



LOS CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y LAS CADENAS DE COMERCIALIZACION *

LOS CORREDORES DE COMERCIO INTERNACIONAL

El término "corredor" ha sido ampliamente utilizado en el área del transporte y, a veces, la del comercio, más que nada para hacer referencia a la dimensión geográfica de esas actividades. Sin embargo, el concepto de corredor también comprende otras dimensiones que forman parte del entorno del comercio internacional.

1. Concepto de corredor de comercio internacional

Un corredor de comercio internacional es un conjunto formado por cuatro componentes (las normas y prácticas comerciales y financieras; las exigencias gubernamentales; la infraestructura, los vehículos, los equipos y las instalaciones, y los actores), que interactúan entre sí y con el entorno, a fin de permitir que se lleven a cabo tanto las exportaciones como las importaciones de un país. (Véase el gráfico 1.)

Los corredores de comercio internacional son específicos para un país determinado, y afectan tanto a sus exportaciones como a sus importaciones. Por ejemplo, en una transacción que se efectúa entre dos países separados por un océano, existen tres corredores, a saber, uno correspondiente al país de origen del producto, otro correspondiente a la etapa intermedia entre un país y el otro, que puede ser marítima o aérea, y un tercero correspondiente al país de destino del producto exportado. (Véase el gráfico 2.) Varios de los componentes de los corredores de comercio internacional de un país se refieren a espacios geográficos específicos, como se verá a continuación.

a) Normas y prácticas comerciales y financieras

Las partes que intervienen en la negociación de un contrato de exportación teóricamente tienen amplias facultades para acordar sus términos, si bien de hecho, existe todo un marco institucional de carácter nacional e internacional que permite encauzar dicha negociación. Ya se ha comentado la influencia del entorno en el comercio internacional; cabe añadir que una expresión concreta de ella son las opciones que tienen los que intervienen en una transacción en cuanto a la modalidad de transferencia de los fondos, la distribución de responsabilidades entre el vendedor y el comprador, y la cobertura de los seguros, por ejemplo.

Gráfico 1
**COMPONENTES DE UN CORREDOR DE
COMERCIO INTERNACIONAL**

Normas y prácticas comerciales y financieras
Exigencias gubernamentales
Infraestructura, vehículos, equipos e instalaciones
Actores

Gráfico 2
**CORREDORES DE COMERCIO INTERNA-
CIONAL EN UNA EXPORTACION**

Corredor de comercio internacional en el país de origen	Corredor de comercio internacional intermedio (marítimo/aéreo)	Corredor de comercio internacional en el país de destino
---	--	--

Una parte de las normas y prácticas comerciales y financieras está incluida en los códigos de comercio nacionales, otra se encuentra en los convenios y tratados internacionales correspondientes, mientras que una tercera corresponde a los procedimientos aplicados por la banca y por las empresas de seguros.

Este primer componente del corredor corresponde a las reglas de juego, que tienen por objeto definir los derechos y las obligaciones de los agentes económicos que participan en el comercio internacional. En vez de reflejar los objetivos de un gobierno en particular, son las reglas que se aplican para reducir el riesgo y la incertidumbre asociados con las transacciones internacionales.

Cabe señalar que este componente tiene un aspecto geográfico. Efectivamente, las normas y prácticas comerciales y financieras varían de un país a otro, pudiendo cambiar incluso de una zona a otra en un mismo país. Además, pueden variar según el país con que se efectúa la transacción.

b) Exigencias gubernamentales

Las exigencias gubernamentales reflejan directamente los objetivos del gobierno de un país. Este componente está formado por las leyes, las reglamentaciones y los convenios internacionales adoptados por el país, que son aplicables a los diferentes tipos de transacciones internacionales.

A veces es arbitrario clasificar un procedimiento específico como norma, práctica o exigencia gubernamental, pero el criterio básico es que este segundo componente de los corredores se relaciona con preocupaciones específicas de un gobierno, como son, asegurar que las divisas generadas por una transacción internacional retornen al país exportador, o que no se importen productos subsidiados, lo que podría constituir una competencia desleal hacia los productores nacionales.

