ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Universidad Tecnológica de El Salvador

VICERRECTORIA ACADÉMICA

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

TEMA:

"OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACION DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPOSITO."

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

VILMA CELINA AYALA
YESENIA ESMERALDA BARAHONA GRIMALDI
LILIAN MARINA NIETO COREAS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN MERCADOTECNIA

NOVIEMBRE, 2003

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO:

Por haberme dado la sabiduría y la fortaleza para que fuera posible alcanzar este triunfo.

A MI MADRE:

Por su cariño, su apoyo, su dedicación y empeño por ayudarme a ser una persona mejor cada día. Por tanto esfuerzo para que yo alcanzara este triunfo.

A MI PADRASTRO:

Por su apoyo incondicional, por toda la ayuda que me ha brindado para salir adelante.

A MIS ABUELOS:

Por su cariño tan especial y su confianza de siempre.

A MIS HERMANOS:

Por su cariño, apoyo y comprensión.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS:

Por todo el tiempo compartido a lo largo de la carrera, por su comprensión y paciencia para superar tantos momentos difíciles.

A TODOS MIS FAMILIARES Y AMIGOS:

Que de una u otra manera estuvieron pendientes a lo largo de este proceso, brindado su apoyo incondicional.

Vilma Celina Ayala

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO

Infinitas gracias a Dios Todopoderoso por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera, por proveerme de todo lo necesario para salir adelante y por todo lo que me ha dado.

A MIS PADRES

Mil gracias por el apoyo incondicional que me brindaron por todos los sacrificios que hicieron a lo largo de mi carrera, así como su comprensión y paciencia en momentos difíciles que tuvimos.

A MIS HERMANOS

Por todo el apoyo brindado, por su comprensión y cariño.

A MI SOBRINA

Por recibirme cada día con un abrazo y un beso, para calmar mis preocupaciones.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS

Porque a pesar de todos los momentos difíciles que tuvimos pudimos salir adelante con nuestros traabajo, por su paciencia, comprensión y cariño.

A TODA MI FAMILIA

Ya que estuvieron apoyándome a lo largo de mi carrera y dándome fuerzas para seguir adelante.

A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO

Por todo su apoyo, cariño, comprensión y la paciencia que me tuvieron en los momentos más difíciles.

Lilian Marina Nieto

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO:

Por ser mi creador, el motor de mi vida, por no haber dejado que me rinda en ningún momento e iluminarme para salir adelante, porque todo lo que tengo, lo que puedo y lo que recibo es regalo que él me ha dado.

A MIS PADRES:

Mi padre **ROSALIO BARAHONA**, por apoyarme siempre y estar junto a mí cuando lo necesito, por ser un excelente PADRE, mi madre **NELLY DE BARAHONA**, por ser la mejor del mundo y por desempeñar muy bien su rol.

A MIS HERMANAS:

Lorena y Patricia, por incluirme siempre en sus oraciones.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS:

Lilian y Celina por haber logrado juntas este triunfo y por ser unas muy buenas amigas.

A MIS AMIGAS:

Que siempre me apoyaron en todo y me dieron confianza en mi misma en todo momento Paty, Sari, Marta y Cande.

A TODOS MIS FAMILIARES:

Y a todo aquel que de una u otra manera estuvieron pendientes del desarrollo de mi trabajo de graduación.

Yesenia Barahona.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

INDICE

INTRODUCCIÓN ……..……i

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

1. Los Almacenes Generales de Depósito (AGD´S)…….. ……..1
   1.1. Concepto de Almacenes Generales de Depósito……1
   1.2. Antecedentes de los Almacenes Generales de Depósito……...1
   1.3. Funciones de los Almacenes Generales de Depósito ……...…….2
   1.4. Ventajas del Servicio de Almacenaje……...…….…….3
   1.5. Servicio de Desconsolidación de Carga ……...…..……4
2. Introducción a la Mercadotecnia ……...7
3. Mercadeo Relacional……11
4. Logística y Distribución ……..14
   4.1. Concepto ……..14
   4.2. Evolución de la Logística ……16
   4.3. Naturaleza e Importancia de la Logística ……19
   4.4 Misión de la Logística.…… 20
   4.5. Funciones de la Logística ……20
   4.6. Determinantes en el Proceso Logístico …….. …….. 24
   4.7. Cómo Seleccionar un Operador Logístico …….. …….. 25

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

4.8. Interacción entre Marketing y Distribución Física . ……. 28
4.9. La Dirección de Marketing y la Distribución Física ……...……28
4.10. Fuerzas del Mercado que Influyen en la Distribución Física ……30
4.11. Sistemas Típicos de Distribución Física ……...30
4.12. Costos de la Distribución…….…... 31
4.13. Elementos de los Costos de la Distribución ……..32
5. Administración Logística Integrada ……32
6. El Outsourcing como otra Alternativa de Logística y Distribución……35
6.1. Concepto ……..35
6.2. Razones para Adoptar el Outsourcing ……35
6.3. Ventajas del Outsourcing ……...…. 36
7. El Almacenaje …… 36
7.1. Concepto de Almacenaje ……36
7.2. Evolución del Almacenaje……37
7.3. Funciones del Almacenaje……39
7 .4. Clasificación de los Almacenes ……. 40
7.5. Objetivos del Almacén …… 42
7.6. Estructura del Almacén…… 43

8. Comercio Internacional ……. 46

8.1. Concepto de Importación …… 46
8.2. Tipos de Importación que Existen ……...46
8.3. La Importación Dentro de la Economía……47
8.4. Concepto de Documentación Internacional……..…47
8.5. Principales Documentos Utilizados en Comercio Internacional……..47
8.6 Transporte Internacional de Carga y Seguro……49
8.7. Transporte Marítimo ……50
8.8. Transporte Aéreo ……53
8.9. Transporte Terrestre ……...56

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

8.10.Transporte Multimodal ……..…….58
9. Términos de Comercio Internacional (Incoterms)……...58
9.1. Concepto de Incoterms ……...59
9.2. Propósito de los Incoterms…….. 59
9.3. Principales Características de los Incoterms…….60
9.4. Términos de Comercialización más Utilizados…….61
10. Marco conceptual sobre la optimización del servicio de desconsolidación de carga en los almacenes generales de depósito…….68
11. Marco legal sobre la optimización del servicio de desconsolidación de carga en los almacenes generales de depósito…….72

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LA OPTIMIZACION DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

1. Objetivo de la Investigación ……..78
1.2. Objetivo General ……...78
1.3. Objetivos Específicos ……...78
2. Metodología de la Investigación ……79
2.1. Tipo de Investigación ……..79
2.2. Diseño de la Investigación……79
2.3. Descripción de las Unidades de Análisis……..80
2.4. Sujetos de Estudio…… .81
2.5. Tamaño de la Muestra…….. 81
2.6. Técnicas de Recolección de Datos……83

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

2.7. Descripción de los Instrumentos……...84
2.8. Fuentes de Recolección de Datos……..……...84
2.9. Presentación de Resultados de Investigación de Campo……..…… ..….84
2.10. Conclusiones de Resultados de la Investigación de Campo……. ….. 115

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

1. Objetivos de la propuesta…….……. 117
1.1. Objetivo General…….…....117
1.2. Objetivos Específicos……..…117
1.3. Importancia de la Propuesta……118
2. Análisis FODA realizado a los Almacenes Generales de Depósito……..….. 119
3. Desarrollo de la propuesta……..……..121
3.1. Propuesta de manual estratégico……..… 121
3.2. Propuesta de estrategia de capacitación…….. 135
3.3. Propuesta de sistema de facturación……137
3.4. Distribución de área……138
4. Recomendaciones…….……...145

BIBLIOGRAFIA

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

ANEXOS

- Programación e Inversión aproximada para capacitación de personal
- Presupuesto
- Glosario de Términos
- Cuestionario para Consolidadores
- Cuestionario para Usuarios del Servicio de Desconsolidación
- Guía de Entrevista dirigida a Gerentes de Almacén

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

INTRODUCCION

Todas las empresas ya sea que se dediquen al comercio de bienes o de servicios, deben desarrollar ventajas competitivas, que les permitan sobresalir de entre su competencia, a través del logro de la preferencia y posicionamiento por parte de sus clientes. Para lograr esta tarea, se mantienen en la actividad constante de lograr mayor presencia en nuevos mercados, sin importar las fronteras; dando lugar a las importaciones y exportaciones.

En lo que a importaciones se refiere, la mayoría de empresas dedicadas a la comercialización de productos tangibles, no cuentan con las instalaciones necesarias y adecuadas para ejercer la actividad del almacenaje; con la inquietud de tener siempre disponibles sus productos en el momento y lugar adecuados para mantener su mercado y lograr captar nuevos clientes; dichas empresas, se ven en la necesidad de optar por los servicios que ofrecen los Almacenes Generales de Depósito, los cuáles se han tomado como base de estudio.

El presente trabajo se denomina “Optimización del Servicio de Desconsolidación de Carga en los Almacenes Generales de Depósito”. Se ha realizado con la finalidad de proporcionar al sector importador una guía que les permita conocer la forma de importar a través de la consolidación de carga.

Para brindar al lector una mayor comprensión sobre el contenido de dicho trabajo, a continuación se proporciona una breve reseña de todo el documento el cuál se compone de tres capítulos. En el primer capítulo, que corresponde al marco teórico, se ha considerado temática relacionada al almacenaje y desconsolidación de carga, es así como se han desarrollado algunos ítems como: Información General de los Almacenes

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Generales de Depósito, Introducción a la Mercadotecnia, Logística y Distribución, Outsourcing, Almacenaje, Comercio Internacional, Transporte Internacional, así como también Términos de Comercio Internacional.

El segundo capítulo comprende la investigación de campo, la cuál se dirigió al Gremio de Almacenes Generales de Depósito, a las empresas consolidadoras y a los usuarios del servicio de desconsolidación. En este capítulo se presentan los objetivos de la investigación de campo, así como el desarrollo de la metodología de la investigación, la recolección, análisis y presentación de resultados. También se presentan las conclusiones obtenidas del desarrollo de dicho capítulo.

El tercer capítulo corresponde a la propuesta de optimización del servicio de Desconsolidación de Carga, para lo cuál se presentan los objetivos de dicho capítulo, la importancia, análisis situacional utilizando la herramienta FODA, se presentan además estrategias que ayuden a estandarizar el servicio en el área de desconsolidación en los cuatro Almacenes Generales de Depósito.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

1. Los Almacenes Generales de Depósito (AGD´S)

1.1. Concepto de Almacenes Generales de Depósito

Son aquellos depósitos de aduana que además de haber sido autorizados como tales por la autoridad aduanera, han sido calificados como organizaciones auxiliares de crédito, por lo que además de la guarda y conservación de mercancías pueden emitir certificados de depósitos y bonos de prenda sobre las mismas y gestionar la obtención de préstamos de sus clientes a través de la negociación de estos últimos.[1] Tienen por objeto el depósito, la conservación y custodia, el manejo y distribución, la compraventa por cuenta de sus clientes de mercancías y productos de procedencia nacional o extranjera.

1.2. Antecedentes de los Almacenes Generales de Depósito.

A partir del mes de Diciembre de 2001, la Dirección General de Renta de Aduanas (DGRA), concesionó los servicios de manejo y almacenamiento de mercadería a los almacenes generales de depósito. Esto se debe a un proceso de modernización de una aduana visionaria que entiende que su rol es de controlar a los importadores y asegurar el pago de los impuestos correctos y no el manejo de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

mercaderías y de bodegas, agilizando así el proceso de importación, dándole mayor fluidez al tráfico de mercancías, pero a la vez generando alzas en los costos para los importadores.

1.3. Funciones de los Almacenes Generales de Depósito.

- Operaciones relativas a las mercancías.

Las empresas de almacenes generales de depósito tienen entre sus funciones el depósito, la conservación y custodia, el manejo y distribución, la compra y venta por cuenta de sus clientes de mercancías y de productos de procedencia nacional o extranjera.

- Expedición de certificados de depósito.

Si así lo solicitaren los interesados, los almacenes generales de depósito podrán expedir certificados de depósito y bonos de prenda, transferibles por endoso o destinados a acreditar, respectivamente, la propiedad y depósito de las mercancías y productos, y la constitución de garantía prendaria sobre ellos.

- Intermediación Aduanera

Adicionalmente, los almacenes generales de depósito podrán desempeñar las funciones de intermediarios aduaneros, pero solamente respecto a las mercancías que vengan debidamente consignadas a ellos para algunas de las operaciones que están autorizados a realizar.

[1] Instructivo 4/2001 de la Dirección General de Renta de Aduanas, Diciembre, 2001

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Vigilancia de bienes dados en garantía

Los almacenes generales de depósito podrán, por cuenta del acreedor, ejercer la vigilancia de los bienes dados en prenda sin tenencia y contratar por cuenta de sus clientes el transporte de las mercancías.

- Operaciones de crédito

Los almacenes generales de depósito podrán otorgar crédito directo a sus clientes o gestionarlo por cuenta de éstos, sin responsabilidad, para suplir los gastos que se produzcan y guarden relación con la prestación de sus servicios, diferentes de las tarifas de almacenamiento.[2]

1.4. Ventajas del Servicio de Almacenaje.

- Los contenedores son despachados directo de la Aduana fronteriza a los Almacenes Generales de Depósito.
- Disminución en el tiempo para el despacho de la mercadería.
- El Almacén General de Depósito garantizará con sus propios seguros cualquier daño que sufriera la mercadería al momento de ser manipulada.
- El manejo de la mercadería es con equipo moderno y personal debidamente entrenado.
- El usuario podrá solicitar servicio extraordinario las 24 horas del día.

- Los almacenes generales de depósito otorgarán tres días de gracia para almacenar la mercadería en caso de alguna discrepancia registrada entre la aduana y el usuario.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.5. Servicio de Desconsolidación de Carga.

1.5.1. Concepto de Desconsolidación:

Se considera mercadería desconsolidada aquella que se transporta en uno o varios medios de transporte y que es consignada a más de un importador.

La desconsolidación de carga es una actividad permitida en los almacenes generales de depósito debidamente autorizados, por lo que las mercancías que ingresen consolidadas y manifestadas a un AGD, podrán ser conducidas directamente al depósito al que hubiere sido manifestada previa presentación de las declaraciones de mercancías correspondientes. Cuando el embarque consolidado esté amparado por un documento de transporte madre, la remisión del mismo se efectuará a nombre de la persona que aparezca designada como consignatario del embarque, a nombre de quién deberá presentarse la correspondiente declaración de depósito.[3]

La remisión de la carga consolidada desde la aduana de ingreso al depósito, se efectuará documentalmente mediante una Declaración de Tránsito Internacional (DTI), destinada al depósito y bajo responsabilidad del transportista.

1.5.2. Proceso de Desconsolidación de Carga de un Almacén General de Depósito.

Pasos:

[2] www.opa.com.sv/boletines%5 Cboletinenero2002.htm#NOTICIA3
[3] Circular Dirección General de Renta de Aduanas, N° 010-2002

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1. El consolidador se identifica previamente ante el AGD, sólo una vez y cuando haya cambios en su organización, con la credencial autenticada de su representante legal y registro de las firmas autorizadas.

2. El consolidador solicita al AGD Carta de Aceptación de Carga y le envía los correspondientes documentos de embarque BL y/o Manifiesto de Carga que contengan los datos siguientes:

- Número de la unidad de carga (número de container o furgón), en el caso de carga vía marítima o cuando proceda.
- Nombre de la empresa naviera, únicamente para carga marítima.
- Nombre del BL hijo, únicamente para carga marítima.
- Nombre del Importador (consignatario).
- Número de bultos.
- Peso.
- Volumen.
- Número, fecha y Aduana de declaración de Mercancías asignado por SIDUNEA.

3. El AGD emite ante la Dirección General de Renta de Aduanas Carta de Aceptación de Carga cumpliendo la normativa mencionada anteriormente.

4. El AGD remite por cualquier medio electrónico Carta de Aceptación de carga al consolidador, quien posteriormente recogerá carta original.

5. El consolidador avisa al AGD fecha de llegada del contenedor.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

6. El AGD avisa al consolidador y a la naviera el día y hora del arribo del contenedor, con indicación del día y hora probable de la descarga del mismo.

7. El consolidador o su representante se hace presente en el AGD para presenciar la descarga de la mercadería, la que se lleva a cabo por el orden de ingreso del contenedor y únicamente con la autorización de un funcionario aduanero.

8. El AGD emite informe de guardalmacén, recibo de mercadería desconsolidada, por el importador, el cuál es firmado por el AGD, consolidador y funcionario aduanero, como constancia.

9. La descarga, recepción, revisión aduanera, pago del servicio al AGD y retiro de la mercadería es por cuenta del importador.

10. El importador previo al retiro de la mercadería debe pagar al AGD el valor total de

los servicios de desconsolidación a esa fecha y

11. El importador con la Declaración de mercancías, el comprobante de Crédito Fiscal del AGD, Carta de entrega de mercancías del Consolidador y firmadas respectivamente, debidamente cancelados procede con el retiro de sus mercaderías.

2. Introducción a la Mercadotecnia.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

La función Comercial es identificada en las organizaciones como: Comercialización o Mercadeo, que se define como el Proceso Social y Gerencial por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valor con otros.[4]

Pueden distinguirse dos dimensiones dentro del mercadeo:

* Estrategia (Estratégico)
* Táctica (Operativo)

El marketing estratégico se apoya en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones. Desde el punto de vista del marketing, lo que el comprador busca no es el producto como tal, sino el servicio que el producto es susceptible de ofrecerle.

El marketing operacional es la clásica gestión comercial, centrada en la realización de un objetivo de cifra de ventas y que se apoya en los medios tácticos basados en la política de producto, distribución, precio y comunicación.

El marketing tiene dos papeles fundamentales en la actividad económica:

- El intercambio de productos: Ya sean bienes o servicios, que implica el proceso desde las organizaciones que los producen o prestan hasta los compradores finales.

- La comunicación: que se desarrolla a través de flujos de información que preceden acompañan y siguen al intercambio, con el objeto de hacer posible la vinculación entre la oferta y demanda.

[4] Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Marketing. 8ª. Edición México, Editorial Prentice Hall.1999.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

El marketing ha sido concebido como un proceso configurado por círculos concéntricos que rodean al blanco del mercado que es el consumidor, el cuál opera en un entorno complejo, al que la organización accede a través de variables controlables y no controlables, teniendo que analizar cada una de ellas cuidadosamente y adaptarse.[5]

Las variables incontrolables donde se desarrolla la actividad comercial son:

- El ambiente social y cultural.
- El ambiente político y legal.
- El ambiente económico.
- La estructura y los recursos de la empresa.
- La competencia.

Las variables controlables que intervienen en el proceso de comercialización, mejor conocida como "mezcla de mercadotecnia", pueden definirse como el conjunto de herramientas tácticas de marketing controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Aunque hay muchas posibilidades éstas pueden reunirse en cuatro grupos de variables mejor conocidas como "las cuatro pes" que se detallan así:

Variable Producto: es la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta, y sus componentes son:

- Variedad del producto.

[5] www.monogafias.com/trabajos/alcancefuncom/alcancefumcom.shtmn

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Calidad.
- Diseño
- Características
- Nombre de la marca
- Empaque
- Tamaños
- Servicios
- Garantías
- Rendimientos

Variable Precio: Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto; la cuál comprende:

- Precio de lista.
- Descuentos.
- Asignaciones.
- Período de pago.
- Términos de crédito.

Variable Plaza: Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta; se desglosa así:

- Canales
- Cobertura.
- Variedades
- Lugares

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Inventario
- Transporte
- Logística

Variable Promoción: abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo; y se compone de la manera siguiente:

- Promoción de ventas
- Publicidad.
- Fuerza de ventas
- Relaciones públicas.
- Mercadotecnia directa

Además de impulsar el desarrollo de transacciones a corto plazo, es necesario desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes, distribuidores, representantes y proveedores valiosos. Es así como cada vez más, la mercadotecnia está cambiando, al tratar de incrementar al máximo las utilidades en cada transacción individual, a desarrollar relaciones mutuamente benéficas con los consumidores y otras partes; es decir si crean buenas relaciones, sobrevendrán las transacciones que dejan utilidades.

3. Mercadeo Relacional

El Mercadeo Relacional, como su nombre lo indica, busca crear, fortalecer y mantener las relaciones de las empresas comercializadoras de bienes y servicios con sus clientes, buscando lograr el máximo número de negocios con cada uno de ellos. Su objetivo es identificar a los clientes más rentables para establecer una estrecha

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

relación con ellos, que permita conocer sus necesidades y mantener una evolución del producto de acuerdo con ellas a lo largo del tiempo. El marketing relacional es también la intersección entre el marketing y las relaciones públicas y su característica principal es: Individualización: Cada cliente es único y se pretende que el cliente así lo perciba. Comunicación Directa y personalizada, costos más bajo que el mercadeo y la promoción tradicional. [6]

Los tres pasos fundamentales del mercadeo relacional son:

- ✓ Manejo de datos: Almacenamiento, organización y análisis

- ✓ Implantación de programas: Una vez identificados los clientes, sus necesidades y deseos se arman estrategias para lograr su lealtad.

- ✓ Retroalimentación: Después de realizar los primeros contactos con los clientes se actualizan las bases de datos inicialmente constituidas y se hace un seguimiento de las preferencias y los comportamientos de los clientes con lo cual se llega a una relación de largo plazo.

Uno de los mayores componentes del mercadeo relacional es el llamado Marketing Directo, que combina herramientas como publicidad, relaciones públicas, promoción, correo directo y telemercadeo. Además como otro componente puede utilizar los mecanismos de ventas cruzadas que buscan no solamente mayor participación en el mercado sino en el cliente, en otras palabras, en el total de productos diferentes que hace una persona.

[6] http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/19/relmark.htm

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Muchos empresarios pensaban que no importaba perder un cliente porque no le resultaría difícil a la empresa sustituirlo por dos nuevos. La realidad actual muestra que resulta muy costoso conseguir nuevos clientes y todavía más quitárselos a la competencia. Esta afirmación resulta especialmente válida para países de economía desarrollada. En los países en vías de desarrollo puede resultar más fácil la conquista de nuevos clientes ya que, a medida que la economía de dichos países se desarrolla, crece la renta per cápita y, consiguientemente, las posibilidades de demanda de los individuos. Se dice que es cinco veces más rentable invertir en fidelizar el cliente de toda la vida que en atraer nuevos clientes. El marketing de relaciones supone invertir en la construcción de la confianza del consumidor a largo plazo, a través del mantenimiento de buenas relaciones con los clientes, distribuidores, comerciantes, suministradores, por medio de la promesa y cumplimiento del suministro de alta calidad y del ofrecimiento de un buen servicio y precio razonable a lo largo del tiempo.

Conseguir un cliente leal a una empresa a través de la práctica del marketing de relaciones puede ofrecer varias ventajas a la sociedad**.** Destacan las siguientes como las más importantes:

1 El cliente leal tenderá a comprar el producto o servicio exclusivamente en nuestra empresa. Los clientes no son absolutamente leales a una marca o a un comercio; su lealtad aumentará en la medida en que se mejora su fidelización a través del marketing de relaciones.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1 El cliente fiel será más accesible a la adquisición de nuevos productos o servicios desarrollados por nuestra empresa, podrá practicarse con él lo que se llama venta cruzada de otros productos. Así no resultará tan difícil introducir nuevos productos o mejoras desarrolladas en los servicios de la empresa.

1 Un cliente fiel y, por lo tanto, satisfecho, es la mejor fuente de comunicación para la empresa: mucho más creíble y barata que la publicidad en medios masivos**.**

1 Atender a un cliente fiel supone un ahorro de costes para la empresa, porque en la medida en que se conocen mejor sus caprichos cuesta menos atenderle bien.

1 Los clientes fieles son menos sensibles a los precios, asimilan mejor los precios elevados, porque también sienten que perciben valores adicionales en los servicios o en las personas que los prestan.

1 Finalmente, pero no menos importante, conviene señalar que los clientes de toda la vida son la mejor fuente de ideas de nuevos productos o de mejora de los servicios ofrecidos.

En definitiva, podemos concluir que el marketing relacional constituye una forma de orientarse al mercado que pone el énfasis en la orientación hacia el cliente, con el que se trata de establecer y explotar una relación a largo plazo que lo fidelice, y a partir de lo cual se espera lograr un impacto positivo sobre los resultados económicos de la empresa.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

4. Logística y Distribución.

4.1. Concepto

En el campo empresarial, la logística se define como el arte de dirigir el flujo de materiales y productos, de la fuente al usuario. El sistema logístico comprende el flujo total de materiales, desde la adquisición de materias primas al suministro de productos acabados a los usuarios finales y los flujos de información que ocasionan el control y registro del movimiento de materiales. El término distribución física, suele utilizarse como sinónimo de logística, aunque de modo más preciso, aquella es solo la parte de la logística que hace la referencia al movimiento externo de los productos, desde el vendedor (origen) al cliente o comprador (destino); es decir a la logística relacionada con las actividades comerciales o logística comercial. La logística incluye la planificación y el control de las relaciones entre la gestión de materias primas y la distribución del producto terminado. Siguiendo esta orientación, parece evidente que el concepto de logística es más amplio que el de distribución física.[7]

La definición de logística dada por el COUNCIL OF LOGISTICS MANAGEMENT es: "el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo y el almacenaje de materias primas, productos semielaborados o terminados, y de manejar la información relacionada desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes".[8] Es el proceso de

[7] Díez de Castro, Enrique. Distribución Comercial. 2ª Edición España, Editorial McGraw-Hill. 1997. Pág.92
[8] La Logística. Nueva Empresa (http://www.nuevaempresa.cu/textos/logisticaempresarial/logisticaempresarial.doc)

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

planeamiento, implantación y control del flujo y almacenamiento eficiente de materias primas, productos en proceso, bienes terminados y la información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.[9]

4.2 Evolución de la Logística.

La logística, como término semántico y como actividad, se remonta a la época antigua de la civilización occidental. Los griegos recurrían a dos términos muy vecinos: Lógica y Logística.

