

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES



COMERCIO INTERNACIONAL: EVOLUCIÓN DEL COMERCIO E IMPORTANCIA
DEL TRANSPORTE MARÍTIMO Y DE LA LOGÍSTICA INTERNACIONAL EN EL
COMERCIO ELECTRÓNICO NACIONAL E INTERNACIONAL EN LA NUEVA
REALIDAD POST-COVID 19

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN TÉCNICAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:
FÁTIMA JASMÍN AMAYA MEJÍA

DOCENTE ASESORA: MSC. MARLENE ISABEL BADO HENRIQUEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, OCTUBRE DE 2021

COMERCIO INTERNACIONAL: EVOLUCIÓN DEL COMERCIO E IMPORTANCIA DEL TRANSPORTE MARÍTIMO Y DE LA LOGÍSTICA INTERNACIONAL EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO NACIONAL E INTERNACIONAL EN LA NUEVA REALIDAD POST-COVID 19

RESUMEN

El comercio tradicional ha evolucionado cada año hasta modificar la normativa internacional vigente, según las necesidades y deseos que los clientes desean suplir, desde la conocida relación de dos (vendedor-cliente), a una relación de tres (vendedor-dispositivo electrónico-cliente), hasta involucrar a compañías completas y requerir relaciones comerciales previas y a futuro entre los Estados (consolidadas en los tratados de libre comercio internacional o acuerdos comerciales). Por ello, se considera que el comercio electrónico después del 2020 ha llegado para quedarse en el intercambio de servicios y mercancías a nivel nacional e internacional, por ser una nueva modalidad que acerca a los actores de la actividad económica y facilita la vida de los clientes, genera un vínculo entre los compradores y vendedores en el momento de la compra, así como, determina las métricas a futuro haciendo referencia al almacenamiento de datos y estrategias publicitarias que se adapten a la realidad cambiante para lograr un alza en la facturación y sus beneficios. Y finalmente se informa sobre las ventajas y riesgos del comercio electrónico internacional incorporando los INCOTERMS como medios de prevención a las pérdidas o incidentes que puede ocasionar el impredecible océano en su naturaleza y las plataformas de comunicación virtual. Es decir, el comercio electrónico internacionalmente aceptado y puesto en acción con mayor frecuencia durante y posterior a la cuarentena provocada por la COVID19, evidencia la reconfiguración en la logística internacional y sus procesos dentro en el transporte marítimo.

INTRODUCCIÓN

La clásica manera de referirse a la globalización internacional es designar a las gestiones políticas y sociales la responsabilidad en la interconexión del mundo, sin embargo, lo que realmente mantiene interconectado al mundo son todos los procesos económicos y comerciales que no se pueden sustituir o evadir frente a las necesidades existentes en cada región. El comercio internacional es parte del cambio y progreso del mundo desde la perspectiva material, y en la actualidad desde una perspectiva intangible con la llegada del comercio electrónico, mejor conocido como “e-commerce”. En el presente ensayo académico se detalla qué es el comercio internacional, y cómo ha sido su evolución, desde la época del trueque en las antiguas civilizaciones hasta cómo ha llegado a posicionarse en plataformas virtuales. Asimismo, se visibilizan los procesos de digitalización que ha tenido el intercambio de mercancías desde la perspectiva nacional e internacional, y las herramientas utilizadas para que los productos lleguen en forma de publicidad por medio de las redes sociales a los futuros clientes en el contexto de la cuarentena por la pandemia por COVID-19 en el año 2020, de manera que se tenga un primer acercamiento virtual para luego materializar la compra. No obstante, el comercio internacional involucra también factores de transporte internacional, que de no ser por la logística internacional el comercio electrónico no podría tener una vida y desarrollo como hasta las fechas de 2021, así también se hace referencia a las estrategias que los actores involucrados en el intercambio de mercancías toman para prevenir riesgos en términos de transporte marítimo a través del uso de los INCOTERMS, frente a las ventajas que este tipo de transporte utiliza.

Comercio internacional

La vida está basada en un mecanismo que relaciona los deseos y necesidades de forma constante dentro de la comunicación, la economía y la sociedad, y dentro de esta dinámica tiene lugar el comercio, es decir toda actividad de intercambio de productos o servicios donde existe un comprador (quién tiene el deseo o necesidad de un producto o servicio) - conocido como demanda-, y un vendedor (quien obtiene el producto o el servicio) -conocido como oferta-. Es decir, el comercio se realiza cuando alguien vende y el otro realiza la compra, este intercambio se puede dar de las siguientes maneras: dentro del mismo departamento o municipio (comercio interno o local); dentro de las fronteras de una país (comercio nacional);

entre dos o más Estados directamente (comercio exterior); o entre dos o más entes internacionales, que pueden ser empresas, Estados, personas jurídicas internacionalmente reconocidas, comunidades, alianzas o asociaciones (comercio internacional).

Para comprender de forma práctica qué es el comercio internacional, es necesario conocer el siguiente ejemplo: cuando El Salvador realiza intercambios comerciales de café con el mercado de la Unión Europea, El Salvador se convierte en el país exportador, es decir el que vende, y la Unión Europea se convierte en ente internacional importador, es decir, quien compra, y se categoriza como “comercio internacional” porque involucra actores más allá de los Estados.