c) Infraestructura, vehículos, equipos e instalaciones

La infraestructura que está más relacionada con los corredores de comercio internacional es la del transporte, ya sea que se trate de caminos, ferrocarriles, puertos, ductos, aeropuertos o almacenes. Precisamente el conjunto de la infraestructura del transporte, las telecomunicaciones, la banca, las aduanas y otras es la que permite hablar de corredores claramente identificados con tramos delimitados geográficamente. Sería un error pensar que sólo se trata de la infraestructura del transporte, ya que la banca y el sector de los seguros, identificados con el primer componente de los corredores, también requieren contar con instalaciones y equipos, y ello es similar en el caso de las aduanas, que están vinculadas con las exigencias gubernamentales. Asimismo, el comercio internacional depende mucho de la infraestructura de las telecomunicaciones.

d) Actores

El cuarto componente de los corredores de comercio internacional corresponde a los agentes económicos que, utilizando la infraestructura existente, prestan los servicios requeridos para el traslado físico de un producto desde el lugar de su producción hasta el de su consumo, para la aplicación de las normas y prácticas comerciales y financieras, y para el cumplimiento de las exigencias gubernamentales relacionadas con el comercio internacional.

Los actores pueden agruparse de acuerdo con la naturaleza de los servicios que prestan. A los efectos del modelo, se han considerado seis grupos de servicios: los relacionados con la distribución física de los productos, incluido el transporte; los vinculados con la promoción, negociación y venta de los productos; los de financiamiento; los de seguros; los relativos a las comunicaciones y a las telecomunicaciones necesarias para que el comercio se lleve a cabo, y por último los que apoyan el cumplimiento de las

* Extractado del capítulo 2 de CANALES, CADENAS, CORREDORES Y COMPETITIVIDAD: Un enfoque sistémico y su aplicación a seis productos latinoamericanos de exportación (Cuadernos de la CEPAL Nº 70).

exigencias gubernamentales y de las normas y prácticas comerciales y financieras. Además, se ha incluido como un séptimo actor las entidades normativas y controladoras, públicas o privadas. Este grupo incluye, entre otros, las aduanas, las asociaciones nacionales de importadores o exportadores, y la Cámara de Comercio Internacional (CCI). (Véase el gráfico 3.)

Considerando que los actores representan el puente entre los corredores de comercio internacional y los canales de comercialización, serán analizados en detalle más adelante, una vez se haya presentado y examinado el concepto de canal de comercialización.

2. Los servicios de distribución física

En cada corredor de comercio internacional se prestan una serie de servicios, que son necesarios para que las importaciones y las exportaciones se lleven a cabo. Para los fines de la presentación del modelo, puede limitarse el tratamiento a los servicios de distribución física, aunque los otros servicios podrían analizarse de manera parecida.

En el país de origen de las exportaciones los servicios de distribución física utilizados están compuestos por los mismos cuatro componentes descritos anteriormente, que forman los corredores de comercio internacional. En primer término, está la infraestructura física, que conecta los emplazamientos específicos y pasa por una faja de terreno muy bien delimitada, lo que da la dimensión geográfica a los corredores. Sobre esa infraestructura circulan los vehículos, y en ella se incluyen también las instalaciones de cargue, descargue y almacenamiento.

En segundo término, están las normas y prácticas comerciales y financieras que se refieren específicamente a los servicios de distribución física, y que tienen por objeto especificar claramente las obligaciones y los derechos de los prestatarios y de los usuarios de estos servicios. Este aspecto es de especial importancia en el caso del transporte internacional, donde existe una cadena de trasposos de responsabilidades. Por ejemplo, las reglas sobre cartas de crédito y contenido de los conocimientos de embarque han sido normalizadas a nivel internacional.

Gráfico 3
SERVICIOS EN UN CORREDOR DE COMERCIO INTERNACIONAL

Normas y prácticas comerciales y financieras	Exigencias gubernamentales	Infraestructura, vehículos, equipos e instalaciones	Actores
			Servicios de distribución física
			Servicios de promoción y venta
			Servicios de financiamiento
			Servicios de seguros
			Servicios de comunicaciones y telecomunicaciones
			Servicios de ayuda para cumplir con las exigencias gubernamentales y las normas y prácticas comerciales y financieras
			Entidades normativas y controladoras

En tercer término, están las exigencias gubernamentales. Pese a la tendencia hacia la desreglamentación, en la mayoría de los países los gobiernos reglamentan rigurosamente el transporte y las demás actividades de la distribución física, no sólo en los aspectos técnicos y de seguridad, sino también en relación con los aspectos comerciales, tales como los tramos de tarifas y el acceso al sector.