El razonamiento lógico utilizaba la palabra y las frases, en tanto que el logístico usaba símbolos matemáticos y números. Por su parte, los romanos tenían siempre un logista en sus ejércitos, como administrador de sus recursos materiales. Por algún tiempo, el término logística se confundió con aquellos de estrategia y táctica, hasta cuando el general Suizo Henri de Domini, en el Siglo XVIII, señaló las diferencias entre éstos: "La logística es el arte práctico de mover los ejércitos, el detalle material de las marchas, la instalación de los campamentos. En una palabra, la ejecución de las combinaciones de la estrategia y de la táctica".[10] El interés en los negocios por el proceso logístico vino sólo después y de una manera parcial como un resultado de la segunda guerra mundial. Los historiadores militares han observado que las potencias extranjeras resultaron victoriosas en la guerra principalmente por sus capacidades superiores en logística. En Europa a los alemanes se les negó el acceso al combustible necesario y sus capacidades de transporte y de producción fueron

[9] http://www.todopymes.cl/topicos_avanzados/logistica_avanzado.html

[10] La Logística. Nueva Empresa (http://www.nuevaempresa.cu/textos/logisticaempresarial/logisticaempresarial.doc)

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

minadas por repetidos ataques aéreos. Fue el control sobre las líneas de suministro lo que permitió ganar la guerra. Pocos argumentarían que las tropas aliadas lucharon duro o con más valentía que sus enemigos. Ellas simplemente agotaron recortándole su abastecimiento necesario y su capacidad productiva.

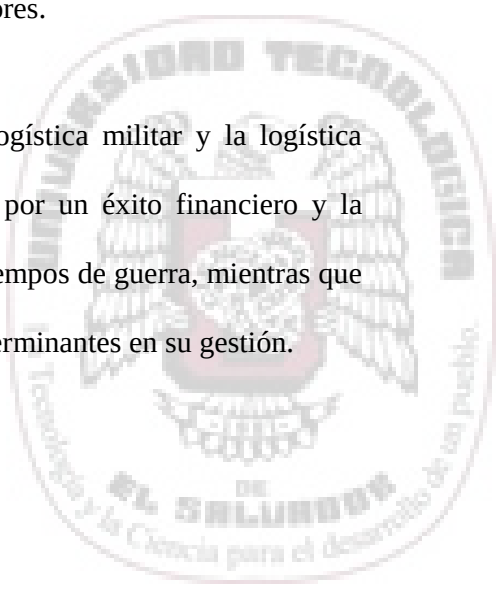
Después de esta guerra se reconoció que las habilidades logísticas podían ser utilizadas en la industria. Antes de esa época, las empresas industriales tenían gerentes de tráfico, gerentes de compras y gerentes de producción, quienes rara vez se comunicaban entre sí.

Poco a poco se admitió que una integración entre suministros, transporte, almacén, control de inventarios y producción, podría mejorar la rentabilidad de cualquier compañía manufacturera. Más tarde se aceptó que las mismas habilidades podrían ayudar a los mayoristas y a los detallistas.

Mediante la logística las empresas industriales y comerciales llevan a cabo tareas similares a las que se cumplen en el campo militar:

- Adquisición de materias primas y equipos.
- Entrega apropiada de los productos a los consumidores.

Pese a lo anterior, existen dos diferencias entre la logística militar y la logística empresarial: En la primera la eficiencia no se mide por un éxito financiero y la reducción de los gastos está lejos de ser prioridad en tiempos de guerra, mientras que para la logística empresarial estos dos aspectos son determinantes en su gestión.



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Sobre logística hay muchas y variadas definiciones y aunque todas ellas tienen puntos en común, presentan también diferencias al no abarcar por completo el concepto. Una de las tantas definiciones utilizadas nos describe el contexto sobre el que actúa la logística: "Conjunto de actividades que tienen como objetivo la ubicación, al más bajo costo posible, de una cantidad determinada de un producto en el lugar y en el momento en los que exista una demanda". De acuerdo con lo anterior, el proceso logístico atraviesa las cuatro áreas básicas que conforman la misión de las empresas manufactureras:

- Fabricar el producto que corresponda a lo demandado por la clientela.
- Hacer que ese producto esté disponible para los requerimientos del cliente.
- Trasladar el producto hasta el lugar donde el cliente lo solicite.
- Entregar el producto según el plazo acordado (tácita o expresamente) con el cliente.

Sin embargo, en dicho proceso, las empresas fabriles deben saber diferenciar la “logística de producción” de la “logística de distribución” sin perder la visión global, concatenada y funcional de las dos.

Esta evolución de los criterios logísticos en cuanto a los contenidos y alcances se reflejan claramente si se analiza en las distintas definiciones, el enfoque central de las mismas lo que nos está indicando claramente que el proceso logístico está ampliando su alcance cada vez más rápidamente:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Década	Atención centrada en	Causa
1960	Productos	Visión Interna
1970	Costos y Eficiencias	Mayor Competencia
1980	Estrategia e Información	Consumidor
1990	Atención al Consumidor	Nivel de Servicio
2000	Personalización	_____

Fuente : La Logística. Nueva Empresa
(http://www.nuevaempresa.cu/textos/logisticaempresarial/logisticaempresarial.doc)

4.3. Naturaleza e Importancia de la Logística.

Para algunos gerentes, distribución física significa únicamente camiones y bodegas. Sin embargo, la logística moderna es mucho más. La distribución física o logística de marketing implica planear, implementar y controlar el flujo físico de materiales, productos terminados e información relacionada desde los puntos de origen hasta los puntos de consumo para satisfacer las necesidades de los clientes y obtener utilidades. En síntesis, se trata de hacer llegar el producto correcto al cliente correcto en el lugar correcto y el momento correcto.

La distribución física tradicional por lo regular iniciaba con los productos en la planta y trataba de encontrar soluciones de bajo costo para hacerlos llegar a los clientes. Sin embargo, las compañías de hoy prefieren un razonamiento de logística de mercado, que inicia en el mercado y procede hacia la fábrica. Es así como la tarea del gerente de logística consiste en coordinar el sistema de distribución física de todo el canal: las actividades de proveedores, agentes de compras, gente de marketing,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

miembros del canal y clientes. Estas actividades incluyen pronósticos, sistemas de información, compras, planeación de la producción, procesamiento de pedidos, inventarios, almacenamiento y planeación de transporte.

Hoy día, las compañías están haciendo mayor hincapié en la logística por varias razones. Primera, el servicio y la satisfacción de los clientes se han convertido en piedras angulares de la estrategia de marketing en muchos negocios, y la distribución es un importante elemento del servicio a clientes. Segunda, la logística es un importante elemento de costos para la mayor parte de las compañías. Tercera, la explosión en la variedad de productos ha hecho indispensable una mejor administración logística.

4.4. Misión de la Logística.

La misión básica de la logística en una empresa es la de permitir que se incremente el número de clientes y que los pedidos se transformen en compras reales y repetitivas al costo mas bajo posible desarrollando un sistema que materialice la política de servicios al cliente establecida por la compañía.[11]

4.5. Funciones de la Logística.

Cada compañía está en condiciones de diseñar un sistema de logística que minimice el costo de alcanzar sus objetivos. Las principales funciones de logística incluyen

[11] www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/interentre.htm

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

procesamiento de pedidos, almacenamiento, administración de inventarios y transporte.

- **Procesamiento de Pedidos.**

Los pedidos pueden hacerse de muchas maneras: por correo o teléfono, a través de vendedores o por computadora e intercambio electrónico de datos (EDI) en algunos casos, los proveedores podrían encargarse de generar pedidos para sus clientes. Una vez recibidos, los pedidos se deben procesar con rapidez y exactitud, el sistema de procesamiento de pedidos prepara facturas y envía información sobre el pedido a quienes la necesitan. La bodega apropiada recibe instrucciones de empacar y enviar los artículos ordenados. Los productos agotados quedan pendientes de surtir, los artículos embarcados van acompañados por documentos de facturación y embarque, copias de los cuáles se dirigen a varios departamentos.

El departamento de pedido procesa rápidamente los pedidos y la bodega envía los artículos a tiempo, las facturas se entregan lo antes posible, las compañías usan ahora sistemas computarizados de procesamiento de pedidos que agilizan el ciclo de pedido-embarque-facturación.

- **Almacenamiento.**

Toda compañía dedicada al comercio de bienes debe almacenar su mercadería mientras espera ser vendida, se requiere una función de almacenamiento porque los

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

ciclos de producción y consumo rara vez coinciden con exactitud. La función de almacenamiento compensa las diferencias en cuanto a cantidad y tiempos requeridos.

Una compañía debe decidir cuantas bodegas necesita y de que tipo, y donde las ubicará. Cuantas más bodegas use la compañía, con mayor prontitud podrá entregar la mercadería a los clientes. Sin embargo, mayor número de bodegas implica mayores costos de almacenamiento. Por tanto, la compañía debe equilibrar el servicio al cliente y los costos de distribución. Algunas existencias de la compañía se mantienen en la planta o cerca de ella y el resto se sitúa en bodegas en diversos puntos del país. La compañía podría tener bodegas privadas, arrendar espacios en bodegas públicas, o ambas cosas. Las compañías tienen más control sobre las bodegas de su propiedad, pero ello inmoviliza su capital y permite menos flexibilidad si cambian las preferencias en cuanto a ubicación. En contraste, las bodegas públicas cobran por espacio arrendado y prestan servicios adicionales no gratuitos, por inspeccionar mercaderías, empacarlas, embarcarlas y facturarlas. Además, cuando utilizan bodegas públicas las compañías pueden escoger entre una variedad de lugares y tipos de bodegas.

Las compañías podrían usar bodegas de almacenamiento o bien centros de distribución. Las primeras almacenan mercancías durante períodos moderados a largos, los centros de distribución están diseñados para trasladar mercancías no sólo almacenarlas. Se trata de bodegas grandes muy automatizadas, diseñadas para recibir mercancías de distintas plantas y proveedores, tomar pedidos, surtirlos de manera eficiente, y entregar la mercancía a los clientes lo mas rápidamente posible.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Las instalaciones de bodega y la tecnología de los equipos de almacenamiento han mejorado notablemente en los últimos años. Las antiguas bodegas de varios pisos con lentos elevadores y anticuados métodos de manejo de materiales están enfrentando la competencia de bodegas automatizadas más nuevas, de un solo piso, con avanzados sistemas de manejo de materiales bajo el control de una computadora central.

- **Inventarios.**

Los niveles de inventarios también afectan la satisfacción de los clientes. El principal problema que existe en mantener el delicado equilibrio entre tener un inventario excesivo y tener un inventario insuficiente. Lo primero eleva innecesariamente los costos de las existencias y el riesgo de obsolescencia de las mismas. Un inventario insuficiente podría dar pie a existencia agotada, costosos embarques de emergencia o producción de emergencia, e insatisfacción de los clientes. Al tomar las decisiones de inventario, la gerencia debe equilibrar los costos de mantener inventarios más grandes contra las ventas y utilidades resultantes. Las decisiones de inventarios implican conocer cuando hacer un pedido y también cuanto ordenar. Al decidir cuando ordenar, la compañía coteja los riesgos de quedarse sin existencias contra los costos de tener demasiada. Durante la última década, muchas compañías han reducido considerablemente sus costos de inventarios y otros costos relacionados mediante sistemas de logística justo a tiempo. Con estos sistemas, los productores y los detallistas mantienen inventarios pequeños de componentes y productos, a menudo solo lo suficiente para unos cuántos días de operaciones. Las nuevas

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

existencias llegan exactamente cuando se necesitan, en lugar de almacenarse en inventarios hasta que se usan.

- **Transporte.**

El mercadólogo necesita interesarse en las decisiones de transporte de su compañía. La selección de transportistas afecta los precios de los productos, la prontitud de la entrega y la condición de la mercancía cuando ésta llega, todo lo cual afecta la satisfacción de los clientes. Al enviar mercancía a sus bodegas, concesionarios y clientes, la compañía puede escoger entre cinco modos de transporte: ferrocarril, agua, camión, tubería y aire.

4.6. Determinantes en el Proceso Logístico.

La logística de las empresas, y lo que ella implica en la distribución y en el ordenamiento de los flujos físicos de mercancías es el resultado no de una sino de varias tendencias como los costos crecientes, la multiplicidad de líneas de productos y la economía de pedidos cortos.

- Costos Crecientes.

Los costos de distribución en la economía van en aumento y se han convertido en el centro lógico gerencial. Por ejemplo, una disminución de inventarios ciertamente ahorraría inversiones de capital, algunos gastos de almacenamiento, impuestos y seguros. Pero, esto podría a la vez poner en serio peligro la posibilidad de despachos puntuales a los consumidores y la disponibilidad de productos en el mercado, y con

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

este riesgo, no se puede considerar como aporte para un sistema de distribución más eficiente.

- **Multiplicidad de Líneas de Producto.**

El estilo y la individualidad de los productos se han convertido en fuertes armas de competencia. Los sistemas de distribución física día a día se ven más presionados la multiplicidad de variables que presenta un producto al pretender satisfacer no sólo las necesidades primarias del consumidor sino también sus apetencias, su nivel económico y su ambiente. La variedad de artículos ha generado problemas difíciles: de clasificación, control de inventarios y distribución. Las fábricas, distribuidores y detallistas deben manejar mayor diversidad de productos, lo que significa menores volúmenes por artículos, un inventario de manejo más alto por unidad y costos más elevados por almacenaje.

4.7. Cómo Seleccionar un Operador Logístico.

Por un lado, existe la opción de operar uno mismo su almacén o almacenes, alcanzando el nivel de servicio que la organización requiere en la entrega de sus productos. Esto obliga a la compañía a comprar o alquilar terrenos y edificios, a disponer de equipos de manipulación, las organizaciones y los conocimientos necesarios para suministrar el nivel de servicio requerido.

Por otro lado**,** la externalización de este servicio permite utilizar en otras áreas del negocio, el capital o la capacidad de financiación no invertido en terrenos, edificios o equipamiento. Adicionalmente, se transfiere el riesgo de gestionar empleados en

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

distintos niveles y la responsabilidad asociada a estas funciones al suministrador del servicio. Usar un contratista para externalizar la función de almacenamiento permite a la organización concentrarse en sus competencias esenciales y permite suministrar el servicio a un especialista con conocimiento en el área. La selección de un operador debe realizarse a través de un proceso de selección apoyado en la obtención de una información que permita una clara elección. De manera errónea, la pérdida de control se contempla a menudo como inevitable, si se produce la externalización. No hay razón para que la empresa pierda el control. Por el contrario, la gestión del contratista junto con la permanente supervisión de la compañía debe mejorar el control. Un segundo error consiste en pensar que una vez que la compañía ha externalizado su almacenamiento, ya no es responsable de su gestión y que todo el tiempo y costo de esta función pueden ser eliminados. [12]

- **La obtención de información previa es un proceso de cuatro etapas.**

Primero, definir el alcance del trabajo que el contratista debe realizar. Segundo, definir las características de los pedidos. Tercero, describir la función de entrega. Cuarto, encajar los detalles de cualquier servicio especial que deba ser realizado.

Aquí hay una serie de cuestiones que deben responderse:

- ¿Cuáles son los pesos, dimensiones y otras características de almacenamiento de cada referencia?
- ¿ Cuáles son los riesgos de deterioro, rotura o robo?
- ¿ Cómo se embala el producto?

[12] www.cel-logistica.org/artjulio.html

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- ¿ Cómo se recibe el producto?
- ¿ Cuáles son los volúmenes planificados de recepción y expedición?
- ¿ Cuáles son los picos y valles estacionales?
- ¿ Cómo se transmiten los pedidos al almacén?
- ¿ Cuál es el número medio de líneas por pedido?
- ¿ Cuál es la cantidad por línea?
- ¿ Cuál es el porcentaje de envíos en camión completo?
- ¿ Cómo se gestionará la función de transporte?
- ¿ Quién paga a los transportistas?

Describir otros servicios especiales requeridos como reembalado, etiquetado, marcaje de precio, chequeo de inventarios, asociaciones y otras informaciones que pueden ser puntos de partida para la generación de esta lista. A menudo las fuentes de información son incompletas. Es conveniente recabar la ayuda de gente familiarizada con el mercado de operadores. Estos pueden encontrarse dentro de la propia organización u otros profesionales o asociaciones. Algunas empresas pueden involucrar a un consultor con experiencia en esta área.[13]

Una vez identificados los operadores, la siguiente etapa es el desarrollo del documento de "Petición de oferta", debe basarse en el trabajo previamente desarrollado y ser enviado a la lista de operadores potenciales, otorgando un tiempo razonable para recibir las respuestas. Estas respuestas deberán estar en un formato predeterminado. El formato debe estar diseñado para conseguir un proceso de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

evaluación eficiente, teniendo en cuenta que en esta etapa todavía estamos en un paso previo de la evaluación.

4.8. Interacción entre Marketing y Distribución Física.

Existen cuatro conceptos que revalorizan un producto: forma, lugar, posesión y tiempo. El concepto de la forma es la transformación de las materias primas en bienes que satisfacen necesidades. El marketing participa de la creación del concepto de forma por cuánto revela las preferencias del consumidor. El bien debe enviarse al lugar requerido por el consumidor (utilidad del lugar), cuando el consumidor necesite comprarlo (utilidad de tiempo) y procurando que la transacción sea ventajosa para el comprador y vendedor (utilidad de posesión).

La distribución física se relaciona con los conceptos de tiempo y lugar, y garantiza que un producto específico esté en el lugar adecuado en el momento oportuno.[14]

4.9. La Dirección de Marketing y la Distribución Física.

Dentro de la Dirección de Marketing se detallan las siguientes variables:

- **Producto**

El sistema de apoyo de la distribución física debe diseñarse con vista a entregar el producto correcto, en el lugar adecuado y el momento oportuno al menor costo posible, dentro del nivel programado de servicio al consumidor. Si no se alcanzan

[13] Ibid, Pág. 28
[14] www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/interentre.htm

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

estos objetivos, la empresa tendrá costos adicionales. El primero, **costo de falta de stocks,** genera pérdida de ventas e incluso de clientes. El segundo, se produce cuando una empresa embarca el producto equivocado.

- **Promoción.**

Quién visite una tienda con el propósito de adquirir un articulo ampliamente promocionado y descubra que no hay existencias, experimenta el impacto de la desconexión existente entre la distribución física y los programas de distribución.

- **Precio.**

Cualquier deficiencia en la distribución física alcanzará al consumidor con precios más altos o mala calidad del producto. Unos costos de distribución más bajos pueden traducirse para el consumidor, en una disminución de precios y en una expansión del mercado.

- **La Distribución Física.**

Es posible ofrecer al consumidor potencial una distribución física eficiente como una de las mayores ventajas competitivas de la compañía.

- El servicio al consumidor como ventaja competitiva.
- Influencia en los beneficios y oportunidad de mercado.
- Relaciones proveedor-consumidor.

4.10. Fuerzas del Mercado que Influyen en la Distribución Física.

- Cambios geográficos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Desarrollo de nuevos productos.
- Transporte y tecnología de la carga unitaria.
- Marketing internacional.
- Competencia y Presión en los canales de distribución.

4.11. Sistemas Típicos de Distribución Física.

- Sistema de escalones

El flujo de productos se mueve a través de una serie de etapas desde el punto de producción hasta el de transferencia de propiedad. Estas etapas consisten en la acumulación de inventarios en los almacenes de distribución. Dos aspectos comunes: establecimiento de puntos de concentración y de dispersión.

- Sistemas directos

Operan directamente desde uno o varios inventarios centrales.

- Sistemas combinados

Combinan los principios del sistema de escalones y distribución directa.

4.12. Costos de la Distribución Física.

La necesidad de controlar los costos de distribución se vuelve más apremiante ante las presiones ocasionadas por los competidores y los clientes. Los factores de los costos de la distribución, que incluyen tanto los costos de la distribución de los fabricantes como los márgenes de utilidad de los revendedores, moldean de manera significativa las estructuras de los canales.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Para los productores, la administración de los costos de distribución, significa controlar dos clases de costos: los gastos realizados directamente, o sea, venta personal, promoción, recepción y procesamiento de pedidos y los márgenes de utilidad de los revendedores.

La administración de los costos de la distribución no solo se limita a los factores que afectan el costo eficiencia, medido en términos de las razones entre gastos e ingresos por ventas.

Comprende así mismo el **costo eficacia,** o sea, las relaciones entre el costo eficiencia, los ingresos por ventas y los márgenes de utilidad de las ventas.[15] Las medidas relevantes del costo eficacia son las participaciones en el mercado y las utilidades conseguidas con las líneas de productos.

4.13. Elementos de los Costos de la Distribución.

Comunicaciones con el cliente: venta personal, visita de ventas, viajes, reuniones de ventas, presentación de informes, telemercadotecnia, interfaces de computadora, exposiciones y demostraciones, publicidad, medios, correo directo.

- Flujos de papeleo: Recepción y procesamiento de pedidos, factura y cobros.
- Distribución física: Envío, manejo físico y almacenamiento.
- Aceptación de riesgos financieros: Crédito de ventas, financiamiento de inventario.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Márgenes netos y comisiones revendedores.

Los tres elementos principales de los costos de distribución son:

1. Sueldos, fuerza de ventas, comisiones y gastos.
2. Almacén y embarque.
3. Márgenes de utilidad del revendedor.

5. Administración Logística Integrada.

Hoy día, cada vez más compañías están adoptando el concepto de administración logística integrada. Este concepto reconoce que la prestación de mejores servicios al cliente y la reducción de los costos de distribución requieren el trabajo en equipo, tanto dentro de la compañía como entre todas las organizaciones del canal de marketing. Dentro de la compañía, los diversos departamentos funcionales deben colaborar estrechamente para maximizar el desempeño logístico de la compañía. Ésta también debe integrar su sistema de logística con los de sus proveedores y clientes para maximizar el desempeño de todo el sistema de distribución.[16]

➢ Trabajo de Equipo Multifuncional dentro de la Compañía.

En casi todas las compañías, la responsabilidad por las distintas actividades de logística se asigna a muchas unidades funcionales diferentes: marketing, ventas, finanzas, fabricación y compras. Con demasiada frecuencia, cada función trata de

[15] www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/interentre.htm
[16] Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Marketing. 8ª. Edición México, Editorial Prentice Hall.1999

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

optimizar su propio desempeño logístico sin tener en cuenta las actividades de las otras funciones.

No obstante, las actividades de transporte, inventarios, almacenamiento y procesamiento de pedidos interactúan, y muchas veces lo hacen de forma inversa. Por ejemplo, los niveles de inventarios bajos reducen los costos de mantenimiento de inventarios, pero también pueden reducir el servicio a los clientes e incrementar los costos por existencias agotadas, pedidos pendientes de surtir, series de producción especiales, y embarques urgentes. Por tanto, la meta de la administración logística integrada es armonizar todas las decisiones de distribución de la compañía.

- **Creación de Sociedades de Canal.**

Los miembros de un canal de distribución están vinculados estrechamente por su meta de entregar satisfacción y valor a los clientes. El sistema de distribución de una compañía es el sistema de suministro de otra. El éxito de cada miembro del canal depende del desempeño de toda la cadena de suministro. Las compañías deben hacer algo más que mejorar su propia logística; también deben colaborar con otros miembros del canal para mejorar la distribución en todo el canal.

- **Logística de Terceros Proveedores.**

Muchas empresas de varios países realizan sus propias funciones de logística. Sin embargo, un número creciente de empresas está subcontratando su logística a terceros proveedores de logística, que son proveedores independientes que realizan

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

cualquiera o todas las funciones necesarias para llevar al mercado el producto de sus clientes.

Las compañías podrían usar terceros proveedores de logística por varias razones: Primera, ya que llevar el producto al mercado es su especialidad, estos proveedores a menudo lo pueden hacer de forma más eficiente y a un menor costo que los clientes cuya especialización es otra.

El almacenamiento por sí solo suele redundar en un ahorro en los costos, la subcontratación de la logística deja a la compañía en libertad de concentrarse más intensamente en su negocio fundamental. Por último, las compañías de logística integrada entienden los entornos de logística cada vez más complejos. Esto puede ser especialmente útil para las compañías que quieren expandir su cobertura del mercado global.

6. El Outsourcing como otra Alternativa de Logística y Distribución.

6.1. Concepto

Outsourcing es elevar la calidad en los productos o servicios, a través de la contratación de especialistas en áreas que disponen de más conocimientos, medios y experiencia que la empresa en sí. Es el hecho que empresas externas desarrollen actividades no principales para una organización, de esta manera, las empresas pueden centrarse en lo que mejor saben hacer, focalizando por tanto su atención y

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

sus recursos. Obviamente, las actividades que pasan a desarrollar empresas externas son aquellas que no son estratégicas para su negocio y no se tienen especiales capacidades en ellas.[17] El outsourcing es importante porque le permite a la empresa centrar sus mayores energías en lo que realmente sabe hacer y conoce.

6.2. Razones para Adoptar el Outsourcing

- Reducir o controlar el gasto de operación.
- Disponer de los fondos de capital. El Outsourcing reduce la necesidad de tener que incluir fondos de capital de funciones que no tienen que ver con la razón de ser de la compañía.
- Tener acceso al dinero efectivo. Se puede incluir la transferencia de los activos del cliente al proveedor.
- Manejar mas fácilmente las funciones difíciles o que están fuera de control.

6.3. Ventajas del Outsourcing

Entre las ventajas "teóricas" del outsourcing se encuentran:

- **Reducción de costos.** Depende de cada caso en particular, pudiendo ser más o menos importante en función de las condiciones particulares. Para el análisis es indispensable tener perfectamente definida la estructura de costos así como el impacto de las distintas decisiones posibles en dicha estructura.

[17] www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/16/outsourcingimp.htm

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- **Mejorar la flexibilidad** y tener más capacidad de adaptación al cliente ya que evita inversiones en áreas no estratégicas. Estas inversiones las soporta la empresa que presta el servicio de outsourcing.