Evolución del comercio internacional

El comercio en un primer momento fue conocido como ‘trueque’, y consistió en el intercambio de mercancías por mercancías, según la relación que se tenía con la comunidad sus necesidades, (se puede denominar como comercio local, porque era dentro de la misma tribu o división geográfica), es decir que, si una persona tenía maíz, el otro le daba frijoles y ambos tenían maíz y frijoles de medida considerable). No obstante, este intercambio muchas veces era desigual porque las mercancías no tenían el mismo valor en cuanto a proporción de costos de producción y/o mantenimiento, aunque solventaban la necesidad presente que tenía cada una de las partes, esto se solucionó en el año 1790 cuando se creó la moneda por un acuerdo con el objetivo de homogeneizar el proceso de intercambio, en un primer momento la moneda era fruto natural denominado cacao, y posteriormente se convirtió en físico con la existencia y procesamiento de los metales como oro, plata, y hierro, en la que grababan los rostros de los reyes, emperadores, o Jefes de Estado (en este contexto se desarrolló el comercio interno, es decir dentro del mismo Estado pero en diferentes departamentos o subdivisiones geográficas).

Posterior a la creación de la moneda como medio de intercambio, ya no existía la necesidad de intercambiar mercancía por mercancía, y fue en ese momento cuando se crearon las primeras rutas comerciales¹ a los lugares más cercanos según los productos que la comunidad cultivaba, la primera ruta comercial establecida fue la ‘ruta de la seda’, luego la ruta de las

¹ Escuela profesional Xavier de Valencia, Oscar Boluda, “Rutas Comerciales Importantes de la Historia”, España, <https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm>

especies, y posteriormente la ruta de los metales. Este tipo de comercio se extendió hasta pasar de un continente a otro y fue en ese momento cuando se determina el inicio del comercio trasatlántico, que incentivó la construcción de navíos y comenzó el comercio marítimo en rutas desde Asia a Europa y desde Europa hacia América.

El comercio trasatlántico llegó a Gran Bretaña, mismo Estado que tomó su lugar en primera fila para que en 1804 se crearan las primeras vías ferroviarias y locomotoras que funcionaban con carbón, este fue un medio de transporte que facilitó el intercambio debido a que el traslado de mercancías que tardaba meses o semanas solamente se tardaría días cuando los países estaban cerca, entonces la demanda de las mercancías aumentó e Inglaterra tomó las riendas de la producción de textiles con la Revolución Industrial, que para aumentar su eficiencia comenzó a sustituir la mano de obra de sus trabajadores por máquinas. A continuación, los ingleses que habían incursionado en los mercados internacionales con textiles, flexibilizaron sus criterios para consolidar un interés económico que trascendía su interés político, en tal momento el comercio exterior de Inglaterra evolucionó a ser categorizado como libre comercio internacional.²

En la línea del desarrollo del comercio internacional, tuvo lugar el periodo de la Primera y Segunda Guerra Mundial, cuando el comercio internacional participó de forma directa en los intereses económicos y geopolíticos de los Estados, de manera que se facilitaba el traslado de armas y alimentos a territorios del conflicto. El periodo de guerras no fue sencillo, debido a que dentro de estas fechas en 1929 se dio la gran crisis de la bolsa de valores de Wall Street, es decir el famoso “CRACK del 29”, en el que se generó falta de liquidez en las instituciones financieras debido al impago de las deudas que tenían los ciudadanos y se generó un complot a nivel mundial, este evento evidenció la necesidad de regular jurídicamente el funcionamiento del comercio internacional, ya que en este caso la crisis había provocado duras consecuencias para las empresas cotizantes así como para sus accionistas. Es por ello que, en 1947, 23 gobiernos dieron vida al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros Comercio (conocido como Acuerdo del GATT).³

² Organización de los Estados Americanos, “La globalización y su impacto en el comercio mundial y regional”, <https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm>

³ Organización Mundial del trabajo, “Informe sobre el comercio mundial”, https://www.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr11-2b_s.pdf

Posterior al Acuerdo del GATT, Europa se posicionó en primer lugar al crear políticas económicas con la Comunidad Económica Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio. Después, los países a nivel mundial tomaron la iniciativa de crear un organismo que vigilara el flujo comercial y regulara el comportamiento de los actores involucrados en la actividad económica, y fue así como nació la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1995, la cual desempeñaría la función de dirimir los conflictos que pudieran suscitarse entre las partes en los intercambios comerciales.

La OMC reguló los tipos de cambio dándolos a conocer como parte del plan de medidas correctivas,⁴ para estabilizar el comercio internacional, debido a la inflación provocada en el precio de los productos provenientes de las naciones más fuertes para esa época (Estados Unidos, Alemania y Japón), aunque se consideró que el plan de “medidas correctivas” no era una solución efectiva, quedó establecido que los tipos de cambio se realizarían de Euro a Dólar y viceversa, la economía a nivel mundial estaba en un proceso de adaptación de precios nuevamente y por fortuna se estabilizó el mercado de productos y servicios.

No obstante, existían otras temáticas en revisión para estas fechas, y una de las más importantes se trataba de los recursos necesarios para producir las mercancías, y fue en ese momento en el que la región árabe tuvo su auge con el comercio y exportación del petróleo, recurso que se convirtió en la fuente de movilidad de todos los países en las vías terrestres, aéreas y marítimas.