Finalmente, están los actores que prestan los servicios de distribución física propiamente tales, como las grandes empresas ferroviarias, los camioneros individuales, las autoridades portuarias, las empresas de estiba, los sindicatos de estibadores, y los transitarios que organizan el transporte para un usuario en particular.

Para que puedan ser considerados eficientes, los servicios de distribución física deben reunir al menos las siguientes características:

- Ser confiables, en cuanto a satisfacer el requisito de los usuarios, que desean que su carga llegue oportunamente y en buenas condiciones, y con la documentación completa. Estos esperan, asimismo, que los prestadores de los servicios respondan por daños, pérdidas y demoras.
- Ser integrados, en el sentido de permitir la continuidad del movimiento físico de los productos y la rapidez y eficiencia de los trasposos de un modo de transporte a otro. Además, deben ser capaces de manejar diferentes tipos de unidades de carga, como por ejemplo, los contenedores.
- Tener una frecuencia y una capacidad adecuadas para responder a la demanda.
- Ser flexibles y capaces de responder a nuevas exigencias.
- Ser capaces de proveer información sobre la localización de la carga en todo momento.
- Tener tarifas competitivas en comparación con las de los servicios que se prestan a otros proveedores de los mismos productos.

La mejor garantía para que los servicios de distribución física cumplan con las características señaladas es que haya competencia entre los prestatarios de estos servicios.

LOS CANALES DE COMERCIALIZACION

El desfase entre la producción y el consumo es superado por una cantidad de agentes económicos que efectúan una infinidad de actividades, las que en teoría podrían ser realizadas por los mismos fabricantes. Sin embargo, estos últimos suelen recurrir a agentes especializados en aspectos específicos del intercambio, sobre todo cuando es internacional. Más aún, no es realista pensar que un productor o un consumidor pueda realizar por sí mismo todas las actividades requeridas para superar este desajuste. La existencia de actores especializados en los diversos aspectos de la comercialización de los productos de exportación es consecuencia directa de la necesidad de que el comercio internacional se efectúe con cierta lógica.

La complejidad propia del comercio internacional ha hecho que existan estos actores especializados. Para tener una idea de la complejidad del proceso, debe considerarse el número de productos diferentes que se transan, los volúmenes de transacciones expresadas en unidades físicas y en unidades monetarias, los diversos

orígenes de los productos transados, y la inmensa variedad de consumidores repartidos por todo el mundo.

1. Concepto de canal de comercialización

Un canal de comercialización puede ser definido como un conjunto de agentes económicos que realizan las actividades necesarias para que un artículo producido por un fabricante en una parte esté disponible para su utilización o consumo en otra. Cuando se consideran en conjunto los canales de comercialización de todos los fabricantes de un producto ubicados en un mismo país o zona, se habla genéricamente de los canales de comercialización de ese producto.

Los agentes económicos productores, intermediarios y consumidores y las actividades que realizan pueden ser agrupados, según aspectos específicos de la operación de exportación, en

cadena y flujos. Las cadenas corresponden a secuencias en que los actores y las actividades pueden ser ordenados consecutivamente en el tiempo, mientras que los flujos corresponden a secuencias en que no es posible establecer un orden temporal.

Sin embargo, hablar de cadenas y flujos a secas no tiene mayor sentido, ya que lo que interesa es la parte específica de la exportación en función de la cual ha sido construida la cadena o flujo, esto es, el movimiento físico del objeto, su venta, el traspaso de su propiedad, la información comercial relacionada con la exportación, su financiamiento y el riesgo inherente a ella, por destacar tan sólo algunos elementos.

Por lo tanto, aun cuando hablar de cadena o de flujo carece de significado, a los efectos del diseño del modelo, sí tiene sentido hablar, por ejemplo, de cadena de distribución física, flujo de negociaciones de las condiciones de venta del producto, flujo de financiamiento y flujo de información y documentación.

2. Cadenas y flujos

En el modelo se considera que el canal de comercialización básico está formado por el flujo de negociaciones de las condiciones de venta del producto, la etapa productiva, el flujo de seguros, el flujo de financiamiento de la exportación, la cadena de distribución física, el flujo de información y documentación, y el consumo o utilización del producto. (Véase el gráfico 4.) Se ha hecho esta simplificación con el objeto de facilitar la comprensión del modelo, ya que en la realidad un canal de comercialización está formado por un número mayor de cadenas y flujos. En todo caso, las cadenas y los flujos que se tomen en cuenta dependerán del grado de profundidad con que se desea estudiar un canal de comercialización y de los objetivos que se persigan.