- **Tener un mayor control.** En este sentido, en función del acuerdo alcanzado, puede convertirse en mayor control sobre costos, plazos, calidades, etc.

- **Mejorar** la rentabilidad sobre activos. Pero es claro que en función de cada caso concreto, unas y otras ventajas serán más o menos ciertas e importantes.

7. El Almacenaje

7.1. Concepto de Almacenaje

Derecho que se cobra por guardar una mercancía en bodegas, sitios u otras instalaciones adecuadas.

La función de comercialización que consiste en guardar mercancías durante el lapso comprendido entre su producción y su venta final.[18]

7.2. Evolución del Almacenaje

Los primeros almacenes se basaban, casi en su totalidad, en la fuerza del personal para el almacenaje y movimiento de los productos. La primera modificación importante respecto a la enorme participación de la mano de obra, fue la creación de cargas unitarias basadas en el concepto de pallet.

[18] Lenguaje del Comercio Internacional VIII. Corporación de Exportadores de El Salvador. COEXPORT. 2001

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

En las décadas de los cincuenta-sesenta, con la subida de los precios aparecieron varios sistemas mecánicos para reducir aún más la utilización de mano de obra y mejorar la circulación de los productos en el interior del almacén. Para la mayor parte de los almacenes la norma pasó a ser el uso cada vez mayor de máquinas elevadoras de carga para poder mover los pallets.

Generalmente, los almacenes más eficientes son los que logran albergar la mayor cantidad de producto por metro cuadrado de espacio disponible y los que reducen costos como los de calefacción, mantenimiento y administración. Sin embargo, el delicado equilibrio entre el producto, el equipo del almacén y las políticas de la empresa, solo en muy raras ocasiones suponen que se asuma la colocación de existencias de forma más fácil: el almacenaje en pilas simples. Este tipo de disposición tiene una doble ventaja: en primer lugar, ser económico de instalar, ya que solo requiere el uso de un equipo muy elemental y conocimientos básicos y, en segundo lugar, un uso eficiente del espacio destinado a almacenar.

Inevitablemente, al producirse el mayor peso sobre las existencias ubicadas en la parte más baja, este tipo de almacenaje puede ocasionar algunos desperfectos. Como es difícil llegar a las cajas más bajas de la pila, no se reduce la cantidad de existencias antiguas en el almacén. La forma en que se apile puede impedir que el personal del almacén llegue a almacenar el máximo número posible de productos, ya que más allá de un cierto punto (alrededor de siete metros) el sistema de almacenaje se hace inestable y peligroso.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Por estas razones, la mayoría de las empresas comerciales invierten en algún tipo de sistemas de estanterías. Los pallets o unidades almacenadas se colocan en el almacén en una serie de rejillas hasta el máximo de altura posible, superando de esta forma muchos de los problemas del sistema de pilas simple. Los sistemas de estanterías permiten un mayor nivel de apilamiento, sujeto a que se cuente con personal y equipo de almacén adecuado. Además mejora el control de los stocks y las posibilidades de almacenar una diversidad de producto. Por el contrario, requieren un cuidadoso manejo y un buen sistema de identificación del lugar donde se halle situado un pallet o determinados productos. Las limitaciones de los sistemas de estanterías, en especial para las empresas que cuentan con una gran gama de productos y un elevado volumen de ventas, llevaron a la creación de sistemas automáticos del almacenaje. Estos sistemas van desde la motorización de la paletización hasta la total automatización del almacén. Estos últimos son los que exigen un mayor nivel de inversión, mediante el uso de grúas móviles controladas por ordenador y robots. Ahora bien, la completa automatización reduce las posibilidades del almacén para ocuparse de productos distintos del tipo estándar. Si se produce alguna avería resulta difícil, debido al diseño de estos almacenes, operar de forma manual, lo que puede significar que el sistema llegue a paralizarse totalmente.[19]

7.3. Funciones del Almacenaje

El Almacén es él último eslabón en la cadena de suministro de los productos a nuestros clientes y conecta, por tanto, el Departamento de Compras y el

[19] Díez de Castro, Enrique. Distribución Comercial. 2ª Edición España, Editorial McGraw-Hill. 1997. Pág.224

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Departamento de Distribución Física. Los Almacenes forman parte del proceso distributivo y deben tratarse como una parte del mismo.

La gestión de almacenes es eficaz cuando se acorta al máximo el tiempo que transcurre desde la llegada de los productos al almacén y su conocimiento por parte de los responsables de compras de la empresa. Resulta evidente ya que la obtención y disposiciones de los productos algún tiempo antes de su necesidad, responde a criterios económicos de evitar roturas de stocks y comprar en lotes económicos. Disponer de productos sin que el responsable de distribución lo sepa, constituye un coste de tenencia y un dinero absolutamente improductivo.

7.4. Clasificación de los Almacenes

Los almacenes pueden ser clasificados entre los tres tipos que a continuación se relacionan:

- ✓ Almacenes cerrados:

Un almacén cerrado es una zona controlada, donde solo penetran las personas autorizadas, es decir, los trabajadores del mismo, de forma que los productos sólo entran y salen mediante documentos. Hay máxima seguridad y estricto control de las mercancías.

Toda la información está centralizada en un inventario permanente, con alta por factura o entrada, y baja por vale de entrega. El stock existente debe revisarse, al menos una vez al año de alguna de estas maneras:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

a) Recuento anual fijo. Muchas empresas hacen recuento del stock físico una vez al año, al cierre del periodo fiscal. Es preciso, para ello, parar todo el funcionamiento de la empresa y organizar un equipo especial para la realización del recuento.

b) Recuento permanente. A principios de cada año (o periodo fiscal) algunas empresas dividen su stock en 52 grupos iguales, teniendo cada uno de ellos que ser recontados semanalmente. De esta manera, los trabajos de recuento pueden hacerse continuamente y sin interrumpir el funcionamiento normal de la empresa.

c) Recuento en el punto más bajo. Algunas empresas hacen el recuento de forma irregular, por ejemplo, siempre que el nivel del stock de un artículo alcance su punto más bajo.

- ✓ Sistemas abiertos

Los sistemas abiertos, a diferencia de los cerrados, no presentan restricciones particulares de entrada, los productos se almacenan cerca del lugar de uso, por ejemplo, estanterías, pallets, contenedores. Es un sistema usado, frecuentemente, por las grandes superficies. El personal del Almacén, recibe la mercancía y la entrega a los encargados de cada sección en el lugar que estos le indican. A partir de este momento la responsabilidad de su custodia pasa al personal de la sección. Los productos se utilizan rápidamente y, por tanto, no hay lugar a deterioros ni obsolescencia, salvo en el caso de compras inadecuadas. Este sistema pone poco énfasis en la seguridad y en la contabilidad de las mercancías. No suele llevar un inventario permanente en este tipo de almacenes, sin embargo, esta tendencia esta

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

variando actualmente. Para el recuento de la siguiente forma. Existencias finales = Existencias iniciales + compras – salidas.

- ✓ Sistemas de almacenaje al azar

Este sistema constituye una variante del de almacén cerrado, en el sentido de que no existe un sitio fijo para cada artículo, sino que cada uno se ubica en donde hay espacio libre. El almacén está dividido en áreas que requieren un mismo tipo de almacenamiento (pallets, contenedores, etc.) El personal del almacén conoce los espacios vacíos, ante una nueva entrada, lo asigna a las mercancías.

Una desventaja de este sistema es que para los empleados es más difícil localizar los productos y el recuento puede ser más largo. Pero como ventaja, podemos señalar que se utiliza el espacio más eficientemente y se posee, además, una gran flexibilidad. Con la ayuda de una adecuada aplicación informática, que indique donde se encuentra cada articulo, este sistema puede llegar a ser el mejor.

En determinados almacenes puede observarse el clásico y viejo eslogan de “un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar”. Indudablemente, lo de “cada lugar para cada cosa”, puede planificarse relativamente bien; lo de “cada cosa en su lugar”, puede no ser una tarea tan fácil. Desarrollando un buen sistema de localización de lugares de almacenaje, se puede ayudar a quienes intentan tener cada cosa en su

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

lugar. Cada artículo, guardado en el almacén, tiene un lugar especifico que debería estar indicado en un listado que sirviera como índice de localizaciones.[20]

7.5. Objetivos del Almacén

El Departamento de Almacén o, en su defecto, el Departamento que asume esta responsabilidad, debe basar sus decisiones en conseguir los siguientes objetivos:

- Almacenar las mercancías en buenas condiciones y tenerlas inmediatamente disponibles cuando se precise.
- Desarrollar un sistema de recepción y un sistema de entregas adecuados.
- Conseguir un satisfactorio nivel de cumplimiento de los objetivos al mínimo coste posible.

7.6. Estructura del Almacén

Una buena distribución en planta y un moderno equipo de almacenaje producirá los siguientes beneficios:

1. Buena accesibilidad a los productos fundamentales prestando, por consiguiente, un buen servicio.
2. Un alto grado de flexibilidad.
3. Eficiente utilización del espacio.
4. Reducidas necesidades de personal y equipo mecánico
5. Minimización de deterioros y robos.
6. Facilidad de recuento.

[20] Ibid. Pág.50

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Un equipo mecánico moderno incluye: palets, estanterías abiertas, contenedores, cajas metálicas, etc. También, se utilizan estanterías metálicas desmontables que proporcionan mayor flexibilidad y están estandarizadas. Los sistemas más automatizados disponen de máquinas programadas que, moviéndose por los pasillos, se dirigen automáticamente a las casillas deseadas para cargar o descargar. Sistemas de cintas transportadoras y/o elevadoras de materiales, cajas, completan la instalación. Todas las empresas de distribución no precisan el mismo equipo, para adquirir el equipo ajustado a sus necesidades una empresa comercial debe analizar los siguientes puntos:

1. Espacio necesario para cada artículo.
2. Cantidad que sale por unidad de tiempo.
3. Cantidad que se almacena por unidad de tiempo.
4. Tamaño de la instalación en función del peso, forma y manejo de las mercancías.
5. Medios de transporte.
6. Sistemas de entrega.
7. Productos más importantes.
8. Necesidades futuras.

La distribución en planta de almacén debe estar estructurada de forma que consiga alcanzar las siguientes metas:

- Un flujo con pocos retrocesos.
- Mínimo trabajo de manipulación y transporte.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Mínimos movimientos y desplazamientos inútiles del personal.

- Eficiente uso del espacio.

- Previsión de una posible expansión.

A efectos prácticos, enumeramos una serie de reglas que deben seguirse cuando se realiza la distribución en planta de almacenes:

Los artículos de más movimiento deben ubicarse cerca de la salida, para acortar el tiempo de desplazamiento del personal.

Los artículos pesados y difíciles de transportar deben localizarse de tal manera que minimicen su trabajo.

3. Los espacios altos deben usarse para artículos ligeros y protegidos.

4. Los materiales inflamables y peligrosos se sitúan en zonas cerradas y protegidas.

Los artículos grandes y protegidos o insensibles al agua pueden almacenarse fuera de los edificios de almacén.

Deben dotarse de protecciones especiales para todos los artículos que lo requieran.

Todos los elementos de seguridad y contra incendios deben estar situados adecuadamente en relación con los materiales almacenados.

En el almacén únicamente deben depositarse materiales necesarios para la venta. Productos sobrantes, rechazados, obsoletos, etc., se colocaran en un lugar especifico que facilite la gestión de venta. La entrega ha de ser rápida y sin errores. Hay que tener previsto el sistema de devolución de los productos por razones de defectos ocultos, errores, cambios, etc. Cuando se sirven los artículos hay que darlos de baja

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

inmediatamente en el stock para que funcione, si es preciso, el reaprovisionamiento.[21]

8. Comercio Internacional

8.1. Concepto de Importación

Entrada de productos extranjeros, de bienes y servicios que son internados a un país por medio del comercio exterior y estos pueden ser desde costumbres, juegos o conjunto de cosas importadas. Son todas aquellas que provenientes del extranjero, entren en el territorio nacional, con carácter temporal o definitivo, estén o no libres del pago de los derechos de aduanas, o gocen de suspensión, exención o franquicia. Se entiende que una importación comienza desde que el medio de transporte donde viajan las mercancías destinadas al territorio nacional entra en los límites territoriales de la República, por lo cual desde este momento están sujetas al control aduanero.[22]

8.2. Tipos de Importación que Existen:

- Definitivas: Son aquellas que se quedan dentro del territorio nacional de forma permanente para ser comercializadas en el país.

- Suspensivos: Son los regímenes donde las mercaderías son importadas al territorio nacional sin la cancelación de impuestos previo al depósito de garantías.

- Liberatorios: Son los regímenes donde las mercaderías que se admiten en el territorio nacional solo se pueden someter a manipulaciones necesarias para su conservación, acondicionamiento y presentación.

[21] Díez de Castro, Enrique. Distribución Comercial. 2ª Edición España, Editorial McGraw-Hill. 1997. Pág.226

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

8.3. La Importación Dentro de la Economía.

En la economía el medio tradicional de regular las importaciones fueron efectuadas comúnmente vecinales, es decir entre pueblos, pero realmente fue hasta la II Guerra Mundial que se establece el primer derecho arancelario. Desde 1945 fue que se ha producido una reducción de las restricciones, establecidas mediante aranceles, y la intervención directa de los estados por medio de las licencias.

8.4. Concepto de Documentación Internacional:

Por documentación internacional se entiende al conjunto de documentos representativos de la operación de exportación en general y del cumplimiento de las partes intervinientes de normas cambiarias, crediticias, fiscales, etc.; aplicadas en cada país en particular. Dichos documentos exteriorizan la efectivización de la transacción comercial respectiva, en algunos casos ellos acreditan la propiedad de las mercaderías que amparan.[23]

8.5. Principales Documentos Utilizados en Comercio Internacional

En el Comercio Internacional es algo raro, una de sus costumbres, es que intervienen muchos operadores que le dan el visto bueno a la operación (por ej. Aduana, Bancos, Compañías de Transporte – cajones y embalajes, Seguros – en caso de siniestros), pero muy pocos ven la mercadería. La mayoría trabaja a través de documentos. En el comercio internacional uno de los puntos más importantes es la

[22] Importaciones y Exportaciones (www.aduana.islagrande.cu/impoexpo.htm)
[23] www.guiadiplomatica.com/comercio/informacion.php?Mostrar=documentos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

documentación. Estas tienen que ser coherentes entre sí, significa que todos los documentos tienen que referirse a lo mismo.

Se clasifican en dos grandes grupos:

1. Aquellos que debe preparar, tramitar u obtener el exportador en virtud de lo acordado con el comprador o que surjan de las exigencias oficiales de cada país.

2. Aquellos que debe tramitar u obtener el importador de acuerdo a las exigencias de su país.

- **Documentos Comerciales**

- Contrato de Compraventa Internacional

- Cotización –Nota de Oferta-Cotización

- Carta de Presentación

- Oferta en Firme

- Orden de Compra en Firme (lo tramita el importador)

- Factura Proforma

- Factura Comercial

- **Documentos relativos a la Mercadería**

- Certificado de Origen

- Nota o Lista de Empaque

- Certificado de Calidad

- Certificado de Peso

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Certificado Fitosanitario

- Certificado Radioactividad

- Certificado de Pedegree

- Certificado de Añejamiento

- Lista de Precios

- **Documentos relativos al Transporte**

- Conocimiento de Embarque

- Documento de Transporte Combinado

- Recibo a Bordo

- Permiso de Embarque

- Póliza de Fletamento.

- **Documentos Relativos al Seguro**

- Póliza de Seguro

- Específica

- Flotante

8.6. Transporte Internacional de Carga y Seguro.

El medio físico que se va a utilizar para movilizar la mercadería de un punto determinado a otro es lo que se conoce como transporte. Para determinar el medio adecuado en una exportación. Deben considerarse una serie de factores como son:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

tipo de producto, tamaño, peso, valor, vida útil, climatización, fragilidad.[24] Alternativas a considerar:

8.7. Transporte Marítimo

El transporte marítimo es un medio que se caracteriza por su gran capacidad de carga y su adaptabilidad para transportar toda clase de productos, de volúmenes y de valores.

Los barcos de contenedores, han mostrado ser el medio de transporte marítimo más eficaz para el aprovechamiento máximo del espacio en la nave. También existen barcos especializados para el transporte específicos según las necesidades del producto, como son los que cuentan con bodegas de ventilación o refrigeración, para carga perecedera, buques, tanque, cementeros, carga a granel tales como: tanqueros de líquidos, de granos, de elementos gaseoso, de vehículos y otros más. Las necesidades de los usuarios han llevado a las compañías marítimas a adoptar una variedad de contenedores para destinos, pero que mantienen en común tamaños estandarizados: 20 pies y 40 pies.

♦ Tipos de Carga Manejados por Vía Marítima

- Carga General: Aquélla que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso y que, está embalada o sin embalar; puede ser tratada como unidad. Puede presentarse para su traslado como:

[24] Valle, Carlos Alberto. Mercadeo Internacional. Universidad Tecnológica. El Salvador. 2000

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Carga Fraccionada: Sacos (café, ajonjolí), cajas (partes para muebles). Barriles (miel, bálsamo) y otros.

- Carga Unitarizada: paletas o tarimas (para cajas muy pequeñas), contenedores.

- Carga Peligrosa: Son todas aquellas capaces de causar daños a las personas, a cargas contiguas al medio de transporte, por sí mismas o por interacción con las demás.

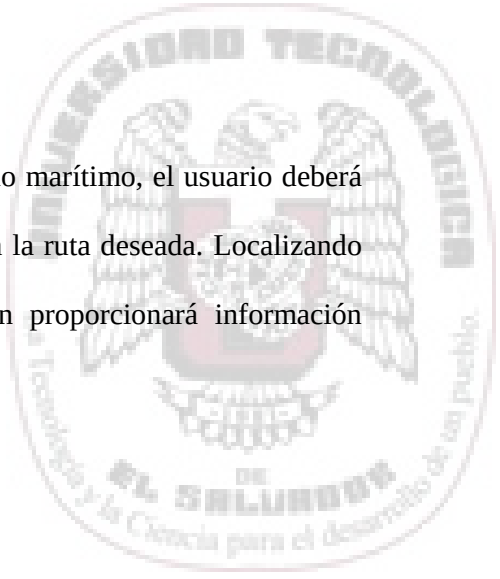
- Carga Perecedera: La que por su condición puede sufrir daños sensibles o puede descomponerse en caso de ser definitivamente conservadas y/o transportadas.

- Carga Valiosa o ad-valorem: Se requiere para aquellos artículos que tienen un gran valor intrínseco, tales como joyas, obras de arte y metales preciosos, entre otros.

- Animales en pie: Se refiere a transporte de animales vivos.

- Carga pesada y voluminosa: Piezas o bultos cuyo peso y/o dimensiones exceden a las que se manejan con equipo convencional o los que han de ser transportados en buques acondicionados al efecto.

Seleccionando la línea: Para la contratación del servicio marítimo, el usuario deberá primero investigar las líneas que prestan el servicio en la ruta deseada. Localizando al agente de consignación que la representa, quien proporcionará información relacionada con los itinerarios.



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Para obtener una cotización, es necesario proporcionar entre otros, los siguientes datos:

- Descripción de la mercancía
- Peso por bulto y peso total del envío
- Dimensiones (largo por ancho por alto)
- Lugar en donde se recogerá la mercancía y puerto de embarque
- Puerto de destino y lugar de entrega de la mercancía
- Fecha de embarque
- Condiciones especiales (sí es que se requieren)
- El Contrato de Servicio

Debe establecerse un acuerdo por medio del cual la compañía naviera se compromete con el usuario a transportar una carga a un puerto dado, por el pago de una suma denominada flete.

Los términos del contrato se materializan en el documento llamado “Conocimiento de embarque” B/L que se expide con base a la orden de embarque. Es un “documento probatorio de la carga de mercancías en un buque”, el cual contiene, generalmente, los siguientes datos:

- Nombre del embarcador
- Nombre del consignatario
- Puerto de carga
- Puerto de descarga
- Nombre y matrícula del buque

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Cantidad, peso, medidas y marcas de la mercancía
- Valor del flete
- Estado y/o condición aparente de las mercancías
- Fecha
- Número de copias negociables.

El conocimiento de embarque (Bill of Lading o B/L), puede desempeñar las siguientes funciones:

- Prueba de un contrato de transporte, en el que se estipulan las condiciones de prestaciones de servicios.

- Recibo de las mercancías, mediante el cual se reconoce que las mercancías descritas han sido embarcadas en un buque determinado y con destino determinado.

8.8. Transporte Aéreo

Es el medio más rápido de todos los existentes; a pesar de ser uno de los más caros, tiene en la actualidad gran importancia. La vía aérea está especialmente y valiosa o de pequeñas cantidades. Las Líneas Aéreas Comerciales cuentan con un servicio de carga que, aunque limitada, tiene la ventaja de ser un servicio frecuente. Las líneas Aéreas de carga tienen mayor experiencia en el manejo de ésta. Sus aviones son elaborados exclusivamente para manejarla y generalmente cuentan con un equipo de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

apoyo en tierra, también especializado para su manejo. Estas empresas ofrecen tarifas más competitivas aunque su frecuencia de vuelos se limita a dos o tres vuelos por semana.

- **Ventajas de este Servicio:**

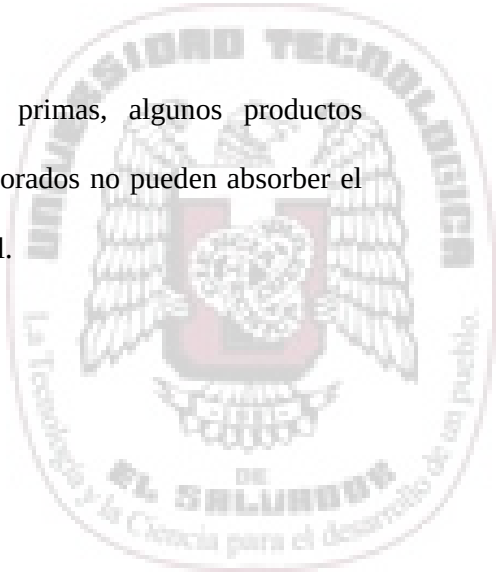
- Rapidez: Ofrece a los usuarios, por su rapidez, un servicio más eficiente, confiable y de alta calidad, por lo que es irremplazable en el envío de productos perecederos, compras urgentes o cargas de menor volumen.
- Competitividad: Brinda reducciones en los gastos.
- Frecuencia: Se cuenta con este servicio en forma continua.

- **Desventajas del Transporte de Carga por Avión**.

- Capacidad: Por razones de volumen y restricciones de peso, ni el avión más grande está en capacidad de competir con los otros medios de transporte.

- Cargas a granel: No puede utilizarse para movilización de minerales, petróleo, cereales y químicos a granel.

- Productos de bajo valor unitario: Las materias primas, algunos productos manufacturados y gran número de bienes semi elaborados no pueden absorber el alto costo de los fletes aéreos dentro de su costo total.



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Artículos peligrosos: Las regulaciones vigentes restringen severamente el número de artículos peligrosos que pueden transportar: especialmente en aviones de servicio combinado.

- Costo: El servicio aéreo de carga resulta costoso.

♦ Principales Tipos de Cargas que se Transportan por Vía Aérea.

En la actualidad no existe prácticamente ninguna limitante para el envío de carga a cualquier parte del mundo, la cual se puede dividir en tres grupos.

- Carga de emergencia
- Carga perecedera o de rutina
- Carga de transportación terrestre o marítima que puede cambiar en aérea.

♦ Documentos Utilizados.

- Carta de instrucciones. Es el documento que elabora el exportador al agente de carga y su función reviste gran importancia, ya que en él se desglosan los aspectos relativos al movimiento específico de un embarque.

- Lista de empaque: Funciona como elemento de control, verificación y prueba para el exportador en el trámite de expedición de su mercancía.

- La guía aérea (Airway Bill o AWB): Este es el documento básico que cubre el movimiento de los embarques transportados por avión y registra en documentos el

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

transporte de mercancías sobre cualquier distancia al utilizar tanto líneas aéreas como sea necesario, de tal manera que cuando las mercancías se transportan mediante una línea aérea y es necesario transferirlas a otras, la guía aérea original cubre la transportación desde el origen hasta el destino final.

7.9. Transporte Terrestre

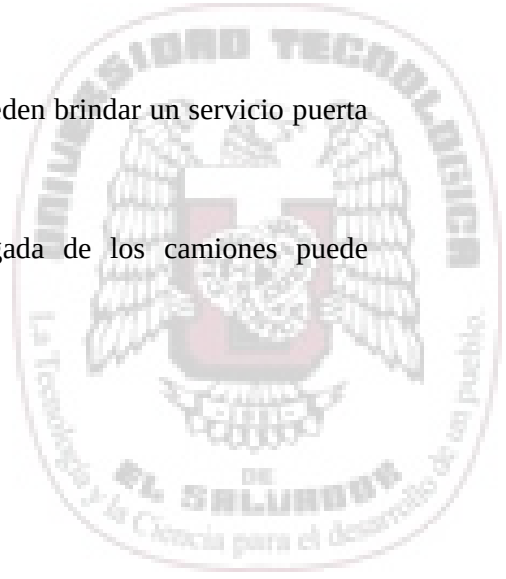
Este tipo de transporte tiene gran utilidad en nuestro país, especialmente con Centro América ya que debido a la cercanía existente y a las buenas relaciones comerciales vigentes, este resulta ser el medio de transporte más económico.

El transporte terrestre en nuestro medio está conformado en su mayoría por furgones y trailers, aunque también existe gran cantidad de camiones porta contenedores, los cuáles facilitan el transporte de los mismos. Su capacidad es generalmente estándar, equivalente a un contenedor de 40 pies.

♦ Ventajas del Transporte Terrestre

- Versatilidad: permite el acceso más rápido a los usuarios, lo que permite desarrollar el horario establecido.

- Accesibilidad: Los vehículos para la distribución pueden brindar un servicio puerta a puerta sin que medie manipulación ni transbordo.
- Prontitud: por su flexibilidad, la partida y llegada de los camiones puede establecerse con mucha precisión.