Evolución del comercio internacional tradicional al comercio electrónico

En las primeras décadas del siglo XX y XXI, los flujos de intercambio internacional se realizaban generalmente de empresa a empresa, en un primer momento por vías televisivas, posteriormente por llamadas, luego por mensajes escritos directamente al público meta, años más tarde se innovó en la modalidad de catálogos o revistas, y aunque la modalidad de comercio virtual ya era una realidad con la llegada de empresas como Amazon, Ebay, Alibaba en la primera década del siglo XXI (posterior a las ventas por catálogo de multinacionales como Belcorp y AVON), la confianza era poca o nula al generar un pago en línea, y no era muy agradable la idea que un producto vendría de otro continente o en un

⁴Fundación INAI, “OMC-Tipo de cambio y comercios”, <http://inai.org.ar/810-21080/>

número de días determinado, debido a que no se podía tener un contacto directo con el producto sino hasta recibirlo.

No obstante, con la llegada de la cuarentena causada por la pandemia por COVID-19 en el año 2020, el sistema de compra se personalizó, ya no fueron solo las empresas las que se involucraron en el proceso, es decir que de forma individual cada cliente podía realizar sus compras a las empresas que tenían a la disposición la vía digital para realizar estas actividades, todo lo que el cliente necesitara estaba a la distancia de un clic y una transferencia bancaria siempre en la misma plataforma o desde la plataforma de su entidad financiera, es decir desde cualquier cuenta bancaria o cooperativa que el cliente autorizara. Debido a la personalización de las compras, los clientes directamente estaban inmersos en cada uno de los pasos del ciclo que requería superar para obtener el producto deseado o servicio.

En ese momento se evidenció que el comercio no solo necesitaba un territorio físico para realizar el intercambio, sino que se trasladó de ser un intercambio tangible a ser un proceso intangible que dio vida al comercio electrónico (conocido como e-commerce) y creó una nueva red de plataformas virtuales en las que todo parecía un reto con el que la tecnología desafiaba a la humanidad.

Pero, ¿Qué es el comercio electrónico o e-commerce? Es la actividad económica que se realiza por el intercambio de bienes y servicios, donde existen las figuras de cliente y vendedor por medio de plataformas virtuales que manifiestan veracidad y eficiencia, donde las fronteras, horarios y tipos de cambio no resultan ser una limitante para suplir las necesidades y deseos de los demandantes. Es decir, en términos de mercado, el comercio electrónico, es un conjunto de medios a través de los cuales el marketing y la publicidad difunden los beneficios de los productos y servicios, que posteriormente crean una necesidad para generar un consumo constante en las redes sociales y plataformas digitales según estrategias diseñadas por expertos en áreas económicas y de tecnología.

Las estrategias digitales de comercialización se transformaron en la segmentación, es decir que se configuran las plataformas digitales dentro de las redes sociales o plataformas virtuales, según sexo, edad, ubicación geográfica, género, intereses según áreas (belleza, automotriz, electrodomésticos, educación, entre otras...) En esta dinámica aumentó el flujo

de creación de contenido por parte de las empresas encargadas de marketing digital, y dentro de las novedades, surgieron las personas creadoras de contenido denominadas “influencer”,⁵ quienes por su acercamiento próximo al público meta, dirigían desde sus vídeos y publicaciones en redes sociales la promoción de servicios y productos.

Debido a la importancia que tienen las redes sociales en esta dinámica, el intercambio comercial virtual tiene una relación directa con la propiedad intelectual del vendedor, creadores de contenido y del comprador (o cliente), como un criterio de protección a los datos que puedan generarse para efectuar la compra-venta, y acerca del conocimiento e información que los visitantes puedan proporcionar a sitios digitales, y se activaron las alertas de “uso de cookies”⁶. En este contexto de la cuarentena de 2020, la preocupación por la protección de los datos de las personas se convirtió en una necesidad que visibilizó y permitió que la seguridad en términos de información personal de los clientes aumentara de forma que no pusieran en riesgo su privacidad al estar navegando en internet.

Hubo un momento determinante, y fue la llegada de la época en la que el comercio electrónico se convirtió en la única alternativa para adquirir productos y servicios que deseaba o necesitaba la población, y fue cuando esta modalidad de comercio tuvo su auge durante el confinamiento de 2020, provocado por la pandemia por COVID-19. Cuando los gobiernos tomaron en cuenta elementos de distanciamiento social y a su causa cerraron las fronteras, de forma tal que solamente los servicios comerciales y humanitarios estaban autorizados en términos de transporte; ese fue el momento en el que el mundo se digitalizó. Los negocios físicos de empresas y emprendedores locales vieron la necesidad de trasladar la estrategia de ventas de un plano físico a uno electrónico.⁷

Las personas comenzaron a realizar sus compras por canales electrónicos, por primera vez de forma minuciosa verificando características físicas y de funcionamiento de las mercancías en las mismas plataforma, en la que manifestaron tener más confianza debido a que se

⁵ Una persona con la capacidad de modificar u orientar los comportamientos de otras que lo o la rodean, es quien tiene el poder de convencimiento a través de sus redes sociales para publicitar un producto o servicio.

⁶ Las cookies son archivos de texto que contienen pequeños fragmentos de información y que se descargan en el equipo al visitar un sitio web.

⁷ TIKTAK CEO, “Proceso de compra Online”, 10 de agosto de 2016, <https://tictacseo.es/el-proceso-de-compra-online/>

trataban de productos locales de primera necesidad y algunos consideraban importante adquirir adicionalmente productos tecnológicos y textiles, así como de higiene que en ese año se consideraban fuera de la oferta del mercado tradicional, mientras que en el medio digital (comercio electrónico) sí había disponibilidad.