En el flujo de negociaciones de las condiciones de venta del producto se agrupan los actores que intervienen en las actividades en que se acuerdan las características de éste, su precio de venta, las condiciones de pago, y el tiempo y el lugar de entrega.

En la etapa productiva están reunidos los agentes económicos que efectúan las actividades que permiten transformar la materia prima y los demás insumos en productos de exportación. En estricto rigor, correspondería hablar de la "cadena productiva", pero se ha preferido el término "etapa productiva" para evitar cualquier confusión con la cadena de distribución física.

En el flujo de seguros se agrupan los actores que realizan las actividades relacionadas con la contratación de las pólizas: para proteger los productos que han de ser exportados desde el momento en que se inicia su producción hasta el momento en que llegan a los compradores en destino; para prevenir el no cumplimiento de los acuerdos adquiridos en las negociaciones de las condiciones de venta, y para garantizar que los prestadores de los diversos servicios de apoyo a las exportaciones se protejan de sus responsabilidades civiles.

En el flujo de financiamiento se agrupan los actores que efectúan las actividades relacionadas con la obtención de los recursos con que se financian las exportaciones.

En la cadena de distribución física se agrupan los actores que realizan las diversas actividades necesarias para llevar los productos —ya listos para ser exportados— desde donde han sido producidos hasta los consumidores finales en destino.

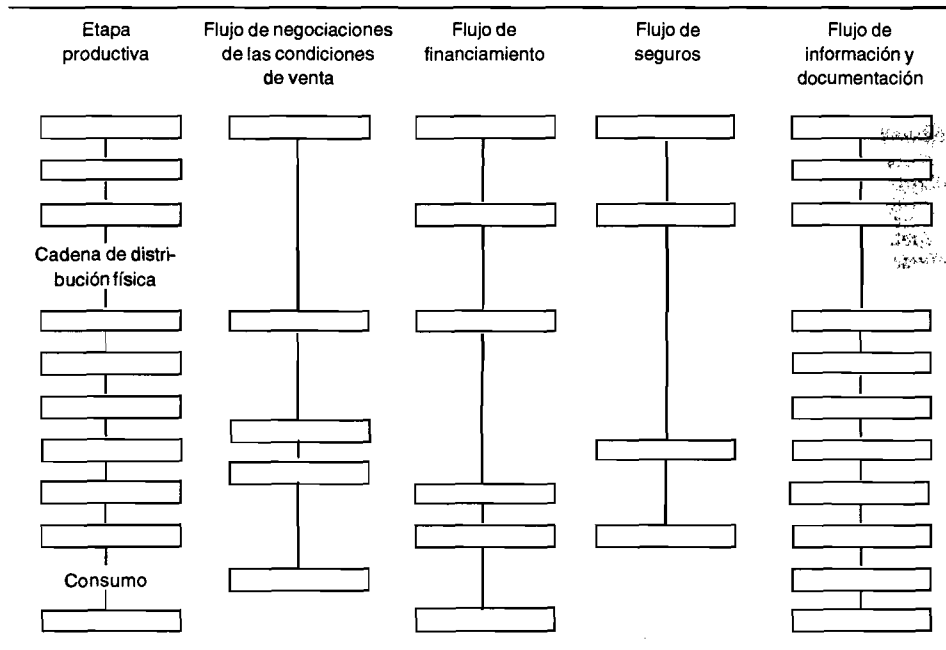
En el flujo de información y documentación se agrupan los actores que efectúan las actividades de obtención, almacenamiento, procesamiento, transmisión y consulta de la información relacionada con el cumplimiento de las exigencias gubernamentales y de las normas y prácticas comerciales y financieras.

En el consumo o utilización de un producto se incluye a los consumidores de éste, quienes lo adquieren a fin de satisfacer ciertas necesidades y deseos.

En la etapa productiva se agrupan los servicios a los productores, mientras que en las demás cadenas y flujos están los servicios de apoyo al comercio.

Como cada cadena o flujo tiene una configuración única de agentes económicos y actividades, cualquier cambio que ocurra originará una nueva cadena o un nuevo flujo. Por ejemplo, si en la cadena de distribución física de un producto se deja de realizar un almacenamiento temporal, a causa de un cambio tecnológico, se tendrá una nueva cadena de distribución física para ese producto.