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Costos de embalaje: Este es un vehículo ideal para casi todas las mercancías, y para algunas cargas a granel en cantidades limitadas, en algunas ocasiones el embalaje se hace innecesario.

♦ Inconvenientes del Transporte Terrestre

- Capacidad: Existen algunas normas que regulan la capacidad y el peso de estos vehículos.

- Grandes distancias: Este tipo de transporte solo puede operar dentro de ciertos límites.

- Congestiones de tráfico: El transporte por carretera se ve afectado por este factor, ya que causa demoras en los despachos en los países donde el tráfico vehicular y el desarrollo de carreteras no están acordes con el crecimiento.

- Regulaciones de tráfico de vías: El desarrollo en infraestructura de carreteras y puentes, así como su capacidad, no están estandarizados en todos los países.

♦ Documentos del Transporte Terrestre

- Carta de porte: Este documento certifica la pertenencia de la mercancía, es emitida por el transportista terrestre y es elemental a la hora de llevar a cabo los trámites aduanales.
- Guía Internacional: Tiene gran importancia para aquellos envíos que para llegar a su país de destino tienen que cruzar varias fronteras. En ella se registran las fechas

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

en que cruza las diversas aduanas, a efecto de transitar los diversos países sin restricciones de custodio.

- Lista de Empaque: Generalmente es elaborada por el proveedor que despacha la mercadería o por la compañía encargada de transportarla. En ella se detalla claramente la mercadería que se envía y el cartón maestro o empaque que los contiene, generalmente enumerando todos los bultos, lo que facilita grandemente su inspección aduanal.

8.10. Transporte Multimodal

Esta modalidad de transporte implica que el transporte de bienes del exportador hasta el local del importador estará a cargo de un solo agente llamado Operador de Transporte Multimodal (OTM) e involucra la utilización de al menos dos modos de transporte.

9. Términos de Comercio Internacional (Incoterms)

En el comercio internacional se ha desarrollado un idioma común, fruto de las prácticas comerciales internacionales. Determinadas disposiciones se han normalizado e incorporado a la legislación de cada país.

9.1. Concepto de Incoterms

Son un conjunto de reglas internacionales, de aceptación voluntaria por las partes, que determina el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que componen el precio[25].

9.2. Propósito de los Incoterms:

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio Internacional. Los Incoterms en su uniformidad y extensión, reducen la incertidumbre derivada de las múltiples interpretaciones que países con legislación, usos y costumbres diferentes, suelen dar a las transacciones comerciales.[26]

Hasta principios de siglo las partes contratantes desconocía las prácticas comerciales en sus respectivos países, por lo que tenían miedo de operar con países que no conocían.

En 1919 surgió el sistema de cotizaciones internacionales, definiciones para el Comercio Extranjero Americano. En 1936 la Cámara de Comercio Internacional establece en los Incoterms: International Commerce Terms. Dada la evolución del comercio internacional estas normas con el transcurso del tiempo han sido revisadas y actualizadas en 1946, 1953, 1967, 1976, 1980 y 1990. Se han actualizado regularmente para adecuarse al desarrollo del comercio internacional. Los Incoterms 2000 toman en consideración la reciente difusión de zonas libres de aduanas, el incremento del uso de las comunicaciones electrónicas en las transacciones comerciales y los cambios en la práctica del transporte.

[25] www.guiadiplomatica.com/comercio/incoterms.html
[26] Idem

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato. Si bien todos los gastos o costos lo termina pagando el comprador, este debe conocer, además de lo estipulado en el contrato de compraventa, que importes debe desembolsar y cuales están incluidos en el precio. El punto donde se transfieren la entrega de la mercadería, los riesgos, los costos y los documentos se le denomina “punto crítico”. Cada término, por tanto tiene su propio punto crítico.

9.3. Principales Características de los Incoterms:

Los puntos más importantes se refieren a:

- La entrega
- Los riesgos
- Los gastos
- Los documentos

Los Incoterms determinan:

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

9.4. Términos de Comercialización más Utilizados

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- EXW= Ex Works

Significa en fábrica, en almacén en plantación. El vendedor asume responsabilidades mínimas, pues el lugar de entrega de la mercadería es en la fábrica misma, es el comprador el que asume los riesgos desde ese punto hasta el país de destino.

Características:

- Costos a cargo del comprador hasta llevar la mercancía a su bodega
- Riesgos a cargo del comprador hasta llevar la mercancía a su bodega
- Transporte pagado por el comprador hasta llevar la mercancía a su bodega.
- Seguro por cuenta del comprador hasta llevar las mercancías a su bodega.

- FCA= Free Carrier

Significa libre en transportista. La mercadería se entrega al transportista en el lugar prefijado de antemano y a partir de allí se traslada la responsabilidad al comprador.

Características:

- El vendedor completa su obligación cuando entrega la mercadería al transportista nombrado por el comprador en el punto acordado.
- El riesgo de perdida o daño de las mercaderías es transferido del vendedor al comprador cuando estas han sido entregadas al transportista y no, cuando pasa la borda o riel del barco.

- FAS = Free Alongside Ship

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Libre al costado del barco. La mercadería deberá ser entregada al costado del barco. A partir de allí, la responsabilidad es del comprador.

Características:

- Costos a cargo del comprador hasta su bodega
- Riesgos a cargo del comprador hasta su bodega
- Seguro por cuenta del comprador hasta su bodega

- FOB= Free On Board

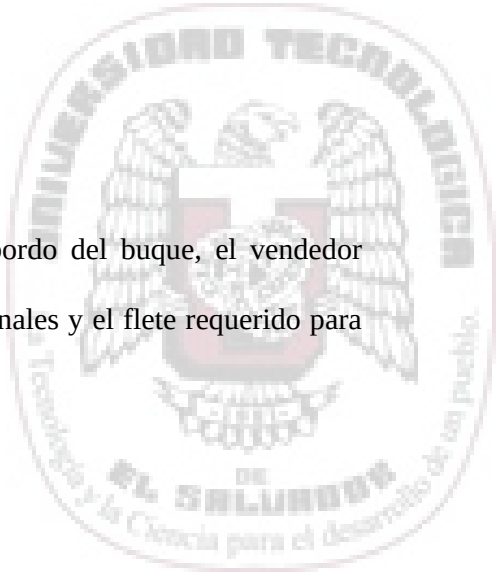
Libre a bordo. Este término se utiliza referido al transporte aéreo o marítimo. Se da por entregada la mercadería cuando la recibe el transportista aéreo en el aeropuerto o cuando ha traspasado la borda del buque. A partir de ese momento se transfiere la responsabilidad al comprador.

Características:

- Costos del comprador hasta su bodega
- Riesgos a cargo del comprador hasta su bodega
- Transporte pagado por el comprador hasta su bodega
- Seguro por cuenta del comprador hasta su bodega.

- CFR= Cost and Freight

Costo y Flete. Además de colocar la mercadería a bordo del buque, el vendedor asume las responsabilidades de pagar los costos adicionales y el flete requerido para



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

hacer llegar la mercadería al puerto de destino. En este caso, el riesgo se transfiere del vendedor al comprador al traspasar la borda del buque.

Características:

- El vendedor debe contratar el transporte de las mercaderías hacia el puerto de destino designado en el contrato de venta y pagar el flete.

• CIF= Cost Insurance and Freight.

Este término significa costo, seguro y flete. El vendedor contrata el seguro que amparará la mercadería desde el punto de embarque hasta el de destino convenido, al igual que en el término anterior, el punto de entrega de la mercadería es a bordo del buque en el puerto de salida.

Características:

- Costos por cuenta del vendedor hasta el puerto de destino convenido
- Transporte por cuenta del vendedor hasta el puerto de destino convenido.
- Seguro por cuenta del vendedor hasta entregar las mercancías en el puerto de destino convenido.

• CPT= Carriage Paid To

Este término se utiliza con el transporte terrestre o mediante una combinación de varios (terrestre, marítimo, etc.) significa que el vendedor asume todos los costos y el

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

flete necesarios para hacer llegar la mercadería hasta el punto convenido de destino. El riesgo se transfiere cuando la mercadería es entregada al primer transportista.

Características:

- Este término puede ser usado indistintamente por cualquier vía de transporte.
- Costos por cuenta del vendedor hasta el punto de destino convenido.
- Transporte por cuenta del vendedor hasta el punto de destino.
- Seguro por cuenta del comprador hasta llevar la mercancía a su bodega.

- CIP = Carriage and Insurance Paid To.

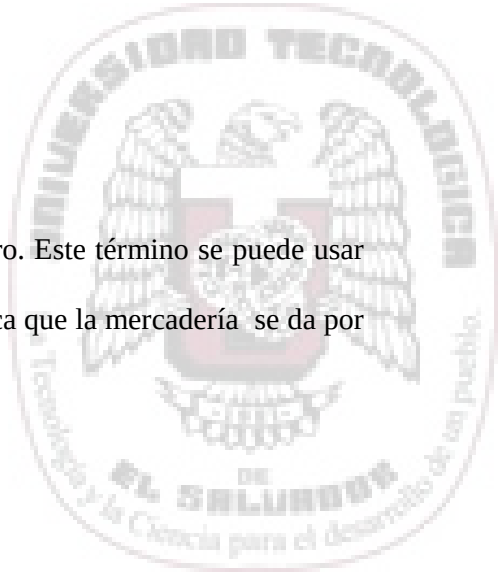
Este término se realiza en envío de la mercadería con el pago del transporte principal por el vendedor.

Características:

- Costos por cuenta del vendedor hasta el punto de destino convenido.
- Este término puede ser usado indistintamente por cualquier vía de transporte.
- Seguro por cuenta del comprador hasta llevar la mercancía al punto de destino convenido.

- DAF= Delivered At Frontier

Entregado en frontera. También llamado término neutro. Este término se puede usar con cualquier tipo de transporte que se utilice y significa que la mercadería se da por



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

entregada en la frontera convenida, pero antes del límite aduanero del país de destino.

Características:

- Tanto el vendedor como el comprador asumen igual porcentaje de responsabilidad.

- DES= Delivered Ex Ship:

Entregado a bordo del buque.

Características:

- Costos a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía a bordo en el puerto de destino
- Riesgos y transporte a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía a bordo del puerto de destino.
- Seguro por cuenta del vendedor hasta llevar las mercancías a bordo en el puerto de destino.

- DEQ= Delivered Ex Quay

Entregado fuera del muelle.

Características:

- Costos a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía a bordo en el puerto indicado de destino

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Riesgos y transporte a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía en el muelle de destino.
- Seguro por cuenta del vendedor hasta llevar las mercancías a bordo en el puerto de destino.

- DDU= Delivered Duty Unpaid

Entrega con derechos no pagados. El vendedor ha cumplido su obligación de entregar la mercadería cuando ha sido puesta a disposición en el lugar convenido del país de importación.

El vendedor ha de asumir todos los riesgos relacionados con llevar las mercancías hasta aquel lugar (excluidos derechos, impuestos y otras cargas oficiales exigibles a la importación), así como los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras. El comprador ha de pagar cualquier gasto adicional y asumir los riesgos en caso de no poder retirar la mercadería en aduana, para su importación a su debido tiempo.

Características:

- Costos por cuenta del vendedor hasta entregar la mercancía en la aduana de destino
- Riesgos y transporte a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía en la aduana de destino.
- Seguro por cuenta del vendedor hasta entregar las mercancías en la aduana de destino.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- DDP= Delivered Duty Paid

Entrega con derechos pagados. El vendedor ha de asumir todos los gastos y riesgos, incluyendo los impuestos y otras cargas por llevar la mercancía al lugar una vez despachada en aduana para la importación.

Características:

- Costos por cuenta del vendedor hasta entregar la mercancía en el lugar de destino en el país del importador.
- Riesgos y transporte a cargo del vendedor hasta entregar la mercancía en el lugar de destino en el país del importador.
- Seguro por cuenta del vendedor hasta entregar las mercancías en el lugar de destino en el país del importador.

10. MARCO CONCEPTUAL SOBRE LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

El **marketing** es un proceso social y gerencial por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valor con otros[27]. El **marketing de exportación** es la primera etapa en el tratamiento de oportunidades de negocios fuera del mercado nacional. El exportador fija como objetivo los mercados exteriores y depende de la producción nacional para suministrar el producto para estos mercados.

[27] Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Marketing. 8ª. Edición México, Editorial Prentice Hall.1999.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Inmerso en la exportación encontramos los Items de Comercio: los ítems de comercio entre naciones son de tres tipos:

- Productos,
- Servicios y
- Transacciones crediticias.

Las exportaciones e importaciones de productos agrícolas, maquinaria, carbón, mineral de hierro, oro y plata, que son conocidos como los ítems "visibles" de comercio. Los ítems "invisibles" incluyen servicios prestados, para turistas, extranjeros, también transacciones crediticias tales como: prestamos, pagos de interés y otros[28].

De acuerdo a la inquietud de las empresas por satisfacer nuevos clientes en distintos lugares, éstas se ven en la necesidad de contrarrestar los inconvenientes que se presentan en el desarrollo de sus actividades, valiéndose de herramientas como la **logística**[29], que se define como: el arte de dirigir el flujo de materiales y productos, de la fuente al usuario, valiéndose de funciones como el **almacenaje**[30] que es un derecho que se cobra por guardar una mercancía en bodegas, sitios u otras instalaciones adecuadas, siendo una herramienta muy utilizada por empresas dedicadas al comercio de bienes, principalmente por las empresas dedicadas a la importación que no es más que la entrada de productos extranjeros, de bienes y servicios que son internados a un país por medio del comercio exterior y estos pueden ser desde costumbres, juegos o conjunto de cosas importadas.

[28] Lenguaje de Comercio Internacional VIII. Corporación de Exportadores de El Salvador. COEXPORT, 2001
[29] La Logística. Nueva Empresa (http://www.nuevaempresa.cu/textos/logisticaempresarial/logisticaempresarial.doc)
[30] Idem.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Dentro de la importación las empresas se ven en la necesidad de hacer llegar sus productos y tener existencias siempre disponibles en el momento y lugar oportuno.

Dichas empresas deben adaptarse a ciertas **Medidas Arancelarias**[31]: que son medidas en virtud de las cuales se incrementa el arancel aplicable a las importaciones con el objeto de controlar el comercio. Así como obtener la **Licencia de importación**[32], que es un documento que otorga derecho a un comerciante a importar la mercancía a que se refiere; además el importador debe enfrentar **Barreras Comerciales**: Que son aquellos obstáculos impuestos en el ámbito nacional que limitan el libre intercambio, a fin de proteger la economía, éstas barreras pueden ser: tarifas, cuotas, depósitos por importación.

Así mismo Barreras No Arancelarias: que son aquellas barreras que se imponen a la entrada de productos que son de índole arancelaria, tales como: permisos de importación, licencias previas, regulaciones sanitarias, y aduaneras, procedimientos administrativos régimen de cuarentena, monopolios comerciales, precios mínimos, derechos variables y todo tipo de restricciones cuantitativas, cuotas de importación, impuestos selectivos, impuestos internos de toda índole.

Por otro lado deben conocer terminología como: los **términos de comercio i**n**ternacional**: Que son un Modelo de términos contractuales propuestos por la Cámara de Comercio Internacional de país, para normar los contratos de ventas internacionales. Entre éstos, los más comúnmente utilizados son: CIF: significa costo, seguro y flete.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

El vendedor contrata el seguro que amparará la mercadería desde el punto de embarque hasta el de destino convenido, al igual que en el termino anterior, el punto de entrega de la mercadería es a bordo del buque en el puerto de salida; FOB: Libre a bordo.

Este término se utiliza referido al transporte aéreo o marítimo. Se da por entregada la mercadería cuando la recibe el transportista aéreo en el aeropuerto o cuando ha traspasado la borda del buque. A partir de ese momento se transfiere la responsabilidad al comprador. C+F: Costo y Flete. Además de colocar la mercadería a bordo del buque, el vendedor asume las responsabilidades de pagar los costos adicionales y el flete requerido para hacer llegar la mercadería al puerto de destino. En este caso, el riesgo se transfiere del vendedor al comprador al traspasar la borda del buque.

Es así como se ha tomado de base para nuestro estudio los **Almacenes Generales de Depósito**[33], que son aquellos depósitos de aduanas que además de haber sido autorizados como tales por la autoridad aduanera, han sido calificados como organizaciones auxiliares de crédito por la autoridad competente, por lo que además de la guarda y conservación de mercancías, pueden emitir certificados de deposito y bonos de prenda sobre las mismas y gestionar la obtención de préstamos de sus clientes a través de la negociación de estos últimos, en razón de lo cual se encuentran

[31] Lenguaje de Comercio Internacional VIII. Corporación de Exportadores de El Salvador. COEXPORT, 2001
[32] Ibid 30
[33] Instructivo 4/2001 de la Dirección General de Renta de Aduanas

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

además en cuanto a estas operaciones, bajo el control de la Superintendencia de Valores.

Dentro del tema del servicio del almacenaje, dicho Gremio conformado por cuatro Almacenes, contando cada uno de ellos con una diversidad de servicios muy demandados y muy importantes tanto como para empresas locales como internacionales, por ser un servicio nuevo, nos centraremos específicamente en el área de **desconsolidación de carga**[34] que es la mercadería que se transporta en uno o varios medios de transporte y que se consigna a más de un importador.

11. MARCO LEGAL SOBRE LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

La importación definitiva, es el ingreso de mercancías procedentes del exterior para su uso o consumo definitivo en el territorio aduanero[35]. Depósito de aduanas o depósito aduanero es el régimen mediante el cual, las mercancías son almacenadas por un plazo determinado, en un lugar habilitado al efecto, bajo potestad de la Aduana, con suspensión de derechos e impuestos que correspondan. Las mercancías de depósitos de aduanas, estarán bajo custodia, conversación y responsabilidad del

[34] Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA), capítulo II de los Regímenes Aduaneros, Art. 68 Importación definitiva [34] Circular Dirección General de Renta de Aduanas

[35] Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA), capítulo II de los Regímenes Aduaneros, Art. 68 Importación definitiva.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

depositario. Los depósitos de aduanas podrán ser públicos o privados[36]. Constituyen modalidades especiales de importación y exportación definitiva las siguientes:

a) Envíos postales;
b) Envíos urgentes;
c) Tráfico fronterizo;
d) Equipaje de viajero;
e) Menaje de casa;
f) Pequeños envíos sin carácter comercial; y,
g) Otras que establezcan la legislación nacional[37]

La declaración para el régimen de depósito de aduanas o depósito aduanero contendrá, en lo conducente, la información que establece el Art. 87 de este Reglamento. La declaración deberá contener, según el régimen aduanero de que se trate, entre otros datos, los siguientes:

a) Identificación y registro tributario del declarante.
b) Identificación del aduanero, cuando corresponda.
c) Identificación del transportista y del medio de transporte.
d) Régimen aduanero que se solicita.
e) País de origen, procedencia y destino de las mercancías, en su caso[38].

[36] Idem.

[37] Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA), Capitulo III De las modalidades especiales de importación y exportación definitivas. Art. 84. Modalidades especiales de importación y exportación definitiva.

[38] Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA) Capitulo VII, del deposito de aduanas o deposito aduanero Art. 87 y 172. Declaración.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Bajo este régimen deberán ampararse las mercancías no nacionalizadas que hayan sido destinadas a cualquier régimen aduanero suspensivo de derechos o que se encuentren en depósito temporal, siempre que las mismas no hubieran sido descargadas por error[39].

Las personas que en virtud de su actividad realicen importaciones comerciales por la vía postal deberán, además de cumplir con los requisitos arancelarios y no arancelarios exigibles, presentar su declaración a través de un agente aduanero o apoderado especial aduanero. Desconsolidación y consolidación de carga en los AGD. La desconsolidación de carga es una actividad permitida en los Almacenes Generales de Depósito (AGD) debidamente autorizados según lo establecido en el numeral 4.1, por lo que las mercancías que ingresen consolidadas y manifestadas a un AGD, podrá ser conducidas directamente al depósito que hubieran sido manifestadas, previa presentación de las declaraciones de mercancías correspondientes. Cuando el embarque consolidado esté amparado por un documento de transporte madre, la remisión del mismo se efectuará a nombre de la persona que aparezca designada como consignatario del embarque, a nombre de quién deberá presentarse la correspondiente declaración de depósito. Las declaraciones de mercancías de desprendimiento se aceptarán a nombre de las personas que aparezcan como consignatarios en los documentos de transporte hijos.

38 Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA), Capitulo XII De la reexportación Art. 200. Mercancías susceptibles del

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La remisión de la carga consolidada desde la aduana de ingreso al depósito, se efectuará documentalmente mediante una Declaración de Tránsito Internacional (DTI), destinada al depósito y bajo la responsabilidad del transportista. Recibidas las mercancías en el depósito, el depositario deberá confirmar su recepción, estampando en cada DTI la fecha, firma y sello del encargado del depósito, además de emitir el documento de recepción correspondiente y de cargar en el sistema de control de inventarios la mercancía recibida. La responsabilidad de la emisión de las discrepancias que se detecten entre las mercancías manifestadas y las efectivamente entregadas al depósito, serán de los funcionarios de Aduanas destacados para tales efectos en los AGD.[40]

Los almacenes generales de depósito gozan de derechos de retención y de privilegio sobre las mercaderías depositadas para hacerse pagar de preferencia de los cargos de almacenaje y custodia de ellas, de los gastos que hubiere suplido por transportes, seguro, empaques de las mismas y de las comisiones y gastos de venta. Los almacenes generales de depósito están sometidos a la inspección y vigilancia del Ministerio de Hacienda, a través de la Dirección General de la Renta de Aduanas, quién dicta las normas reglamentarias conducentes al eficaz ejercicio de esta facultad, y tendrá especialmente las siguientes atribuciones que ejercerá por medio de resoluciones motivadas:

a) Fijar las tarifas máximas que los almacenes generales de depósito pueden cobrar por los servicios que presten;

[40] Capitulo XIII. Modalidades especiales de importación y exportación definitivas. Sección I, de los envíos postales Art. 206.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

b) Señalar los plazos máximos para que las diferentes clases de depósitos, que pueden recibir los almacenes cuando así lo considere necesario;

c) Suspender transitoriamente las operaciones de depósito, de expedición de títulos sobre determinadas mercancías o productos, cuando se observen tendencias a su acaparamiento o alzas injustificadas en sus precios o exceso de existencia de artículos en sus precios o exceso de existencia de artículos importados no indispensables.

d) Fijar las condiciones que deben tener los lugares, bodegas, depósitos o recipientes especiales que hayan de usar los almacenes, y darles la correspondiente aprobación, teniendo en cuenta su ubicación, adaptación y su seguridad para la conservación y control de la mercancía o productos de que se trate y el buen servicio que debe prestarse;

e) Fijar las normas generales a que deben someterse el avalúo de la mercancía y su revalúo, cuando fuere el caso;

f) Señalar el procedimiento mediante el cual los almacenes pueden disponer de las mercancías abandonadas, indicando las diligencias previas, y la aplicación del producto de tal disposición, cuando lo hubiere;

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

g) Fijar los requisitos a que deben someterse los depósitos a granel, los de mercancías de género, la financiación de mercancías en tránsito y el manejo y control de mercancías en procesos de transformación o de beneficio;

h) Determinar las clases de documentos que pueden exigir los almacenes, según la naturaleza de la operación, señalando la forma y contenido de aquellos;

i) Autorizar nuevas operaciones y fijar sus requisitos, de acuerdo con las disposiciones legales que regulan los almacenes generales de depósito;

j) Señalar las normas a que debe someterse el uso de lugares, bodegas, depósitos o recipientes especiales para efectuar en ellos operaciones con el público en general; el de lugares, bodegas, depósitos o recipientes especiales para efectuar en ellas operaciones exclusivamente con el cliente y reglamentar el uso de lugares, bodegas, depósitos especiales de unos almacenes por otros;

k) Fijar las normas generales para el retiro total o parcial de las mercancías depositadas;

l) Señalar el procedimiento conforme al cual los almacenes pueden recibir abonos a la deuda garantizada con prenda sobre la mercancía depositada;

m) Aprobar cualquier reforma que quiera introducirse a los reglamentos de los almacenes, y los proyectos de distribución de utilidades y de colocación de

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

acciones por aumento de capital, y fijar la relación entre el valor de los depósitos de mercancías que los almacenes generales de depósito pueden tener y su patrimonio técnico.[41]

[41] Instructivo N° 4/2001 Dirección General de Renta de Aduanas.

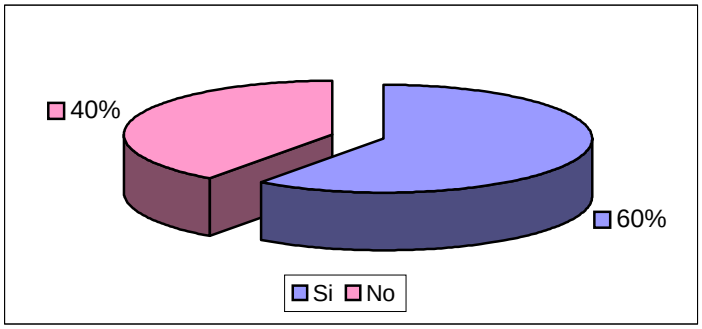
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

8. ¿Considera que el personal que atiende el área de desconsolidación de carga es el idóneo?

OBJETIVO

Identificar si el personal que atiende el área de desconsolidación de carga es idóneo para su puesto.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	6	40
No	9	60
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

Un 40% de los entrevistados respondió a favor del personal que ahí labora y un 60% considera que el personal no es el idóneo dentro del área de desconsolidación de carga.