En este periodo, surgieron las aplicaciones de entregas a domicilio como Uber Eats⁸, y otras empresas, los emprendedores por su parte, encendieron los motores de vehículos y motocicletas personales para realizar las entregas con los medios que tenían disponibles hasta la puerta de los hogares de los clientes, con el objetivo de beneficiarse con las ganancias y satisfacer la demanda existente; el acceso a las zonas urbanas era más próximo que a las zonas rurales. De manera que estas últimas tenían dificultades para obtener los productos y servicios necesarios, incluso en términos de transporte.

Procesos de comercio electrónico en la compra de mercancías

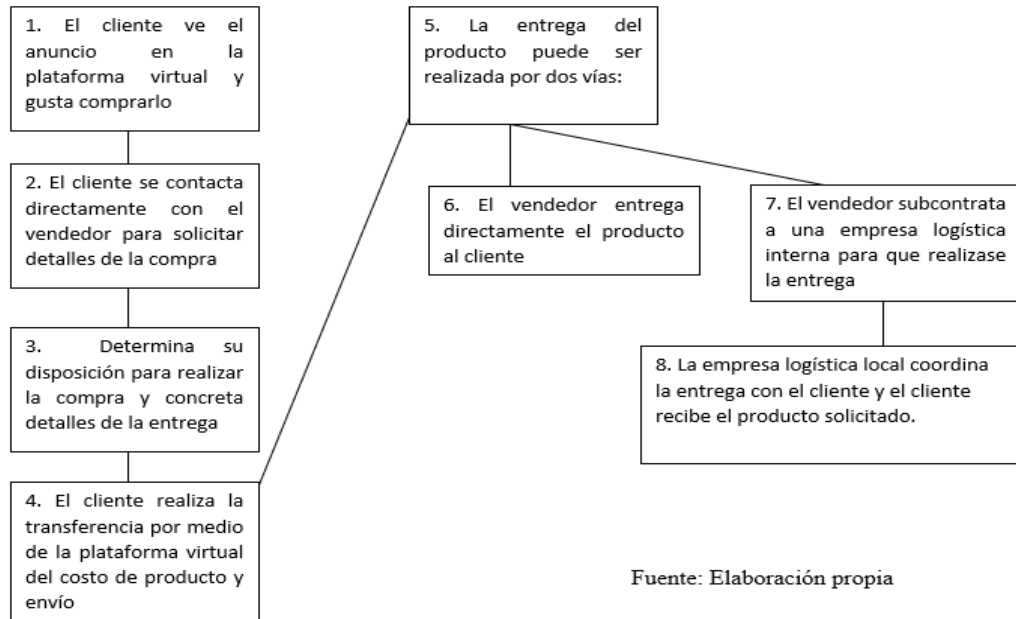
Según la modalidad en la que se realice el comercio electrónico en la compra de mercancías, puede ser de ser nacional o internacional, entre ciudadanos y ciudadanos, o entre empresas y ciudadanos, y depende de ello el proceso a seguir y el tiempo que requiere realizar la compra. En los siguientes ejemplos se puede observar dos modalidades:

1. Comercio electrónico nacional directo de mercancías de ciudadano a ciudadano:

Este intercambio se realiza de ciudadano a ciudadano, por plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter, donde los emprendedores locales promocionan sus productos, y la red de marketing aproxima a las personas usuarias de la red para que se realice un contacto aproximado con el producto a través de la publicidad. Este proceso tarda menos días, debido a que, por ser en el mismo país, no hay mucha distancia o procesos que realizar. El proceso de compra sería el

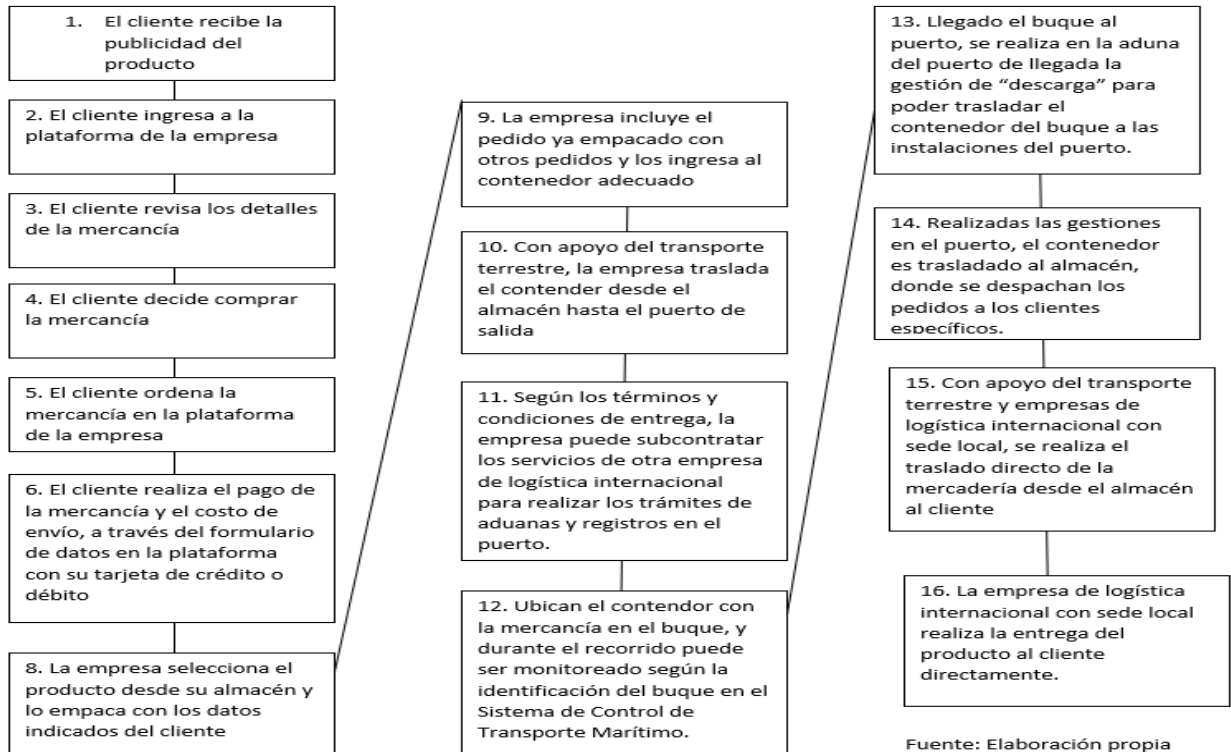
⁸ Aplicación móvil encargada del servicio de entregas desde la empresa o negocio hasta el cliente en la puerta de su casa o trabajo, dentro del país.