Gráfico 4
EL CANAL DE COMERCIALIZACION BASICO



Por su parte, la configuración de cadenas y flujos es única para cada canal de comercialización, por lo que una nueva cadena de distribución física originará un nuevo canal de comercialización. Esto significa que en la exportación de un artículo se tendrán tantos canales de comercialización como alternativas haya de cadenas y flujos.

Para facilitar la comprensión de las interrelaciones entre las cadenas y los flujos que forman los canales de comercialización, se ha utilizado la cadena de distribución física como eje de referencia. (Véase el gráfico 4.) En virtud de la extensa literatura existente sobre las cadenas de distribución física, muchos lectores están familiarizados con ellas y les será relativamente fácil proyectarse hacia las otras cadenas y flujos. No obstante, la presentación seleccionada no es la única opción. En efecto, para otros fines podría ser preferible utilizar como referencia otra cadena o flujo, como por ejemplo, el flujo de información y documentación, pues la ejecución de cada actividad de la cadena de distribución física requiere la generación de un documento.

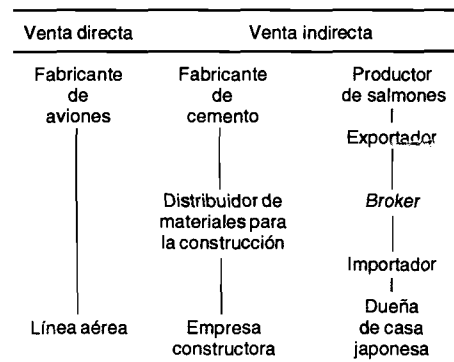
a) El flujo de negociaciones de las condiciones de venta

En una exportación es poco frecuente que los productores vendan directamente a los compradores. La venta requiere una serie de actividades cuya complejidad depende de factores tales como las características del producto, las singularidades de los mercados, la presencia de productos sucedáneos y la información comercial disponible, por citar sólo algunos. Por consiguiente, lo usual es que en la venta intervengan uno o más intermediarios que ejecutan una parte de esas actividades.

En el gráfico 5 se presenta la venta directa, en que el fabricante y el comprador negocian directamente las condiciones de la transacción, y dos tipos de venta indirecta, uno con la participación de un intermediario y el otro con la participación de tres. Las líneas entre los casilleros representan las negociaciones entre los actores.

La presencia de los intermediarios depende básicamente del grado de especialización de las actividades que se requiere ejecutar, los recursos financieros involucrados, las economías de escala que se puedan alcanzar, y las caracterís-

Gráfico 5
VENTA DIRECTA E INDIRECTA DE UN PRODUCTO DE EXPORTACION



ticas del producto. En muchos casos, la concreción de una exportación depende por completo de los intermediarios que participan en ella, ya que ni el productor ni los compradores tienen la capacidad para negociar directamente. Sin embargo, ello se olvida con cierta facilidad, existiendo incluso una percepción equivocada acerca del papel de los intermediarios; de hecho, se les suele considerar como agentes económicos que afectan negativamente las exportaciones y que en lo posible deben ser evitados por los productores.

A pesar de que el hecho de recurrir a intermediarios puede significar que disminuyan el grado de control que los productores tienen sobre la venta de sus productos y el que los compradores tienen sobre la compra, también puede significar que mejoren las condiciones de la venta, en el caso de los productores, o de la compra, en el caso de los compradores.

El flujo de negociaciones de las condiciones de venta de un producto se definió como el conjunto de actores que participan en las transacciones en que se acuerdan las características de la mercancía, el precio y las condiciones de pago, así como el tiempo y el lugar de entrega. Puede parecer un tanto extraño que se hable de flujo y no de cadena, pero no lo es tanto si se examina con cierta detención el comportamiento de los

actores que participan en las negociaciones. Muchas veces los intermediarios negocian con los compradores de un producto antes de haber negociado con los vendedores de éste, esto es, "venden" antes de "comprar" un producto. Muchas empresas de comercio internacional operan de esa forma, ya que así mejoran su posición negociadora y disminuyen el riesgo de que los precios de venta desciendan a valores inferiores a los precios de compra.

