514-be4eff3cdad8>

Documentos de transporte (s.f.). En International Trade eLearning Suite for SMEs-InTeLS. Disponible en: <Http://intels.biz/cours/view/440>

Régimen de tránsito de mercancías (s.f.). En Servicio de Administración Tributaria. Disponible en: Http://www.aduanasnet.sat.gob.mx/aduana_Mexico/2008/importando_exportando/142_18097.html

VI cómo negociar para exportar: diferencias entre los incoterms y los raftd (en línea). fecha de consulta 18/junio/2014. disponible en: http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Interactivos/Capacitacion_virtual/Formacion_integral_para_exportar/curso6/6-06.htm

Tipos de marcas que existen (s.f.). En poder jurídico LTDA. Disponible en: http://www.poderjuridico.com/index.php?Option=com_content&view=article&id=78&Itemid=75

Tipos de embalaje (s.f.). En Tiposde.org Portal Educativo. Disponible de: <http://www.tiposde.org/general/583-tipos-de-embalaje/>



Logística (s.f.). En La logística en función de las empresas “proyecto logros”. Disponible en: <http://monze25.wordpress.com/2010/04/22/capitulo-3-logistica/>

Operación aduanera en el ámbito empresarial (s.f.). En Conocer: conocimiento, competitividad, crecimiento. Disponible en: <Http://certificacioncomce.mx/EC0243%20DOF19102012.pdf>