siguiente:



2. Comercio electrónico de mercancías de ciudadano a empresa internacional:

Este es el intercambio realizado desde una empresa internacional a un ciudadano, es decir que este se realiza siempre a través de plataformas virtuales, pero no específicamente de redes sociales, sino que desde las plataformas propias de las empresas, por ejemplo si Claudia quiere comprar un vestido en la tienda en línea de SHEIN, Claudia debe ingresar a la página de la empresa o descargar la aplicación móvil y realizar su pedido para recibirlo en su casa, este se tardaría más tiempo en llegar por la distancia que requiere para el traslado.



Importancia del transporte marítimo en el comercio electrónico

Los pedidos por las vías electrónicas eran cada vez más ascendentes, de manera que los mercados y existencias nacionales no eran suficientes, entonces se requería de las mercancías extranjeras para suplir las necesidades internas, por ello desde el Estado a través del gobierno, las instituciones, empresas, organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro y personas naturales, recurrían a la importación de mercancías. Sin embargo, el transporte de tales mercancías por la vía aérea resultaba ser un riesgo frente a la burocracia, y los costos aduanales, entonces el transporte marítimo por su eficiencia y bajo costo resultó ser la mejor opción en términos de transporte de mercancías, debido a que los precios no obedecían a la individualidad de los productos, sino a los volúmenes por clasificación de productos, así como los tipos de contenedores adecuadas según las categorías requeridas por los clientes.

El transporte marítimo internacional, es la forma de transportar mercancías a través del océano por medio de barcos, buques y/o navíos con la finalidad de que los productos lleguen a sus consumidores finales. Este tipo de transporte posee ventajas significativas debido a que es el principal medio para movilizar las mercancías desde el país que autoriza el producto final o sus partes para que sean recibidas por el país que las consumirá o las terminará, en el

proceso de la cadena de valor. Es decir que, trasladar, enviar, vender y comprar por la vía marítima es más común y efectiva que el traslado de la mercancía por la vía terrestre o aérea.

Por lo tanto, estas ventajas generan un impacto positivo para el desarrollo de las economías nacionales e internacionales y en la actualidad genera un valor agregado para el consumidor debido a que en conjunto con la logística internacional, el cliente final puede realizar la compra del producto desde la comodidad de su hogar y obtenerlo en días o semanas en la puerta de su casa, entonces pasa de ser un transporte uni-modal (un solo medio de transporte, puede ser terrestre, marítimo o aéreo) a un transporte multi-modal (que involucra los tres tipos de transporte – aéreo, terrestre y marítimo-).

El transporte marítimo está relacionado directamente con los puertos, de forma general, los puertos marítimos son interfaces entre los distintos modos de transporte, y son típicamente centros de transporte combinado. En suma, son áreas multifuncionales comerciales e industriales donde las mercancías no sólo están en tránsito, sino que también son manipuladas, manufacturadas y distribuidas. En efecto, los puertos son sistemas multifuncionales, los cuales para funcionar adecuadamente deben ser íntegros en la cadena de logística global. Un puerto eficiente no sólo requiere de infraestructura, súper estructura y equipamiento adecuado, sino también de buenas comunicaciones y especialmente un equipo de gestión dedicado, calificado y con mano de obra motivada y entrenada.⁹

Y de acuerdo al tipo de ubicación, los puertos que funcionan en la actualidad tienen diferentes funciones que de manera directa están relacionada con su antigüedad, dentro de ellas podemos conocer la siguiente clasificación¹⁰ de forma sencilla para comprender qué hacen los puertos en América Latina y el mundo:

1. Puertos de Primera Generación: Son los puertos en los que los buques arriban para realizar la carga y descarga de la mercadería y pasar por los registros de aduanas y todos los procesos logísticos necesarios dentro de las instalaciones portuarias. (Mantienen intacta la mercadería).