Los intermediarios que participan en las negociaciones de las condiciones de venta pueden ser clasificados tomando como base el papel que cumplen dentro de los canales de comercialización. Un posible criterio de clasificación hace referencia a la toma de propiedad de la mercadería transada. Entre los intermediarios que compran con la esperanza de revender a un precio mayor están, entre otros, los mayoristas, los distribuidores, los minoristas y las empresas de comercio internacional.

Los intermediarios que no toman la propiedad del producto tienden a ser muy especializados, ya que su principal activo es el conocimiento que poseen tanto de los sistemas de comercialización en los diversos países de destino como de los mismos productores. Dichos intermediarios pueden, a su vez, dividirse en tres grupos: los que representan a los productores o vendedores, los que representan a los compradores y, finalmente, los independientes. Los nombres dados a los distintos intermediarios son múltiples y frecuentemente no son precisos. Entre los que representan a los productores están los agentes de venta y los representantes; los agentes de compra y los representantes, por su parte, también pueden intervenir en nombre de los compradores, quienes a su vez son generalmente intermediarios.

El papel de los intermediarios independientes es especialmente interesante, ya que en general su principal objetivo consiste en generar negocios. En este grupo se incluyen las empresas

de comercio internacional que trabajan a base de comisiones, sin tomar la propiedad de los objetos transados, los agentes independientes y los *brokers*. También puede incluirse en este grupo a los actores que operan en las bolsas de futuros, ya que la mayor parte de ellos no pretenden tomar posesión física de los artículos transados.

b) La cadena de distribución física

La cadena de distribución física está formada por los agentes económicos que intervienen en las actividades necesarias para llevar un objeto desde el lugar en que es producido hasta donde es finalmente consumido. Pese a que es fácil encontrar cadenas de distribución física en que se llevan a cabo un elevado número de actividades, en el modelo se ha considerado que las actividades básicas que se realizan en cualquier exportación son el transporte, el almacenamiento, la inspección y la venta del producto. (Véase el gráfico 6.) Cabe señalar que es posible encontrar estas actividades en las cadenas de distribución física de prácticamente cualquier producto de exportación. En el gráfico 6 las inspecciones, el transporte y el almacenamiento han sido colocados en forma arbitraria.

El transporte comprende las operaciones que es necesario ejecutar para llevar un producto de un sitio a otro, en cuanto a los productos de exportación, incluye el transporte en el país de origen de la mercancía, en la etapa intermedia y en el país de destino.

El almacenamiento incluye las operaciones que se realizan para guardar o mantener temporalmente la mercancía en una ubicación determinada, que puede estar en el país de origen, en cualquiera de los países por los que transita, o en el país de destino.

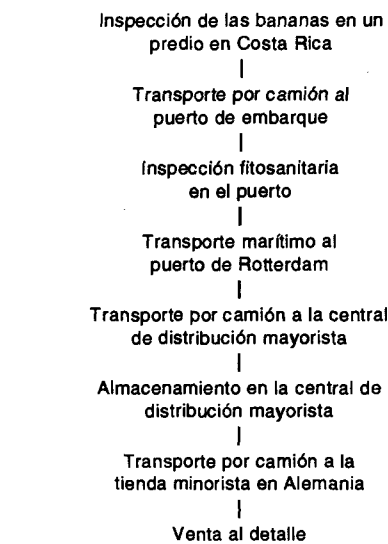
La inspección del producto, que se realiza en uno o más puntos por los que éste pasa, com-

prende todas las operaciones que se ejecutan para controlar las características que tiene en un momento y lugar determinados.

La venta incluye todas las operaciones que se ejecutan con el objeto de exponer u ofrecer al público el producto, para el que lo quiera comprar.

A fin de facilitar la comprensión de esta cadena se consideran por separado las actividades, los actores encargados de organizarlas y contractarlas, y los actores que las ejecutan. Es importante, sin embargo, que se comprenda con claridad que la cadena de distribución física es la agregación de esas actividades y actores.

Gráfico 6
ACTIVIDADES BASICAS EN LA CADENA DE DISTRIBUCION FISICA



NACIONES UNIDAS

UNITED NATIONS



NATIONS UNIES

Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Unidad de Transporte
Facsimile: 5622080252-2081946, Télex: 340295 (UNSTGO CH)
Casilla 179-D
Santiago de Chile

22083:FAL

CLO

CENTRO DE DOCUMENTACION
MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES
AMUNATEGUI 139
SANTIAGO
CHILE

IMPRESOS
VIA AEREA