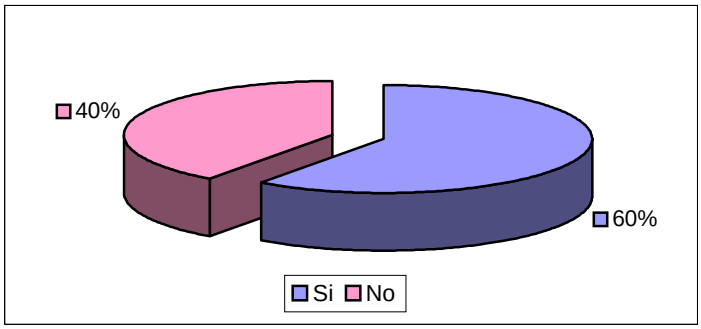
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

9. ¿Sugiere mejoras en el proceso de desconsolidación?

OBJETIVO

Determinar si los entrevistados sugieren o no mejoras en el proceso de desconsolidación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	9	60
No	6	40
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

A ésta interrogante el 60% de los entrevistados respondieron que sugiere mejoras en el proceso de desconsolidación y un porcentaje menor contestó que no tiene ningún tipo de sugerencias.

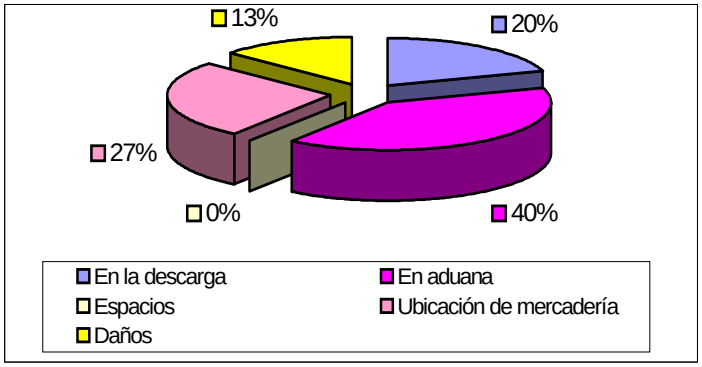
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

10. ¿Cuáles son los problemas que se le presentan con mayor frecuencia en el área de desconsolidación?

OBJETIVO

Identificar los problemas se presentan con mayor frecuencia en el área de desconsolidación de carga.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
En la descarga	3	20
En aduana	6	40
Espacios	0	0.00
Ubicación de mercadería	4	27
Daños	2	13
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

En su mayoría los entrevistados contestó que el mayor problema que tienen está con los delegados de aduana representados por el 40%, la ubicación de la mercadería con el 27%, el 20% de los consolidadores respondió que el problema esta en la descarga.

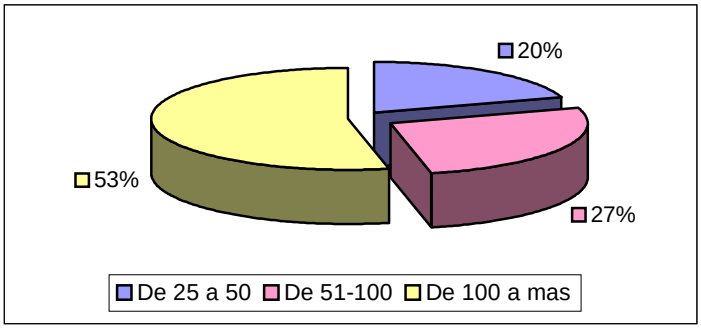
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

11. ¿Aproximadamente cuál es el estimado de clientes promedio que atienden por mes?

OBJETIVO

Conocer el número de clientes promedio que atienden por mes los consolidadores.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
De 25 a 50	3	20
De 51-100	4	27
De 100 a mas	8	53
Totales	15	100



INTERPRETACIÓN

El 53% de los consolidadores de carga manifiestan que atienden 100 o más empresas o personas que necesitan importar mercadería, el 27% maneja una cartera de clientes de 50 a 100 importadores y el 20% lo representan las empresas consolidadoras que inician sus operaciones y que por lo tanto no tienen una cartera grande de clientes.

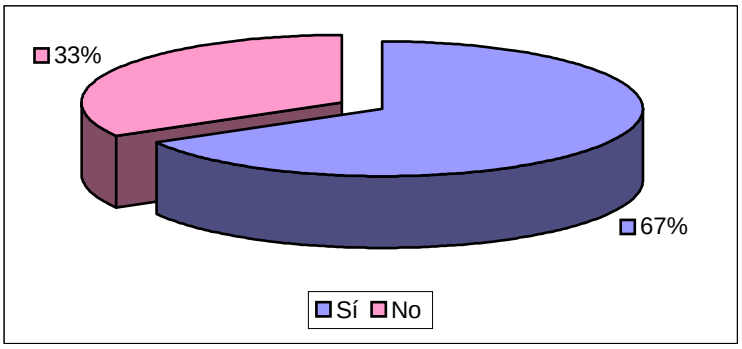
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

12. ¿Considera que la calidad del servicio ha mejorado con la concesión a los almacenes?

OBJETIVO

Determinar sí la calidad del servicio ha mejorado con la concesión de los almacenes.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	10	67
No	5	33
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

Según el criterio del 67% de los consolidadores encuestados, el servicio ha mejorado aunque siempre tiene sus deficiencias, el 33% dijo que no ha tenido ninguna mejora.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

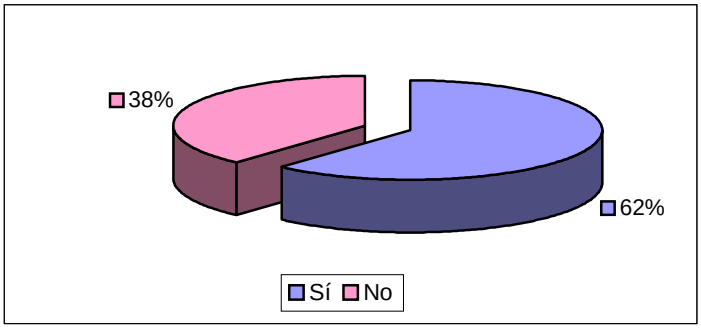
CUESTIONARIO PARA USUARIOS DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN

1. ¿Conoce usted los servicios que prestan los Almacenes Generales de Depósito?

OBJETIVO

Determinar sí los usuarios conocen los servicios que prestan los Almacenes Generales de Depósito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	71	62
No	44	38
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

El 62% de los entrevistados contestó que conocen los servicios que presta un AGD y el 38% dijo no conocer todos los servicios.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

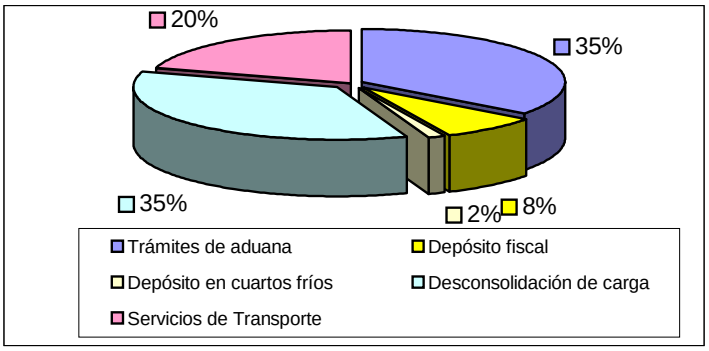
2. ¿Dentro de los servicios que prestan los AGD cuáles son los que usted utiliza con mayor frecuencia?

OBJETIVO

Identificar cual de los servicios que presta un AGD utiliza el cliente con mayor frecuencia.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Trámites de aduana	115	35
Depósito fiscal	25	8
Depósito en cuartos fríos	5	2
Desconsolidación de carga	115	35
Servicios de Transporte	66	20
Totales	326	100%

Con base a 115 usuarios del servicio de desconsolidación



INTERPRETACIÓN

El 35% de los entrevistados dijo que el servicio que más utilizan dentro de un AGD es el de Trámites aduanales y el mismo porcentaje dijo utilizar el servicio de desconsolidación, el 20% dijo utilizar el servicio de transporte, el 8% dijo utilizar depósito fiscal y un mínimo porcentaje contestó que usan el de cuartos fríos.

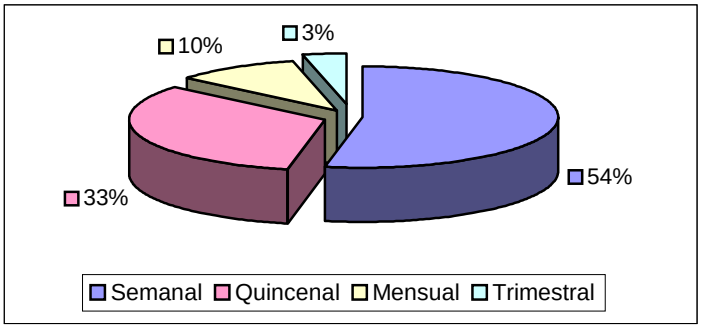
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de desconsolidación de carga?

OBJETIVO

Conocer con qué frecuencia el cliente utiliza el servicio de desconsolidación de carga.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Semanal	61	53
Quincenal	38	33
Mensual	12	10
Trimestral	4	4
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 54% de los entrevistados dice que utiliza el servicio de desconsolidación de carga semanalmente, mientras que el 33% dijo utilizarlo quincenalmente, el 10% hace uso de éste mensualmente y una mínima cantidad del 3% contestó que ellos lo hacen trimestralmente.

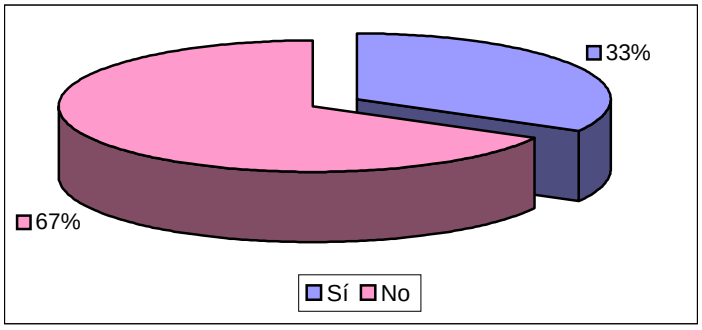
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

3. ¿Considera usted que está pagando un precio razonable por el servicio que recibe?

OBJETIVO

Indagar si el usuario considera que está pagando un precio razonable por el servicio que el AGD le proporciona.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	38	33
No	77	67
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 33% de los entrevistados contestó que está de acuerdo con el precio que paga al almacén y un 67% dijo no estar satisfecho con lo que tiene que pagar.

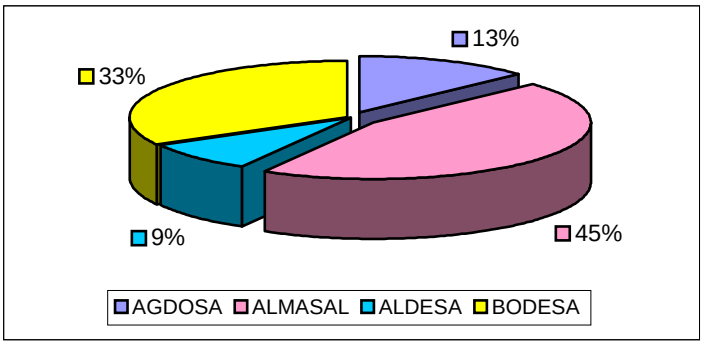
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

5. ¿Dentro del Gremio de Almacenes cuál es el de su preferencia?

OBJETIVO

Identificar cuál es el Almacén General de Depósito que el usuario prefiere.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
AGDOSA	15	13
ALMASAL	52	45
ALDESA	10	9
BODESA	38	33
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 45% de los entrevistados dijo que el almacén de su preferencia es ALMASAL, un 33% contestó que BODESA, un 13% menciona que ALDESA y el 9% restante respondió que ALDESA es el almacén de su preferencia.

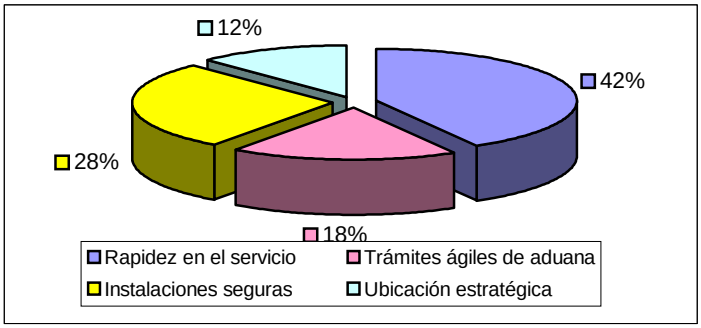
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

6. ¿Por qué razón prefiere dicho almacén?

OBJETIVO

Determinar la razón por la cual el usuario prefiere el AGD que le presta sus servicios.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Rapidez en el servicio	48	42
Trámites ágiles de aduana	21	18
Instalaciones seguras	32	28
Ubicación estratégica	14	12
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

El 42% de los entrevistados contestó que prefieren el AGD por la rapidez en el servicio, el 28% dice que lo prefieren por la seguridad en las instalaciones, el 18% dijo que por agilidad en los trámites aduaneros y una mínima cantidad dice que por la ubicación estratégica del almacén.

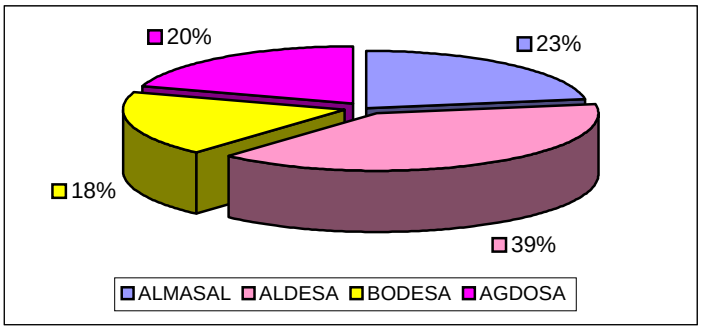
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

7. ¿Con cuál de los AGD´S se le ha presentado algún inconveniente?

OBJETIVO

Identificar con qué almacén ha tenido algún tipo de inconveniente el entrevistado.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
ALMASAL	26	23
ALDESA	45	39
BODESA	21	18
AGDOSA	23	20
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 39% de los entrevistados respondió que con el almacén que ha tenido más inconvenientes con ALDESA, un 23% dijo ALMASAL por qué el personal de aduana que está destacado es problemático y retarda los trámites en algunas ocasiones, el 20% contestó AGDOSA y el 18% restante menciona a BODESA.

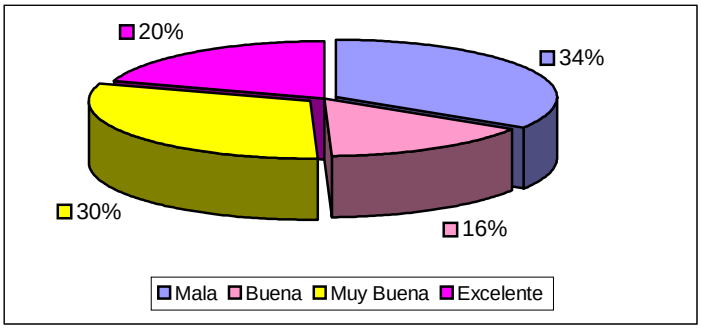
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

8. ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de los almacenes para darle solución a sus problemas?

OBJETIVO

Identificar como los usuarios califican la capacidad de respuesta de los almacenes para darle solución a sus problemas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Mala	39	34
Buena	18	16
Muy Buena	35	30
Excelente	23	20
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 34% de los entrevistados considera que la capacidad para darle solución a sus problemas es mala, un 30% respondió que es muy buena, un 20% contestó que es excelente y un 16% dijo que es buena.

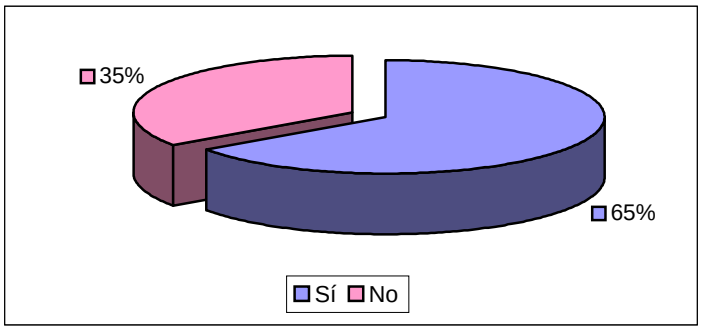
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

9. ¿Sugiere mejoras en el proceso de desconsolidación?

OBJETIVO

Determinar si los usuarios sugieren mejoras en el proceso de desconsolidación de los diferentes Almacenes Generales de Depósito.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	75	65
No	40	35
Totales	115	100%



INTERPRETACIÓN

Un 65% de los entrevistados contestó que sí sugiere mejoras dentro del servicio de desconsolidación mientras que un 35% dijo que no.

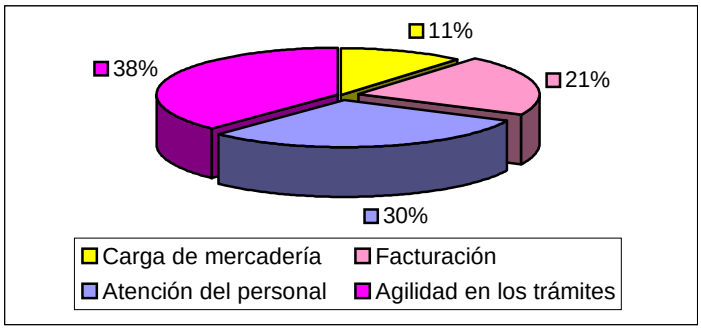
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

10. ¿En que área del proceso de desconsolidación sugiere usted mejorar?

OBJETIVO

Conocer en que área del proceso de desconsolidación sugiere mejoras el entrevistado.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Carga de mercadería	18	11
Facturación	35	21
Atención del personal	49	30
Agilidad en los trámites	62	38
Totales	164	100%



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la mejora del servicio el 38% de los usuarios manifestaron que se necesita mejorar en los trámites aduanales, el 30% necesitan que se mejore la atención al cliente y el 21% dijo mejorar la facturación.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A GERENTES DE ALMACÉN

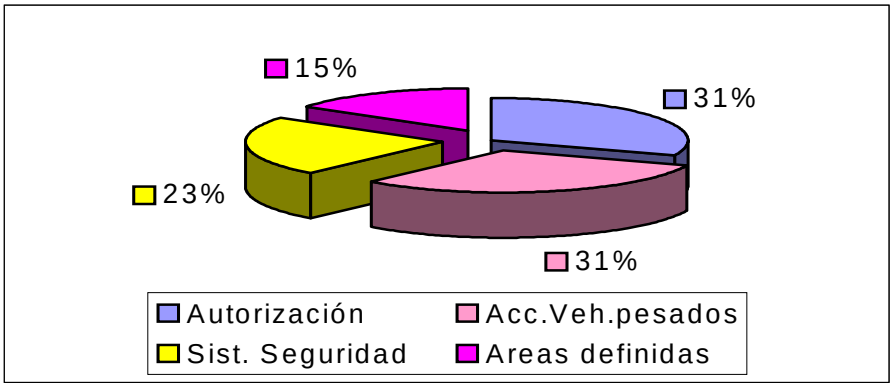
1. ¿Cuáles son los requisitos mínimos que debe reunir un Almacén General de Depósito para prestar sus servicios?

OBJETIVO

Constatar a criterio del Gerente cuáles son los requisitos con que deben contar los Almacenes Generales de Depósito para prestar sus servicios.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Autorización	4	31
Acc.Veh.pesados	4	31
Sist. Seguridad	3	23
Areas definidas	2	15
Totales	13	100

Sobre la base de 4 personas entrevistada



INTERPRETACIÓN

El 31% de los entrevistados dijeron que entre los principales requisitos con los que deben cumplir los AGD´S son: Autorización de las instalaciones por parte de los entes regidores del sistema así como el acceso a vehículos pesados con igual porcentaje, el 23% mencionó que la seguridad en las instalaciones y el 15% menciona las áreas definidas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

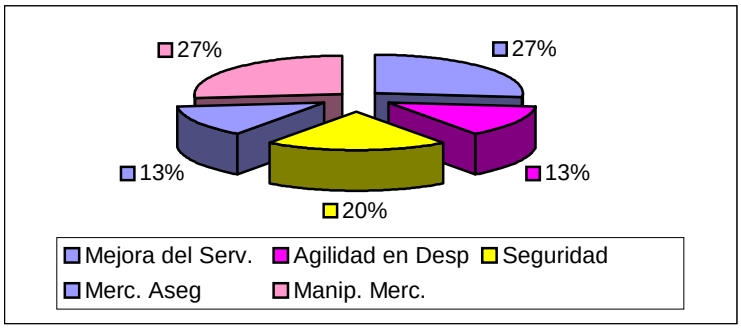
2. ¿Cuáles son los beneficios que ha obtenido el sector importador con la concesión del servicio de desconsolidación de carga a los almacenes?

OBJETIVO

Conocer que beneficios se han adquirido con la concesión del servicio de desconsolidación.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora del Serv.	4	27
Agilidad en Desp	2	13
Seguridad	3	20
Merc. Aseg	2	13
Manip. Merc.	4	27
Totales	15	100

Sobre la base de 4 personas entrevistadas



INTERPRETACIÓN

En cuanto a los beneficios que se tienen con la descentralización del servicio el 27% de los entrevistados opinan que se ha mejorado el servicio y la manipulación de los productos, el 20% opina que la seguridad en las instalaciones y el 13% hace referencia a la agilidad en los despachos y la responsabilidad de asegurar la mercadería contra cualquier riesgo

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

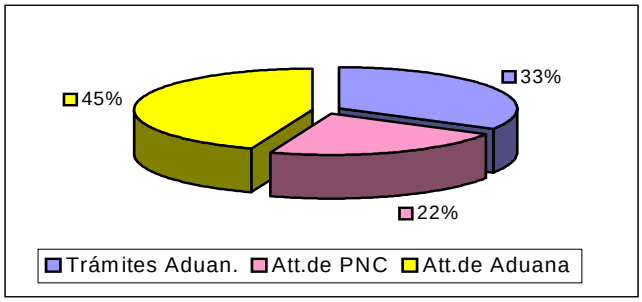
3. ¿Según su criterio que puntos del proceso de desconsolidación necesitan ser mejorados*?*

OBJETIVO

Determinar en qué puntos del sistema de desconsolidación hay deficiencias que obstaculicen dicho proceso.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trámites Aduan.	3	33
Att. de PNC	2	22
Att.de Aduana	4	45
Totales	9	100

Sobre la base de 4 personas entrevistadas



INTERPRETACIÓN

Los entrevistados afirmaron que lo que se necesita mejorar en un 45% es la atención brindada por el personal de aduana, el 33% menciona que los trámites aduanales y el 22% el trato que brinda el personal de Finanzas de la PNC.

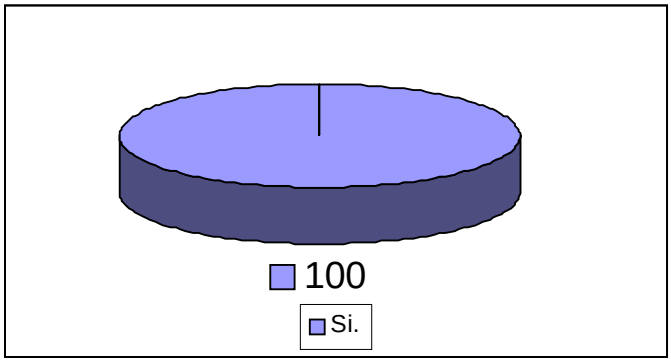
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

4. ¿Recibe capacitación el personal del área de desconsolidación?

OBJETIVO

Determinar que tan idóneo es el personal que labora en esta área.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	4	100
Totales	4	100



INTERPRETACIÓN

El 100% de los entrevistados dijo capacitar a su personal

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

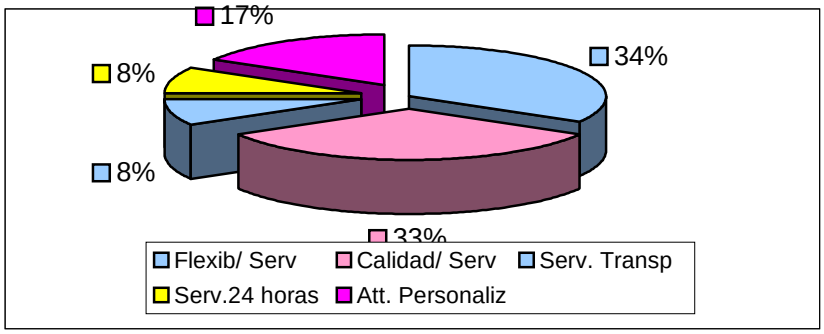
5. ¿Cuál es la ventaja competitiva que este almacén ofrece a sus clientes?

OBJETIVO

Conocer según el Gerente cuál es el factor que hace que los clientes los prefieran.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Flexib/ Serv	4	34
Calidad/ Serv	4	33
Serv. Transp	1	8
Serv.24 horas	1	8
Att. Personaliz	2	17
Totales	12	100

Sobre la base de 4 personas entrevistadas



INTERPRETACIÓN

En cuanto a la ventaja competitiva el 34% dice que es la flexibilidad en los horarios, el 33% es la calidad en el servicio, 17% opina que la atención personalizada y el 8% menciona que el servicio de transporte y el servicio las 24 horas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

6. ¿En una escala de mayor a menor nos puede mencionar a su competencia?

OBJETIVO

Identificar en orden jerárquico como se clasifican las empresas con respecto a su competencia.

EMPRESA	ALMASAL	AGDOSA	BODESA	ALDESA
ALMASAL		2°	1°	3°
AGDOSA	1°		2°	3°
BODESA	1°	2°		3°
ALDESA	1°	3°	2°	
TOTAL	3	3	3	3

INTERPRETACIÓN

Con los datos obtenidos se puede ver claramente que ALMASAL es la más fuerte competencia para las demás almacenadoras, BODESA en segundo lugar, AGDOSA en tercero y ALDESA en cuarto lugar. Cabe mencionar que las cuatro almacenadoras se autodenominaron ser la mejor.