⁹ Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

¹⁰ “El futuro tecnológico de las autoridades terminales marítimas de vehículos: La integración de sus sistemas de evaluación. Universidad Politécnica de Cataluña: Barcelona, 2004

2. Puertos de Segunda Generación: Son aquellos que siempre tienen en su función la carga y descarga, pero en este caso se trata de transporte de líquidos y en ocasiones realizan modificaciones a la mercadería dentro del puerto, también se traslada a la fase del transporte multimodal.¹¹ Esta clasificación incorpora fines comerciales tradicionales (de empresa a empresa o de empresa a cliente).
3. Puertos de Tercera Generación: estos son los puertos más recientes en los que su función incorpora tres elementos: I) El embarque y desembarque de la mercancía, II) el transporte multimodal y III) La sistematización de las bases de información en las plataformas virtuales, es decir que son los más completos en la actualidad y brindan un valor agregado que es la plena satisfacción del cliente, no solo el traslado de las mercancías.

En la mayoría de ocasiones, los puertos se ubican cercanos al territorio de la Plataforma Continental específicamente en mares, pero en otras ocasiones dependiendo de la ubicación geográfica del país, estos pueden situarse en golfos, canales o ríos; uno de las principales rutas comerciales está determinada por el canal de Panamá, luego se encuentra el Canal Suez, el estrecho de Magallanes y en la actualidad las rutas por el Ártico, como una estrategia para reducir distancia y tiempo en las rutas comerciales desde Norte América hacia Europa.

No obstante, en el área de comercio internacional apoyado por el transporte marítimo, existen épocas determinantes y con ello es importante mencionar la época antes y después del 2020. Antes de 2020, el transporte marítimo tenía rutas comerciales de Norte América hacia América Latina, y en paridad con China, la producción era parte de los bienes que el mundo adquiriría, es decir que los principales exportadores según el reporte de la Organización Mundial del Comercio, eran China, Estados Unidos y Alemania.

No obstante, posterior a 2020, los flujos comerciales se direccionaron de forma diferente, y esta vez las exportaciones provenían de China, es decir que, a pesar de la fractura estructural y económica a nivel mundial, China se recuperó de forma inmediata y se posicionó en primer lugar en producción y exportaciones. Esta situación dio paso a que sus puertos formaran parte

¹¹ Transporte multimodal: la actividad del traslado de la mercancía porque involucra diferentes medios de transporte, por ejemplo: si una mercadería llega al puerto por la vía marítima, se utiliza transporte terrestre para llevarlo hacia el cliente, y transporte aéreo para llevarla a otro país.

de los más importantes del mundo tales como: Puerto de Shanghai y Shenzhen (China), Puerto de Singapur, Puerto de Busán (Corea del Sur), Puerto de Hong Kong, Puerto de Jebel Ali (Emiratos Árabes), Puerto de Rotterdam (Países Bajos).¹² Tal como se aprecia, los principales puertos a nivel mundial se encuentran en Asia y Europa, es decir que, si se encuentra un punto de comparación, los países de América Latina tienen un poco o nula participación directamente en el comercio internacional como exportadores, al ser en su mayoría importadores de los productos esenciales y posteriormente los requeridos por el ambiente educativo o laboral en el que se encuentran los ciudadanos.

En la actualidad, las mercancías se transportan en contenedores diseñados con las reglamentaciones ISO,¹³ son considerados como la mejor opción para transportar las mercancías. Son contenedores de aluminio o acero que cuentan con dimensiones estándar de 2.40 metros de alto y 2.60 metros de ancho, estos son versátiles en el sentido que se pueden transportar cargas secas o generales, y son llamados “Contenedores Dry Van”. Pero para mercancías que necesitan refrigeración, los más utilizados son los contenedores marítimos “Reefer”, estos son suficientes y adecuados para alimentos porque controlan el CO₂, es decir controlan el proceso de maduración de frutas y verduras.¹⁴

Según los tipos de contenedores, mercancías y buques de carga en los que se transporta la mercancía, asimismo son los riesgos que se asumen dentro del transporte marítimo, por ello la Organización Marítima Internacional¹⁵ desde 2018 recomendó la implementación de ventanillas únicas, en las que se presentarían los documentos de trámites referentes a los procesos de comercio electrónico, esto con la finalidad de brindar mayor transparencia al comprador y vendedor en el momento de monitorear sus mercancías durante el trayecto de viaje y dentro de los puertos, además, optimizar el tiempo de entrada de los buques a los puertos, de manera que el proceso de ingreso y registro, sea más eficiente; esto podría

¹² I Containers, “Puertos más importantes del mundo”, (2020). <https://www.icontainers.com/es/puertos-mas-importantes-del-mundo/>

¹³ Su traducción de inglés: Organización Internacional de Estandarización, estas son las normativas a nivel mundial que garantizan la misma calidad para los productos en términos de exportaciones e importaciones.

¹⁴ BYLOGISTIC S.A, “¿Qué tipo de contenedores se usan en el transporte marítimo?”, 12 de febrero de 2020, <https://www.bilogistik.com/blog/tipo-de-contenedores-en-transporte-maritimo/>

¹⁵ Organización Marítima Internacional, “Comercio Electrónico”, <https://www.imo.org/es/OurWork/Facilitation/Paginas/ElectronicBusiness-default.aspx> .

considerarse como los esfuerzos nacionales e internacionales de los Estados para generar seguridad en el transporte marítimo internacional y disminuir los riesgos.

Por su parte, los agentes locales e internacionales de carácter natural o jurídico, para evitar que desventajas del transporte marítimo (tales como el tiempo tardado de respuesta, los riesgos ante el clima o rutas poco transitadas, la pérdida de mercancías por robo o derrame en el mar, puertos poco equipados, altos costos del almacenaje e ingreso en los países a los que se dirige la exportación) hacen uso de los INCOTERMS (por sus siglas en inglés, pero que, según la Cámara de Comercio Internacional, se traduce como Términos Internacionales de Comercio). Los INCOTERMS son normativas que tienen por función proveer reglas estandarizadas para la adecuada interpretación de los términos más usados en términos de comercio internacional,¹⁶ de manera que se reduzcan los riesgos de pérdida o daño de las mercancías, es decir que son cláusulas dentro de un contrato entre el vendedor y comprador que garantizan que su compra llegará tal y como lo ha solicitado.

Después de la actualización de los INCOTERMS en 2020, el más utilizados en el transporte marítimo es el CIF (Significa Costo, Seguro y Flete), este es de la clasificación “C” y cubre, el costo de transporte, el seguro de protección y el flete.¹⁷ Es decir, que el vendedor toma la responsabilidad de llevar el producto desde su fábrica y garantiza la seguridad de este hasta el puerto donde recibirá el cliente, este es uno de los INCOTERM más completos por incluir además el transporte multimodal dentro de su logística.

Importancia de la logística internacional en el transporte marítimo

El comercio electrónico y el comercio tradicional mantienen un punto en común denominado logística internacional. En este momento es importante aclarar ¿Qué es la logística internacional? Según Peter Drucker,¹⁸ la logística, es amiga de los ingenieros y mercadólogos, porque es la encargada de mejorar los flujos del proveedor desde la fábrica hasta el consumidor final, es decir que es la última frontera de la competitividad. En ese

¹⁶ David López Cabia. “Incoterms”, Economipedia, 20 de septiembre de 2016.
<https://economipedia.com/definiciones/incoterms.html>

¹⁷ Flete: es el costo que se paga en aduana por el transporte de una mercancía de un destino a otro, calculado por el peso, carga, unidad o volumen de la mercancía.

¹⁸ Rodolfo Torres y Jorge Chávez. “Negocios Globales de Logística”, (2013)
<http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1653>.

sentido, la logística internacional no sólo se encarga de llevar a un punto a otro la mercancía, sino también toma la responsabilidad dentro del proceso en los que garantiza que se conserven en óptimas condiciones los productos, que los tiempos de traslado, procesamiento y registro sea menor y más efectivo para las partes del intercambio, así como la pronta llegada del producto al consumidor final y a menor costo.

Es decir, que la logística internacional se va a apoyar de recursos marítimos para la distancia más complicada, y posteriormente se apoyará del transporte aéreo o terrestre (en caso de ser necesario). Además, de las modalidades que la logística toma como apoyo para su funcionamiento, también implica conocer el uso de las herramientas informáticas (programas especializados y equipos), así como las áreas del mercado, tipos de mercancías según sectores productivos y público meta –consumidor, empresas, comerciantes-.

En la actualidad, los puertos cuentan con un sistema interconectado de información que es llamado como “Port Community System”,¹⁹ este sistema tiene como propósito realizar con mayor eficiencia y rapidez el proceso de logística internacional de los puertos en el momento de recibir los buques o navieras que realicen actividades referentes al comercio electrónico y también tradicional, esta es una iniciativa de la Comisión Económica de América Latina (CEPAL) es apoyada por la Organización mundial de Aduanas, la Organización Marítima Internacional y la Comisión Económica para Europa de Naciones Unidas²⁰ para que el tiempo de espera en el proceso de registro aduanal se reduzca, y que la red de puertos estén en comunicación a tiempo real.

Entonces, con este sistema, la ejecución de buenas prácticas en el momento de registros e informes por datos cualitativos (productos y sus características de funcionamiento y estructura), así como los cuantitativos (cantidades exactas) también está a cargo de la logística internacional que se almacena en la plataforma informática, de manera que se

¹⁹ Comisión económica para América Latina, “Informatización de puertos marítimos , plataforma de e-commerce y comunidades logísticas”, (2003).
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/36159-informatizacion-puertos-maritimos-plataforma-commerce-comunidades-logisticas>

²⁰ Mundo marítimo, “OMI promociona modelo electrónico de comercio marítimo la Organización Mundial de Aduanas”, 2 de febrero de 2018.
<https://www.mundomaritimo.cl/noticias/omi-promociona-modelo-electronico-de-comercio-maritimo-de-la-organizacion-mundial-de-aduanas>

reducen los volúmenes de información y brinda más facilidad en los trámites para los operarios. Como su objetivo se enfoca en facilitar todo tipo de procesos referentes a la salida de los productos desde la fábrica hasta el consumidor final, los lugares adecuados para realizar estos procesos deben estar localizados geográficamente en áreas estratégicas, por tal motivo se observan los registros y presencia de agentes logísticos en zonas francas, puertos y aeropuertos.

Además, es el motor que hace que el barco funcione, es decir, que, si no hay una coordinación y organización de la logística internacional, el transporte marítimo no funcionaría, porque el transporte marítimo es el principal medio para el traslado de las mercancías a nivel mundial, se limita a la zona oceánica (dentro de las aguas internacionales y las zonas económicas en la vía marítima de cada país), entonces el transporte marítimo realiza su labor de puerto a puerto. Sin embargo, desde la llegada al puerto, los productos estarían a cargo de la logística internacional hasta que lleguen al consumidor final o cliente.

Para realizar las actividades marítimas, los buques debe estar debidamente registrados e identificados desde su país de origen, debido a que la dinámica de los puertos se desarrolla desde el punto de vista comercial provocado por el flujo de transporte marítimo que visite al Estado, y esto debe ir a cargo de la logística internacional. Para permitir el ingreso de un buque a un puerto, se debe reservar un espacio en el puerto; los interesados deben realizarlo en las oficinas especializadas, en El Salvador (es en Comisión Económica Portuaria y Autónoma – conocida como: CEPA-), y esta oficina le brinda el permiso al buque para ingresar a las instalaciones del puerto para realizar el proceso de carga y descarga, de la mano con la Dirección General de Aduanas del Ministerio de Hacienda, es decir que CEPA otorga el permiso de ingreso al territorio y la Dirección General de Aduana junto con los entes de logística internacional se encargan de los procesos de registro, movilización dentro y fuera del puerto, así como el transporte interno en el país.

CONCLUSIÓN

El comercio internacional ha evolucionado, en este contexto se ha evidenciado el desarrollo de las naciones que bajo su autogestión o con intervención internacional orientan sus acciones a la infraestructura y la inversión en los sectores productivos, a tal punto que un clic es suficiente para obtener una mercancía que el cliente desea o necesita, tan solo en un par de

días o semanas hasta la puerta de la casa en cualquier parte del mundo. De manera que, para 2020, el comercio internacional fue el medio por el cual los países estrecharon lazos diplomáticos y políticos.

Y es interesante conocer cómo a pesar de la crisis sanitaria provocada por la COVID 19, en 2020, el comercio internacional no canceló la totalidad de sus operaciones, sino que se adaptó a las modalidades necesarias para vencer las fronteras y posicionar a muchas empresas e incluso China se consolidó como el principal exportador del mundo.

Por lo tanto, se normalizó el observar cómo los flujos comerciales aumentaron hasta un nivel en que se puede considerar que se vive en una sociedad consumista, pero al posicionarse al otro lado de las circunstancias, el medio ambiente está sufriendo las consecuencias más radicales, en el caso del transporte marítimo, el océanos, su flora y fauna son uno de los mayores afectados por las circunstancias adversas que el clima presenta generando pérdidas de contenedores con mercancías en aguas internacionales e inaccesibles, de manera que esto implica un gasto en el transporte, riesgo para la vida de los trabajadores y pérdidas en recursos para el exportador y el importador.

Y finalmente, el avance y transformación de comercio tradicional al comercio digital, es decir de lo material a lo intangible evidencia la necesidad de control y seguridad en los datos alojados en las plataformas digitales, porque muchas empresas acceden a la información autorizada por los visitantes de las plataformas, y en ese momento pasa de ser un cliente potencial, a un producto en el continuo estudio de mercado al que se direccionaría la publicidad por medio de algoritmos y segmentaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- BYLOGISTIC S.A, “¿Qué tipo de contenedores se usan en el transporte marítimo?”, 12 de febrero de 2020. <https://www.bilogistik.com/blog/tipo-de-contenedores-en-transporte-maritimo/> .
- Comisión económica para América Latina, “Informatización de puertos marítimos, plataforma de e-commerce y comunidades logísticas”, (2003). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36159-informatizacion-puertos-maritimos-plataforma-commerce-comunidades-logisticas>
- Containers, “Puertos más importantes del mundo”, s.f. <https://www.icontainers.com/resources/img/top-ports/puerto-shenzhen-teus-2014-2018.png>.
- “El comercio electrónico, una oportunidad para el sector naviero”, Cámara Marítima del Ecuador, 24 de enero de 2018. <https://kanvel.com/transporte-maritimo-de-mercancias/>
- Escuela profesional Xavier de Valencia, Oscar Boluda, “Rutas Comerciales Importantes de la Historia”, España, s.f. <https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm>
- Fundación INAI, “OMC-Tipo de cambio y comercios”, 30 de noviembre de 2012. <http://inai.org.ar/810-21080/>
- López Cobia, David. “Incoterms”, Economipedia, 20 de septiembre de 2016. <https://economipedia.com/definiciones/incoterms.html>
- Mundo marítimo, “OMI promociona modelo electrónico de comercio marítimo la Organización Mundial de Aduanas”, 2 de febrero de 2018. <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/omi-promociona-modelo-electronico-de-comercio-maritimo-de-la-organizacion-mundial-de-aduanas>
- Murcia Cuenca, Juan Manuel. “El futuro tecnológico de las autoridades terminales marítimas de vehículos: La integración de sus sistemas de evaluación.” Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña. Barcelona. 2004. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/7001/01Jmmc01de12.pdf;jsessionid=2480DC1FF5E26813B4AC5EECF89D70D8?sequence=1>

- Organización de los Estados Americanos, “La globalización y su impacto en el comercio mundial y regional”,
<https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm>
- Organización Mundial del trabajo, “Informe sobre el comercio mundial”, (2017)
https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr17_s.htm
- Organización Marítima Internacional, “Comercio Electrónico”, (2020).
<https://www.imo.org/es/OurWork/Facilitation/Paginas/ElectronicBusiness-default.aspx> .
- TIKTAK CEO, “Proceso de compra Online”, 10 de agosto de 2016.
<https://tictacseo.es/el-proceso-de-compra-online/>
- Torres Rabello, Rodolfo y Jorge Chávez. “Revista Negocios Globales de Logística”, (2013). <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1653>.