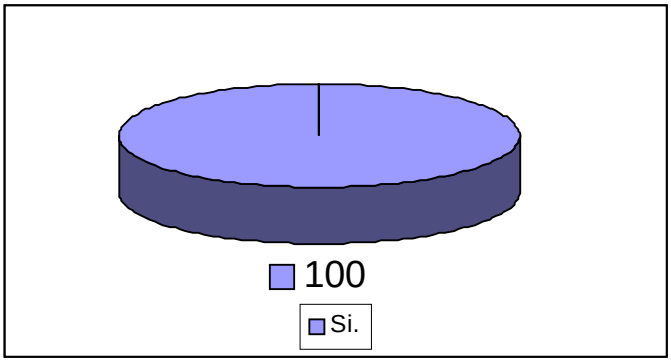
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

7. ¿Fuera del gremio de almacenes, existen otras empresas que ustedes consideren su competencia por brindar este servicio?

OBJETIVO

Identificar que clase de empresas son consideradas como competencia del Gremio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zona Franca.	4	100
Totales	4	100



INTERPRETACIÓN

El 100% de los entrevistados menciona a las Zonas Francas como competencia, por brindar el mismo servicio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

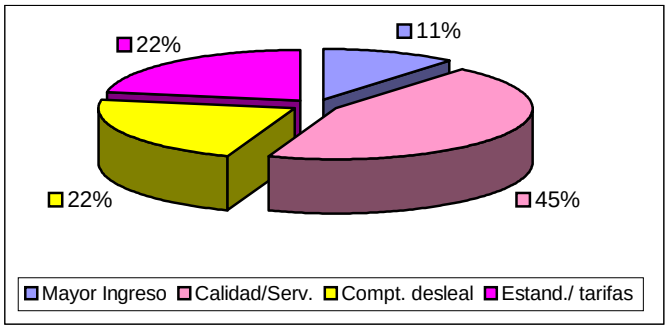
8. ¿Mencione las ventajas y desventajas que posee el sistema actual de desconsolidación para los AGD´S?

OBJETIVO

Identificar cuáles son los puntos fuertes y débiles que posee cada uno de los Almacenes que pertenecen al Gremio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayor Ingreso	1	11
Calidad/Serv.	4	45
Compt. desleal	2	22
Estand./ tarifas	2	22
Totales	9	100

Sobre la base de 4 personas entrevistadas



INTERPRETACIÓN

El 45% opina que la mayor ventaja es la calidad del servicio, el 11% dice mayor ingreso, como desventajas el 22% dijo ser la competencia desleal y la estandarización de tarifas.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

2.10. Conclusiones de los resultados de la Investigación de Campo.

En la encuesta dirigida a los consolidadores de carga, se pudo observar que los clientes al momento de decidirse por un almacén optan como prioridad por el Almacén que mejor cumpla con el factor de seguridad, siendo esto primordial, ya que deben garantizar el bienestar de los productos que estos traen al país, considerando en segunda instancia el factor servicio y en tercero el factor ubicación del almacén.

Se determinó que el mayor problema que presentan los Almacenes en el área de desconsolidación de carga es en el servicio, adoleciendo este de fallas como: lentitud en el despacho de la mercadería, así como cuidado en la manipulación esta, tarifas elevadas que no compensan la atención ni la rapidez en el servicio que deberían brindar, esto puede atribuirse en parte a que el personal no recibe capacitación constante en lo que a servicio se refiere. Se constato que la utilización del servicio es constante para una cantidad bastante considerable de empresas.

Además de los problemas anteriormente descritos los gerentes de los almacenes dijeron que se necesita mejorar el los trámites aduanales, los agentes de finanzas de la PNC deben de mejorar la atención a las personas que realizan sus trámites debido a que algunos abusan del poder que se les confiere como entes fiscalizadores del estado y maltratan a las personas así como también el personal de aduana en algunas de las almacenadoras presenta problemas de atención al público.

Los clientes, así como las empresas consolidadores coincidieron al manifestar que el almacén que ofrece un servicio aceptable en el área de desconsolidación de carga por el momento es ALMASAL por contar dentro de sus instalaciones con una mini agencia bancaria la cual les facilita a los clientes la cancelación de los impuestos así como el

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

pago de multas, evitando salir del almacén para realizar dichos trámites, además de contar con una distribución idónea del área de desconsolidación; esto sin dejar de lado la constante capacitación que recibe el personal.

En segundo lugar BODESA aunque no cuenta con un mini banco una ventaja para este almacén es la atención personalizada que brinda a sus clientes así como el servicio de transporte a una tarifa especial para quienes desconsolidan en el almacén, en tercero se mencionó a AGDOSA, quedando en el último lugar ALDESA.

Los Gerentes de cada uno de los Almacenes manifestó que su competencia más cercana, fuera de cada uno de los almacenes que pertenecen al gremio son las zonas francas, al haber sido habilitadas éstas para prestar el servicio de desconsolidación, pero con tarifas a un 30% menor que la establecida al Gremio de Almacenes, además de ofrecer almacenaje sin tiempo límite como el que se les exige en el Gremio.

Manifestaron que como se puede observar El Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de Renta de Aduanas no está siendo equitativo en cuanto a establecer procesos y normas en lo que al servicio de desconsolidación de carga se refiere.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

1. Objetivos de la Investigación

1.2 Objetivo General

Analizar la información para conocer la eficiencia con la que funciona el área de desconsolidación de carga para optimizar este servicio en los almacenes generales de depósito.

1.3. Objetivos Específicos

- Determinar cuales son las principales características del servicio de desconsolidación de carga en los Almacenes Generales de Depósito (AGD´S).
- Identificar las ventajas y desventajas en el servicio que prestan los Almacenes Generales de Depósito (AGD´S).
- Identificar cual de los almacenes tiene mayor preferencia entre los usuarios de este servicio.
- Establecer conclusiones derivadas del diagnóstico, de esa manera diseñar y presentar propuestas de solución.

2. Metodología de la Investigación

2.1. Tipo de Investigación

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

De acuerdo a la naturaleza de la investigación, se ha clasificado en su inicio como de tipo: Exploratoria, dado que el objetivo ha sido examinar un tema o problema de investigación del cuál no se había realizado antes investigación alguna, ya que la revisión de la literatura ha revelado que existen ideas vagamente relacionadas con dicho tema; conforme se ha avanzado ésta llegó a clasificarse como descriptiva ya que se analizó cómo era y como se manifiesta el fenómeno del servicio de desconsolidación de carga y sus componentes.

2.2. Diseño de la Investigación.

El diseño de la investigación es No experimental, Transeccional.

No Experimental, dado que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos no se construye ninguna situación como en los experimentales y el investigador no tiene control directo sobre dichas variables. Los sujetos de estudio ya pertenecen a un grupo determinado.

Transeccional: ya que se analizarán las variables en un momento dado. Los datos se recolectan en un solo momento y el propósito es describir las variables y analizar su relación.

2.3. Descripción de las Unidades de Análisis.

Debido a la naturaleza del estudio, las unidades de análisis se detallan así:

a) El Gremio de Almacenes Generales de Depósito ASOLA, el cuál está conformado por las siguientes empresas:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

AGDOSA: Almacenes Generales de Depósito de Occidente, S.A.

Ubicada en Calle L-1, número 44-C, Boulevard Bayer, Ciudad Merliot

ALDESA: Almacenes de Desarrollo, S.A.

Ubicada en Kilómetro 6 1/2, Boulevard del ejército.

ALMASAL: Almacenadora Salvadoreña

Ubicada en Antiguo Cuscatlán, Antiguo edificio de La Universal

BODESA: Bodegas Generales de Depósito, S.A.

Ubicada, en kilómetro 12, carretera al puerto de La Libertad

b) Empresas Consolidadoras del Area Metropolitana de San Salvador, según detalle:

1. AGENCIA VIENTO TROPICAL
2. AIMAR S.A. de C.V.
3. ASERSA
4. LATIN CARGO LOGISTICS
5. ORION INTERNATIONAL
6. CORMAR. S.A. de C.V.
7. DACOTRANS DE CENTROAMERICA, S.A..
8. FLAMINGO LINE S.A. DE C.V.
9. KUENE & NAGEL
10. MAERSK LOGISTICS
11. PLG DE El SALVADOR S.A. DE C.V.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

12. TRANSCOMER
13. LILLY INTERNATIONAL
14. SARI EXPRESS FORWADERS
15. CONSOLIDADOS 807

c) Usuarios del servicio de Desconsolidación de carga ubicados en el área metropolitana de San Salvador, el cuál está conformado por 250 importadores frecuentes.

2.4. Sujetos de Estudio.

- Para el gremio de almacenes se ha considerado a los gerentes de cada uno de ellos.
- Para las empresas consolidadoras al igual que para los usuarios del servicio se tomó en cuenta a la persona encargada de importaciones.

2.5. Tamaño de la Muestra.

- Se utilizó un censo para el gremio de almacenes, que está conformado por cuatro almacenes. De igual manera se utilizó un censo para las empresas consolidadoras las cuales son quince.

- Los usuarios del servicio de Desconsolidación de carga del área metropolitana de San Salvador, están conformados por 250 importadores frecuentes, según datos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

proporcionados por el gremio de almacenes generales de depósito para lo que se desarrolla el siguiente cálculo muestral:

Utilizando la fórmula para poblaciones finitas tenemos:

$$n = \frac{Z^2\, pqN}{(N-1)\, e^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = margen de error

N = tamaño de la población

$$n = \frac{(1.96)^2\,(0.7)\,(0.3)\,250}{(250-1)\,(0.05)^2 + (1.96)^2\,(0.7)\,(0.3)}$$

$$n = \frac{(3.84)\,(0.21)\,250}{(249)\,(0.0025) + 384\,(0.25)}$$

$$n = \frac{0.96\,(656)}{0.3428 + 0.96}$$

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

$$n = \frac{150.13}{1.3028} = 115$$

Resultado: 115 casos

2.6. Técnicas de Recolección de Datos:

- Para el Gremio de Almacenes Generales de Depósito, se realizó una guía de entrevista, dirigida a los Gerentes de cada uno de los almacenes.

- Para las empresas consolidadoras se realizó una encuesta, dirigida a las personas encargadas de importaciones.

- A las empresas usuarias del servicio de desconsolidación se les realizará una encuesta, dirigida a los encargados de importaciones de las empresas.

2.7. Descripción de los Instrumentos

Debido a la naturaleza del estudio, para obtener la información se aplicó la técnica de entrevista dirigida a los gerentes del Gremio de Almacenes Generales de Depósitos y la técnica del cuestionario a los encargados del área de desconsolidación de carga de las empresas consolidadoras así como a los encargados de importaciones de las empresas usuarias de este servicio, utilizando como herramientas la guía de entrevista semiestructurada y el cuestionario, con el fin de obtener información de primera mano y sobre la base de los resultados formular la propuesta.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

2.8. Fuentes de Recolección de Datos

2.8.1. Fuentes Primarias

- Gremio de Almacenes Generales de Depósito
- Empresas consolidadoras
- Los usuarios del servicio de desconsolidación
- Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de la Renta de Aduanas.

2.8.2. Fuentes Secundarias

Información que se obtuvo a través de:

- Libros sobre: mercadeo, logística y distribución,
- Revistas de comercio internacional,
- Folletos de economía y negocios, Internet

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

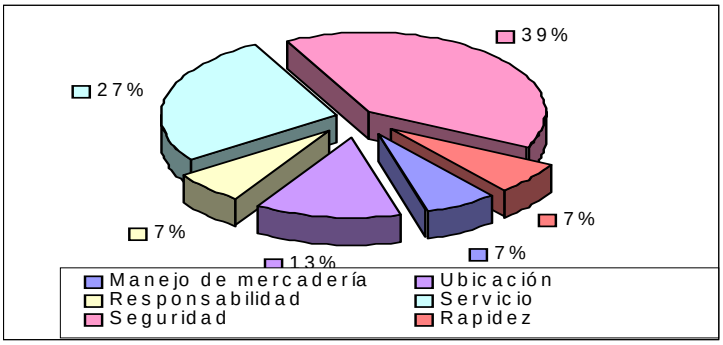
ENCUESTA DIRIGIDA A CONSOLIDADORES

1. ¿Mencione los criterios que utiliza al momento de decidir a cual almacén enviar los contenedores para su descarga?

OBJETIVO:

Determinar los criterios que son considerados al momento de decidirse por optar los servicios de un almacén

Alternativas	*Frecuencia*	*Porcentaje %*
Manejo de mercadería	1	7
Ubicación	2	13
Responsabilidad	1	7
Servicio	4	27
Seguridad	6	39
Rapidez	1	7
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

El 39% de los entrevistados respondió que el criterio más importante a la hora de decidirse por algún almacén es la seguridad, el 27% considera que el servicio que el almacén presta es de vital importancia para decidir a qué almacén enviar sus contenedores, el 13% mencionó la ubicación.

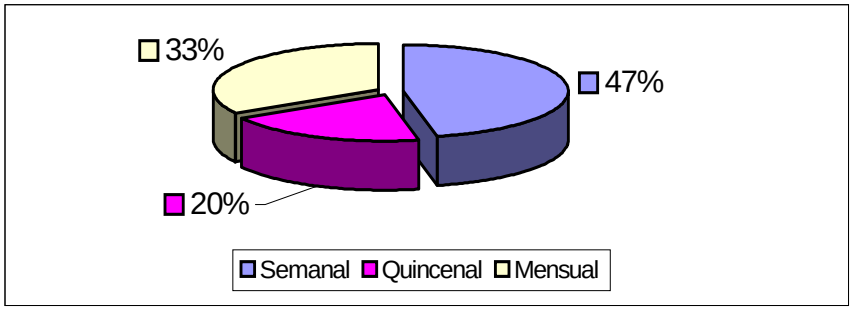
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de desconsolidación de carga?

OBJETIVO:

Conocer que tan a menudo es utilizado el servicio de desconsolidación de carga.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Semanal	7	47
Quincenal	3	20
Mensual	5	33
Trimestral	0	0.00
Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

De los encuestados el 47% respondió que utiliza el servicio de desconsolidación de carga semanalmente, el 33% lo hace quincenal y el 20% utiliza este servicio mensualmente.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

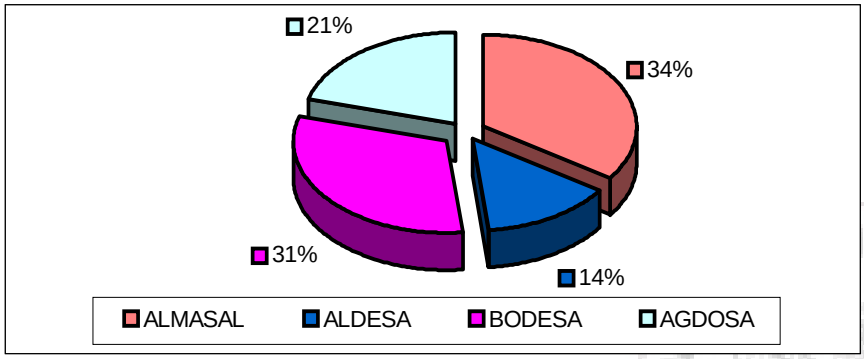
3. ¿Del gremio de almacenes en cuales de ellos ha utilizado el servicio de desconsolidación?

OBJETIVO:

Identificar cuál o cuáles almacenes han sido utilizados por el servicio de desconsolidación de carga.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
ALMASAL	10	34
ALDESA	4	14
BODESA	9	31
AGDOSA	6	21
Totales	29	100%

En base a 15 empresas encuestadas



INTERPRETACIÓN

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

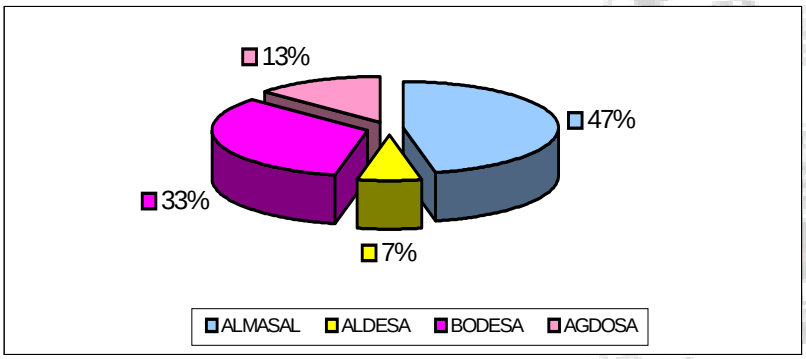
El 34% de los entrevistados coincide que ha utilizado el servicio de desconsolidación de carga en ALMASAL, en segundo lugar mencionan a BODESA con el 31%, luego AGDOSA con el 21% y en ultimo lugar el 14% dijo ALDESA.

4. ¿De los almacenes antes mencionados cual es el de su preferencia?

OBJETIVO:

Clasificar en orden jerárquico al Gremio de Almacenes de acuerdo al nivel de preferencia que expresen los consolidadores.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
ALMASAL	7	47
ALDESA	1	7
BODESA	5	33
AGDOSA	2	13
Totales	15	100%



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

INTERPRETACIÓN

Un 47% de los consolidadores mencionó que el almacén que ellos prefieren es ALMASAL, un 33% dijo BODESA, un 13% prefiere a AGDOSA y el porcentaje restante dijo que preferían a ALDESA.

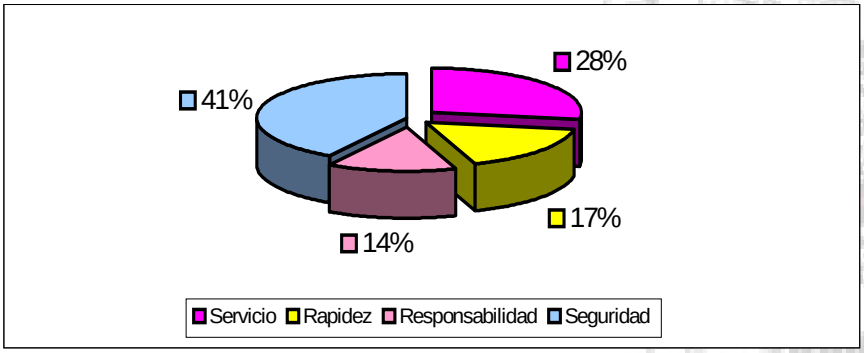
5. ¿Porque prefiere ese almacén?

OBJETIVO:

Conocer las características que hacen a los clientes preferir a un determinado almacén.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Servicio	8	28
Rapidez	5	17
Responsabilidad	4	14
Seguridad	12	41
Totales	29	100%

Sobre la base de 15 empresas encuestadas



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

INTERPRETACIÓN

El 41% de los entrevistados respondió que prefieren el almacén por seguridad, un 28% contestó que por el servicio el 17% menciona la rapidez con la que se les descarga la mercadería y un mínimo porcentaje dijo que el factor por el que eligen el almacén es la responsabilidad.

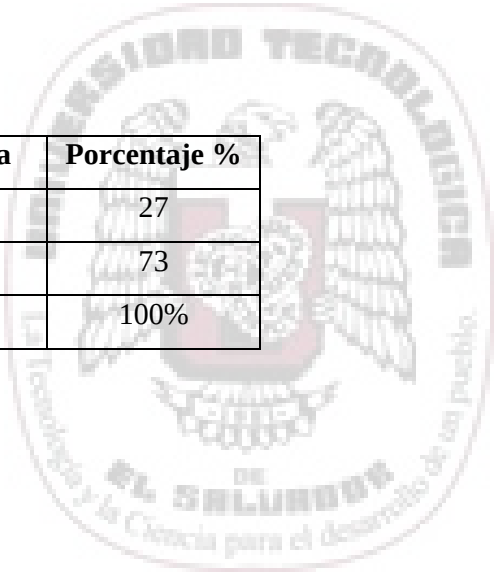
6 ¿Considera usted que los AGD´S cuentan con los espacios adecuados para prestar el

servicio de Desconsolidación?

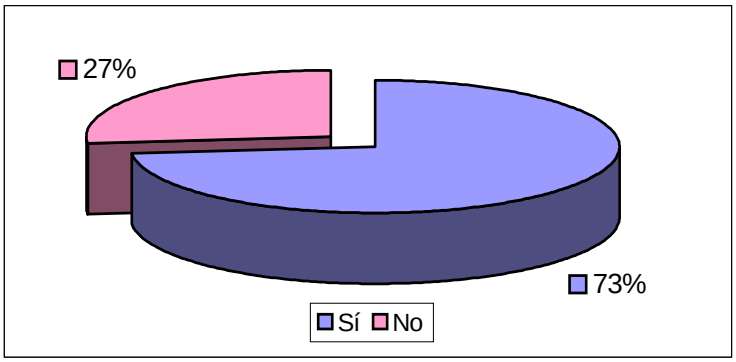
OBJETIVO:

Conocer si los clientes consideran idóneo el espacio físico del almacén de su preferencia.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	4	27
No	11	73
Totales	15	100%



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR



INTERPRETACIÓN

La mayoría de los entrevistados que representan el 73% dijeron que no consideran idóneo el espacio físico del almacén de su preferencia y el 27% está de acuerdo.

7. ¿Está usted satisfecho con el servicio que prestan los AGD´S?

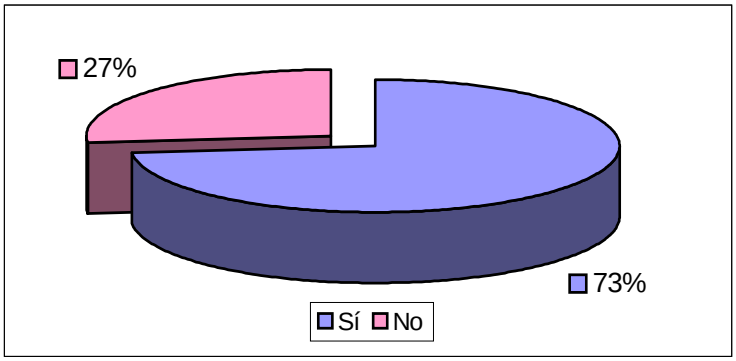
OBJETIVO:

Determinar si los consolidadores están satisfechos con el servicio que prestan los AGD'S.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	4	27
No	11	73

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Totales	15	100%



INTERPRETACIÓN

Un 27% de los entrevistados dijo que si está satisfecho con el servicio que prestan los almacenes generales de depósito y el 73% restante contestó que no.

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR
La Tecnología y la Ciencia para el desarrollo de un País

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CAPÍTULO III.

PROPUESTA PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

Objetivos de la propuesta.

Los objetivos son una parte fundamental en toda investigación, ya que es en ellos en donde se da a conocer lo que se pretende alcanzar; es así como a continuación se detallan los objetivos generales y específicos de la propuesta:

1.1. Objetivo General

Proporcionar estrategias de servicio al cliente que permitan alcanzar la eficiencia del personal que atiende el área de desconsolidación de carga en los Almacenes Generales de Depósito.

1.2. Objetivos Específicos.

- Mejorar la calidad del servicio que se brinda en el área de desconsolidación en los Almacenes Generales de Depósito.
- Minimizar los tiempos de facturación el área de desconsolidación de carga.
- Proporcionar una guía que ayude al sector importador a entender el proceso de desconsolidación de carga.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Aportar una estrategia de capacitación que ayude al gremio de almacenes a mejorar la atención al cliente, logrando así superar las deficiencias que actualmente reflejan.

1.3. Importancia de la Propuesta.

La siguiente propuesta ha sido realizada con el propósito de optimizar el servicio al cliente del área de desconsolidación en los almacenes generales de depósito, logrando de esta forma beneficiar en primer lugar a los clientes, que son las empresas que importan productos para ser comercializados en el país, la implementación de esta propuesta minimizaría los tiempos de espera y costos ya que se evitaría salir del almacén para realizar una actividad debido a que todos los trámites que se requieren para nacionalizar los productos estarían integrados dentro del almacén en el área de desconsolidación de carga.

En segundo lugar les beneficiara a las empresas consolidadoras que son las que se encargan de importar los productos de los diferentes países ya que podrán tener clientes satisfechos y por último a los almacenes porque son estos los encargados de proporcionar el servicio tanto a los clientes como a las empresas consolidadoras obteniendo beneficios como: fidelidad de los clientes, así como también captación de nuevos clientes, agilización de procesos, logrando así atender a un mayor número de clientes en menos tiempo, sin olvidar la calidad en el servicio.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

2. Análisis FODA realizado a los Almacenes Generales de Depósito

Con el propósito de realizar un desglose de las características encontradas en la Investigación de Campo, a continuación se realiza un análisis con la herramienta FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; dicha herramienta permite conocer la situación actual del servicio de desconsolidación de carga.

Fortalezas

- Instalaciones seguras
- Mayores ventajas con la concesión del servicio a los almacenes
- Mayor responsabilidad en el almacenaje de los productos.
- Flexibilidad en el servicio de los Almacenes Generales de Depósitos.
- Algunos almacenes cuentan con sucursal bancaria dentro de las instalaciones.

Oportunidades

- Mercado potencial considerable.
- Utilización del servicio de manera frecuente.
- Mayor comercio a razón de la entrada en vigencia de los Tratados de Libre Comercio.
- Captación de nuevos consolidadores

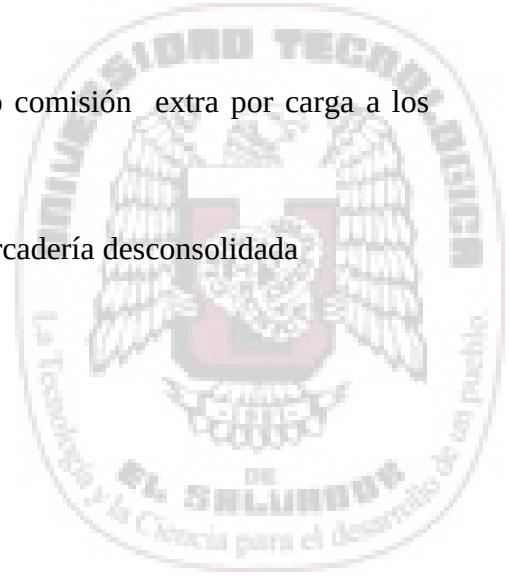
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Debilidades

- No hay capacitación para el personal que labora en el área de Desconsolidación de Carga.
- Personal insuficiente para el desempeño de la labor de desconsolidación.
- Fuga de Clientes
- Estandarización de tarifas altas, establecidas por La Dirección General de Renta de Aduanas.
- Lentitud en los procesos de Desconsolidación de Carga.
- Carencia de personal idóneo en el área de Desconsolidación.
- Espacios insuficientes en las instalaciones de algunas almacenadoras
- Insatisfacción por el servicio de parte de los clientes
- Sistemas de facturación individuales para cada almacenadora
- Información incompleta a los clientes sobre el proceso de desconsolidación.

Amenazas

- Habilitación de Zonas Francas para recibir mercadería desconsolidada, con mayores ventajas en cuanto a las tarifas.
- Acciones desleales en uno de los almacenes como comisión extra por carga a los consolidadores.
- Información insuficiente sobre el proceso de la mercadería desconsolidada
- Eliminación de las aduanas periféricas



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

3. Desarrollo de la propuesta

Tomando como base la investigación de campo realizada a los Almacenes Generales de Depósito y con el propósito de dar solución a la problemática encontrada en dichos almacenes, a continuación se presentan una serie de estrategias que ayudarán a resolver los puntos débiles del servicio actual.

- Creación de un manual estratégico dirigido a los Almacenes Generales de Depósito y al sector importador.
- Estrategia de Capacitación permanente al personal de Desconsolidación
- Propuesta de Sistema de Facturación.
- Diseño del Área de Desconsolidación

3.1. Propuesta de un Manual Estratégico dirigido a los Almacenes Generales de Depósito y al Sector Importador para optimizar el servicio al cliente en el Área de Desconsolidación de Carga.

Debido a que se está trabajando con el Gremio de Almacenes Generales de Depósito, específicamente en el área de desconsolidación de carga, se pretende sugerir una propuesta que estandarice la calidad del servicio en los cuatro almacenes que conforman el gremio; dado que el Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de Renta de Aduanas, al concesionar dicho servicio otorgó igualdad de lineamientos, con la finalidad de brindar un servicio superior al que se daba anteriormente en lo que a calidad

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

se refiere; es decir que se espera lograr la optimización de las funciones que desempeñan cada uno de los almacenes en el área de desconsolidación de carga. Los Almacenes Generales de Depósito deberán elaborar el manual, el cual será proporcionado a los consolidadores para que sea distribuido tanto a los clientes nuevos como a los actuales interesados en el servicio de desconsolidación, para conocer a que cada uno de los involucrados así como los derechos y responsabilidades de las personas que intervienen en dicho proceso.

El manual sugerido cuenta con información acerca de:

- El proceso de desconsolidación
- Detalle del contenido de la declaración de mercancías
- Personal interviniente en el proceso de desconsolidación.

Manual para realizar una Desconsolidación de Carga

El presente manual se ha preparado con el propósito de informar a nuestros clientes los pasos a seguir para la nacionalización de los productos provenientes de carga consolidada de otros países.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Introducción

Con la apertura de nuevos mercados se ha incrementado el nivel de importaciones, esto permitió que la Dirección General de Renta de Aduanas concesionara el servicio de desconsolidación de carga a los Almacenes Generales de Depósito.

Con el propósito de brindar un mejor servicio a los clientes y facilitarles el proceso de introducción de mercadería procedente de consolidación de carga se da a conocer de una manera detallada los pasos y la documentación requerida para dicho proceso.

A través de este manual podrá conocer la responsabilidad y el nivel de participación que tiene cada uno de los involucrados en dicho proceso así como también tarifas y periodos de vencimiento de este servicio.

Proceso de Desconsolidación de Carga.

1. Para realizar una importación bajo el esquema de Consolidación de carga es necesario contactar con un agente consolidador, se puede hacer desde el exterior a través del proveedor o desde nuestro país, a ellos se les debe de proporcionar los metros cúbicos que utilizará la mercadería dentro del contenedor y la procedencia de la misma, posteriormente ellos proporcionan la tarifa correspondiente al flete que

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

comprende el traslado de los productos desde el país de origen hasta el Almacén General de Depósito en nuestro país.

2. Por su parte el consolidador debe de emitirle un Conocimiento de Embarque o B/L y el manifiesto de carga que es un documento donde se hace referencia a todos los productos que se traerán dentro del contenedor que será embarcado. Posteriormente el consolidador debe pedir al almacén la carta de aceptación que luego será enviada al cliente por medio electrónico y con ello se hace saber al importador que sus productos estarán en uno de los Almacenes Generales de Depósito autorizados para tal efecto por la Dirección General de Renta de Aduanas.

3. Cuando el contenedor ha ingresado al AGD se procede a la descarga de éste por parte de la empresa consolidadora y por el AGD, luego el almacén emite un acta de recepción de mercaderías en la cuál se describen la cantidad de productos que son ingresados, el estado en el cuál se han recibido los productos, la descripción de la mercadería importada, el número de B/L que ha sido proporcionado por el consolidador y el nombre de este.

4. Emitida el acta de recepción de mercadería los representantes del AGD, la empresa consolidadora y los delegados de aduana proceden a la firma de los informes para que este pueda ser utilizado legalmente en los trámites aduaneros.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

5. Es deber del importador estar en contacto con la empresa consolidadora para que le sea proporcionada la siguiente documentación: Carta de Aceptación de mercadería, conocimiento de embarque en original, factura, lista de empaque si existiera y el acta de recepción de mercaderías, estos documentos serán enviados al agente aduanero para que inicie los trámites de nacionalización de la mercadería que comienza con la elaboración de la declaración de mercancías, la cuál a partir del 14 de febrero de 2002 es tramitada vía teledespacho por Internet. Si los productos a importar provienen del área centroamericana lo que debe tramitarse es el Formulario Aduanero Único Centroamericano.

6. Ya teledespachada la declaración ésta es presentada en la delegación de aduana del almacén para pedir la selectividad y realizar el pago de impuestos correspondientes, es en esta etapa en la cual se define la selectividad de la declaración la cuál puede ser 01 cuando es levante automático y 02 que es revisión física.

7. Si la selectividad es levante automático se puede proceder a la facturación por el manejo de la mercadería en el AGD, el valor que se cancela es de $ 10.00 por metro cúbico, $ 0.03 por cada millar o fracción en concepto de seguro, el cuál es calculado en base al valor CIF de la declaración esto es durante 5 días después del arribo del contenedor al almacén, si después de transcurrido los 5 días aún no se ha retirado el producto debe cancelarse $ 0.35 por cada metro cúbico diario en concepto de almacenaje; el tiempo estipulado para realizar los trámites de los productos

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

consolidados es de 20 días de lo contrario estos caerán en abandono y serán subastados. Pero si la selectividad es revisión física la mercadería debe ser revisada por el delegado de aduana y el agente de finanzas de la PNC para luego ser liquidada y proceder al pago del manejo de mercadería anteriormente descrito.

8. Cuando se ha realizado el pago del servicio de desconsolidación, el AGD extiende una nota de entrega, lo que significa que la mercadería está lista para ser traslada del Almacén a las bodegas del cliente. Y es aquí en donde termina el proceso de desconsolidación de carga.

Es de hacer notar que la Declaración de Mercancías procesada por vía teledespacho por Internet se presentará en papel bond tamaño oficio y en debida forma, la cual podrá ser impresa en una o varias hojas, dependiendo de la cantidad de items amparados a la misma.

Los ejemplares de la declaración serán distribuidos de la siguiente manera: uno para la entidad financiera (colectora) en decir en donde se efectúa el pago, un ejemplar para la aduana donde se procese y el ejemplar del interesado.

En el caso de mercancías tales como zapatos usados, equipaje de viajero, menaje de casa, paquetes postales y pequeños envíos sin carácter comercial, la utilización del

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

teledespacho es optativa por parte del declarante sin perjuicio de la inspección física obligatoria correspondiente por parte de la aduana respectiva.

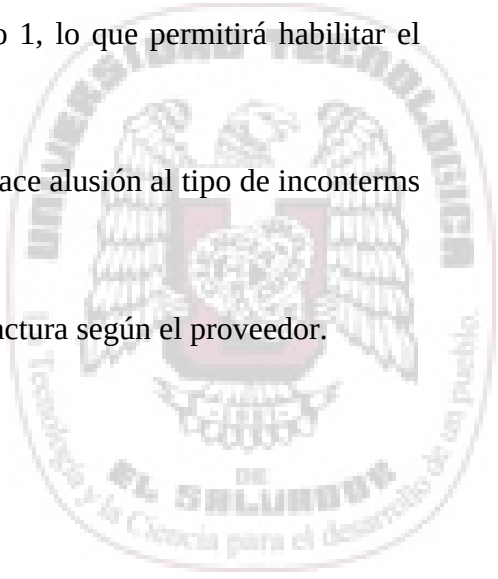
Detalle del contenido de la Declaración de Mercancías.

Para tener un conocimiento más amplio de la declaración de mercancías se presenta a continuación la lectura de la misma. Según datos proporcionados por un agente aduanal

1. Casilla 1. Declaración. se hace referencia al régimen al cual será sometida la declaración la cual puede ser a pago, reexportación, a depósito, exportación.
2. La casilla denominada A: contendrá el código de aduana en la cual será presentada la declaración de mercancías.
3. Casilla 2 y 3. En la casilla 2 se coloca el nombre del exportador de los productos; y en la 3 se hace referencia al número de hojas que tiene la declaración.
4. Casilla 5 y 6 en la casilla 5 se coloca el número de items que se están declarando y en la 6, se debe de colocar el número de bultos.
5. Casilla 7. Número de Referencia: es el número de referencia y deberá estar conformado por el código del despachante aduanero y el número correlativo de declaración del mismo. En el caso de Formularios Aduaneros Unicos Centroamericanos deberá indicarse como número de referencia el número preimpreso de dicho formulario.
6. Casilla 8. Destinatario: es decir el nombre del importador de los productos, en esta casilla debe detallarse también la dirección y el número de NIT del contribuyente.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

7. Casilla 10. País de ultima Procedencia: se debe de digitar el código del país de donde se envía de la mercadería.
8. Casilla 12. Elementos de Valor: en esta casilla se coloca el valor del flete y la prima de seguro.
9. Casilla 13. DGRA: Utilizada para cuadrar total de impuestos cuando existe faltante no mayor de un dólar.
10. Casilla 14. Declarante: Se digita el nombre y dirección del agente aduanero autorizado para realizar los tramites de importación.
11. Casilla 15 y 16. El nombre y el código del país del cual procede la mercadería será colocado en la casilla N°. 15 y el código del país de origen del producto en la casilla N°.16.
12. Casilla 17 y 18. Se digitará el nombre del país al cual se ha destinado la importación, y en la 18 se deberá indicar la placa del medio de transporte, si son varios medios de transporte deberá digitarse la cantidad de medios de transporte, si la mercancía ingresa vía aérea o marítima se indica la línea aérea, el vapor (buque) y el país respectivo.
13. Casilla 19. Contenedor. Deberá ingresar el número 1, lo que permitirá habilitar el campo de número de contenedores.
14. Casilla 20. Incoterms/certificación electrónica. Se hace alusión al tipo de inconterms con el cuál se ha importado la mercancía.
15. Casilla 22. Divisa y total factura. Es el valor de la factura según el proveedor.



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

16. Casilla 23. Tasa de cambio. Es el valor de la tasa de cambio en el momento de la importación.
17. Casilla 25 y 26. La casilla 25. Se refiere al transporte que ha sido utilizado para llevarlo hasta el almacén, y en la 26 esta casilla se utiliza en el caso de que se haya es el modo de transporte anterior. Esto en el caso de que se haya empleado más de un medio de transporte.
18. Casilla 27. Lugar de descarga. Es el lugar en donde será liquidada la declaración de mercancías.
19. Casilla 28. Datos Financieros. El banco donde se efectúo el pago, que tipo de pago es, sucursal donde se realizó y fecha en la que se canceló
20. Casilla 29. Aduana de Entrada es la aduana periférica por donde ingreso el contenedor.
21. Casilla 30. Localización de Mercancías. La bodega, almacén o el patio de aduana donde se encuentra la mercancía.
22. Casilla 31. Marcas y Números. Se utiliza para ingresar dichos datos y también para agregar información adicional por parte del declarante o de la aduana. Ej. Cuando es un desprendimiento se indica en esta casilla el número de la declaración de donde se desprendió y de que fecha es.
23. Casilla 33. Posición arancelaria. Es el código que le corresponde al producto según el Sistema Arancelario Centroamericano.
24. Casilla 34. Código de País. Es el código de país del cuál procede la mercancía.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

25. Casilla 35 y 37. En la casilla 35 se coloca el peso bruto o sea el peso en kilos y en la casilla 37 el régimen este puede ser a pago, a depósito, reexportación y exportación.
26. Casilla 38 y 40. En la casilla 38 se coloca el peso neto, el cuál es el peso real de las mercancías importadas y en la casilla 40 se digita el número de B/L.
27. Casilla 41. Cuantía. Se hace referencia al número de objetos que contiene cada paleta.
28. Casilla 42 y 44. En la casilla 42 se coloca el valor FOB/Item, el cuál es el valor de la mercancía según factura del proveedor y en la casilla 44 se reflejan los otros gastos y el seguro.
29. Casilla 46. Valor CIF. Es el valor total de la mercancía en donde se incluye el costo de la factura, el seguro y el flete.
30. Casilla 47. Liquidación de los Impuestos. En esta casilla se debe hacer el desglose de los impuestos a los cuáles están sujetos los productos que se han importado, la base imponible, la tasa que se está aplicando y el importe a cancelar por tipo de impuesto, al final dará un valor que es el que se debe cancelar al fisco por la importación de los productos. El importe a pagar estará reflejado al final de la casilla "B" DATOS CONTABLES, en donde aparecerá la leyenda Importe Total.
31. Casilla 49. Código de Depósito/ plazo en días. Debe digitarse el número de días que se tiene para realizar el pago de los impuestos y presentar la declaración
32. Casilla 50. Responsable de Tránsito. Podrá utilizarse por el declarante para el desglose de los impuestos cuando las declaraciones sean de más de un item.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

33. Casilla 54. Lugar y fecha, firma y nombre del declarante. Se refiere al nombre del agente aduanal, el código de éste y la fecha en la cuál ha sido teledespachada la declaración.
34. La casilla C. Aduana de Salida, es para la firma, sello y fecha del oficial aduanero y para anotar la selectividad generada.
35. Casilla D. Control de Aduana de Destino: Es reservada para el nombre, firma y sello del contador vista.
36. En caso de declaraciones de mercancías, el sello de la entidad financiera y la firma del cajero se deberá colocar al final de la casilla D. Control de la aduana de destino, en original, en los 3 ejemplares de la declaración, y el franqueo preferentemente al final de la casilla 54. El cual deberá estar estampado por lo menos en el ejemplar de la declaración que quedará en poder la aduana. En el caso de FAUCAS dichas firmas, sellos y franqueos deberán estamparse sobre el FAUCA.

Personal Interviniente en el Proceso de Desconsolidación por parte del Almacén General de Depósito.

1. Encargado de Relaciones Aduaneras

- Recibe documentos para la elaboración de las cartas de aceptación
- Revisa documentación enviada por el consolidador y elaborar cartas de aceptación
- Pasa a firma las cartas de aceptación por el Gerente Comercial

2. Encargado de Desconsolidación

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Firma actas de recepción de mercaderías
- Pasa a firma por parte de aduana las actas de recepción
- Descarga contenedores
- Despacho de mercaderías
- Recibe mercaderías
- Coordina descargas de contenedores
- Resuelve problemas a clientes y consolidadores
- Controla tiempos de despacho y descarga de contenedores
- Controla tiempos de facturación

3. Encargada de Facturación

- Atención al cliente
- Imprime actas de recepción
- Llena actas de recepción con información de manifiestos de carga
- Entrega informes a clientes
- Llama a consolidadores para descarga de contenedores y cuando estos están vacíos
- Revisa declaración liquidada
- Facturación y cobro de almacenaje
- Envía fax
- Coordina servicio de transporte
- Elabora de notas de entrega
- Saca copias de declaraciones o documentos necesarios para la importación

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Cobra facturas de fotocopias
- Factura marchamos
- Proporciona cálculos de almacenaje

4. Montacarguista

- Descarga contenedores
- Prepara zonas para posterior descarga de contenedores
- Prepara despachos
- Recibe contenedores
- Prepara zonas para revisar mercadería
- Ubica mercaderías
- Despacha mercaderías

5. Auxiliar de bodega

- Proporciona atención al cliente
- Ubica al cliente para realizar verificación previa o revisión física de la mercdería
- Coloca marbetes a las mercaderías
- Prepara espacios
- Despacha mercaderías (eventualmente)
- Descarga contenedores (eventualmente)

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Personas Intervinientes en el proceso de desconsolidación de carga por parte de aduana.

1. Administradora de Aduana: es la máxima autoridad en los Almacenes Generales de Depósito por parte de aduana.

- Resuelve problemas a clientes y consolidadores
- Impone multas
- Realiza mandamientos de pago

2. Oficial Aduanero

- Recibe declaraciones para registrarlas en el sistema
- Revisa documentación presentada por el agente aduanero

3. Contador Vista

- Chequea la mercadería cuando la selectividad de la declaración es física
- Impone multas

4. Guarda almacén

- Rompimiento de marchamo
- Recibe mercadería de contenedor contra manifiesto de carga
- Revisa contenedores
- Revisa mercadería que se despacha contra declaración y acta de recepción

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Reporta discrepancias encontradas en los documentos a la Administradora de Aduana

5. Policía Nacional Civil

- Revisa el marchamo del contenedor
- Revisa la mercadería que ingresa y que sale del almacén
- Revisa mercadería con base a factura, B/L y declaración
- Firma declaraciones para despachos
- Informa sobre anomalías sucedidas durante el día
- Chequea peso, valores y contenido de la mercadería a retirar contra la declaración, junto con la persona de guarda almacén asignada por la DGRA
- Informa sobre discrepancias a la administración de aduanas (cuando es levante automático) por medio de acta dirigida al Depto. de Fiscalización.

3.2. Estrategia de Capacitación Permanente al Personal de Desconsolidación

- En la actualidad dado el alto nivel de competitividad los clientes se vuelven mucho más exigentes, éstos esperan que el personal que les atiende tenga un conocimiento profundo del servicio, que sea eficiente y confiable, dado que un servicio no posee las facilidades de un producto tangible, se deben considerar más características en el trato al cliente, para brindar un servicio óptimo se deben tener presente algunas

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

características de la mercadotecnia externa e interna, ya que para la empresa tanto el cliente interno como externo son de vital importancia; es por eso que para lograr una buena relación comercial, es necesario poner en práctica la filosofía de la mercadotecnia interactiva, en ésta se describe la habilidad de los empleados para atender al cliente; es decir la calidad técnica y funcional. Se constató que el personal que labora en esta área recibe capacitación únicamente al momento que ingresa a la empresa, limitándose a enseñarles el proceso de forma mecánica. Por dicha razón es necesario mantener al personal en capacitación constante, algunos tópicos básicos que deben proporcionarse en las capacitaciones son:

- Conocimiento de la Compañía: el cual incluye su historia, los objetivos, organización, nivel de autoridad, los funcionarios y jefes, la estructura e instalaciones de la compañía.
- Conocimiento de los servicios: conocer la diversidad de servicios que la empresa ofrece.
- Conocimiento de los clientes: conocer las necesidades que estos tienen, tratar de ofrecerle el mejor de los servicios con el fin de establecer una relación cercana con el cliente.
- Conocimiento de Procedimientos y Responsabilidades: se debe de dar a conocer cuales serán las responsabilidades que él tendrá dentro de la empresa y como proceder ante una situación inesperada.
- Relaciones Interpersonales: es decir promover actividades que generen un ambiente laboral agradable, así como también que existan incentivos que motiven al personal a

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

realizar de manera optima sus funciones y que estas se vean reflejadas en la atención al cliente. Estos incentivos pueden ser de carácter monetario, así también reconocimientos como tiempos compensatorios, promover actividades de tipo social.

- Manejo de equipo de Carga: Se debe proporcionar los conocimientos necesarios sobre el manejo del equipo eléctrico y mecánico para la manipulación de la mercadería, ya que de esto depende la efectividad y la agilidad en los despachos de los productos.
- Seminarios de Procedimientos de Aduana: Con el propósito de tener al personal actualizado

3.3. Sistemas de Facturación.

Debido a que cada uno de los almacenes ha creado un sistema de facturación distinto, es decir, cada uno a su conveniencia; en algunos casos formatos engorrosos, sistemas de facturación desfasados, que consumen mayor tiempo del necesario, características que hacen el proceso tedioso. Por dicha razón se sugiere crear un sistema estándar de facturación para el área de desconsolidación en los cuatro almacenes, con la finalidad de agilizar el proceso, suprimiendo pasos innecesarios en dicho proceso, minimizando el tiempo de espera, logrando así atender satisfactoriamente un número mayor de clientes en un tiempo mínimo, no se omite hacer énfasis que una persona se encargue exclusivamente de proporcionar cálculos de cobro por almacenaje, facturación y cobro de este servicio y otra persona que atienda las demás funciones que implica esta área.

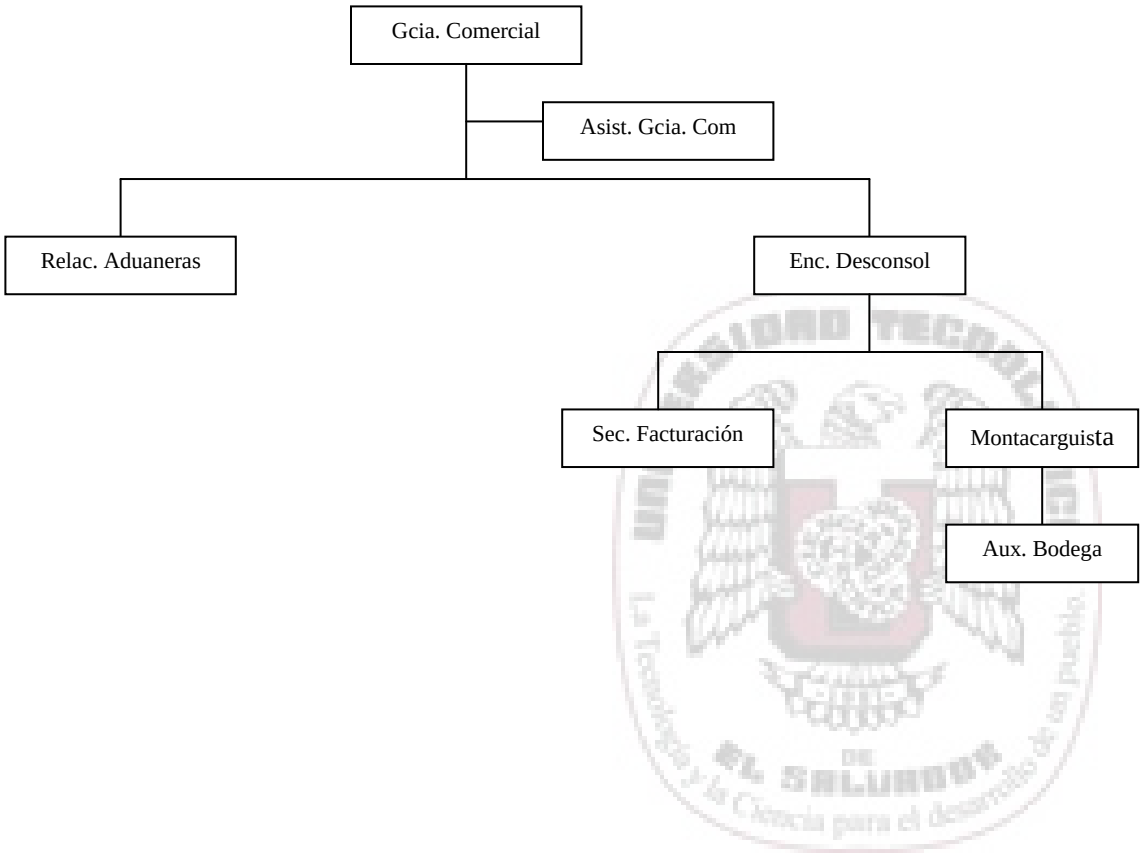
ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

El software que se propone es el sistema Oracle, el cuál tiene un valor de $ 14,000.00, dentro de los beneficios que este sistema proporciona están una base de datos, la generación de reportes desde el mismo sistema, el cuál alimenta las áreas de contabilidad, créditos y cobros. Además es fácil de manejar para el personal que lo utilizará.

3.4. Distribución de Área

La estructura actual con que cuenta el área de desconsolidación dentro de los Almacenes Generales de Depósito es la siguiente:

Estructura Actual



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

El encargado del área de desconsolidación es la máxima autoridad, es el responsable del buen funcionamiento de esta área, tiene bajo su responsabilidad a 3 personas; 1 secretaria facturadora, 1 montacarguista y 1 auxiliar de bodega. A continuación se describen las funciones de cada una de las personas que intervienen en el proceso de desconsolidación dentro del almacén.

1. Gerente Comercial

- Realizar visitas a clientes consolidadores, para ofrecer los servicios
- Revisar la elaboración de las cartas de aceptación
- Firmar las cartas de aceptación de mercaderías.

2. Asistente Gerencia. Comercial

- Realizar contactos con los consolidadores
- Darle seguimieto a los servicios prestados a los consolidadores

3. Encargado de Relaciones Aduaneras

- Recibir documentos para la elaboración de las cartas de aceptación
- Revisar documentación enviada por el consolidador y elaborar cartas de aceptación
- Pasar a firma las cartas de aceptación por el Gerente Comercial

4. Encargado de Desconsolidación

- Firmar actas de recepción de mercaderías

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Pasar a firma por parte de aduana las actas de recepción
- Descargar contenedores
- Despacho de mercaderías
- Recibir mercaderías
- Coordinar descargas de contenedores
- Resolver problemas a clientes y consolidadores
- Controlar tiempos de despacho y descarga de contenedores
- Controlar tiempos de facturación

5. Encargada de Facturación

- Atención al cliente
- Imprimir actas de recepción
- Llenar actas de recepción con información de manifiestos de carga
- Entregar informes a clientes
- Llamar a consolidadores para descarga de contenedores y cuando estos están vacíos
- Revisar declaración liquidada
- Facturación y cobro de almacenaje
- Enviar fax
- Coordinar servicio de transporte
- Elaboración de notas de entrega
- Sacar copias de declaraciones o documentos necesarios para la importación
- Cobrar facturas de fotocopias

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Facturación de marchamos
- Proporcionar cálculos de almacenaje

6. Montacarguista

- Descargar contenedores
- Preparar zonas para posterior descarga de contenedores
- Preparación de despachos
- Recibir contenedores
- Preparar zonas para revisar mercadería
- Ubicación de mercaderías
- Despacho de mercaderías

7. Auxiliar de bodega

- Atención al cliente
- Ubicar a cliente para realizar verificación previa o revisión física de la mercadería
- Colocar marbetes a las mercaderías
- Preparar espacios
- Despachos de mercaderías (eventualmente)
- Descarga de contenedores (eventualmente)

8. Cuadrilla

- Realizar descarga de contenedores

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Empaletizar la mercadería cuando esta viene a granel

Personas Intervinientes en el proceso de desconsolidación de carga por parte de aduana.

1. Administradora de Aduana: es la máxima autoridad en los almacenes por parte de aduana.

- Resuelve problemas a clientes y consolidadores
- Impone multas
- Realiza mandamientos de pago

2. Oficial Aduanero

- Recibe declaraciones para registrarlas en el sistema
- Revisa documentación presentada por el agente aduanero

3. Contador Vista

- Chequea la mercadería cuando la selectividad de la declaración es física
- Impone multas

4. Guarda almacén

- Rompimiento de marchamo
- Recibe mercadería de contenedor contra manifiesto de carga
- Revisa contenedores

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Revisa mercadería que se despacha contra declaración y acta de recepción
- Reporta discrepancias encontradas en los documentos a la Administradora de Aduana

5. Policía Nacional Civil

- Revisa el marchamo del contenedor
- Revisa la mercadería que ingresa y que sale del almacén
- Revisa mercadería con base a factura, B/L y declaración
- Firma declaraciones para despachos
- Informa sobre anomalías sucedidas durante el día
- Chequea peso, valores y contenido de la mercadería a retirar contra la declaración, junto con la persona de guarda almacén asignada por la DGRA
- Informa sobre discrepancias a la administración de aduanas (cuando es levante automático) por medio de acta dirigida al Depto. de Fiscalización.

Estructura Propuesta

Se pudo observar en la investigación de campo realizada a los almacenes, que algunos almacenes cuentan por escaso personal asignado a esta área, por lo que se propone contratar por lo menos dos personas mas, una como auxiliar de facturación de desconsolidación y otra como montacarguista para agilizar las descargas y los despachos de los productos se realicen de una manera más rápida.

Por esta razón a continuación se describe las funciones que tendrá cada una de las personas que se contratarán:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1. Auxiliar de facturación

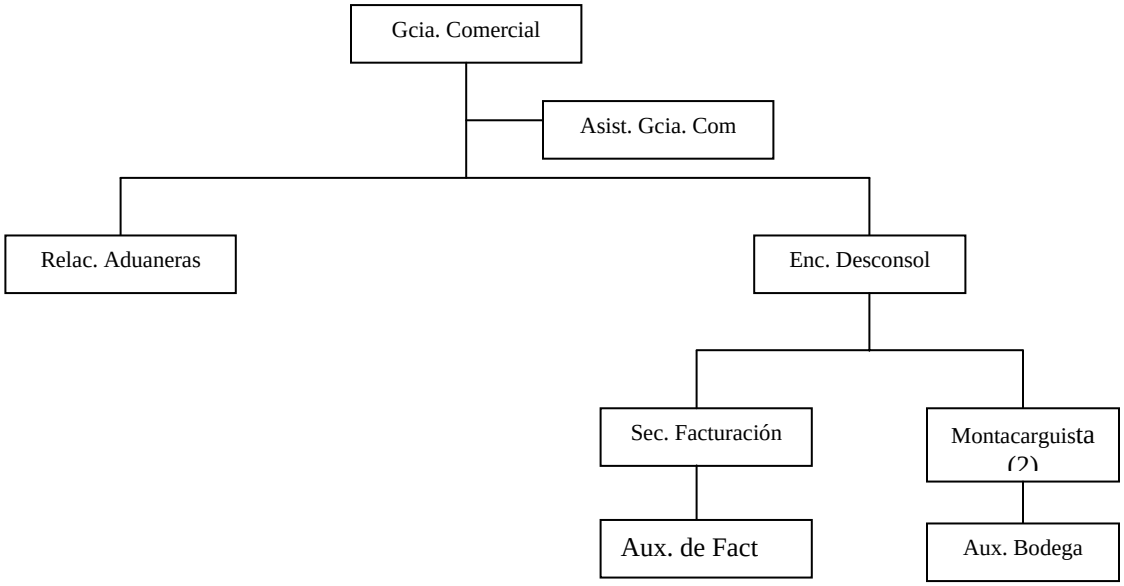
- Atención al cliente
- Imprimir actas de recepción
- Entregar informes a clientes
- Llamar a consolidadores para descarga de contenedores y cuando estos están vacíos
- Enviar fax
- Sacar copias de declaraciones o documentos necesarios para la importación
- Proporcionar cálculos de almacenaje

Montacarguista

- Descargar contenedores
- Preparar zonas para posterior descarga de contenedores
- Preparación de despachos
- Recibir contenedores
- Preparar zonas para revisar mercadería
- Ubicación de mercaderías
- Despacho de mercaderías

Con la incorporación de las dos personas la distribución del área será de la siguiente forma:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR



4.Recomendaciones

- Colocar una sucursal bancaria dentro de las instalaciones de los Almacenes Generales de Depósito, en el sector que corresponde a desconsolidación; con el fin de facilitar el pago de impuestos y multas impuestas por la Dirección General de Renta de Aduanas.

- Ampliación del área habilitada para la desconsolidación de carga, con fáciles accesos, parqueos idóneos para el transporte de carga.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Organizar de manera sistemática cada una de las oficinas que están involucradas en el proceso, con la finalidad de evitarle al cliente el desplazarse por todas las instalaciones para realizar la gestión.

- Mantener una constante auditoría interna del servicio que se presta en los Almacenes Generales de Depósito tomando en cuenta las inquietudes de los clientes. Dicha auditoria deberá ser realizada como una función especial del Gerente del área de desconsolidación, con el propósito de verificar los resultados de las capacitaciones mediante un sondeo que se deberá hacer al personal del área así como al usuario del servicio.

- Contar con el equipo, herramientas adecuadas y necesarias para la descarga de los contenedores. Para poder atender de manera simultanea los requerimientos de herramientas por parte de los usuarios de este servicio.

- Dotar de más personal al área de desconsolidación debido a que en algunos de los almacenes se constató mediante la investigación de campo realizada que carecen de personal, lo que influye en el proceso de desconsolidación. Por lo que se sugiere se incremente una persona en el área de facturación y contratar los servicios de un montacarguista para agilizar los despachos de las mercaderías.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Capacitar al personal en áreas que son de vital importancia en el desempeño de sus funciones diarias como son: el servicio al cliente, conocimiento de la empresa, procedimientos de aduana , entre otros; con la finalidad de mantener motivado al personal de esta área y brindar al cliente un servicio optimo, manteniendo satisfechos de esta manera a los clientes actuales e incrementando la cartera de clientes.

- Dotar al usuario de este servicio de un manual que le ayude a conocer cada uno de los pasos del proceso de desconsolidación, así como las responsabilidades de cada una de las partes intervientes en dicho proceso.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

BIBLIOGRAFÍA

Hernández Sampieri, Roberto; et al. Metodología de la Investigación. 2ª. ed. McGraw-Hill. México, D.F., 2001. Pág. 52 - 134.

Bernal T, César Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Prentice-Hall. Bogotá, Colombia, 2000. Pág. 71 - 171.

Díez Castro, Enrique. Distribución Comercial. 2ª. ed. McGraw-Hill. España, Madrid, 1997. Pág. 92 - 226.

Kotler, Philip - Armstrong, Gary. Marketing. 8ª. ed. Prentice-Hall. México, D.F., 1999. Pág. 4 - 387.

Valle, Carlos Alberto. Mercadeo Internacional. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. 2000. Pág. 30 - 93.

Dirección General de Renta de Aduana. Folleto, Instructivo 4/2001. Almacenes Generales de Depósito. El Salvador, San Salvador, 2001.

Dirección General de Renta de Aduana. Folleto, Instructivo No. 010-2002. Instrucciones sobre Mercadería Consolidada. El Salvador, San Salvador, 2002.

Corporación de Exportadores de El Salvador. Folleto, Lenguaje del Comercio Internacional VIII, El Salvador, San Salvador. 2001. Pág. 7 - 15.

Funciones de los Almacenes Generales de Depósito
www.opa.com.sv/boletines%5cboletines2002.htm#NOTICIA3

Introducción a la Mercadotecnia
www.monografias.com/trabajos/alcancefuncon/alcancefuncon.shmn

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Mercadeo Relacional

www.gestiopolis.com/recursos/expertos/catsexp/pagans/mar/19/relmark.htm

Logística y Distribución

www.nuevaempresa.cu/textos/logisticaempresarial/logisticaempresarial.doc

Logística y Distribución

www.todopymes.cl/topicos_avanzados/logistica_avanzado.html

Misiòn de la Logística

www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/interentre.htm

Como Seleccionar un Operador Logístico

www.cel_logistica.org/artjulio.html

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

GLOSARIO

Administración Logística Integrada: El concepto logístico que hace hincapié en el trabajo de equipo, tanto dentro como fuera de la compañía y entre todas las organizaciones del canal de mercadotecnia, con el fin de incrementar al máximo el desempeño de todo el sistema de distribución.

Almacén General de Depósito: Son aquellos depósitos de aduana que además de haber sido autorizados como tales por la autoridad aduanera, han sido calificados como organizaciones auxiliares de crédito, por lo que además de la guarda y conservación de mercancías pueden emitir certificados de depósitos y bonos de prenda sobre las mismas y gestionar la obtención de préstamos de sus clientes a través de la negociación de estos últimos.

Almacenaje: Derecho que se cobra por guardar una mercancía en bodegas, sitios u otras instalaciones adecuadas.

Almacenamiento: La función de comercialización que consiste en guardar mercancías durante el lapso comprendido entre su producción y su venta final.

Barrera Comercial: Son aquellos obstáculos impuestos a nivel nacional que limitan el libre intercambio a fin de proteger la economía tales como: tarifas, cuotas, depósito por importación, etc.

Barreras No Arancelarias: Aquellas barreras que se imponen a la entrada de productos que no son de índole arancelaria tales como: Permisos de importación, licencias previas, regulaciones sanitarias y aduaneras, procedimientos administrativos y régimen de cuarentena, monopolios comerciales, previos mínimos, derechos variables y todo tipo de restricciones cuantitativas, cuotas de importación, impuestos selectivos, impuestos internos de toda índole.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Bono: Certificado que genera intereses y es expedido por un gobierno o una empresa que se compromete a pagar al poseedor del mismo una suma determinada, en una fecha específica.

Calidad: Se define como un equivalente de exactitud**.**

Canal de Distribución: Un conjunto de organizaciones interdependientes, involucradas en el proceso de poner un producto o un servicio a la disposición del consumidor o del usuario de negocios, para su utilización o su consumo.

Carga a Granel: Consiste en aquellos sólidos muy menudos, o líquidos que se transportan sin empaque o envase, que no pierden esta condición en ninguna de las distintas fases de la operación portuaria.

Carga General: Aquélla que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso y que, está embalada o sin embalar; puede ser tratada como unidad.

Carga Peligrosa: Son todas aquellas capaces de causar daños a las personas, a cargas contiguas al medio de transporte, por sí mismas o por interacción con las demás.

Carga Perecedera: La que por su condición puede sufrir daños sensibles o puede descomponerse en caso de ser definitivamente conservadas y/o transportadas.

Carga Pesada y Voluminosa: Piezas o bultos cuyo peso y/o dimensiones exceden a las que se manejan con equipo convencional o los que han de ser transportados en buques acondicionados al efecto.

Carta de Crédito a la Vista: En este caso los documentos pueden ser negociados a su presentación.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Carta de Crédito: Es un instrumento expedido por una corporación financiera o un banco a solicitud de un comprador de mercancía por el cual la corporación o el banco se comprometen a aceptar o pagar letras giradas en su contra por el vendedor. Se rige por los requerimientos establecidos en el instrumento. Una carta de crédito proporciona así un medio de sustituir el crédito mercantil por el Bancario y da al exportador seguridad de pago.

Carta de Crédito: Es una orden de un banco a otro banco del extranjero, autorizando el pago de determinada cantidad de dinero, a una persona cuyo nombre aparece en la carta de crédito.

Carta de Porte: Documento comercial que consigna el contrato celebrado entre el cargado o remitente y el portador para conducir las mercancías a lugares fijados de destino.

Cash on Delivery: Entrega contra reembolso, pago contra entrega, pagadero al entregarse.

Certificado de Origen: Certificado exigido por las autoridades de aduana para la importación de productos que puedan reclamar tarifas o tasas preferenciales en virtud de su país de origen.

CIF= Cost, Insurance an Freight: El precio cargado incluye el flete y el seguro pasado a un punto designado, así como el costo de las mercaderías. El comprador es responsable por el costo de descarga en el Puerto de destino y por todos los daños y perjuicios después del arribo; asimismo corre por su cuenta el pago de derechos de aduana y muellaje.

Comerciante Intermediario: Intermediario que adquiere la propiedad de la mercancía que vende y mantiene en existencia. Esta clase de intermediario generalmente realiza todas o casi todas las funciones de distribución.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Comercio Exterior: Transacciones de exportación e importación de mercancías y servicios de un país con otros países.

Comercio Internacional: Es la parte de la economía que se encarga de estudiar los intercambios de mercancías y servicios.

Comercio Libre: La condición en la cual el libre flujo de bienes y servicios en el intercambio internacional no esta restringido ni estimulado por intervención directa del gobierno.

Consignatario: A quien va dirigido el cargamento de una embarcación o alguna porción de mercancías que pertenecen al remitente.

Consolidación: Es el proceso de convertir las deudas de corto plazo en deudas a largo plazo por la venta de valores a largo plazo usando los fondos que se obtienen para pagar la deuda a corto plazo.

Containerización: Se denomina así al embalaje de productos en contenedores, lo que permite enviarlos por uno o más medios de transporte y sin tener que dividir la carga. El contenedor es una unidad de embalaje permanente, por lo que debe tener suficiente resistencia para que pueda ser utilizado repetidamente. Va equipado de diversos accesorios para facilitar su manipulación, especialmente cuando haya de ser trasladado de un medio de transporte a otro, y está concebido de forma que pueda llenarse y vaciarse con facilidad.

Contenedores: Son cajas o remolques que sirven para resguardar los bienes y que son fáciles de transferir entre dos modos de transportación.

Empresas Transnacionales: Se caracterizan porque operan en más de un país; sus actividades están internacionalizadas (ventas, capital, activo, número de filiales, etc.); realizan investigación y desarrollo; tienen una dirección multinacional o sea

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

una estrategia corporativa común; sus operaciones son de gran magnitud y operan en condiciones monopólicas.

Globalización: disminución o eliminación de las restricciones estatales en los intercambios a lo largo de las fronteras, y al cada vez más integrado y complejo sistema global de producción e intercambio que ha surgido como resultado.

Importación: Entrada de productos extranjeros, de bienes y servicios que son internados a un país por medio del comercio exterior y estos pueden ser desde costumbres, juegos o conjunto de cosas importadas. Son todas aquellas que provenientes del extranjero, entren en el territorio nacional, con carácter temporal o definitivo, estén o no libres del pago de los derechos de aduanas, o gocen de suspensión, exención o franquicia.

Incoterms: Son un conjunto de reglas internacionales, de aceptación voluntaria por las partes, que determina el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que componen el precio.

Logística: Son las tareas involucradas en la planificación, la puesta en práctica y el control del flujo físico de materiales, bienes finales e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos del cliente y obtener una utilidad.

Marketing Estratégico: Es el que se apoya en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones.

Marketing Operativo: es la clásica gestión comercial, centrada en la realización de un objetivo de cifra de ventas y que se apoya en los medios tácticos basados en la política de producto, distribución, precio y comunicación.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Mercadotecnia Directa: es un sistema interactivo de mercadotecnia que usa uno o más medio de comunicación persuasiva, para lograr una respuesta mensurable.

Outsourcing: es elevar la calidad en los productos o servicios, a través de la contratación de especialistas en áreas que disponen de más conocimientos, medios y experiencia que la empresa en sí. Es el hecho que empresas externas desarrollen actividades no principales para una organización, de esta manera, las empresas pueden centrarse en lo que mejor saben hacer, focalizando por tanto su atención y sus recursos.

Paleta: Es la plataforma de carga construida por dos pisos unidos entre sí por los largueros, o por un piso apoyado sobre pies o soportes y cuyos espacios libres entre pisos o entre el piso y el suelo permiten su manipulación por medio de aparatos mecánicos.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

LA OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA EN LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO.

El presente trabajo se llevó a cabo en el Gremio de Almacenes Generales de Depósito que está conformado por cuatro almacenes: Almacenadora Salvadoreña, Bodegas Generales de Depósito, Almacenes Generales de Depósito de Occidente y Almacenes de Desarrollo; éstos son depósitos de aduana que ofrecen servicios tales como: almacenaje de mercadería de procedencia nacional o extranjera, servicio de cuartos fríos, transporte, Agencia de Aduana y el servicio de Desconsolidación de Carga el cuál es relativamente nuevo dentro de los almacenes, debido a que a partir del mes de Diciembre de 2001, la Dirección General de Renta de Aduanas (DGRA), concesionó este servicio a dichos almacenes. La Desconsolidación de carga consiste en transportar en uno o más medios de transporte mercadería la cuál es consignada a más de un importador, la función del almacén en esta área es la de descargar el contenedor y colocar los productos en un área especifica asignando la mercadería a cada importador realizándose así la desconsolidación. Es por ello que se tomó a bien realizar una investigación sobre el servicio que se proporciona en dicha área con el objetivo de indagar cuales han sido las ventajas y desventajas para cada uno de los sectores intervinientes en este servicio.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

ANEXO 6

AGDS Guía de entrevista dirigida a Gerentes de Almacén

- Nombre del Almacén:

- En qué fecha inició sus operaciones:

1. ¿Cuáles son los requisitos mínimos que debe reunir un Almacén General de Depósito para prestar sus servicios?

2. ¿Cuáles son los beneficios que ha obtenido el sector importador con la concesión del servicio de desconsolidación de carga a los almacenes?

3. ¿Según su criterio que puntos del proceso de desconsolidación necesitan ser mejorados?

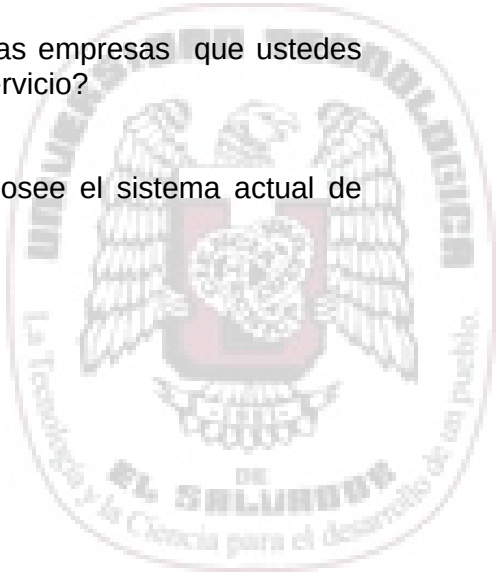
4. ¿Recibe capacitación el personal del área de desconsolidación?

5. ¿Cuál es la ventaja competitiva que este almacén ofrece a sus clientes?

6. En una escala de mayor a menor nos puede mencionar a su competencia

7. ¿Fuera del gremio de almacenes, existen otras empresas que ustedes consideren su competencia por brindar este servicio?

8. ¿Mencione las ventajas y desventajas que posee el sistema actual de desconsolidación para los AGD´S?



ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

CUESTIONARIO PARA CONSOLIDADORES

Objetivo: Conocer su opinión sobre el servicio que brindan los Almacenes Generales de Depósito.

Generalidades

Clasificación de la empresa

1. Nombre de la empresa
2. Nombre del entrevistado
3. Cargo que desempeña
4. En que año fue fundada

Indicaciones: Coloque en la casilla la respuesta correcta

1. ¿Mencione los criterios que utiliza al momento de decidir a cual almacén enviar los contenedores para su descarga? a) Manejo de merc. b) Ubicación c) Responsabilidad d) Servicio e) Seguridad f) Rapidez		2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de desconsolidación de carga? a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Trimestral	
3. ¿Del gremio de almacenes en cuales de ellos a utilizado el servicio de desconsolidación? a) ALMASAL b) ALDESA c) BODESA d) AGDOSA		4. ¿De los almacenes antes mencionados cual es el de su preferencia? a) ALMASAL b) ALDESA c) BODESA d) AGDOSA	
5. ¿Porque prefiere a ese almacén?		6. ¿Considera usted que los AGD´S cuentan con los espacios adecuados para prestar el servicio de Desconsolidación? a) Sí b) No	
7. ¿Esta usted satisfecho con el servicio que prestan los AGD´S? a) Sí b) No		8. ¿Considera que el personal que atiende el área de desconsolidación de carga es el idóneo? a) Sí b)No	
9. ¿Sugiere mejoras en el proceso de desconsolidación? a) Si b) No		10. ¿Cuáles son los problemas que se le presentan con mayor frecuencia en el área de desconsolidación? a) En la descarga b) En aduana c) Espacios d) Ubicación de mercadería e) Daños	
11. ¿Aproximadamente cual es el estimado de clientes promedio que atienden por mes?		12. ¿Considera que la calidad del servicio ha mejorado con la concesión de los almacenes? a) Sí b) No	

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

CUESTIONARIO PARA USUARIOS DEL SERVICIO DE DESCONSOLIDACION

Objetivo: Conocer su opinión sobre el servicio que brindan los Almacenes Generales de Depósito.

Generalidades

Clasificación de la empresa

1. Industrial 2. Comercial

Indicaciones: Coloque en la casilla la respuesta correcta

1. ¿Conoce usted los servicios que prestan los Almacenes Generales de Depósito? a) Si b) No	☐	2. ¿Dentro de los servicios que prestan los AGD cuáles son los que usted utiliza con mayor frecuencia? a) Trámites de aduana b) Depósito fiscal c) Depósito en cuartos fríos d) Desconsolidación de carga e) Servicios de Transporte	☐
3. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de desconsolidación de carga? a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Trimestral	☐	4. ¿Considera usted que esta pagando un precio justo por el servicio que recibe? a) Si b) No	☐
5. ¿Dentro del gremio de Almacenes cuál es el de su preferencia? a) AGDOSA b) ALMASAL c) ALDESA d) BODESA	☐	6. ¿Por qué razón prefiere dicho almacén? a) Rapidez en el servicio b) Trámites ágiles de aduana c) Instalaciones seguras d) Ubicación estratégica	☐
7. ¿Con cual de los AGD´S se le ha presentado algún inconveniente? a) ALMASAL b) ALDESA c) BODESA d) AGDOSA	☐	8. ¿Cómo calificaría la capacidad de respuesta de los almacenes para darle solución a sus problemas? a) Mala b) Buena c) Muy Buena d) Excelente	☐
9. ¿Sugiere mejoras en el proceso de desconsolidación? a) Si b) No	☐	10. ¿En que área del proceso de desconsolidación sugiere usted mejorar? a) Carga de mercadería b) Facturación c) Atención del personal d) Agilidad en los trámites	☐

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Programación e Inversión aproximada para la capacitación del personal de Desconsolidación

Tema de Capacitación	**Períodos de capacitación**	**Empresa Capacitadora**	**Lugar de la capacitación**	**Personal a capacitar**	***Inversión***
Calidad Total	2 veces al año	ISP Consultores	Instalaciones de ASOLA	Personal de Desconsolidación	$ 500.00
Crecimiento personal	2 veces al año	ISP Consultores	Hotel Terraza	Personal de Desconsolidación	$2,500.00
Atención al cliente	3 veces al año	INSAFORP	Instalaciones de AGD	Personal de Desconsolidación	$1,000.00
Procedimientos Aduanales	4 veces al año	Cámara de Comercio	Cámara de Comercio	Personal de Desconsolidación	Sin Costo
Actualización de proc.DGRA	4 veces al año	Dirección General Renta de Aduana	Aduana San Bartolo	Personal de Desconsolidación	Sin Costo
Manejo de Equipo	1 vez al año	CONSTRUMARKET	Instalaciones AGD	Personal operativo de Desconsolidación	Costo inc.en el valor del Equipo adquir.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Presupuesto

La implementación de la propuesta para la Optimización del Servicio de Desconsolidación de Carga en los Almacenes Generales de Depósito, implica una inversión, la cuál se espera surta efecto a mediano y largo plazo reflejándose en la motivación del personal y la satisfacción de los usuarios del servicio. Logrando así tener cautivo los clientes ya existentes así como incrementar la cartera de clientes nuevos. La inversión de este proyecto se justifica con la demanda que el servicio presenta el cuál se incrementa cada vez más

Rubro	**Precio Unitario**	**Costo Total**
Elaboración de Manual	$ 0.60*500	$ 300.00
Capacitación Personal de Desconsolidación		$ 4,000.00
Sistema de Facturación		$ 14,000.00
Incremento de una persona para el área de facturación y un montacarguista	$ 228.57	$ 457.14
Costo Total		$ 18,757.14

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR