# PLAN LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER EN EL PERIODO JUNIO – DICIEMBRE DEL AÑO 2016

**GIOVANNY ALONSO VALLEJO VELASCO** 

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2017

# PLAN LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER EN EL PERIODO JUNIO – DICIEMBRE DEL AÑO 2016

#### **GIOVANNY ALONSO VALLEJO VELASCO**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por al título de Profesional en Comercio Internacional.

Asesor Empresarial: INGENIERO JOSÉ NILTON SOBRINHO

Asesor Académico: ESPECIALISTA CARLOS PAREDES

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2017

# **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado por el Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:
<del></del>
Firma del Presidente del Jurado
Firma del Jurado
Firms del lurede
Firma del Jurado

### **DEDICATORIA**

En primer lugar quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza, paciencia y demás virtudes para cursar la totalidad de mi profesión y terminar este trabajo de monografía, a mis abuelos que desde el cielo me apoyan además de mis padres y hermanos por apoyarme en todo momento; en especial a mi madre Rosario Velasco por su ayuda y constante cooperación.

#### **AGRADECIMIENTOS**

Para mí es un motivo de felicidad y satisfacción finalizar una etapa más de mi vida de formación profesional, cumplir un sueño y ver el fruto de un gran esfuerzo, y por ello quiero agradecer a Dios mis padres, novia, abuelos, tíos, hermanos, amigos y a todos quienes a través de todo este tiempo he conocido, quienes con su apoyo y compresión fueron de gran ayuda, del mismo modo quiero felicitar a mis compañeros de estudio por una meta más alcanzada, por un logro más en la vida de cada uno de nosotros, ya que finaliza una etapa importante en nuestra vida, pero quiero que esta conclusión de etapa no sea una despedida, sino el inicio amistades duraderas.

Quiero agradecer también a toda la parte administrativa de la universidad en especial al decano Jesús Martínez por su gran apoyo intelectual y económico para realizar este estudio en Brasil, igualmente le agradezco al director del programa de comercio internacional Guido Pantoja y Carlos Manuel Córdoba por apoyarme académicamente en todo momento, a mi asesor académico Carlos Paredes, asesor empresarial José Nilton y jurados Mario Arcos y Yhancy Coral un agradecimiento especial por apoyarme siempre con asesorías y consejos sin ellos no hubiera sido posible la realización de este documento.

#### RESUMEN

En el presente documento se trataran temas de distribución física internacional, se hicieron diferentes estudios personalizados de temas relacionados con la logística que la empresa frigoCenter maneja y con las condiciones logísticas encontradas se plantea la pregunta ¿posible para la empresa frigoCenter llevar a cabo distribución física internacional a través de las exportaciones de los productos que la empresa distribuye actualmente? Los productos en el momento de la investigación son distribuidos para cuatro estados de Brasil, como son; Espíritu Santo, Minas Gerais, Sao Paulo y Rio de Janeiro, la idea principal a desenvolver fue abrir los ojos a los profesionales administrativos de la empresa estudiada para que se lucren de la actividad de comercio exterior que en el mundo globalizado es una herramienta importante para las empresas y todo tipo de organizaciones en general para ampliar sus horizontes, romper paradigmas y esquemas mentales ya trazados y llegar a ser organizaciones icono entre las demás, gracias al impacto que generaría el hecho de realizar actividades de distribución física internacional, varios estudios bibliográficos demuestran la gran cantidad de beneficios que trae internacionalizar las organizaciones entre estos tenemos el reconocimiento nacional a las empresas que generan aportes económicos importantes para el país a través de incentivos fiscales o normativos entre otros aspectos se genera una llamativa imagen para el mercado nacional las empresas que realizan comercio internacional ya que al pasar al mercado internacional, las organizaciones deben cumplir con exigencias mucho más detalladas y técnicas con respecto a máxima calidad, inocuidad, empaque y embalaje, conservación, presentación final del producto ante el consumidor etc.

El comercio internacional y sus exigencias inherentes pueden llegar a resaltar y/o potenciar tanto las cualidades de las organizaciones hasta el punto de que estas lleguen a obtener más aceptación y reconocimiento, esto las impulsa para llegar a ser empresas ejemplo para la región a nivel nacional e internacional, este entre muchos otros factores ayudan a que la empresa que realiza el proceso internacionaliza sus productos sea vista con excelentes ojos de los consumidores o compradores ya establecidos potencializando aun mas los beneficios que percibe la empresa, en el presente documento se logro establecer que la empresa frigoCenter cuenta con lo necesario para exportar ya que cumple con la normatividad vigente y todas las exigencias que exige el gobierno de Brasil en cuanto a la exportación de productos que la empresa maneja además la empresa cuenta con gran innovación en cuanto al manejo de productos refrigerados que se detallaran en desarrollo de este documento, ya que el análisis se evidencia potencial de distribución internacional positivo gracias a los resultados de los diferentes análisis en cuanto a los logros a través del tiempo como mantenerse en el mercado desde 1981, ser distribuidor exclusivo de la marca seara y ser importador y distribuidor exclusivo de la marca la pataia esto hace que la empresa frigoCenter cuente con el reconocimiento necesario, la capacidad de distribución

nacional e internacional necesaria para llevar a cabo distribución física internacional además la empresa cuenta con todos los requisitos que exige el gobierno y el mercado para comenzar a adentrarse en la distribución internacional de los productos que esta maneja, esto será posible ejecutarse a través de un plan de acción que se propone para esta organización.

#### ABSTRACT

The following document will be dealing with the issues of international physical distribution, by doing different studies of topics related to the logistics that the company frigoCenter currently handles and if with which the current logistical conditions raises the question: is possible for the company frigoCenter to carry out international physical distribution through exports of the products that the company distributes at the moment? The products at the time of the research are distributed to four Brazilian states, such as; Espírito Santo, Minas Gerais, Sao Paulo and Rio de Janeiro, the main idea to develop is to advice the administrative professionals of the company studied so they will be able to profit from the activity of foreign trade that at present is an important tool for the Companies and all kinds of organizations in general to broaden their horizons, to break paradigms and mental schemes already traced and to become iconic organizations among the others. Due to the impact that would generate the fact of carrying out activities of international physical distribution, several bibliographical studies demonstrate the Great amount of benefits that brings the internationalization of the organizations, by instance we have the national recognition to the companies that generate important economic contributions for the country through fiscal or normative incentives; it generates a striking image for the national market of the companies that do International trade, since organizations must comply with much more detailed requirements regarding maximum quality, safety, packaging and packaging, conservation, final presentation of the product to the consumer, and so on.

International trade and its inherent demands can highlight and / or enhance both the qualities of the organizations to the point where they become more accepted and recognized, this drives them to become exemplary companies for the region at the national and international level, this among many other factors help the company that is internationalizing its products to be looked favorably by the consumers or buyers already established potentializing, even more, the benefits perceived by the company, this document will be settle down if the FrigoCenter company has the necessary to export. Since the analysis shows potential for positive international distribution thanks to the results of the different analyzes for the achievements over time such as remaining in the market since 1981, to be exclusive distributor of the brand seara and to be importer and exclusive distributor of the Brand La Pataia; This makes the frigoCenter company have the necessary recognition, the national and international distribution capacity necessary to carry out international physical distribution. In addition, the company has all the requirements that the government and the market demand to begin to enter the international distribution of the products it handles, this will be possible to execute through an action plan that is proposed for this organization.

# **CONTENIDO**

	Pág.
INTRODUCCIÓN	20
1. ASPECTOS GENERALES	23
1.1 TEMA	23
1.2 TITULO	23
1.3 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	23
1.4 SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	23
2. UBICACIÓN DEL PROBLEMA	24
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
2.1.1 Descripción del problema:	24
2.1.2 Formulación del problema:	26
2.2 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.	27
2.2.1 Objetivo General.	27
2.2.2 Objetivos Específicos	27
2.3 DELIMITACIÓN DEL TEMA	27
2.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	28
3. MARCOS REFERENCIALES	29
3.1 MARCO CONCEPTUAL	29
3.2 MARCO CONTEXTUAL	33
3.3 MARCO TEÓRICO	33

3.4 MARCO LEGAL	44
4. ASPECTOS METODOLÓGICOS	56
4.1 TIPO DE ESTUDIO	56
4.2 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN	56
4.3 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	56
4.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	56
5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	57
5.1 Fuentes primarias, secundarias, terciarias.	57
5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	57
5.3 POBLACIÓN U MUESTRA POBLACIONAL	57
5.4 INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN O TRATAMIENT LA INFORMACIÓN	
6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS	58
6.1 DIAGNOSTICO INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA FRIGOCEI	NTER.58
6.1.1 Línea del tiempo:	59
6.1.2 Estructura organizacional	59
6.1.3 Mapa de distribución actual de la empresa:	64
6.1.3.1 Aliados comerciales de la empresa	67
6.1.3.2. Empresas o marcas aliadas	68
6.1.4 Descripción de los procesos internos:	98
6.1.4.1.1 Cadena de frío	98
6.1.4.2 Perecederos	99

6.1.4.2.1 Desarrollo de microorganismos que afectan a los productos de la empresa.	100
6.1.4.3 ¿quién supervisa la empresa frigoCenter?	101
6.1.4.4 Manejo de la cadena de frio en la empresa frigoCenter	103
6.1.4.5 Proceso de enfriamiento.	104
6.1.4.6 Proceso de congelación	104
6.1.4.7 Seguridad alimentaria.	105
6.1.4.8 Transporte y distribución.	105
6.1.4.8.1 Esquema logístico del manejo de la cadena de frio de los productos de la empresa:	107
6.1.5 Las temperaturas ideales para la conservación	108
6.1.5.1. Congelación por refrigeración.	109
6.1.6. La importancia del transporte de los productos en la empresa frigoCente en las cadenas alimentarias.	
6.1.6.1. Consideraciones de transporte y almacenamiento de productos:	112
6.1.6.2. Pallets y cubiertas.	114
6.1.6.3 la importancia de la refrigeración el transporte de los productos de esta empresa.	
6.1.7 Almacenamiento:	117
6.1.7.1. Zonas de almacenamiento	121
6.1.8 Registro fotográfico de las condiciones de almacenamiento de la empres frigoCenter cede principal São Gonçalo, rio de janeiro, Brasil	
6.1.9 Condiciones de almacenamiento de los productos en la empresa frigoCenter:	139
6.1.10 Procesamiento de pedidos. Se tiene claro la importancia de la	154

7. CONDICIONES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL EN LA EMPRESA FRIGOCENTER	156
7.1 VIDA ÚTIL	156
7.1.1 Manipulación de los productos	157
7.1.2 Mantenimiento de los equipos	157
7.1.3 Exportaciones	157
7.1.4 Contacto con los clientes	158
7.2 CONDICIONES EXIGIDAS POR EL GOBIERNO DE BRASIL PARA LLEVAR A CABO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	158
7.2.1. Certificaciones actuales de la empresa:	158
7.2.2. Documentos para el funcionamiento de una empresa en Brasil, los cua frigoCenter cumple con rigor:	
7.2.3 Requisitos o certificaciones para comenzar actividades de exportación con la empresa frigoCenter	162
7.2.3.1 Documentos de exportación.	164
7.2.4. El control gubernamental	167
7.2.5. Documentos para efectos fiscales y contables:	168
7.3 CONDICIONES EXIGIDAS POR EL GOBIERNO DE BRASIL PARA LLEVAR A CABO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	169
7.3.1. Certificaciones actuales de la empresa:	169
7.3.2. Documentos para el funcionamiento de una empresa en Brasil, los cuales frigoCenter cumple con rigor:	170
7.3.3.1 Documentos de exportación	175
7.3.4. El control gubernamental	178
7.3.5. Documentos para efectos fiscales y contables:	179

7.4 PLAN ACCIÓN Y DIAGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LLEVAR A CABC PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS QUE NECESITAN	)
REFRIGERACIÓN, PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER	188
B. CONCLUSIONES	215
9. RECOMENDACIONES	217
BIBLIOGRAFÍA	218
NETGRAFIA	219
ANEXOS	221

# **LISTA DE FOTOS**

	Pág.
Foto 1. Primer equipo de trabajo de la empresa	58
Foto 2. Página web de la empresa Distribuidora principal - São Gonçalo	61
Foto 3. Distribuidora principal en sao Gonçalo	
Foto 4. Distribuidora Padua filial	
Foto 5. Distribuidora Guarapari filial	63
Foto 6. Mapa de distribución actual de la empresa	64
Foto 7. Tomada de la página web de la empresa	
Foto 8. Tomada de la página web de la empresa	72
Foto 9. Tomada de la página web de la empresa	73
Foto 10. Tomada de la página web de la empresa	74
Foto 11. Tomada de la página web de la empresa	75
Foto 12. Tomada de la página web de la empresa	76
Foto 13. Tomada de la página web de la empresa	77
Foto 14. Tomada de la página web de la empresa	78
Foto 15. Tomada de la página web de la empresa	79
Foto 16. Tomada de la página web de la empresa	80
Foto 17. Tomada de la página web de la empresa	
Foto 18. Tomada de la página web de la empresa	
Foto 19. Tomada de la página web de la empresa	
Foto 20. Tomada de la página web de la empresa	
Foto 21. Tomada de la página web de la empresa	86
Foto 22. Tomada de la página web de la empresa	87
Foto 23. Tomada de la página web de la empresa	88
Foto 24. Tomada de la página web de la empresa	89
Foto 25. Tomada de la página web de la empresa	90
Foto 26. Tomada de la página web de la empresa	91
Foto 27. Tomada de la página web de la empresa	92
Foto 28. Tomada de la página web de la empresa	93
Foto 29. Tomada de la página web de la empresa	94

Foto 30. Tomada de la página web de la empresa	95
Foto 31. Tomada de la página web de la empresa	96
Foto 32. Tomada de la página web de la empresa	97
Foto 33. Cadena de frio	99
Foto 34. Temperatura para mantener cadena de frio	100
Foto 35. Temperatura para mantener cadena de frio símbolo de la agencia nacional de vigilancia sanitaria en Brasil	102
Foto 36. Proceso logístico de distribución internacional en la empresa frigoCenter	107
Foto 37. Proceso de control de temperatura	108
Foto 38. Disposición de pallets en vehículo distribuidor	114
Foto 39. Fachada frontal de la empresa frigoCenter	123
Foto 40. Planta de control	124
Foto 41. Oficinas frigoCenter	124
Foto 42. Interior de la empresa frigoCenter	125
Foto 43. Interior de la empresa frigoCenter	
Foto 44. Zona de cross docking	127
Foto 45. Zona de Cross docking	127
Foto 46. Zona de Cross docking	128
Foto 47. Zona de parqueadero de camiones distribuidores	129
Foto 48. Zona de parqueadero	
Foto 49. Zona de parqueadero	131
Foto 50. Zona de limpieza de camiones distribuidores	132
Foto 51. Equipamientos de control de temperatura	133
Foto 52. Montacargas eléctricos usados en la empresa	134
Foto 53. Montacargas para almacenamiento	135
Foto 54. Montacargas para almacenamiento	135
Foto 55. Montacargas de almacenamiento	136
Foto 56. Zona de la empresa de almacenamiento en frio de mercancía en estanterías altas máximo 7 metros.	137
Foto 57. Zona de la empresa de almacenamiento en frio de mercancía en estanterías altas máximo 7 metros	138
Foto 58. Condiciones de almacenamiento	
Foto 59 y 60. Condiciones de almacenamiento	140

Foto 61 y 62. Condiciones de almacenamiento	140
Foto 63 y 64. Condiciones de almacenamiento	141
Foto 64 y 65. Condiciones de almacenamiento	141
Foto 66 y 67. Condiciones de almacenamiento	142
Foto 68 y 69. Condiciones de almacenamiento	142
Foto 70 y 71. Condiciones de almacenamiento	143
Foto 72 y 73. Condiciones de almacenamiento	143
Foto 74 y 75. Condiciones de almacenamiento	144
Foto 76 y 77. Condiciones de almacenamiento	144
Foto 76 y 77. Condiciones de almacenamiento	145
Foto 78 y 79. Condiciones de almacenamiento	146
Foto 80 y 81. Condiciones de almacenamiento	146
Foto 86 y 87. Condiciones de almacenamiento	149
Foto 90 y 91 . Condiciones de almacenamiento	150
Foto 92 y 93 . Condiciones de almacenamiento	150
Foto 94 y 95. Condiciones de almacenamiento	152
Foto 96 y 97. Condiciones de almacenamiento	

# **LISTA DE FIGURAS**

	Pág.
Figura 1. Procesamiento de pedidos en frigoCenter	155
Figura 2. Tomada de la página web de SISCOMEX	167
Figura 3. Tomada de la página web de SISCOMEX	178
Figura 4. Condiciones de exportación de la marca seara	184
Figura 5. Operaciones	185
Figura 6. Activos	186
Figura 7. Líder en la industria mundial de alimentos	187
Figura 8. Línea de productos SEARA	207
Figura 9. Importación de carne y carne procesada en Colombia	208
Figura 10. Socios internacionales	210
Figura 11. Regulación aplicable a los PSVCR	211
Figura 12. Diagrama operativo grafico de distribución física internacional	214

# **LISTA DE TABLAS**

Pág	Э.
Tabla 1. Legislación nacional y acuerdos internacionales4	5
Tabla 2. Códigos jurídicos4	6
Tabla 3. Jurisdicciones4	7
Tabla 4. Estructura organizacional en portugués - Planta de almacenamiento y distribución, principal y filiales6	0
Tabla 5. Principales proveedores6	8
Tabla 6. Principales productos de proveedor principal7	0
Tabla 7. Temperaturas mínimas y máximas de crecimiento de patógenos en alimentos10	1
Tabla 8. Estrategia19	5

### INTRODUCCIÓN

Es de destacar que en la actualidad hay una fluida y competitiva movilización de mercancías a nivel global, en especial en Brasil un gran exportador de recursos naturales, alimentarios y mineros, en el estado de Rio de Janeiro se cuenta con mucha experiencia en proceso de conservación y distribución de alimentos a nivel regional, nacional e internacional un ejemplo claro es que Brasil es el mayor exportador de carne bovina según estudios bibliográficos y Rio de Janeiro es un destacado punto de exportación de este tipo de productos a través de su complejo y eficiente sistema de transporte terrestre, aéreo y marítimo para movilización de mercancías.

Con respecto a la movilización y distribución de alimentos que requieren el uso de frigoríficos o de refrigeración en general, es muy importante resaltar la ejecución de procesos de calidad específicos y exigentes estos aspectos toman un papel de vital importancia para la población, la salud y subsistencia no solo para lugares de temperaturas elevadas como el estado de Rio de Janeiro sino también para toda la población en general ya que en productos como los alimentos se deben siempre tener en cuenta los pasos para la conservación de productos con características de exigencia especificas y detalladas como los alimentos, bebidas y productos congelados en general.

Para las empresas que asumen el reto de la distribución de alimentos se destaca como aspecto de gran importancia el manejo, conservación y cuidado con la cadena de frio sin tener en cuenta estos importantes aspectos es muy probable que los productos lleguen a un punto de deterioro que represente la no comercialización del producto y una gran pérdida para la empresa que los comercializa y una experiencia negativa tanto para la empresa como para los clientes por retrasos en entrega o producto con características deficientes por ejemplo.

Sin embargo la empresa frigoCenter es un gran ejemplo de confiabilidad, eficiencia y mantención de la calidad a través de la cadena de distribución establecida logrando satisfacer mercados en varios estados de Brasil como son Rio de Janeiro, San Paulo, Espíritu Santo y Minas Gerais, por su destacada presencia en Brasil y los aspectos antes mencionados se seleccionó a la empresa frigoCenter como objeto de estudio para investigar, proponer e implementar la oportunidad de llevar a cabo distribución física internacional para esto se llevo a cabo varias acciones como realización de un diagnóstico interno y externo de la empresa frigoCenter esto para detallar las actividades que la empresa lleva a cabo y si estas acciones se realizan de la mejor forma también se identifico las condiciones de distribución física internacional en la empresa frigoCenter para saber si es posible que esta empresa realice esta acción y si cuenta con los medios legales, estructurales y técnicos de igual manera se determinaron las

condiciones exigidas por el gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional esto para tenerlo muy en cuenta a la hora de llevar a cabo la implementación de distribución física internacional y no violar ninguna normatividad de Brasil en cuanto a las acciones necesarias para que la empresa lleve a cabo distribución física internacional sin impedimentos en cuanto a normatividad y legalidad de la acción a realizar y por último se presento un plan de acción y un diagrama de exportación para llevar a cabo procesos de exportación de productos que necesitan refrigeración, para la empresa frigoCenter esto con el ánimo de llevar un orden y seguir unos pasos establecidos para llevar a cabo la acción de distribución física internacional.

Es importante resaltar también que Brasil es un gran ejemplo para Latinoamérica ya que por sus condiciones climáticas de temperaturas altas en general se exige el manejo de productos perecederos con el mayor cuidado de sus condiciones especiales para mantenerlos en óptimas condiciones en frigoríficos o refrigerados cual quiera sea la opción de elección; entonces el proceso de distribución física internacional toma un papel estratégico y de gran importancia para cumplir satisfactoriamente con la demanda nacional o internacional de este tipo de alimentos con la meta de llevar a cabo un proceso de entrega satisfactorio en tiempo, calidad, cantidad y en las mejores condiciones a los clientes regionales (Rio de Janeiro), nacionales (Brasil) o internacionales cual quiera sea el destino, para así mantener a los clientes satisfechos, atraer más clientes nacionales e internacionales y lograr así un incremento constante y estabilidad en los beneficios obtenidos por desarrollar la importante actividad o proceso de distribución física internacional.

Por estas razones la empresa FRIGOCENTER un frigorífico de gran capacidad de almacenamiento y distribución de alimentos, que cuenta con experiencia y un mercado actual estable y creciente, tiene grandes posibilidades de tener éxito en el extranjero llevando así una propuesta de distribución ágil, de grandes cantidades de mercancía, de gran calidad en los productos que esta maneja, además de novedosas propuestas en todo tipo de alimentos o productos refrigerados para esta empresa se propone dar un gran paso al experimentar ser un distribuidor internacional y llegar a conquistar y establecer nuevos mercados internacionales.

Para esto se requiere de evolución y constantes mejoras en el proceso de distribución física internacional para desarrollar el proceso de exportación de productos que necesitan refrigeración por esto es necesaria la creación de un plan logístico que evolucione constantemente y sirva como una guía en este importante proceso en la empresa para que así la organización pueda llegar a ser un ejemplo a seguir en Brasil y en el mundo en distribución física internacional ya que este como se ha mencionado es un importante aspecto para las organizaciones modernas que pretenden suplir las necesidades de grandes mercados y maximizar sus beneficios reportando crecimiento económico además de ganar el

reconocimiento del gobierno y del mercado nacional asegurando así la confianza de los clientes nacionales.

Al convertirse en distribuidor internacional frigoCenter debe cumplir con requisitos internacionales de distribución que exigen al máximo de las organizaciones para que se represente en máxima calidad en los productos y servicios que la empresa ofrece, es aconsejable para las empresas en las condiciones de frigoCenter estudiar y generar propuestas para llevar a cabo distribución física internacional al ser un importante factor para las organizaciones modernas, rezagarse en este aspecto significa perder excelentes oportunidades de lucro, de romper paradigmas, y abrir nuevos de horizontes empresariales el mundo en constante evolución tecnológica en este tipo de procesos generaran mayores oportunidades para las organizaciones por la importante decisión de práctica e incursión o no en el actual mercado global y el mundo del comercio internacional.

### 1. ASPECTOS GENERALES

# **1.1 TEMA**

PLAN LOGÍSTICO

### 1.2 TITULO

"PLAN LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER EN EL PERIODO JUNIO – DICIEMBRE DEL AÑO 2016".

# 1.3 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Proyectos Estratégicos de Comercio Internacional.

# 1.4 SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planes logísticos para importar y/o exportar.

# 2. UBICACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación se realizó en Brasil en la empresa frigoCenter y va a ser usada en Brasil, en el estado de Rio de Janeiro, en el municipio de San Gonzalo, para la industria de frigoríficos y conservación de alimentos congelados.

#### 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

# 2.1.1 Descripción del problema:

**Antecedentes:** Las condiciones dentro del sector refrigeración de alimentos en el estado de Rio de Janeiro permiten la oferta de productos de alta calidad gracias a una amplia trayectoria de este estado en el manejo de este tipo de productos.

Esas características permiten que tal región se desarrolle como productor y distribuidor especializado en ese tipo de productos, existe una alta demanda local, nacional e internacional además de un reconocimiento regional y nacional con respecto a alimentos refrigerados, sin embargo se presenta la exportación de productos por parte de empresas sub-contratantes, en donde prestigiosas empresas tanto de la región como del país subcontratan los servicios de exportación de sus productos, de esta forma se crea un eslabón adicional en la cadena de distribución física internacional, generando un alto nivel de subempleo, haciendo que al final de la cadena de distribución el producto tenga un mayor precio reflejado en mayor precio de venta al consumidor, no obstante, se observa que los frigoríficos del estado de Rio de Janeiro cuentan con una capacidad instalada y con una experiencia con la que es posible atender mercados nacionales e internacionales sin generar un alargamiento o mayor complejidad en la cadena de distribución física para ese tipo de productos.

Por este hecho se hizo necesario identificar las fortalezas y oportunidades que poseen tanto los frigoríficos como los productos que se manejan en estas empresas para realizar directamente procesos de distribución física internacional y así fortalecer el sector y con ello ayudar al desarrollo de Rio de Janeiro y de sus habitantes.

**Síntomas:** El sector de frigoríficos a nivel estatal se caracteriza por niveles regulares y crecientes de almacenamiento de productos que requieren refrigeración, esto presenta un reto para los frigoríficos además de presentar problemas para desarrollar una organización estratégica por medio de alianzas. Hay oportunidades de recibir apoyo integral para fortalecer a estas empresas por parte del estado, pero falta la iniciativa para acceder a nuevos mercados internacionales.

La mayoría de los frigoríficos se encuentran trabajando de forma independientemente a otras empresas del sector, por esta razón deben tener gran capacidad de almacenamiento y distribución tanto nacional como internacional. Pero distribuyen a un precio relativamente bajo y este se vende en el mercado internacional a un valor mucho mayor a través de empresas con fuerte influencia comercial internacional.

Por otro lado los frigoríficos del estado mencionado no llevan un registro de la actividad internacional que rodea el tipo de productos que ellos manejan y la ejecución de su negocio entra en un esquema de ceguera internacional, los estándares de calidad no son enfocados a una demanda específica sino más bien a una demanda internacional pero sin llevar a cabo la distribución física internacional correspondiente.

Los integrantes en este proceso son personas jurídicas en su mayoría frigoríficos de gran capacidad entre otros, y otros que no cuentan con mayores beneficios, además que trabajan en procesos satélites para diferentes marcas como la famosa seara entre otras marcas reconocidas realizando solo el proceso de almacenamiento y distribución solamente para el estado de Rio de Janeiro, esto hace que los frigoríficos de esta región no reciban beneficios directos por la venta o distribución física internacional en la cadena productor - consumidor final, esto se ve reflejado en un bajo rendimiento en los beneficios de las organizaciones que solo almacenan productos en sus frigoríficos.

Cabe mencionar que la mayoría de los frigoríficos de Rio de Janeiro en especial frigoCenter cuentan con una gran experiencia en tiempo y habilidad técnica en cuanto a procesos de refrigeración y distribución de alimentos refrigerados. Sin embargo carecen de una formación en distribución internacional dejando de lado esta maravillosa oportunidad de expansión que el mundo moderno tanto requiere.

**Situación actual:** En el mundo económico actual los oferentes para mercados buscan alternativas para incursionar y posicionarse en una economía global como la latinoamericana, americana o global en general, la exigencia de los mercados son cada vez más complejas y requieren cada día más mejoras en aspectos como mayor calidad, precios bajos, tiempos cortos de entrega, puntualidad, servicio posventa, distribución eficiente, innovación y diseños con valor agregado, estos mercados son tomados por empresas grandes o multinacionales dejando menos oportunidad a las pequeñas organizaciones y asociaciones.

La incursión en distribución física internacional que se piensa llevar a cabo en la empresa frigoCenter no debe estar al margen de este proceso que se lleva a cabo en el mundo, por esta razón es importante que ésta cuente con procesos de calidad y de los aspectos anteriormente mencionados para que de ésta forma cuente con una oportunidad de ingreso y posicionamiento en este mercado que hoy por hoy es tan competitivo y agresivo, si se logra que aquellos aspectos que

mejoran las condiciones de la organización se lleven a cabo, se podrá llegar a ser reconocido en el mercado regional, nacional y posiblemente internacional en países tales como China, Rusia, India, África del sur (BRICHS), Estados Unidos, Venezuela, Colombia entre otros, donde se conoce que existe una demanda insatisfecha para productos que requieren refrigeración, las condiciones actuales para la distribución física internacional a mayor escala están dadas, pero por baja motivación de las organizaciones, estas oportunidades son ignoradas parcial o totalmente, pero hay que crear en la mente empresarial moderna el deseo de incursionar en nuevos mercados internacionales con fines de generación de empleos dignos y dinamizar la economía, sin duda en materia productos que requieren de refrigeración hay una historia muy marcada que ayudaría en el proceso de internacionalización de este tipo de productos, donde las expectativas de los empresarios y productores de estos productos deben ser altas.

Para el caso particular de la empresa frigoCenter con experiencia en el proceso de distribución física estatal e interestatal de marcas reconocidas en el mercado nacional, Los directivos manifiestan disponibilidad e interés en procesos de distribución física internacional que les permitan consolidarse e incursionar en el mercado con una imagen empresarial fortalecida y posteriormente una marca propia.

No obstante en la actualidad los recursos financieros destinados a la distribución física internacional son mínimos o nulos para la implementación de estos procesos, además la baja experiencia en acciones de gestión comercial internacional a nivel nacional se traduce en un trabajo arduo y un largo camino para lograr que en la empresa se efectué de manera exitosa procesos de distribución física internacional por esta razón es de suprema importancia la presente investigación para que frigoCenter conozca y participe de los procesos de distribución física internacional modernos y pueda así desarrollar el proceso de distribución de productos adecuado para productos que necesitan refrigeración.

# 2.1.2 Formulación del problema:

**Formulación del problema:** ¿Cuáles son las ventajas de llevar a cabo procesos de distribución física internacional en la empresa FRIGOCENTER y desarrollar el proceso de exportación de productos que necesitan refrigeración?

#### Sistematización del Problema:

- ¿Es factible un diagnostico interno y externo de la empresa frigoCenter?
- ¿Cuáles son las condiciones de distribución física internacional se encuentra la

empresa frigoCenter?

- ¿Cuáles son las condiciones exigidas por el gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional?
- ¿Cómo será el plan de acción y el diagrama de exportación para llevar a cabo procesos de exportación de productos que necesitan refrigeración, en la empresa frigoCenter?

# 2.2 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.

**2.2.1 Objetivo General.** Crear un plan logístico para llevar a cabo procesos de distribución física internacional en la empresa FRIGOCENTER para desarrollar el proceso de exportación de productos que necesitan refrigeración.

### 2.2.2 Objetivos Específicos.

- Hacer un diagnóstico interno y externo de la empresa frigoCenter.
- Identificar las condiciones de distribución física internacional en la empresa frigoCenter.
- Determinar las condiciones exigidas por el gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional.
- Presentar el plan de acción y un diagrama de exportación para llevar a cabo procesos de exportación de productos que necesitan refrigeración, para la empresa frigoCenter

#### 2.3 DELIMITACIÓN DEL TEMA

#### Cobertura del estudio:

- a) Temporal: la investigación comenzó en el año anterior (2015) y continuara en el año actual (2016).
- b) Espacial: La investigación se realizo en Brasil en la empresa frigoCenter y va a ser usada en Brasil, en el estado de Rio de Janeiro, en el municipio de San Gonzalo, para la industria de frigoríficos y conservación de alimentos congelados.
- c) Variable independiente: Creación de un plan logístico para llevar a cabo

- procesos de distribución física internacional en la empresa FRIGOCENTER para desarrollar el proceso de exportación de productos que necesitan refrigeración.
- d) indicadores: análisis profesional del egresado, análisis profesional de asesor académico y análisis profesional de asesor empresarial.
- e) ítems: posibilidad o imposibilidad de realizar distribución física internacional en la empresa FRIGOCENTER para desarrollar el proceso de exportación de productos que necesitan refrigeración.

### 2.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Según estudios bibliográficos que sirven de referencia para la presente investigación, la producción de carnes y productos que requieren de refrigeración en Brasil tiene fuertes tendencias al crecimiento por la creciente demanda interna y externa, Brasil es el primer exportador mundial de carne de origen bovino, por esta razón y la creciente exportación de frutas, el país requiere de un crecimiento y evolución en aspectos como la conservación y la distribución de estos de productos, para abastecer la demanda de empresas y personas que a diario y de forma creciente demandan estos productos, por esta razón se requiere del uso de frigoríficos calificados y certificados para conservar y distribuir nacional e internacionalmente productos de excelente calidad y conservados de la mejor manera, además de brindar y mantener una óptima calidad en productos que requieren de la refrigeración para su conservación, teniendo en cuenta estos aspectos cabe resaltar que según los parámetros actuales del mercado y el crecimiento de la demanda internacional de productos alimenticios o perecederos. para los frigoríficos es muy llamativa y un desafío constante la satisfacción de sus consumidores, además de brindar el mejor servicio con la mejor calidad siempre.

Por lo anteriormente descrito se hace de vital importancia y de gran utilidad desarrollar el proceso de distribución física internacional en la empresa frigoCenter que posibilite el perfeccionamiento de la cadena de distribución nacional e internacional para conseguir más competitividad tanto regional y nacionalmente como internacional y globalmente, y así llevar a cabo un proceso constante de tecnificación y mejoras en la cadena de distribución; estas metas son posibles y el presente estudio de la empresa frigoCenter determina las mejorías o cambios graduales en este proceso de tanta importancia para la empresa mencionada.

#### 3. MARCOS REFERENCIALES

#### 3.1 MARCO CONCEPTUAL

ACARREO: El traslado de mercancías que se realice exclusivamente dentro de la zona estatal o federal.

ADMINISTRADOR AEROPORTUARIO: persona física designada por el concesionario o permisionario de un aeródromo civil, que tendrá a su cargo la coordinación de las actividades de administración y operación que se realicen dentro del mismo.

AERÓDROMO: Área definida de tierra o agua adecuada para el despegue, aterrizaje, acuatizaje o movimiento de aeronaves, con instalaciones o servicios mínimos para garantizar la seguridad de su operación. Los aeródromos civiles se clasifican en aeródromos de servicio al público y aeródromos de servicio particular.

AEROPUERTO: aeródromo civil de servicio público, que cuenta con las instalaciones y servicios adecuados para la recepción y despacho de aeronaves, pasajeros, carga y correo del servicio de transporte aéreo regular, del no regular, así como del transporte privado comercial y privado no comercial. Únicamente los aeródromos civiles que tengan el carácter de aeropuerto podrán prestar servicio a las aeronaves de transporte aéreo regular.

AGENTE ADUANAL: persona física autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito público, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley Aduanera.

AGENTE DE CARGA: incluye a aquellas empresas o personas dedicadas a planear, operar, coordinar y manejar mercancías nacionales y extranjeras de cualquier naturaleza y por cualquier medio de transporte, a través de medios propios o de terceras personas prestadoras de servicios de transportación.

ALMACENAJE: Cobro por custodia en bodegas de mercancías.

ALMACENAMIENTO: Es el servicio que se presta a la carga que permanece en los lugares de depósito determinados por la empresa.

BUQUE: Cualquier embarcación empleada para el transporte de mercancías por mar.

CADENA LOGÍSTICA: Es el conjunto de operaciones y servicios que se integran para la distribución física de las mercancías.

CARRETERA ó CAMINO: Vía pública de jurisdicción federal situada en las zonas rurales y destinadas principalmente al tránsito de vehículos.

CARRO: Unidad de equipo de arrastre ferroviario destinado al transporte de carga.

CARTA DE PORTE: Es el título legal del contrato entre el remitente y la empresa de autotransporte o ferrocarril y por su contenido se decidirán las cuestiones que se susciten con motivo del transporte de las cosas.

COBERTURA: Es la cantidad líquida en la moneda establecida que cubrirá una compañía aseguradora, en caso de ocurrir alguna de las contingencias indicadas en la póliza respectiva.

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE (B/L): documento en el que constan el contrato de contrato de transporte marítimo de mercancías, en donde el naviero o el operador se obligan ante el embarcador o cargador mediante el pago de un flete, a trasladar la mercancía de un punto a otro y entregarla a su destinatario o consignatario. El conocimiento de embarque, mejor conocido como Bill of Lading (B/L) lo expide el transportista o el operador a cada embarcador. Asimismo será el título representativo de mercancías y constancia de recibo de éstas a bordo de la embarcación.

CONSIGNATARIO: Persona a quien va destinado un cargamento o mercancía. Persona que en los puertos de mar representa a la empresa dueña del buque.

CONSOLIDACIÓN DE CARGA: Recibir del público o de empresas embarques de carga con destino internacional, para integrar con ellos una o más remesas y enviarlas a su destino, por conducto de las empresas de transporte aéreo o marítimo que correspondan llenando un contenedor con mercancía proveniente de uno o más embarcadores.

CONTENEDOR: recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o terrestre recipiente prismático de un volumen interior no menor del 1 m³, de secciones rectangulares, destinados al transporte y almacenamiento de un cierto número de cargas en bultos o a granel.

CORREDOR MULTIMODAL: Es un par de origen/destino, a lo largo del cual se cuenta con infraestructura de transporte y las facilidades necesarias para la transferencia de la carga, en los cuales se prestan servicios integrados y diseñados para atender necesidades específicas de los usuarios del transporte y del comercio nacional e internacional.

CORREO ELECTRÓNICO: es un mensaje de datos con validez para efectos de

actos administrativos y comerciales. Un mensaje de Datos es la información generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología. De conformidad con el Artículo 89 bis del Código de Comercio "No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a cualquier tipo de información por la sola razón de que esté contenida en un Mensaje de Datos".

DESCONSOLIDACIÓN DE CARGA: Vaciado de un contenedor con mercancía destinada a uno, dos o más consignatarios.

DESESTIBA: Retirar o tomar la carga que se encuentre estibada en las bodegas o Vehículos dentro de la zona federal para depositar en el lugar o vehículo que se haya escogido.

DESPACHO ADUANERO ó DESPACHO ADUANAL: Conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales.

DESTINATARIO O CONSIGNATARIO: Persona receptora de mercancías transportadas por cualquier medio de transporte.

EMBALAJE: Aquello que envuelve, contiene y protege los productos envasados, y que facilita las operaciones de transporte y manejo.

ESTIBAR: Colocar o acomodar convenientemente las mercancías o efectos para que quepa más en un mismo sitio.

ETA: fecha de entrada o arribo de buque

EXPEDIDOR O REMITENTE: Persona que a nombre propio o de un tercero, contrata el servicio de transporte de carga.

IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR: los impuestos generales de importación y de exportación conforme a las tarifas de las leyes respectivas.

LEY ADUANERA: Ley que regula la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan o conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste.

MANIFIESTO DE CARGA: Documento en el cual se detalla la relación de las mercancías que constituyen la carga de un medio o una unidad de transporte, y

expresa los datos comerciales de las mercancías.

MECANISMO DE SELECCIÓN AUTOMATIZADO: el mecanismo que determinará si las mercancías se someterán a reconocimiento aduanero o segundo reconocimiento.

MERCANCÍA PELIGROSA: Son las mercancías clasificadas como tal para las cuales existen regulaciones con respecto a su procedimiento de aceptación, empaque, estiba, documentación y transporte ya sea para traslado local o internacional. Hay nueve (9) clases de mercancías peligrosas para el transporte marítimo internacional y las regulaciones, documentación, procedimientos de aceptación, empaque y la estiba son establecidas por la Organización Marítima Internacional (OMI).

MERCANCÍAS: los productos, artículos, efectos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular. MULTIMODAL: Es el transporte de mercancías a través de dos o más medios de transporte, desde un lugar situado en un país en el cual un Operador de Transporte Multimodal (OTM) se responsabiliza de tomar las mercancías bajo su custodia, hasta un lugar designado para su entrega en otro país, cobrando un flete único y amparándolas con sólo un documento.

ORGANIZACIÓN: Conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones entre el personal.

PAQUETE. Objeto, cuyo peso no podrá ser superior a 31.5 kilogramos debidamente envuelto y rotulado o con embalaje que permita su manejo, reparto y entrega a cargo del personal de la empresa de mensajería o distribución, desde su origen hasta su destino final.

PUERTO: El lugar de la costa o ribera habilitado como tal por un gobierno para la recepción, abrigo y atención de embarcaciones, compuesto por el recinto portuario y, en su caso, por la zona de desarrollo, así como por accesos y áreas de uso común para la navegación interna y afectas a su funcionamiento; con servicios, terminales e instalaciones, públicos y particulares, para la transferencia de bienes y transbordo de personas entre los modos de transporte que enlaza.

RECINTO FISCAL: Los recintos fiscales son aquellos lugares en donde las autoridades aduaneras realizan indistintamente las funciones de manejo, almacenaje, custodia, carga y descarga de las mercancías de comercio exterior, fiscalización, así como el despacho aduanero de las mismas.

RECOLECCIÓN: Recoger la carga de los domicilios de los usuarios y conducirla al respectivo lugar de destino.

REMOLQUE: Vehículo con eje delantero y trasero no dotado de medios de propulsión y destinado a ser jalado por un vehículo automotor, o acoplado a un semirremolque.

#### 3.2 MARCO CONTEXTUAL

Esta investigación se realizó en la empresa frigoCenter ubicada dentro de la Ciudad de rio de janeiro perteneciente a la industria de alimentos congelados o en conserva a bajas temperaturas, en un contexto netamente investigativo. Se tomará en cuenta que es una organización que se encuentra clasificada y registrada en este sector de acuerdo a la clasificación hecha por la perfeitura o alcaldía del municipio de San Gonzalo en el estado de Rio de Janeiro en Brasil. La investigación se enfoca únicamente en esta empresa, que al momento de la realización de este estudio se encuentra realizando importaciones hacia esta región pero se quiere aprovechar el potencial de la empresa para llevar a cavo distribución física internacional a través de exportaciones de los productos que la empresa maneja. Igualmente se tomarán en cuenta los aspectos más relevantes de los determinantes logísticos de la empresa y de comercio exterior en Brasil para la creación del plan de acción para la empresa mencionada.

### 3.3 MARCO TEÓRICO.

**Distribución física internacional:** La Distribución Física tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible sin afectar la calidad, compatible con la estrategia de servicio requerida. El sistema de Distribución Física trata todo lo relacionado con el movimiento del producto desde el productor hasta el usuario final ya sean usuarios nacionales o internacionales, incluyendo las etapas correspondientes a depósitos regionales o terminales y/o canales indirectos utilizados.

"En las empresas existen sistemas básicos que facilitan su funcionamiento sin problemas, uno de ellos es el SISTEMA LOGÍSTICO relacionado con el flujo de los materiales desde los proveedores hasta los usuarios finales y cuyo establecimiento requiere de un análisis y estudio exhaustivo que permita lograr que la empresa en este caso FRIGOCENTER, cuente con un elemento logístico totalmente integrado, para que pueda cumplir con la misión que le compete y que consiste en: " DESARROLLAR UN SISTEMA QUE EJECUTE LAS POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE CON EL MENOR COSTO POSIBLE". La actual situación de cambio de la economía mundial al pasar de operaciones de mercados domésticos a desempeñarse y desarrollarse en las operaciones de comercio exterior, hace necesario el conocimiento y dominio de áreas que involucren

parámetros para el desenvolvimiento satisfactorio en economías de clase mundial. Es así como toma relevancia temas como el transporte de mercancías desde su preparación, manipulación, alistamiento de documentos, sobre todo cuando hay de por medio altos costos operacionales, normas internacionales tanto de manejo como ambientales y múltiples opciones en modos y medios de transporte que hacen que las empresas marquen cada vez más ventajas comparativas que les permitan o no sobrevivir en nuestros mercados y si sobreviven poder crecer de forma estable con ventajas competitivas, contribuyendo de ésta forma al logro de los objetivos trazados en la política económica del País.

# Logística y DFI:

- Sistema logístico internacional.
- Incoterms 2010.
- Sistema ABC de costos (sistema basado en actividades).

"La DFI es otra forma de decir "todo el proceso de negocios"".

#### Términos que deben ser conocidos:

- Logística: Arte de anticiparse (una de las definiciones).
- Variables Logísticas: Son los hilos conductores para el éxito del negocio.
- Negocio: Solución de conflictos, en el cual las partes quedan satisfechas.
- SLI: Sistema logístico internacional.
- TAE: Territorio aduanero extranjero.
- TAN: Territorio aduanero nacional.
- CRM: Manejo servicio al cliente.
- Merchandising: Arte de exhibir un producto.
- TLC: Tratados de libre comercio.
- UTI: Unidad de transporte intermodal.
- SIC: Sistema de información y comunicación.
- TIC: Tecnología de información y comunicación.

La DFI es la clave para el desarrollo y obtención de una ventaja competitiva, además de un margen en los negocios, por esta razón es uno de los aspectos más importantes sino el más importante en las empresas que buscan ampliar sus mercados tanto nacionalmente como internacionalmente este es el motivo de la presente investigación y el desarrollo de un perfeccionamiento en la empresa FRIGOCENTER en cuanto a aspectos de logística y de distribución física internacional en el proceso de conservación de productos a bajas temperaturas. La logística es percibida como un área de oportunidades para las organizaciones donde aún hay oportunidades de importantes racionalizaciones. De acuerdo al CEL (Centro Español de Logística), define que la logística es percibida como una herramienta de obtención de competitividad, que realiza actividades de valor agregado o valor añadido que tienen como resultado el incremento de la

rentabilidad o beneficio de las empresas.

A su vez de los conceptos anteriores, se desprende que los administradores logísticos son profesionales que deben saber calcular, administrar y observar los flujos de productos y/o servicios, basados en el soporte de INFORMACIÓN, movimientos de materiales, sistemas de almacenamiento y transporte. La logística ha dejado de ser percibido como un concepto restringido dentro de las organizaciones, para pasar a ser un área estratégica para la generación de valor agregado.

La jerarquización de la logística dentro de las organizaciones en la década de los noventa hasta la fecha, se ha debido a los esfuerzos de racionalización en áreas tradicionales como producción, marketing y calidad que sido fuertemente golpeados en las organizaciones en las últimas décadas.

En el tradicional esquemas de las 4P del marketing o marketing mix, las empresas en la búsqueda de la diferenciación de los productos han desarrollado estrategias en estas las cuales son las P = Producto (product) + Precios (Price) + promoción (promotion) + distribución (distribution). Se introduce además ell concepto de las 4P de los Negocios P= Pasión + Trato personal (Personal Trade) + Personas + Producto, todo ello para lograr el desarrollo de la Competitividad. La P referente a Plaza (Logística) ha pasado más desapercibida y ahora es vista como el área pendiente de ser desarrollada a fondo en la gestión de las organizaciones.

Los conceptos JIT (Just In Time), Customization (Clientización), Plataformas logísticas, Centro de Distribución, Depósitos como centros de procesos y valor agregado, han comenzado a estar presentes entre las áreas prioritarias de la alta dirección de las organizaciones y estos aspectos deben desarrollarse en la empresa FRIGOCENTER. También hay que desarrollar la gestión efectiva de las cadenas logísticas que traspasan los tradicionales límites de las organizaciones y lleva al desarrollo de relaciones de integración y complementación entre proveedores, productores de bienes/servicios y clientes. Estas relaciones se desarrollan en un escenario "Ganar-Ganar", trastocando las tradicionales relaciones entre los actores.

**Logística empresarial:** Es el proceso que integra, coordina y administra estratégicamente los elementos de la cadena de suministro como la adquisición, el traslado y almacenamiento de materiales, partes y productos terminados entre los puntos de compra y los puntos de consumo a través de sus canales de comercialización, efectiva en costos. La logística se aplica para la gestión efectiva de la cadena de suministro (supply chain) ó cadena logística.

Producto básico – Es el producto, que sale de la última etapa productiva.

- Plataforma Logística Conjunto integrado de instalaciones donde se lleva adelante la gestión, manipuleo, control, registro, se agrega valor para transformar el producto básico en el producto ampliado.
- Valor Agregado Conjunto de actividades de transformación sobre el producto básico para llegar al producto ampliado, como ser controles estadísticos de calidad, etiquetados, ensamblados, envasados, etc. Estas actividades se realizan lo más cercano al momento de consumo de los productos.
- Localización Esta actividad usualmente denominada en la bibliografía como "customization", implica la adaptación de los productos/servicios a los diferentes mercados de consumo (tipo de packing, exigencias en las etiquetas, modalidades de consumo, etc.).
- VAL Value Added Logistics o actividades logísticas de valor agregado.
- Globalización Empresas que desarrollan actividades globales (economías de escalas, especialización productiva, etc.) y haciendo uso de los recursos locales llegan en forma efectiva a los clientes finales.

### Actividades logísticas:

- Tráfico y transporte
- Almacenamiento y bodegaje
- Empaque industrial
- Manejo de materiales
- Control de inventarios
- Embalaje, empague.
- Gestión de información
- Servicio al cliente.
- Cumplimiento de órdenes
- Pronostico de la demanda
- Planeación de producción
- Adquisiciones.
- Niveles de servicio al cliente
- Localización de plantas y almacenes.
- Administración de devoluciones.
- Suministro de partes y servicio.
- Disposición de desechos y recuperables.

#### ¿Por qué razones se ha impuesto la logística?

R: / La logística ha venido creciendo en importancia, estimulada principalmente por las tendencias cambiantes y globalidad impuestas en los campos de la Tecnología, Sociología y Economía actuales. Los sistemas y productos, se hacen

hoy más complejos en la medida que la tecnología avanza y así mismo la logística ha venido cambiando en forma general. Hoy día no solo se tienen costos asociados a la adquisición de bienes para la relación sistema/producto (que se incrementaron bastante en las décadas pasadas años 90's y 2000), sino que los costos logísticos se han incrementado en relación a estos en forma alarmante. Al mismo tiempo, el dilema económico de la disminución de los mercados combinado con el aumento de las tendencias inflacionarias, resulta en menos dinero disponible para la adquisición de nuevos sistemas, y/o el mantenimiento de sistemas adquiridos previamente.

Principios de la ventaja competitiva:

Principio 1: A través de la logística puede conseguirse una posición de perdurable superioridad en términos de preferencia del consumidor.

Principio 2: La fuente de ventajas competitivas, se halla en:

- Habilidad de la organización de diferenciarse a los ojos del cliente, de su competencia.
- Actuar a un costo menor y en consecuencia a un beneficio mayor.

Ventaja competitiva a través de la logística:

Objetivo: Buscar estrategias que proporcionen valor superior a los ojos del cliente.

La ventaja competitiva no puede comprenderse considerando a una firma como una totalidad. Brota de las muchas actividades distintas que una firma realiza a la hora de diseñar, producir, comercializar, distribuir y sostener su producto vigente en el mercado. Cada una de estas actividades puede contribuir a una posición relativa de los costes de la organización y crear una base para la diferenciación. La cadena de valor descompone una organización en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de comprender el comportamiento de los costes y las fuentes de diferenciaciones existentes y potenciales. Una organización gana ventajas competitivas realizando estas actividades estratégicamente importantes de una forma más barata o desarrollándose mejor en estos aspectos que sus competidores.

Cadena de valor:

Misión de la gestión logística:

 Planificar y coordinar todas las actividades necesarias para conseguir los niveles deseados de servicio y calidad al menor costo posible.  La gestión logística, desde este punto de vista del sistema total, es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los clientes a través de la coordinación de las materias primas y el flujo de la información que se extiende desde el mercado a través de la firma y sus operaciones y más allá de ésta hasta los proveedores. Conseguir esta integración global de la compañía requiere a todas luces una orientación completamente distinta de la que suele encontrarse en una organización convencional.

Criterios para la elección de una red de distribución:

- Características del cliente
- Características del producto
- Características de la Empresa
- Características de los intermediarios
- Características del entorno

## Estrategias de Distribución:

- [1]. Intensiva: Productos de distribución masiva como golosinas, cigarrillos y refrescos.
- [2]. Selectiva: El productor selecciona los intermediarios porque son productos de compra reflexiva: ej. Electrodomésticos, muebles.
- [3]. Exclusiva: Se otorga la distribución a un representante por región. Ej. Productos de alto costo y calidad.

## Tipos de transporte:

- Transporte aéreo
- Transporte marítimo
- Transporte carretero
- Transporte ferroviario

La administración de la cadena de suministro (ACS) (en Ingles, Supply chain management, SCM) es el proceso de planificación, ejecución y control de las operaciones de la cadena de suministros con el propósito de satisfacer una necesidad del cliente. La cadena de suministros o logística integral es un conjunto de organizaciones, proveedores y clientes que se organizan para satisfacer una necesidad específica del mercado. Esta unión proporciona seguridad, mediante una fácil adaptación al mundo cambiante y logrando así evitar el colapso de un miembro. Decimos que es integral porque se considera que los clientes, proveedores y distribuidores son parte de la estructura de la cadena de suministros ósea, que la cadena de suministros está integrada al menos por el

proveedor de mi proveedor y el cliente de mi cliente.

Visión Global de la Cadena: La diferencia entre la visión logística que tienen muchas empresas y la que propone el concepto de cadena de suministros es clara: se deja de tener una función logística interna en la que se busca la optimización de recursos y el flujo de productos, para pasar a tener una serie de empresas independientes con sus propios procesos, que tratan de mejorar por un bien común, el objetivo global de la cadena.

Indicadores Logísticos: "Lo que no se puede medir no se puede controlar, lo que no se puede controlar no se puede administrar". La métrica es muy importante para el funcionamiento de una organización, dado que esta impacta directamente en la actitud y comportamiento de sus miembros, situándolos en un punto de evaluación respecto a los objetivos planteados y alcanzados.

Los Indicadores de Desempeño Logístico son medidas de rendimiento cuantificables aplicados a la gestión logística que permiten evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y flujos de información entre las partes de la cadena logística. Es indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna para una tomar decisiones racional y oportuna por esta razón estos aspectos son importantes puntos de la presente investigación.

DFI: El principal objetivo es contribuir a que los empresarios exportadores e importadores puedan seguir la regla de oro de la DFI: "Transportar el producto adecuado en la cantidad requerida al lugar acordado y al menor costo total para satisfacer las necesidades del consumidor en el mercado internacional justo a tiempo (JAT) y con calidad total (CT).

Términos importantes en la empresa FRIGOCENTER en los que se debe enfocar este estudio para realizar mejoras sin afectar los productos de la misma.

- [1]. Carga perecedera: Durante el proceso de distribución física (nacional o internacional) la conservación cobra la mayor importancia. Dentro de los productos perecederos se encuentran frutas y verduras, carnes y sus derivados, pescados y mariscos y de agua dulce, productos lácteos, flores frescas y los follajes además de los peces tropicales la mayoría de estos son almacenados y distribuidos en la empresa FRIGOCENTER. Todos ellos requieren temperaturas y condiciones climáticas acorde con sus características y con la duración del viaje a su destino final.
- [2]. Carga frágil: El transporte de productos frágiles requiere de un manejo

especial dada sus características. Toda la operación debe realizarse con extremo cuidado incluyendo el embalaje, el manipuleo (cargue y descargue) y el traslado propiamente dicho. Del embalaje externo depende que aumente o disminuya el factor de riesgo.

- [3]. Carga peligrosa: Se le llama así a aquella compuesta por sus características explosivas, combustibles, oxidantes, venenosas, radiactivas, corrosivas que pueden causar daño a otros productos, al vehículo en el que se moviliza, a las personas o al medio ambiente en la empresa FRIGOCENTER es importante mencionar este aspecto ya que se manejan diferentes tipos de aceites y productos con algún tipo de porcentaje de grasa en ellos que podrían situarse en esta categoría por el riesgo de combustión inherente a ellos.
- [4]. Carga de dimensiones y pesos especiales: Con frecuencia las cargas muy voluminosas o pesadas requieren un manejo especial, estas características son importantes desde el punto de vista de las tarifas, fletes, en especial para el transporte marítimo.

Aspectos a tener en cuenta en cadena de la Distribución Física Internacional en la empresa FRIGOCENTER:

## Objetivos de embalaje:

El objetivo principal es proteger las características de la carga y preservar la calidad de los productos que contiene. Además de ello busca facilitar el traslado de la carga y permitir su transporte en las mejores condiciones según el modo que se utilice.

- [1]. Características del producto: Cuando se preparan bienes para el transporte se deben tener en cuenta tres aspectos fundamentales: Tipos, naturaleza y valor de la carga. (Cuanto mayor sea el valor de los bienes de un embarque, mayor será el grado de elaboración del embalaje).
- [2]. Modos de transporte: El modo de transporte se elige después de analizar el recorrido de un embarque internacional a través de la cadena de DFI y las características de las distintas clases de productos. El modo de transporte determina en gran medida las especificaciones del embalaje.
- [3]. Tipos de embalaje materiales: la elección de tipo y material del embalaje implica tener buen conocimiento de los distintos aspectos de la cadena de la DFI. Los principales materiales utilizados en el embalaje de productos para el transporte son materiales naturales, materiales de cartón, papel, y materiales de cartón, materiales metálicos, materiales sintéticos.

**Envases y embalajes:** Marcado de embalajes, Características: Es la forma ideal para identificar cada pieza de la carga; existen recomendaciones básicas del marcado como la legibilidad E ilegilibilidad.

Materiales y embalajes a tener en cuenta (términos para tener en cuenta)

#### Cadena de DFI:

- Preparación (embalaje y marcado).
- Unitarización (Paletización y Contenederización).
- Manipuleo (en terminales, almacenes).
- Almacenamiento (en almacenes y depósitos privados o públicos).
- Transporte (en toda la cadena de distribución).
- Seguro de la Carga (riesgos, pólizas).
- Documentación (facturas, certificados, docs. de pago, etc.).
- Gestión y operación aduanera (exportación o importación).
- Gestión y operación bancaria (bancos, agentes corresponsales).
- Gestión de Distribución (incluye personal operario y administrativo de la empresa).

#### Principales servicios empleados en la DFI:

- Transporte.
- Almacenamiento (Warehousing).
- Unitarización (Paletización y Contenederización).
- Servicio de Protección de la Carga.
- Manipuleo.
- Seguro de Carga.
- Trámites, contratos y otros documentos vinculados al DFI.
- Agentes y Corredores.

El Transporte Internacional que podría usar la empresa para transportar sus productos estos pueden tener varias clasificaciones, entre otras:

- Marítimo
- Por carretera
- Por ferrocarril
- Aéreo
- Varios (tubería, cable, etc.).

Factores a ponderar y para tener en cuenta al momento de elegir el modo de transporte adecuado:

- Tarifa
- Distancia
- Tiempo de tránsito
- Naturaleza de la carga
- Valor de la mercancía
- Seguros
- Empaque y embalaje
- Reglamentación sobre el tipo de la carga
- Posibilidad de siniestros
- Costos de cargue y descargue
- Tiempos de cargue y descargue
- Costos de demoras y despachos

#### Tipos:

Transporte ferroviario: el transporte ferroviario se caracteriza por costos fijos y variables relativamente bajos.

Transporte carretero: Tiene características de costos similares a las del transporte ferroviario. Exhibe menores costos fijos entre todos los modos de transporte mientras que los costos variables tienden a ser altos ya que los usuarios costean la construcción de carreteras y su mantenimiento mediante impuestos.

Transporte marítimo: Es una vía excelente, ya que por su conexión con otras vías acuáticas naturales o artificiales es posible el acceso al interior de muchos países. Los costos fijos más importantes de los transportadores acuáticos están relacionados con las operaciones en el Terminal y comprender tarifas portuarias y los costos de manipuleo de la carga. Los costos variables comprenden lo relacionado con el manejo del equipo de transporte y son especialmente bajos. El transporte marítimo presenta las siguientes ventajas: - tarifas más bajas, - transporte en masa de grandes volúmenes, - diversidad y especialización en tipos de buques, y - regulaciones internacionales uniformes. Desventajas: - baja velocidad, - seguro más costoso, - embalajes más costosos, - costos portuarios, - altos riesgos de saqueo y deterioro, - mayores inventarios y costos financieros durante el trayecto, y - frecuencias más espaciadas.

Transporte aéreo: El aire es una vía más universal que el agua, puesto que permite el acceso a todas partes del globo. Este transporte es bastante flexible, ya que cada vuelo es único y no afecta a los demás. La mayoría es de carácter internacional y requieren de acuerdo y cooperación internacionales para poder operar.

Transporte Multimodal: El contratar con OTM, la operación de traslado de la carga bajo el concepto de TM, servicio puerta a puerta presenta las siguientes ventajas: -

Contratar con un solo operador. - Obtener desde el principio un Documento de Transporte Multimodal (DTM) que le permite realizar las operaciones de reconocimiento para efectos bancarios de pago de las mercancías, de acuerdo a las reglas ICC para créditos documentarios, publicaciones 400 y 500. - Tener un costo conocido de la operación de transporte desde el principio. - Contar con la seguridad de que su carga está respaldada bajo pólizas de seguro desde el origen hasta el destino convenido, - Optimización de los servicios de parte del OTM, quien debe garantizar la cadena mediante la utilización de una infraestructura física propia o de terceros mediante contratos, acuerdos o convenios, - Contar con información centralizada del despacho.

Transporte Fluvial: El servicio de transporte fluvial opera en países que cuentan con ríos que atraviesan los distintos países y hay navegabilidad comercial. Estos servicios se ajustan a acuerdos Internacionales firmados por los diferentes países por donde la arteria fluvial transita. Dentro de los mismos se destaca a nivel internacional, los servicios en el Río Amazonas, Río Paraná, Orinoco, en América Latina; la región de los grandes lagos entre Estados Unidos y Canadá; el río Rhin en Europa. Los servicios a la carga por lo general se regulan bajo normas similares a las de transporte marítimo.

Componentes del costo que pueden afectar la competitividad de la empresa:

- Costos directos:
- Embalaje: Mano de Obra, materiales, equipo.
- Marcado: Costo, identificación, unidades embaladas, manipuleo, símbolos pictóricos Iso, carga peligrosa.
- Documentos de Exportación: certificado de origen, documentos aduaneros, documentos de transporte dependiendo de INCOTERM elegido, etc.
- Unitarización: Paletización, Contenederización.
- Manipuleo (local del exportador): mano de obra, equipos.
- Transporte y Seguro: desde el local del exportador hasta el lugar de embarque internacional.
- Almacenamiento: costo de almacenamiento en la empresa.
- Manipuleo en el lugar de embarque: descarga, carga, depósito.
- Aduaneros: costo trámite de Aduana (servicios y derechos aduaneros).
- Bancarios: comisiones, comunicaciones.
- Agentes: Vendedores, de aduana.
- Almacenamiento: costo de almacenamiento en la zona secundaria o primaria.
- Costos indirectos:
- Administrativos: recolección de información, salarios, comunicaciones.
- Tiempo ocioso: costo del tiempo requerido en la línea de producción hasta el

cargado en el vehículo de despacho en el local del exportador, tiempo transcurrido entre el local del exportador y lugar de embarque internacional.

#### 3.4 MARCO LEGAL

## Brasil: Entorno Legal

Observaciones generales: Sea preciso en la descripción de las obligaciones de ambas partes y del control de calidad.

Leyes aplicables: "Sea particularmente atento en cuanto a la ley aplicable en el contrato y los métodos de resolución de conflictos. Brasil no ha firmado la <u>Convención de Viena sobre los contratos internacionales</u>. El sistema jurídico brasileño es complejo. No es fácil para un extranjero comprender el derecho brasileño. Se recomienda utilizar las leyes internacionales o un sistema de arbitraje y recurrir a un abogado brasileño."

El idioma del contrato: portugués.

Otras leyes nacionales utilizables en los contratos: Las principales reglas del derecho internacional pueden ser fácilmente aceptadas por un proveedor brasileño.

#### Propiedad intelectual:

Organismos nacionales competentes: El organismo encargado de la protección de patentes y marcas en Brasil es el <u>INPI</u> (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial).

Organismos regionales competentes: <u>MERCOSUR</u> (Mercado Común del Sur), <u>UPOV</u> (Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales).

Acuerdos internacionales: Miembro de <u>la OMPI</u> (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)

Adherido a la Convención de París sobre la protección de la propiedad intelectual

<sup>1</sup> DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL. Universidad Jorge Tadeo Lozano [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://distribucionfisicainternacional-ujtl.blogspot.com.co/.

Tabla 1. Legislación nacional y acuerdos internacionales

Tipo de propiedad y Ley	Periodo de validez de la protección	Acuerdos firmados
Patentes	20 años para los inventos	Tratado de Cooperación en materia de patentes (PCT)
Ley de la Propiedad Industrial		
Marcas	10 años renovables	
Ley de la Propiedad Industrial		
Diseño	10 años, renovables tres veces por 5 años	
Ley de la Propiedad Industrial		
Derechos de propiedad intelectual Ley de Derechos de Autor	70 años después de la muerte del autor o a partir de su publicación (para obras audiovisuales y fotográficas)	Convenio de Berna para la protección de las Obras Literarias y Artísticas Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas Convención de Roma sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión
Modelos industriales	15 años	
Ley de la Propiedad Industrial		

# Funcionamiento de la justicia:

- Equidad de la justicia: Igualdad de trato de nacionales y extranjeros
- El poder judicial garantiza un proceso equitativo para los extranjeros.
- El idioma de la justicia: portugués.
- Recurrir a un intérprete: A menudo es necesario pedir los servicios de un intérprete si no habla el portugués.
- Similitudes legales: Fuente principal de la ley: la constitución de 1998. El sistema judicial está basado en los códigos romanos. El código civil, antes inspirado del código napoleónico, es ahora más cercano del código italiano.

# Diferentes códigos jurídicos:

Tabla 2. Códigos jurídicos

Derecho de contrato y de propiedad	Ley nº 9.279 del 14 de mayo de 1996
Derecho del consumidor	Ley nº 8.078 del 11 de Septiembre de 1990
Derecho de la empresa	Ley nº 556 del 25 de junio de 1850
Derecho del trabajo	Ley nº 10.406 del 10 de enero de 2002

Fuente. Este estudio

Consultar leyes nacionales en línea

Legislación brasileña:

• Guía de leyes brasileñas, en línea

Otras fuentes útiles:

- Ministerio de Justicia
- Interlegis

# Guías de países:

• Página web del Secretario de Estado Americano. Guía para hacer negocios en Brasil, de Lexmundi.

Más información en la página "Lawyers and Legal in Brazil" de Globaltrade.net, the Directory for International Trade Service Providers.

# • Las diferentes jurisdicciones:

Tabla 3. Jurisdicciones

Corte de Justicia del Estado	Todos los litigios, crímenes y delitos cometidos en el territorio del estado. Las cortes criminales están divididas en tribunales de justicia y tribunales de apelación, y tienen ramas especializadas tales como el Tribunal Superior, donde son juzgados los asesinos por un jurado ciudadano, la Corte de Aplicación de las Penas y la Corte de Asuntos Policiacos.
Corte de Justicia Federal	Tiene competencia en el interior de los estados sobre los litigios que implican a las autoridades federales o sobre los litigios interestatales.
Corte de Justicia Federal Regional	Conciernen los juicios en apelación pronunciados por los jueces federales o los jueces del estado que deciden sobre un litigio federal.
Tribunal de Trabajo (local, regional, Corte Suprema del Trabajo)	Se encarga de los litigios entre patrones y empleados y todos aquellos que tienen trabajo o derecho a él.
Tribunal Electoral (local, regional, supremo)	Tiene competencia sobre el proceso de elección y la creación de partidos políticos.
Corte Marcial (local, superior)	Tiene competencia sobre los crímenes y delitos que implican al ejército.
Otros	En algunos estados se han creado tribunales específicos para hacer frente a la carga de trabajo creciente: Tribunal de Finanzas Públicas, Tribunal de la Familia y las Herencias, Tribunal de Registros Públicos y Tribunal de Menores.
Tribunal Superior de Justicia	Juzga las apelaciones a nivel federal.
Tribunal Supremo	Trata los problemas constitucionales.

Fuente. Este estudio

# • La profesión jurídica

Juez: Un juez nombra a un profesional habilitado que deberá revisar la información con el fin de aclarar ciertos elementos de un caso.

Abogado: Tiene el rol de informar acerca de los derechos y obligaciones a sus clientes. Además, puede representarlos frente a la justicia.

Procurador: Magistrado encargado de representar al ministerio público delante de un tribunal de Alta Instancia.

#### Resolución de conflictos internacionales

El arbitraje: El arbitraje es reconocido oficialmente como un procedimiento legítimo de resolución de conflictos comerciales domésticos e internacionales desde hace 10 años. De manera general, el sistema judicial brasileño está sobrecargado y, por tanto, los litigios relacionados con los contratos a menudo tardan años en resolverse. Según un estudio del Banco Mundial, se requieren 44 procedimientos y 731 días para litigar un incumplimiento de contrato, con un costo medio equivalente a 15,3% de la demanda.

La ley de arbitraje: Ley nº 9307 de 1996.

El artículo 34 de la ley 9.307, la ley brasileña de Arbitraje de 1996, define un juicio de arbitraje extranjero como todo aquel juicio celebrado fuera del territorio nacional. La ley estipula que el Tribunal Supremo brasileño debe ratificar las decisiones de arbitraje extranjeras. Asimismo, la ley estipula que las decisiones de arbitraje extranjeras deben reconocerse o ejecutarse en Brasil en cumplimiento con los acuerdos internacionales ratificados por el país y, en su ausencia, de la ley nacional.

Conformidad a las leyes internacionales de arbitraje.

Miembro de la Convención de Nueva York sobre Ejecución de laudos arbitrales extranjeros.

Nombramiento de árbitros: Elegida por las partes presentes.

El proceso de arbitraje: Los procedimientos de arbitraje están aceptados únicamente para los casos de naturaleza económica. Un arbitraje internacional debe ser ratificado por la Corte Suprema para que sea válido en Brasil. Se puede recurrir a la justicia brasileña en caso de incumplimiento de una decisión de arbitraje.

Entidades permanentes de arbitraje:

- Gabinete de arbitraje de São Paulo (sectores cubiertos: Todos los conflictos comerciales de su jurisdicción)
- Gabinete de arbitraje de Río (sectores cubiertos: Todos los conflictos

- comerciales de su jurisdicción)
- Cámara de arbitraje brasileña (TAAB) (sectores cubiertos: Todos los conflictos comerciales de su jurisdicción)

Más información en la página <u>"Lawyers and Legal in Brazil"</u> de Globaltrade.net, the Directory for International Trade Service Providers.

## Legislación General:

- Decreto legislativo no. 30 de fecha 15/12/1994 aprobado el acta final de la ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales del Gatt, las listas de concesiones arancelarias en el área de Brasil y en el sector servicios y el texto del acuerdo plurilateral sobre la carne bovina.
- Ley N <sup>o</sup> 9019 Del 30/3/1995, Modificado por el artículo 53 de la medida provisional en 2113, 2001 - dispone sobre la observancia de los derechos en virtud del acuerdo antidumping y el acuerdo sobre subvenciones y medidas compensatorias.
- Decreto N º 4.732 del 10 de junio de 2003 proporciona a la junta de comercio exterior - Camex, el Consejo de Administración.

# Legislación Antidumping

- Acuerdo antidumping, aprobado por decreto legislativo N º 30 de fecha 15/12/1994 y Promulgada por el decreto N º 1355 de 12.30.1994.
- Decreto N 
   <sup>0</sup> 1602 de 23/08/1995 regula las normas que regulan los procedimientos para la aplicación de medidas antidumping.
- Secex Circular N º 21, 04.02.1996 un plan de trabajo para la preparación de la petición sobre la investigación de dumping.

#### Legislación Subvenciones

- Acuerdo sobre subvenciones y medidas compensatorias, aprobado por decreto legislativo N º 30 de fecha 12/15/1994 y promulgada por el decreto n º 1355 de 30.12.1994.
- Decreto N 
   <sup>0</sup> 1751, de 12/19/1995 Regula las normas que rigen los procedimientos administrativos relativos a la aplicación de medidas compensatorias.

• SECEX circular N º 20 de 02/04/1996 - plan de trabajo para elaborar sobre la aplicación de ayudas a la investigación práctica.

## Legislación de Control de Seguridad

- Decreto N º 1488 de 11/05/1995 regula las normas que rigen los procedimientos administrativos relativos a la aplicación de medidas de salvaguardia.
- Decreto N º 1936 de 20/06/1996- Modifica disposiciones del decreto 1488 de 05/11/1995, que la definición de las medidas de salvaguardia se aplicarán como aumentar el impuesto de importación.
- Decreto N º 2667 de 07.10.1998 Dispone sobre la aplicación del protocolo adicional decimonovena de la acuerdo de complementación económica número 18, entre Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay, del 17 de diciembre 1997.
- SECEX Circular N º 19 de 04.02.1996 plan de trabajo para elaborar sobre la aplicación de una investigación de salvaguardia
- Regímenes arancelarios: Procedimientos de la importación

Todo importador debe registrarse ante las autoridades encargadas del comercio exterior, SISEX, para formar parte del sistema aduanero informático, el SISCOMEX. El registro representa una inversión elevada, pues los requisitos previos, principalmente en términos de capital mínimo, son significativos. El régimen vigente en Brasil otorga licencias de importación de manera automatizada, salvo para un cierto número de productos enumerados a continuación. De manera general, está prohibido importar bienes de consumo que ya hayan sido utilizados. Existen algunas excepciones.

Procedimientos específicos de la importación: Es necesario obtener un acuerdo específico del ministerio en cuestión para los productos siguientes: bebidas, productos farmacéuticos o veterinarios, armas y municiones, así como un gran número de cosméticos, metales raros, productos radioactivos o que puedan atentar contra el medio ambiente, y el petróleo y todos sus derivados. El Ministerio de Salud controla todos los productos que puedan afectar al cuerpo humano, entre los que se encuentran los productos farmacéuticos, las vitaminas, los cosméticos y los dispositivos médicos. Estos productos solo pueden importarse y venderse en Brasil si la empresa extranjera ha creado una unidad de fabricación o una oficina

local en Brasil o si la empresa extranjera ha contratado a un distribuidor brasileño que cuenta con una autorización para importar y distribuir productos médicos concedida por las autoridades brasileñas.

Se prohíbe la importación de diferentes tipos de carnes.

Importar muestras: Las muestras importadas serán consideradas por la aduana a su valor comercial, salvo acuerdo particular en función de la cantidad y del tamaño de las muestras.

# Aranceles e impuestos a la importación

Umbral de Aduanas (de la que se requieren los aranceles): Ningún derecho de aduana se aplica a las importaciones cuyo valor CIF sea inferior a 50 USD.

Aranceles promedio (sin contar productos agrícolas: 10,73%, lo cual está dentro del promedio de los países emergentes. Encontrará los aranceles por país en la página web de la Oficina Internacional de Tarifas Aduaneras.

Productos sujetos a aranceles más elevados: Productos agrícolas, licores fermentados, equipo informático y telecomunicaciones.

Productos sujetos a aranceles menos elevados:

Miembro del <u>MERCOSUR</u> (Mercado Común del Sur: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay).

Los aranceles entre los países miembros han sido teóricamente retirados en 1994; sin embargo, existen muchas excepciones. Según el "Régimen de Adaptación" (Regime de Adecuação): bienes de capital, tecnologías de la información, el sector de telecomunicaciones, automóviles, y el sector azucarero.

La tarifa exterior común (CET) no concierne todos los productos: solo 75% de las líneas tarifarias se benefician de una tarifa única. Existe además un cierto número de productos sensibles dependiendo del país (cerca de 300 para Brasil) que están igualmente exentos de esta tarifa única.

La CET fue completamente puesta en práctica en 2006, con la estructura siguiente:

- 0% a 14% para los bienes de capital;
- -16% a 20% para el textil, los artículos de ropa, los bienes de consumo;
- -10% a 15% para la metalurgia;
- -12% a 16% para los productos agrícolas y los sectores de tratamiento de la

información y las telecomunicaciones.

Los países aplican más o menos las recomendaciones del órgano central según su situación económica. Una reexportación dentro del MERCOSUR no da derecho a una exención de aranceles: así si usted exporta un producto a Brasil para venderlo luego en Argentina, deberá pagar los aranceles brasileños y los argentinos.

Existen diferentes acuerdos aduaneros, sea entre MERCOSUR y otros países (UE, Chile y Bolivia), sea de manera bilateral entre Brasil y otros países (Chile, Pacto Andino). Brasil ha publicado en mayo de 2013 un sistema de recuperación de los acuerdos de preferencias arancelarias firmados por el país llamado CAPTA.

Clasificación aduanal: Brasil aplica el sistema Aduanero Armonizado. La nomenclatura común del Mercosur (NCM) es utilizada para ajustarse al sistema Aduanero Armonizado.

Método de cálculo de aranceles: Ad Valorem sobre el valor CIF de la mercadería. Atención, existe un cierto número de precios mínimos aplicados por la Aduana Brasileña para el cálculo de los impuestos. La mayoría de los impuestos se calculan sobre una base acumulativa.

Impuestos a la importación (excluyendo los impuestos al consumo): El costo de la importación se compone de una tasa de importación (II), de tasas sobre el valor añadido estándar (ICMS) y un impuesto que se aplica a los productos industriales (IPI). El impuesto de importación es una tasa específica consensuada para determinados productos a nivel federal y que se recauda sobre el valor CIF. En general, este impuesto oscila entre el 10 y el 35%. El IPI es un impuesto federal que se aplica a la mayoría de los productos manufacturados locales e importados. No se considera como un costo para el importador porque su valor se le devuelve. En general, este impuesto se encuentra entre el 0 y el 15%. El ICMS es un impuesto sobre el valor añadido del gobierno del estado aplicable a las importaciones y a los productos nacionales. Aunque los importadores deben pagar el ICMS al pasar los productos importados por aduana, este impuesto no les supone necesariamente un costo porque se les devuelve el valor. El índice de este impuesto varía según los estados: está entre el 7% y el 18% en el estado de São Paulo. Ciertos sectores económicos están exentos de este impuesto.

Además de los impuestos anteriores, también hay otros impuestos menores y cuotas que se aplican a las importaciones:

- Guia de Importação: 70 USD; es una cantidad fija que se paga para la obtención de una licencia de importación.
- Merchant Marine Renovación Fee (cuota de renovación de marina mercante): 25% del importe total del flete.
- Envíos por avión entre 50 y 3.000 USD sujetos a una tasa del 60% sobre el

valor FOB de la mercancía.

## Trámites aduaneros para la exportación en Brasil

## Regimenes arancelarios:

Restricciones: Los productos prohibidos o limitados para la exportación, principalmente los productos agrícolas, están listados en la página web del Ministerio de la Industria y del Desarrollo.

Impuestos a la exportación: Puede simular el coste de exportación de un producto.

Despacho de aduana de mercancías: Estar registrado ante el Secretariado de Comercio Internacional (el SECEX), poseer un número de inscripción en el Registro Nacional de Personas (CPF) o en el Registro Nacional de Impuestos (CGC). Tener también toda la documentación propia a los productos exportados, licencias, certificados de origen, facturas, así como la prueba del pedido del producto en el país de exportación.

Declaraciones necesarias: Declaración específica para los productos agrícolas, en particular los OMG.

## Control de calidad de los productos. Empresas de control de calidad:

Asociación Brasileña de Normas Técnicas Instituto Nacional de Estandarización

Consejo Nacional de la Metrología, la Normalización y la Calidad Industrial (CONMETRO) (en inglés)

#### Organizar el transporte de mercancías desde y hacia Brasil

Principales medios de transporte: El modo de transporte más utilizado en Brasil son las carreteras, que representan cerca del 85% del transporte de la población y de productos brasileños (58% del flete total). Prácticamente todas las capitales de los estados están conectadas por vías pavimentadas. São Paulo, Río de Janeiro y otros estados importantes poseen autopistas. La red de carreteras y autopistas cubre aproximadamente 1,5 millones de kilómetros, de los cuales unos 160.000 están pavimentados, lo que representa un aumento de más del 300% en las dos últimas décadas. Recientemente, se ha transferido al sector privado la explotación de varias autopistas.

La red ferroviaria, la segunda forma de transporte más utilizada, representa 22,5% del tráfico de mercancías en el país. Solo 7% de las líneas están electrificadas. La

participación de Brasil en el transporte marítimo es escasa en comparación con otros países de la región, a pesar de su enorme potencial en materia de transporte fluvial. Únicamente 13% de la mercancía se transporta por este medio. Las grandes ciudades de Brasil están bien conectadas por vía aérea. Sin embargo, el transporte de mercancías está poco desarrollado, principalmente a causa del elevado costo de este tipo de transporte.

La infraestructura de transporte en Brasil afronta numerosos retos, ya que las carreteras y los puertos necesitan ser renovados. Sin embargo, el sector de transportes en Brasil forma parte de los sectores que se han caracterizado por un mayor crecimiento económico.

#### - Por vía marítima

#### Puertos:

- Puerto de Recife
- Puerto de Santos (São Paulo)
- Puerto de Río Grande
- Puerto de Salvador
- Puerto de Río de Janeiro
- Puerto de Belém
- Puerto de Paranagua
- Puerto de Vitória
- Puerto de Itaqui
- Puerto de São Sebastião
- Puerto Fluvial de Manaos

Profesionales del transporte: Enlaces a empresas de transporte marítimo Task Logistics

Administración del transporte: Agencia Gubernamental de Transporte Marítimo

#### Por vía aérea

Aeropuertos

Página web de Aeropuertos brasileños

Profesionales del transporte: Enlaces a empresas de transporte aéreo Task Logistics

Administración del transporte: Agencia

#### Por vía terrestre

Profesionales del transporte: Enlaces de empresas de transporte terrestre Asociación Profesional de Transportadores

Administración del transporte: Agencia Nacional de Transportes Terrestres

#### Por vía férrea

Profesionales del transporte: Lista de empresas de transporte ferroviario Lista de concesionarios en la página web del Ministerio

Administración del transporte: "Agencia Nacional de Transportes Terrestres"<sup>2</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> SANTANDER TRADE PORTAL. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/brasil/entorno-legal.

# 4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

# **4.1 TIPO DE ESTUDIO**

Exploratorio.

# **4.2 PARADIGMA DE INVESTIGACIÓN**

Investigación con paradigma cualitativo.

# **4.3 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

Investigación cualitativa

# **4.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Método deductivo directo - inferencia o conclusión inmediata

# 5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

## 5.1 FUENTES PRIMARIAS, SECUNDARIAS, TERCIARIAS

Documentos existentes del tema, entrevista escrita y entrevistas orales además de observación y análisis de archivo fotográfico.

# 5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Entrevista escrita y orales, análisis de la información bibliográfica y objeto de estudio, análisis de los componentes actuales de la distribución nacional e internacional de la empresa a través de la observación y asesoría de José Nilton Sobrinho asesor académico e información confidencial brindada por la empresa.

#### 5.3 POBLACIÓN U MUESTRA POBLACIONAL

Empresa frigoCenter (Cede principal, San Gonzalo, Rio de Janeiro)

# 5.4 INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN O TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Método transductivo la información fue analizada con mi conocimiento profesional además de contar con la ayuda del conocimiento profesional de mi asesor académico, jurados y asesor empresarial.

#### 6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

"PLAN LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER EN EL PERIODO JUNIO – DICIEMBRE DEL AÑO 2016"

#### 6.1 DIAGNOSTICO INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA FRIGOCENTER.

Historia y expansión.

Foto 1. Primer equipo de trabajo de la empresa



Fuente. Este estudio

El FrigoCenter fue fundado en 1981 en Niterói, Rio de janeiro. Inicialmente, la compañía trabajó exclusivamente con los cortes de carne de pollo en el mercado de gran Niterói. En ese momento la empresa tenía una habitación fría de 50 toneladas y 3 camiones. En 1994, el FrigoCenter trasladó a Rio do Ouro, São Gonçalo lo que ahora es su planta matriz. Incluso entonces el FrigoCenter ya sirvió otros mercados y actuó con una línea de productos más diversificada, pero centrándose más en concreto de la línea de productos congelados y refrigerados. Al año siguiente el FrigoCenter cerró una gran alianza, cuando se convirtió en el distribuidor exclusivo de los productos Seara. Con esta alianza, su cartera de productos se ha incrementado considerablemente más allá de ajuste también a las exigencias de estándares modernos de la industria alimentaria y los requisitos de nivel de servicio de la industria. Con el avance de los trabajos Seara estaba proporcionando nuevas áreas de distribución abasteciendo a empresas inicialmente de la ciudad de Río de Janeiro y en todo Norte Fluminense.

La empresa percibió la importancia de contar con su mezcla de puntos de referencia en el mercado, entonces FrigoCenter buscó otras marcas líderes para representar. En año 2000 comenzó a trabajar con Costa Sur empresa de

distribución de pescado y papa congelada.

En 2002, ya con una fuerte presencia en el Norte Fluminense, FrigoCenter decidió abrir su primera oficina comercial en San Antonio de Padua, Rio de Janeiro. Así, FrigoCenter comenzó a suministrar el Fluminense Norte y parte de Minas Gerais con una mejor calidad.

En 2006 FrigoCenter abrió sus ventas de la segunda sucursal. Guarapari fue creada para satisfacer todo el estado de Espíritu Santo. En los años siguientes a la fecha FrigoCenter ha estado en la búsqueda de nuevas alianzas para la distribución de los productos y en constante evolución de sus procesos. Hoy tenemos alianzas en más líneas de productos que diversifican el mercado de la empresa.

# 6.1.1 Línea del tiempo:

- 1981 FrigoCenter comienza sus actividades en Niterói-RJ;
- 1994 Cambio de sede a São Gonçalo-RJ;
- 2002 En noviembre, abre su primera sucursal en San Antonio de Padua-RJ;
- 2003 En marzo, comienza sus actividades en el estado de Espíritu Santo;
- 2004 En julio, crea un punto de apoyo importante en Guarapari-ES;
- Celebración de cumpleaños 25 años 2006
- 2015 34 años al servicio del pueblo Brasileño

#### 6.1.2 Estructura organizacional

- Marcelo Schnetzler
- Gerente Comercial Regional de FrigoCenter
- Niterói, Rio de Janeiro, Brasil Alimentos e bebida.

Tabla 4. Estructura organizacional en portugués - Planta de almacenamiento y distribución, principal y filiales.

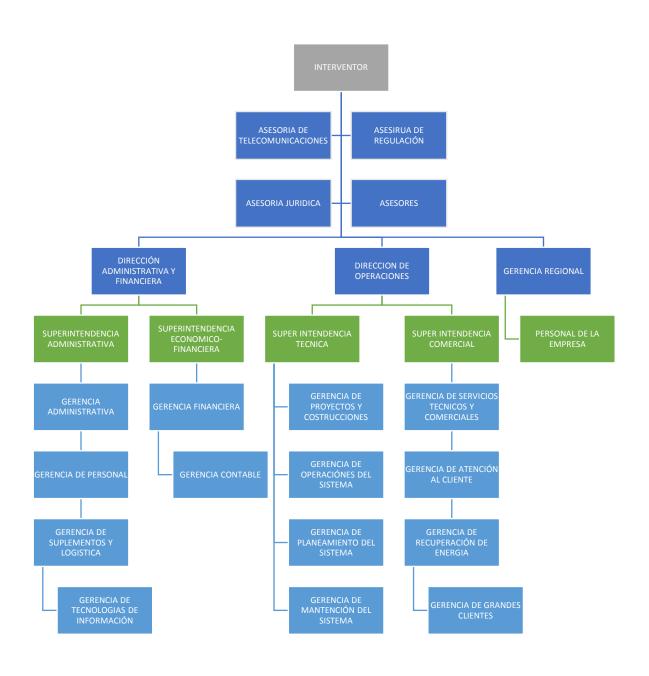


Foto 2. Página web de la empresa Distribuidora principal - São Gonçalo



Foto 3. Distribuidora principal en sao Gonçalo



Fuente. Este estudio

Situado en São Gonçalo-RJ en una parcela de 14.000m2. Situado a sólo 10 minutos del Puente Golden Gate, que trabajan a lo largo de Río Grande, Sur Fluminense y Región Lagos. Aquí se trabaja con un movimiento promedio de 1.600 toneladas por mes. Como distribuidora principal cuenta con.

1000 toneladas de capacidad de almacenamiento; 70 representantes de ventas; 06 ingenieros de ventas; 08 operadores de tele marketing; 30 camiones propios.

Foto 4. Distribuidora Padua filial



Situado en la ciudad de San Antonio de Padua-Rio de Janeiro. Situado en el estado de norte del río y bordeando Minas Gerais. Promedio de accionamiento y movimiento de carga al mes igual a 700 toneladas. Como una de las principales filiales de la empresa cuenta con:

- 600 toneladas de capacidad de almacenamiento;
- 40 representantes de ventas;
- 03 ingenieros de ventas;
- 15 camiones propios.

Foto 5. Distribuidora Guarapari filial



Está filial se encentra situada en la ciudad de Guarapai en el estado Espíritu Santo. Situada en el sureño estado de Espíritu Santo. Su promedio de movimiento de carga y distribución de mercancía es de 300 toneladas mensuales (parte de la rama de Padua). Como una filial estratégica para la expansión de la empresa esta filial cuenta con:

- 250 toneladas de capacidad de almacenamiento;
- 26 representantes de ventas;
- 02 ingenieros de ventas;
- 09 camiones propios.

# 6.1.3 Mapa de distribución actual de la empresa:

Foto 6. Mapa de distribución actual de la empresa



Fuente. Este estudio

ÁREA DE ACCIÓN DE LA EMPRESA POR ESTADOS

MG - MINAS GERAIS

ES – ESPÍRITU SANTO

**RJ – RIO DE JANEIRO** 

SP - SÃO PAULO

- DISTRIBUIDORA PRINCIPAL, SÃO GONÇALO RJ
- DISTRIBUIDORA FILIAL DE LA EMPRESA, GUARAPARI ES
- O DISTRIBUIDORA FILIAL PRINCIPAL DE LA EMPRESA, SAN ANTONIO DE PADUA RJ<sup>3</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> http://www.distribuidordealimentos.com/Página principal de la empresa frigoCenter 08/07/2016

# VENTAJAS ESTRATÉGICAS DE LA EMPRESA EN CUANTO EL DESARROLLO EN INFRAESTRUCTURA DE LA REGIÓN

#### - Vías de acceso

Amplia red de carreteras que conecta la ciudad de Río de Janeiro para el interior de Río y los demás estados de la federación. El estado fue el pionero nacional en la privatización de las operaciones de la carretera y ahora cosecha los beneficios de un sistema de mantenimiento excelente condición.

#### - Puertos

Los seis puertos estatales que se encuentran en Río de Janeiro son; Itaguaí, Niterói, Arraial do Cabo, Angra dos Reis y Mangaratiba. El puerto de Sepetiba, que opera en el municipio de Itaguaí, por sus características especiales, tales como la disponibilidad de área portuária y la profundidad del canal marítimo de acceso de envío, se está convirtiendo en el único puerto concentrador o receptor de cargas (hub port) del continente sudamericano. Este puerto opera contenedores, carbón, carros, aluminio y mineral de hierro. Las operaciones portuarias en Río de Janeiro las realiza el sector privado con los precios más competitivos del país y comparables a los de los principales puertos internacionales.

## - Aeropuertos

En el municipio de Río de Janeiro se encuentran tres aeropuertos: el Aeropuerto Internacional Antônio Carlos Jobim, con capacidad para 15 millones de pasajeros al año y la terminal de carga más grande de América Latina; Santos Dumont, en el centro de la ciudad, que opera vuelos nacionales; y el aeropuerto de Jacarepaguá para aviones pequeños.

El estado también tiene aeropuertos situados en otras ciudades: Campos dos Goytacazes, Macae, Angra dos Reis, Paraty, Resende, Itaperuna, Búzios, Cabo Frio, Marica y Nova Iguaçu. También están las Bases Aéreas del Galeón, Santa Cruz y San Pedro d'Aldeia.

#### - Energía

Energía eléctrica: Conectado con el sistema de energía eléctrica de Furnas, la fuente de alimentación es hecha por los concesionarios de capital privado: light y ampla, además de Nova Friburgo Compañía de Electricidad (Cenf), para la ciudad de Nova Friburgo, en la región montañosa.

Las inversiones de las empresas privadas en las nuevas tecnologías, nuevos equipos y calificación de mano de obra garantizan una mayor seguridad en la prestación de estos servicios a los consumidores.

# - Petróleo y gas

La posesión de casi el 90% de las reservas probadas de petróleo del país, el Estado es también su mayor productor, con un volumen actual de más de 1 millón de barriles de petróleo al día, aproximadamente el 80% de la producción nacional. Petrobras esta sitúa su edificio administrativo en este estado, además de la Agencia Nacional de Petróleo (ANP) - el regulador de la industria - y todas las compañías petroleras multinacionales que operan en Brasil. Además, el Estado posee más de la mitad de las reservas nacionales de gas, por lo que es por lo tanto extremadamente competitivo y atractivo para nuevas inversiones.

Importantes inversiones de la empresa estatal de gas (GEC), un distribuidor de gas privada en el Estado, garantiza el uso generalizado del gas como combustible vehicular e industrial. En el estado circulan unos 5 millones de vehículos que usan el gas natural como combustible.

# - Energía nuclear

Río de Janeiro es el único estado brasileño productor de energía nuclear. Además de las plantas establecidas se instalan en el estado plantas de enriquecimiento de uranio, la sede de los organismos nacionales responsables de área nuclear se encuentran en este estado. Con la puesta en marcha de la planta de Angra 2, en julio de 2000, tomó un paso importante hacia la autosuficiencia energética, va a cumplir con el 20% del consumo de Rio actual.

El Gobierno Federal está concentrando esfuerzos para facilitar la reanudación de la construcción de la central Angra 3. La entrada en funcionamiento de la tercera central nuclear y su producción, sumada a la de las plantas de Angra 1 y 2 centrales en construcción, transformarán el estado de importador a exportador de energía.

#### - Ferrocarriles

La amplia malla ferroviaria del estado es operada por MRS Logística que conecta el estado con las principales regiones productoras de Brasil y la red de trocha métrica, operado por el Ferrocarril Atlántico Central, que conecta la ciudad de Río de Janeiro al Norte Fluminense, el Espíritu Santo y el sur de Minas Gerais. Toda la red tiene operaciones gestionadas por el sector privado, incluido el transporte de pasajeros, que opera en el área metropolitana.

#### - Telecomunicaciones

Considerada la capital brasileña de telecomunicaciones, el Estado de Río de Janeiro es el hogar de las mayores empresas de servicios de telecomunicaciones móviles y fijas en el país: los portadores de larga distancia - Embratel (MCI

WorldCom) y Intelig (National Grid, France Telecom, Sprint); Además de los operadores locales Hi (antigua Telemar), Vivo (Telefónica, Portugal Telecon, Nippon Telephone, Itochu) y Claro (Grupo Algar / MG, Williams International, Corea del Sur Telecom).

De acuerdo con el mercado de la televisión por cable del país, Río es también la sede de la Red Globo, que es la cadena televisiva más abierta de la cadena de televisión del mundo y el primero en América Latina. Además, alberga el más moderno proyecto tele puerto mundo - según la Asociación Mundial de Tele puertos.

#### - Trabajo

Río de Janeiro tiene la población adulta con niveles de educación superior y mano de obra más calificada en el país, gracias a la alta concentración de universidades, centros tecnológicos y centros de investigación. Aquí se encuentran los principales centros de ingeniería, especialmente en las áreas de tecnología de la información y las telecomunicaciones, y algunos de los parques científicos más importantes de América Latina. En el estado hay centros de estudios, que forman técnicos altamente capacitados internacionalmente reconocidos. En la formación profesional, el Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial (Senai) ofrece asesoramiento de expertos, asistencia técnica y tecnológica, investigación, capacitación y desarrollo de recursos humanos como la demanda de cada sector. Para la formación y cualificación, están en el estado, 738 unidades operativas de Senai, y varias escuelas de formación profesional.

## - Estaciones Aduaneras del Interior (EADI)

Estaciones de Aduanas del Interior (EADI) se unen las terminales de uso público para la prestación de servicios y el almacenamiento de las mercancías importadas o exportadas bajo control fiscal de manipulación. "Los EADIs minimizar la longitud de atraque de la estancia de los buques y así reducir el costo de las operaciones portuarias, trayendo beneficios en la racionalización de los procedimientos de carga y descarga y la mejora de la competitividad de la comunidad de negocios de Río. En el estado de Río de Janeiro fueron aprobados tres EADIs, distribuidos estratégicamente: Resende, Nova Iguaçu y Tres Ríos".<sup>4</sup>

**6.1.3.1 Aliados comerciales de la empresa.** La empresa frigoCenter cuenta con aliados comerciales y/o empresas con diferentes marcas cada una de estas empresas y/o marcas maneja diferentes tipos de productos alimenticios, con

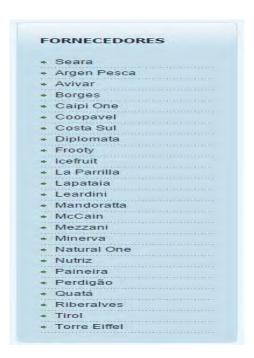
\_

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> GOBIERNO DE RIO DE JANEIRO. DESARROLLO ECONÓMICO E INFRAESTRUCTURA [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.rj.gov.br/web/sedeis/exibeconteudo?article-id=317318

diferentes necesidades de almacenamiento en frio y cuidados técnicos específicos, estos son perfectamente satisfechos con el mayor cuidado, y manejo adecuado que brinda la empresa, gracias a que esta cuenta con la tecnología necesaria, el manejo técnico e inteligencia táctica adquirida a través de los años, esto le da a la empresa frigoCenter el respaldo necesario para que los clientes o aliados comerciales, depositen un voto de confianza de su parte y den su confianza a FrigoCenter para que cuenten con la empresa como su aliado para el manejo de la logística y la distribución de sus productos en el campo de acción, de distribución y logística adecuadas, que este tipo de productos y marcas requieren de la empresa, algo para tener en cuenta es que la historia de FrigoCenter suele confundirse con sus la de sus proveedores. El diferencial de la empresa es trabajar con productos exclusivos de las mejores marcas. Cumpliendo los deberes y obligaciones para ser un distribuidor exclusivo de algunas marcas que hace que el FrigoCenter tenga una inversión y mejoría de su servicio constantemente. La empresa esta interconectada a algunos distribuidores ofreciéndoles información en tiempo real para contribuir a la mejoría de la industria a través de una mejor información. A continuación se muestran las empresas o marcas aliadas y sus respectivos productos

6.1.3.2. Empresas o marcas aliadas (fornecedores o proveedores) de frigoCenter que confían en la empresa para la distribución y logística adecuada de sus productos, y en seguida sus respectivas líneas de producto:

**Tabla 5. Principales proveedores** 



Fuente. Este estudio

#### -SEARA - SEARA

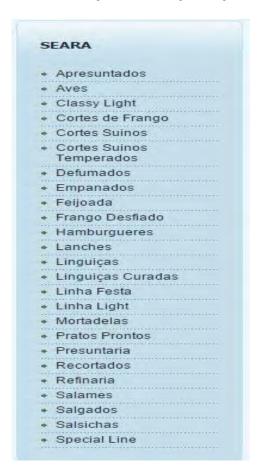
SEARA ALIMENTOS: Inaugurada en 1956, la ciudad de Seara (SC), pronto se convirtió en un gran éxito y en 2009 pasó a formar parte de la cartera del Grupo Marfrig, número uno en el mundo y líder en la industria alimenticia. Hoy Seara tiene una gran variedad de géneros y productos alimenticios. Que proporcionan un catálogo de alimentos frescos, procesados o alimentos preparados listos para el consumo.

Seara es la segunda compañía más grande de Brasil en productos de origen animal procesados, es líder en la exportación de los trozos de pollo y carne de cerdo. FrigoCenter es distribuidor exclusivo de estos productos en Río de Janeiro / Espirito Santo / Parte de Minas Gerais. También se trabaja con el modelo de representación y de promoción de la marca. En este modelo se vende y entrega directamente por Seara.

El DISTRIBUIDOR FRIGOCENTER distribuye todos los productos Seara con un contrato de exclusividad en los estados mencionados, esto le proporciona estabilidad y confianza para otras empresas y marcas ya que todos los productos de Seara que se venden en almacenes, supermercados, tiendas pequeñas o cualquier tipo de comercializador detallista, debe adquirir el producto de la marca Seara a través de la empresa frigoCenter y someterse a su cadena de distribución logística, esto le da confianza al consumidor y a las empresas contratantes de los servicios de la empresa frigoCenter.

Los productos que maneja la empresa con la marca Seara con exclusividad son:

Tabla 6. Principales productos de proveedor principal



En imágenes los productos anteriormente mencionados en la tabla 6.

Foto 7. Tomada de la página web de la empresa

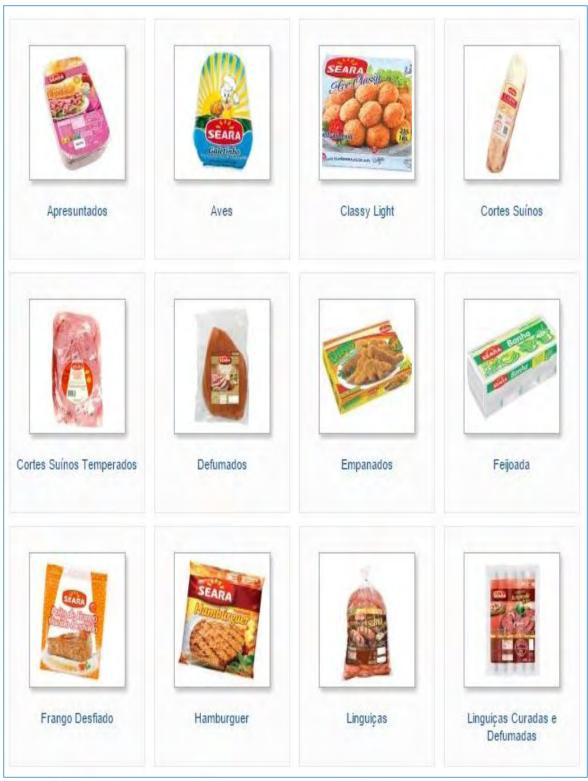


Foto 8. Tomada de la página web de la empresa



Recortados y refinaría no cuentan con imagen porque son productos derivados del corte de reses sin mayor embalaje por esta razón no son descritos en imágenes, pero se está trabajando para mejorar la imagen comercial de estos productos, es necesario resaltar estos productos, ya que Seara es un aliado muy importante para la empresa podría decirse que en escala de importancia esta como VIP en la lista de la empresa y estos productos tienen un trato especial en toda la cadena de distribución, cuenta con camiones reservados exclusivamente para la marca y un espacio en la empresa igualmente reservado exclusivamente para la marca.

# - MARCA ARGEN PESCA

Foto 9. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Con la marca argen pesca se maneja un único producto file de merluza que es el filete de un tipo de pescado congelado y embalado, este tipo de producto muy consumido en el estado de rio de janeiro y estados vecinos.

# - AVIVAR

Foto 10. Tomada de la página web de la empresa



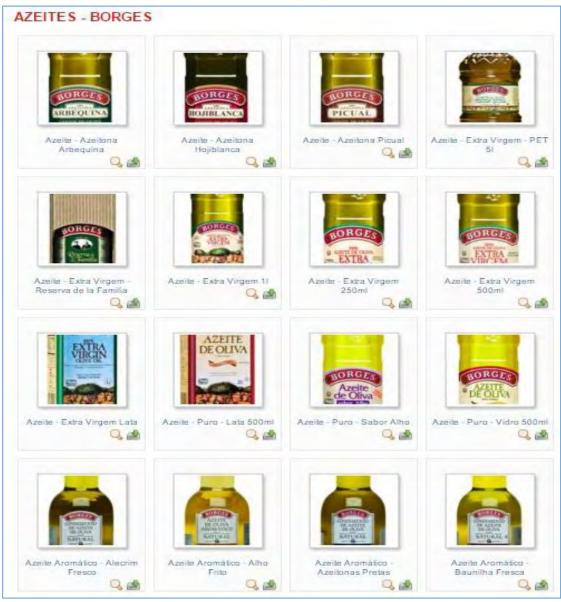
Fuente. Este estudio

Con la marca avivar se manejan los productos de las imágenes, estos se derivan del pollo y la carne de pescado frescos en estado de congelación, en diferentes

presentaciones listos para cocinar o fritar en una presentación que conserva al producto libre de contaminantes externos y en las mejores condiciones de calidad e higiene.

# BORGES

Foto 11. Tomada de la página web de la empresa



Borges Alimentos es una de las marcas más consumidas en el mundo, Borges está presente en más de 108 países, contando con 10 plantas, seis en España. En Brasil, se ofrece un menú completo de aceites y vinagres de oliva, adecuados para diferentes usos y preferencias culinarias. Entre los aceites, se destacan varietal (aceites hechos de un solo tipo de oliva) ,100% puro (ideal para freír y fritar) y el 100% puro con ajo, orgánico, aromático, kosher (preparada de acuerdo con los preceptos judíos) la Reserva de la Familia (preparado con arbequinas aceitunas con aroma frutal con notas de manzana, almendras y hierbas) y Virgen Extra Ferran Adriá, una mezcla de luz y de los aceites de oliva leves.

Hoy en día, Borges es uno de los mayores exportadores de petróleo en todo el mundo. Y FrigoCenter es el distribuidor exclusivo de Borges a Río de Janeiro. Con Borges se maneja productos que son específicamente aceites comestibles de cocina, aceites vírgenes, aceites extra vírgenes, aceites puros y aceites saborizados, estos productos cuentan con tratamiento especial al interior de la empresa por su embalaje de vidrio o materiales plásticos por su naturaleza este producto debe ser tratado como frágil y con posibilidad de contaminar otros productos si resulta con grietas o es quebrado su embalaje de vidrio por esta razón se mantiene el producto en un lugar específico de la planta fría separado de productos con los que pueda tener contacto.

#### - CAIPI ONE

Foto 12. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Caipi One es una marca de bebidas alcohólicas que tipo cachaça que es un tipo de aguardiente muy común en Brasil, esta bebida en especial la que maneja la empresa es especialmente utilizada en la fabricación de cocteles y bebidas tipo

coctel que son mesclas del licor con otro algún tipo de jugo de frutas o con otro tipo de licores más suaves para ser más apetecidos para el consumidor final, la empresa logra separar una parte de su bodega principal para mantener este producto a buen resguardo de las condiciones climáticas, gracias su naturaleza este producto no requiere de mayor refrigeración y se mantiene en la zona templada de la empresa a una temperatura fresca de 15 a 18 grados centígrados, además de una separación adecuada por ser un producto embalado en botellas de vidrio su fragilidad es una característica que la empresa tiene muy en cuenta y por esto se maneja con un cuidado especial, con montacargas eléctricos que son muy estables para depositar mercancía a bajas alturas se usan para carga y descarga de camiones además se realiza todo el almacenamiento con un proceso de manipulación especial.

### - COOPAVEL

Foto 13. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Con la empresa Coopavel se manejan todo tipo de cortes de carne animales de tipo bovino, porcino, y aves en general, la empresa desde sus inicios trabajo con este tipo de productos esto hace de la empresa frigoCenter experta en la manipulación, almacenamiento y distribución de este tipo de productos, se cuenta con bodegas de almacenamiento en frio con suficiente espacio para tener una movilidad del personal manipulador de esta mercancía y que este proceso se lleve con agilidad ya que son productos que por su naturaleza requieren mantener la cadena de frio, cuentan con un embalaje que hace que no estén expuestos a el

ambiente externo, pero de cualquier manera es un producto muy sensible a contaminantes del ambiente por esta razón se requiere agilidad en su proceso de cargue descargue y embodega miento o almacenamiento, para este tipo de producto se despeja cualquier objeto que pueda interrumpir con la agilidad de los encargados de la logística interna, este producto además de cuenta con horarios establecidos para la carga y descarga todo el proceso de carga o descarga debe realizarse de la manera más rápida y la empresa frigoCenter es conocida por su excelente manejo de tiempos en todo el proceso de almacenamiento en productos de esta naturaleza gracias a la capacitación continua de sus empleados en temas sobre la conservación de productos de este tipo y su manipulación.

#### - COSTA SUL

Foto 14. Tomada de la página web de la empresa



COSTA SUR ha estado funcionando durante 14 años en el mercado de pescado e invierte en calidad, tecnología y recursos humanos. En su nuevo parque industrial Navegantes-SC, el pescado y los mariscos se lavan, se inspeccionan y se someten a un riguroso proceso de selección. FrigoCenter es distribuidor de Costa Sur en los estados de Río de Janeiro y Espirito Santo.

De esta empresa se distribuye todo tipo de productos marinos congelados y embalados, al ser productos provenientes del mar se tiene con ellos el cuidado especial requerido para mantener la cadena de frio, y son productos que por su naturaleza deben conservase intactos en su presentación un ejemplo es el camarón que debe conservarse entero para que el consumidor final se sienta satisfecho y pueda utilizar el producto para la presentación que el deseé, por esta razón la carga y descarga del producto se realiza con maquinaria liviana montacargas eléctricos y montacargas mecánicos ágilmente.

# - DIPLOMATA

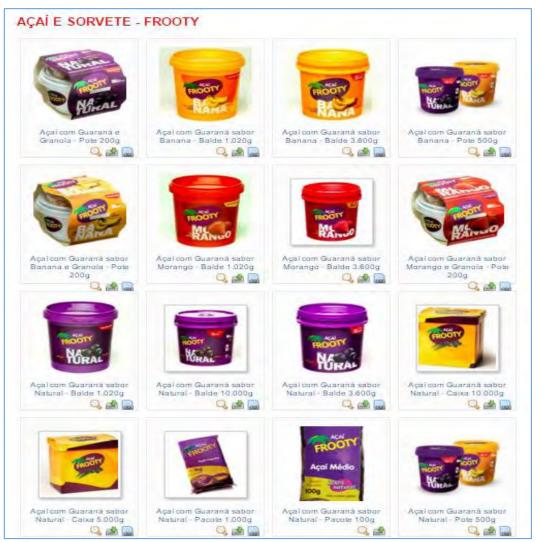
Foto 15. Tomada de la página web de la empresa



Con la marca Diplomata se manejan en la empresa carnes provenientes de res y pollo congeladas y embaladas, además de productos derivados de la leche los cuales son quesos especiales, con estos productos se tiene el manejo especial que cada uno de estos requiere en almacenamiento y logística, tanto para los productos cárnicos como para los derivados lácteos siendo destacable siempre la agilidad y rapidez con la que se deben manejar para mantener la cadena de frio.

#### FROOTY

Foto 16. Tomada de la página web de la empresa



La fábrica de Frooty tiene certificados de calidad, HAACCP y el Manual de Buenas Prácticas de Manufactura. La pulpa de açaí pasa por varios procesos para su producción, para garantizar la seguridad total de alimentos a los consumidores. Frooty es una empresa especializada en la producción de un tipo de raspado o helado de açaí y banano que se conoce como açaí muy consumido en Brasil, además Frooty distribuye helado y açaí de diferentes sabores de frutas tropicales que son muy atractivos al consumidor típico brasileño, la empresa tiene un especial cuidado con este tipo de productos ya que deben mantenerse congelados con temperaturas de -10 grados centígrados y menores para que las frutas que contiene el producto se mantengan en condiciones especiales de conservación esto es algo esencial en este producto, de permanecer descongelado por una mínima cantidad de tiempo el producto se considera en pérdida total esto hace del producto un producto sensible en extremo a los cambios de temperatura.

## - MAISA ICEFRUIT

Foto 17. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Marca de referencia en el mercado de pulpa congelada Maisa Icefruit funciona con la mayoría de estándares de calidad y un mejor rendimiento. Marca es parte del líder Benassi Grupo en Brasil en el comercio de frutas. FrigoCenter es el distribuidor exclusivo en toda su zona de operaciones.

Con la empresa Icefruit se manejan en la empresa productos derivados del sumo de fruta, diferentes frutas tropicales son requeridas para la fabricación de estos productos al llevar a cabo un proceso en el cual se extrae el sumo o pulpa de la fruta y se depositan en un embalaje protector y contenedor, este producto es de fácil manejo en la empresa no requiere mayores cuidados, el producto por su naturaleza no requiere congelación, aunque son zumos de frutas diferentes se almacenan a temperaturas iguales las cuales son capaces de conservar todo tipo de frutas sin discriminación y no necesariamente debe ser conservada esta mercancía a temperaturas bajo cero según la época del año.

#### - LA PARRILLA

Foto 18. Tomada de la página web de la empresa



Con la empresa la parrilla se manejan en la empresa productos cárnicos provenientes de carne de cordero embalados y congelados, la empresa es especializada en el manejo productos cárnicos provenientes de cualquier animal y cualquier tipo de corte que se maneje en la carne del animal, por esta razón la empresa está totalmente preparada para el almacenamiento de este tipo de carne, se requiere una refrigeración y manejo especial para la no contaminación con bacterias y con olores o sabores de otros productos que se manejan en la empresa por esta razón se almacenan en la sección de carnes.

#### - LA PATAIA

Foto 19. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

La marca de dulce de leche la pataia este es considerado el mejor dulce de leche de Uruguay y uno de los mejores del mundo, la marca la pataia ocupa el mismo estatus o posición que la marca hacvanna en Argentina, esta marca de dulce de leche es usada en McDonals Uruguay como un ingrediente para sus postres, gracias a los procesos que se manejan en la empresa y el reconocimiento internacional de frigoCenter es hoy en el distribuidor exclusivo de la marca la pataia en los estados que distribuye sus productos frigoCenter esto hace de la empresa ser más reconocida nacional e internacionalmente y al ser un distribuidor exclusivo de la marca le da el derecho sobre la marca en todo Brasil, esto quiere decir que en cualquier lugar del país que se consuma esta marca debió pasar primero por alguno de los distribuidores principal o filiales de la empresa, además

la empresa es responsable por el cuidado de toda la cadena de distribución logística a todos los puntos de venta, esto le da a la empresa una responsabilidad especial con esta empresa aliada.

## - LEARDINI

Foto 20. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

con la marca de pescado Leardini se manejan en la empresa 3 productos o frutos del mar camarón, filete de merluza, y filete de salmón congelados y embalados, estos productos son manejados con el cuidado especial que la cadena de frio requiere mara ser mantenida y la rapidez y prontitud que requieren productos de origen marino para su conservación y frescura, su almacenamiento en la empresa se deja en manos de personal capacitado para estos productos para ser depositados en un área de la empresa reservada para este tipo de productos (productos de mar).

## MANDORATTA

Foto 21. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Con la marca Mandoratta se manejan productos derivados de la harina de yuca congelados y embalados, listos para fritar, por su naturaleza este producto no necesita mayores cuidados pero se mantiene en temperaturas bajo cero por ser un producto de origen vegetal que necesita conservar la integridad física y orgánica del producto, por su embalaje no requiere cuidados especiales en cuanto a inocuidad o sensibilidad a contaminación con otros productos, por estas razones estos productos requieren un cuidado considerado bajo en la manipulación pero como todos los productos de la empresa se tiene un trato especial para conservarse como salió de la fábrica de origen hasta llegar al consumidor final.

# - MCCAIN

Foto 22. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

En Buenos Aires (Argentina), se encuentra la industria Fried Potatoes Súper congeladas McCain. Las exportaciones se hacen a Brasil, Uruguay, Paraguay y

Chile. Todos los días se procesan las mejores papas de campo. FrigoCenter importar los productos directamente de McCain. Y es el distribuidor exclusivo de los productos de venta al por menor para todo el estado de Río de Janeiro.

Los productos Mc Cain son reconocidos mundialmente por ser los que manejan la mejor calidad de papas fritas y para fritar en el mercado, la empresa frigoCenter es privilegiada al tener estos productos en sus frigoríficos, por ser un socio de tal importancia la empresa le da un trato diferenciado a este producto en cuanto a manipulación y conservación del mismo, manejándolo con el mayor cuidado para conservarlo en perfectas e intactas condiciones.

#### MEZZANI

Foto 23. Tomada de la página web de la empresa



Empresa moderna que siempre invierte en nuevos equipos y maquinaria para continuar vigente en el mercado, Mezzani busca innovar sus productos con el fin de ofrecer comida de calidad.

Mezzani es una marca de productos de preparación en microondas o de preparación rápida con una cocción fácil, estos productos son fabricados con pasta, queso y diferentes tipos de carnes para el almacenamiento de estos productos se requiere temperaturas bajo cero y cuidados especiales para que el producto llegue integro al consumidor, al ser productos a base de pasta son productos que tienen la tendencia a quebrarse en su interior esto perjudicaría la presentación final del producto por esta razón debe tenerse el mayor cuidado para esto se lo cataloga como un producto frágil para tener el cuidado necesario en su manejo.

#### MINERVA

Foto 24. Tomada de la página web de la empresa



El grupo MINERVA consta de tres complejos industriales, que juntos deshuesan 18.000 cuartos de res y cerdo por días y generan 5.000 puestos de trabajo directos. En 1992, el grupo decidió invertir en la industrialización de la carne y productos cárnicos desde ahí ofrece sus productos de alta calidad a los cinco continentes.

Este grupo empresarial comercializa cortes de carne provenientes de res y cerdo congelados y embalados, estos productos por su naturaleza requieren especial cuidado para no ser contaminados tanto en inocuidad sanitaria como en olores que afecten la calidad del producto por esta razón la empresa tiene el mayor cuidado agilidad y rapidez, para que los productos de naturaleza de este tipo permanezcan en las mejores condiciones, aspectos por los cuales la empresa es reconocida.

#### NATURAL ONE

Foto 25. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Natural One es una marca de productos de origen natural en específico jugos de frutas, su contenido es en un alto porcentaje de zumo de frutas y agua filtrada, por su naturaleza requiere cierto porcentaje de refrigeración para mantener fresco el

producto, este tipo de producto no requiere congelación ya que cuenta con conservantes artificiales y cuenta con un embalaje plástico que hace que sea un producto con el cual se puede llevar a cabo una manipulación sin cuidados especiales, pero la empresa le da un trato especial como a todos los productos y marcas que confían en la empresa.

#### - NUTRIZ

Foto 26. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Nutriz es una marca de vegetales embalados pre cosidos o que requieren poca o ninguna cocción para su consumo, por su naturaliza vegetal requieren ser refrigerados para conservarlos frescos para el consumo, Nutriz confía para el almacenamiento y distribución logística en la empresa frigoCenter por su reconocimiento a través de los años.

## - PAINEIRA

Foto 27. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Paineira es una empresa que prepara, embala y congela productos cárnicos de res y cerdo para el consumidor, por ser productos con un embalaje especial y resistente su cuidado es menor a productos que están más expuestos al medio amiente pero son productos en los que se maneja la cadena de frio y almacenamiento a temperaturas bajo cero porque así lo requiere el producto por su naturaleza, puede mencionarse que la empresa es especializada el manejo de estos productos.

# - PERDIGÃO

Foto 28. Tomada de la página web de la empresa



Fuente. Este estudio

Perdigão es una empresa especializada la producción de cortes de carne de res el producto es sensible a contaminantes externos por esta razón se tiene un cuidado especial en su manejo a través de no tener contacto directo con las personas que

manipulan el producto, y trabajar con estos productos de forma ágil y efectiva además de mantener la cadena de frio, la empresa cuenta con bodegas especiales para productos de esta naturaleza como antes se ha mencionado la empresa desde su origen maneja este tipo de productos.

# - QUATÁ

Foto 29. Tomada de la página web de la empresa



Quatá es una marca que se especializa en la producción de derivados lácteos como queso de diferentes calidades y de renombres internacionales, por su naturaleza láctea este producto requiere un manejo especial en cuidado de temperatura y conservar la forma del producto intacta hasta llegar al consumidor final, la empresa tiene un manejo especial en productos de esta marca siendo almacenados a bajas temperaturas y manejado con equipos especiales de manipulación para no alterar la forma del producto esto a través de montacargas mecánicos de tracción eléctrica además la empresa cuenta con un espacio al interior de la empresa destinado a este tipo de productos para que no sufran contaminación por otros productos que maneja la empresa.

#### RIBERALVES

Foto 30. Tomada de la página web de la empresa



Líder mundial en el mercado de bacalao y marca líder con el 60% del mercado de bacalao desalado en Portugal. FrigoCenter es importador y distribuidor de Riberalves en toda su zona de operaciones.

Riveralves es una marca de productos de origen marino procesados congelados y embalados listos para fritar son productos que requieren poco esfuerzo por el consumidor para su preparación, tienen un embalaje que le da resistencia e inocuidad para su almacenamiento por estas razones es un producto que no requiere mayores cuidados en su manipulación pero como cualquier producto de los aliados comerciales de la empresa se tiene un trato y manejo especial en la cadena de distribución logística, además de un especial y diferenciado trato en cuanto al requerimiento de refrigeración bajo cero y mantención de cadena de frio.

#### - TIROL

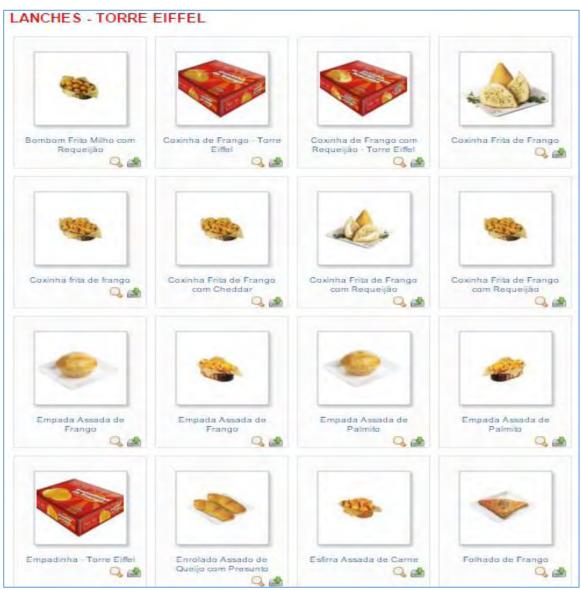
Foto 31. Tomada de la página web de la empresa



La marca Tirol produce derivados de lácteos como dulces, mantequilla y quesos de diferentes clases estos productos son manejados dándoles un trato especial en la empresa en el espacio dedicado a estos productos para que sean manteniendo a la temperatura ideal para conservarlos frescos para el consumidor final, además de una separación especial para que no tengan el peligro de ser contaminados por olores o sabores de otros productos que la empresa maneja.

## TORRE EIFFEL

Foto 32. Tomada de la página web de la empresa



Torre Eiffel es una marca que produce diferentes tipos de bocadillos para microondas, fritar o azar, se producen con diferentes tipos de harinas y carnes por su naturaleza estos productos requieren congelación y se manejan a temperaturas bajo cero con cuidados especiales para mantener integra la forma y la presentación del producto, el personal encargado del manejo de estos productos tiene capacitaciones para que no tengan dudas en el proceso de almacenamiento y organización al interior de las bodegas frías ya que este producto como todos los mencionados anterior mente requiere agilidad en su proceso de almacenamiento para mantener una logística coordinada y eficiente.

# 6.1.4 Descripción de los procesos internos:

# **6.1.4.1 Procesos importantes**

**6.1.4.1.1 Cadena de frío.** La cadena de frío es una cadena de suministro de temperatura controlada. Una cadena de frío que se mantiene intacta garantiza al consumidor que el producto de consumo que recibe se ha mantenido dentro de un intervalo de temperaturas durante la producción, el transporte, el almacenamiento y la venta. Podemos encontrar un ejemplo de la cadena de frío en la industria farmacéutica, donde, al pasar por la serie de elementos y actividades necesarias, se debe garantizar la potencia inmunizante de las vacunas, desde su fabricación hasta la administración de estas a la población.

**Usos:** Las cadenas de frío se emplean en el abastecimiento de alimentos y de productos farmacéuticos, así como en la distribución de productos químicos. Una de los intervalos de temperatura permitidos en las cadenas de frío en las industrias farmacéuticas es de 2 hasta 8 °C. Sin embargo, las temperaturas dependen en gran medida del tipo de producto abastecido en la cadena y de los requisitos del fabricante. Uno de los medicamentos más empleados es el de las vacunas. En el caso de los alimentos, se pretende que microorganismos más perjudiciales detengan su actividad (habitualmente lo hacen a temperaturas de –7 °C).

Foto 33. Cadena de frio



**6.1.4.2 Perecederos.** Se conoce como alimentos perecederos a aquellos que inician su descomposición de manera rápida y sencilla. Este deterioro está determinado por factores como la temperatura, la presión o la humedad.

Las verduras y las frutas, si no han atravesado ningún proceso, se consideran alimentos perecederos, ya que deben conservarse en frío y consumirse antes de determinada fecha (la fecha de caducidad o fecha de vencimiento) para evitar que se descompongan y se echen a perder.

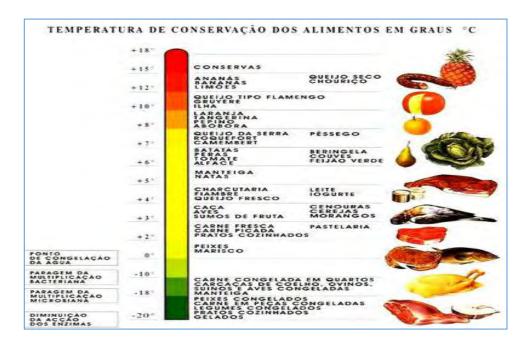
Las bacterias y los hongos están entre los microorganismos capaces de destruir los alimentos perecederos. Estos alimentos frescos cuentan con enzimas que favorecen la degradación y que alteran el sabor y la textura, entre otras características.

Otra categoría de alimentos son los semi-perecederos, que también se deterioran con relativa facilidad aunque permanecen a salvo de los daños por más tiempo. Entre estos alimentos pueden mencionarse a los tubérculos y las nueces.

Para conservar los alimentos perecederos, la mejor opción es utilizar heladeras (también conocidas como frigoríficos o refrigeradores) o congeladores, que ofrecen un entorno con bajas temperaturas.

Otra posibilidad es incluir aditivos químicos como sales o ácidos en los alimentos para evitar el desarrollo de microorganismos. De esta forma, los alimentos logran conservar sus propiedades nutricionales durante más tiempo.

Foto 34. Temperatura para mantener cadena de frio



6.1.4.2.1 Desarrollo de microorganismos que afectan a los productos de la empresa. El crecimiento de microorganismos patógenos durante el transporte de los productos alimenticios es un factor de riesgo muy importante que debe ser tomado en cuenta en la formulación de las condiciones apropiadas de transporte. Hay diferentes tipos de microorganismos que pueden desarrollarse en los productos alimenticios. Teniendo en cuenta diferentes factores y diferentes productos alimenticios intrínseco a estos hay crecimiento microbiano gracias a (por ejemplo, contenido de aqua, la acidez, composición química de los alimentos, la estructura biológica, el potencial de oxidación-reducción) (Baptista, P., Venancio, A., 2,003) y los requisitos específicos de cada organismo, cada producto alimenticio es susceptible al desarrollo un conjunto de microorganismos patógenos específicos (Bautista, P., 2006). También hay un conjunto factores extrínsecos que afectan el crecimiento microbiano (Baptista, P., Venancio, A., 2003): Temperatura, la humedad relativa y la composición del medio. De éstos, la temperatura es el factor más importante para el mantenimiento temperaturas por debajo de ciertos valores constituye una barrera para el crecimiento de microorganismos en general y de los agentes patógenos particulares. Tabla 1.1 muestra la temperatura mínima, máxima y óptima de crecimiento microorganismos patógenos en los alimentos, siendo obvio que las temperaturas cercanas a 0 ° C (grados centígrados) la mayoría de los patógenos no se desarrollan.

Tabla 7. Temperaturas mínimas y máximas de crecimiento de patógenos en alimentos

MICRORGANISMOS	MINIMA (°C)	MÁXIMA ("C)	ОРТІМА (°С)
Bacillus cereus	5	-55	28 - 40
Campylobacter spp.	32	45	42 - 45
Clostridium batulinum tipo A e B =	10 - 12	50	30 - 40
Clostridium botulinum tipo E ≈	3 - 3.3	45	25 - 37
Clostridium perfrigens	12	50	43 - 47
Escherichia cali Entero-toxigénico	7	46	35 - 40
Listeria monocytogenes	o	45	30 - 37
Salmonella spp.	5	45 - 47	35 - 37
Staphylococcus aureus: crescimento	7	48	35 - 40
foxinas	10	46	40 - 45
Shigella spp.	7	46	40 - 45
Vibrio choleree	7	45 - 47	37
Vibrio parahaemolyticus	10	43	37
Vibrio vulnificus	8	43	37
Yersinia enterocolitica	-1	42	28 - 30

**6.1.4.3** ¿quién supervisa la empresa frigoCenter?. La seguridad alimentaria es la responsabilidad de todos los involucrados, desde los productores, la industria y el comercio. Sin embargo, la responsabilidad de la supervisión es la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA), que responde al Ministerio de Salud. ANVISA establece normas, evalúa las condiciones y supervisa la calidad de los alimentos que serán o ya están disponibles para el consumidor a través de visitas en la investigación de los establecimientos y de laboratorio.

La cadena de frío es esencial para la conservación de los alimentos y por lo tanto para nuestra salud, ya que garantiza la calidad de los productos que llegan todos los días a nuestra mesa.

La refrigeración y congelación son las dos técnicas más ampliamente utilizadas y eficientes para el almacenamiento y conservación de los productos perecederos. Por lo tanto, en el momento de la compra por los clientes la comida debe conservar todas sus características a través de estos procesos, lo que contribuye a una mejor conservación de los productos.

Foto 35. Temperatura para mantener cadena de frio símbolo de la agencia nacional de vigilancia sanitaria en Brasil



# - Metodología y regula miento de alimentos perecederos

De acuerdo a la Resolución ANVISA BRASIL- N275 RDC, de 21 de octubre del 2002.

Se dio a conocer el Reglamento de los Procedimientos Estandarizados Técnicas de Funcionamiento aplicado a comerciantes Productores / industrializadores y Alimentos Lista de verificación de Buenas Prácticas de Manufactura en Establecimientos productores / industrializadores de Alimentos.

El Consejo de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria en el uso de sus poderes que le confiere el art. 11, inciso IV del Reglamento de la ANVISA aprobado por el Decreto N ° 3029 de 16 de abril de 1999, c / co parágrafo 1 del art. 111 de los Estatutos aprobados por la Orden Administrativa 593, de fecha 25 de agosto de 2000, reeditado en la Gaceta Oficial del 22 de diciembre de 2000, en una reunión celebrada el 16 de octubre de 2002, teniendo en cuenta la necesidad de la mejora constante de las medidas de control sanitario en el área de alimentos, destinada a proteger la salud de la población; teniendo en cuenta la necesidad de armonización de la inspección sanitaria en la acción de almacenamiento,

fabricantes de alimentos / industrialización en todo el país; teniendo en cuenta la necesidad de complementar el reglamento Técnico sobre higiene, condiciones sanitarias y buena prácticas de manufactura para establecimientos productores / industrializadores alimentación; teniendo en cuenta la necesidad de desarrollar un instrumento genérico para la verificación de Buenas Prácticas de Manufactura aplicable a los productores / industrializadores establecimientos de comida; teniendo en cuenta que la lista de verificación se limita específicamente a mejores prácticas para la fabricación de alimentos; mientras que la actividad de inspección sanitaria debe complementarse con la evaluación de las necesidades sanitarias en relación con el proceso de fabricación, así como otros aspectos necesarios; mientras que los establecimientos podrán utilizar nomenclaturas para los diferentes procedimientos operativos estándar la adoptada en el anexo I de la presente resolución, a condición de que cumpla con el contenido especificado en el mismo, adopta la Resolución de la siguiente junta colegiada y yo, el Presidente, determinan su publicación.

En cuestión a embalajes: Embalajes y materiales que entren en contacto con alimentos pueden transferir sustancias que pueden presentar riesgos para la salud de quienes consumen estos alimentos. Por eso ANVISA regula estos materiales mediante el establecimiento de requisitos para asegurar la utilizar estos productos de forma segura. El poder de regular esta cuestión se establece en Il del parágrafo 1 del Art. 8 de n.9.782 / 1999 Ley de tema. (Todos los productos que entren en la empresa para ser almacenados y posteriormente distribuidos deben ceñirse o someterse a esta norma de lo contrario la empresa frigoCenter no se hará cargo de estos productos), las leyes sobre embalaje están disponibles en el portal de ANVISA (www.anvisa.gov.br) en: Proteção à saúde> alimentos > legislação > legislação horizontal > embalagens.

**6.1.4.4 Manejo de la cadena de frio en la empresa frigoCenter.** En la empresa frigoCenter se tiene claro el efecto conservador del frío que se basa en la inhibición total o parcial de los agentes clave responsables de la alteración en los alimentos. Cuanto menor sea la temperatura, menor es la acción química, enzimática y el crecimiento microbiano. El uso de bajas temperaturas en la conservación de alimentos también actúa como un factor importante en el mantenimiento de preservación de las características de valor como físicas y nutricionales de los alimentos. El proceso de conservación por el frío se produce de dos maneras:

- Refrigeración: la conservación a corto plazo;
- Congelación: conservación a largo plazo.

Para utilizar estos procesos para el almacenamiento de alimentos debe considerarse puntos importantes como la buena calidad del producto, ser sometido a bajas temperaturas después de la cosecha, masacre o su preparación,

y permanecer en esa cadena de frío hasta el momento de consumo, frigoCenter está presente desde la recolección de estos productos a través de camiones con condiciones especiales que permiten mantener o iniciar con el proceso de estabilizar la temperatura para conservar este tipo de productos (alimenticios).

- **6.1.4.5 Proceso de enfriamiento.** Se almacenamiento a bajas temperaturas entre -1 ° a 8 ° C. Este proceso conserva las características del producto in natura es un método temporal de la conservación. Por lo general, se utiliza en combinación con otras técnicas, o materias primas se produce en espera para su procesamiento. Los factores que deben ser considerados durante el almacenamiento en refrigeración son:
- Temperatura: eso dependerá del tipo de producto, el tiempo y las condiciones de almacenamiento;
- Humedad relativa: se está relacionado con la calidad del producto debido a la humedad proporcional y un valor bajo de deshidratación de los alimentos además de un crecimiento o una muy alta facilidad de crecimiento microbiano.
- La circulación del aire: esta permitirá el mantenimiento de la temperatura y la composición en un ambiente uniforme. Se debe renovar todos los días este aire para evitar la formación de olores desagradables por los diferentes productos almacenados en el mismo lugar.
- Luz: debe mantenerse la habitación o el recinto de almacenamiento a oscuras.
- Composición de almacenamiento atmosférica: puede potenciar el efecto de la conservación por el frío, controlar el almacenamiento en atmósfera.
- **6.1.4.6 Proceso de congelación.** Esta es la operación en la que la temperatura de un alimento se reduce por debajo de su punto de congelación y parte del agua se somete a cambios en su estado, se convierte en hielo. Es un método para el almacenamiento a largo plazo y debe cumplir Si la cadena de frío (desde la producción hasta proceso de consumo). Su principio de preservar una temperatura baja combinada con una conservación en los alimentos actividad que contienen agua, y una baja actividad de la enzima debido a las bajas temperaturas. Las temperaturas están por debajo de 0 ° C, por lo general se lleva a cabo a -18 ° C, esta elección en la empresa dependerá del tipo de alimento o producto a conservar.

La congelación puede ser lenta o rápida, dependerá de la velocidad de congelación. La congelación lenta toma de 3 a 12 horas para aparecer, y habrá una disminución de la temperatura de forma gradual. En primer lugar habrá la

formación de cristales de hielo en los espacios intracelulares que estimulará la migración de agua en las células, que conduce a aumentar el tamaño de los cristales. Pero cuando descongele los alimentos que hayan sido sometidos a congelación lenta es una decepción al encontrar las características nutricionales y organolépticas reducidas por este método.

En la congelación rápida con la que la empresa trabaja la comida se somete a un muy repentino descenso de la temperatura, y el agua presente en los espacios intracelulares se congela rápidamente. Y en este caso, durante el proceso de descongelación no puede identificar cualquier tipo de cambios en la calidad de la comida esto quiere decir que el proceso mantiene intacto el producto. Se utilizan a temperaturas entre -25 ° C y -40 ° C para efectuar la congelación y después el producto se almacena a -18 ° C.

**6.1.4.7 Seguridad alimentaria.** Garantizar la seguridad alimentaria de los productos de la empresa en los establecimientos en que suministran a un gran número de consumidores es muy importante. Consumidores tales como; restaurantes, supermercados y frigoríficos filiales, es ejemplo la empresa frigoCenter en este campo ya que en cada eslabón de la cadena de los productos que distribuye se tiene un cuidado especial en el momento de almacenamiento y resguardo de productos alimenticios.

La conservación por refrigeración, lo que también se puede aplicar en las vacunas, se denomina mundialmente como red o cadena de frío. Se compone de todo el proceso, desde el diseño, almacenamiento y transporte del producto, conservando todas las condiciones de refrigeración y garantizar la calidad de los alimentos perecederos, tanto animal, como vegetal. Con esta técnica, controlamos la proliferación de bacterias y las reacciones químicas de descomposición de este tipo de productos.

Si la cadena de frío recibe un aumento de temperatura, independientemente del lugar donde se producen, las características de los alimentos pueden ser afectados, sin posibilidad de recuperación. Es decir, si el producto está dañado, el proceso de enfriamiento no revierte la situación. Para que la comida llegue a la etapa de venta al consumidor final con buena calidad, es necesario que el transporte se haga correctamente.

**6.1.4.8 Transporte y distribución.** El transporte es otro factor muy importante en el suministro o distribución de la mayoría de alimentos y debe garantizar el estado natural y la calidad de los productos, los cuales son refrigerados o no. Los alimentos perecederos requieren control de temperatura más preciso y adecuado a la normativa específica. Estos son reguladas por el Acuerdo sobre el transporte internacional de productos alimenticios perecederos (Acuerdo sobre el transporte

de los alimentos perecederos - ATP), que tiene por objeto garantizar las condiciones de consumo. El transporte debe realizarse en vehículos aislados, frigoríficos, frigoríficos o caloríficos, dependiendo de cada situación.

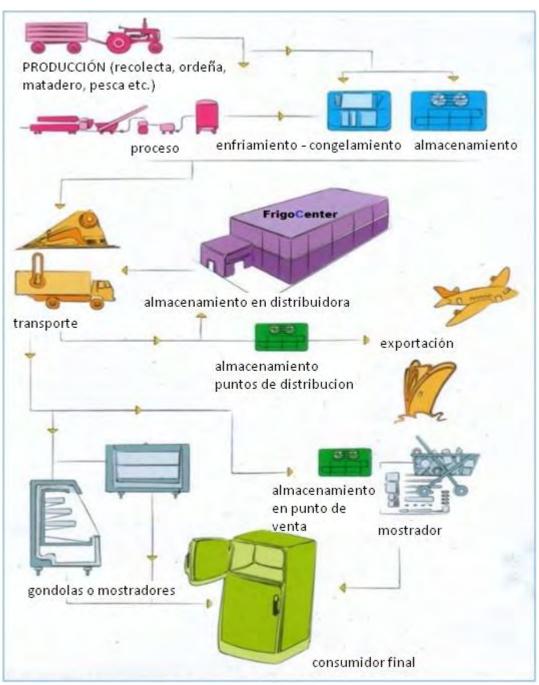
Acuerdo sobre el transporte internacional de productos alimenticios perecederos (ATP)

Desarrollado por el Comité de Transporte de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa, el ATP es un conjunto de reglas y normas que deben aplicarse en el transporte internacional de alimentos perecederos, por carretera, ferrocarril y mar. El propósito de este acuerdo es poner en práctica los requisitos que garantizan la seguridad de los productos perecederos a transportar a los que la empresa se somete.

ABNT reglas para el transporte de alimentos perecederos: Hay algunas reglas adicionales que frigoCenter debe seguir, tanto para el equipo de refrigeración, como para el aislamiento térmico. Entre ellas, la norma 15457, que "especifica los requisitos de rendimiento térmico para cuerpos aislados térmicamente, con o sin unidad de refrigeración, para el transporte de mercancías perecederas por carretera". Y la norma 15.773, que "establece para el equipo de enfriamiento por el dispositivo de almacenamiento de calor utilizado en los vehículos de transporte refrigerado, procedimientos de prueba y los métodos de cálculo correspondientes para la determinación de las capacidades de almacenamiento útiles, con el fin de generar resultados utilizables la clasificación estándar de establecimiento o aplicación de clasificación ".

# 6.1.4.8.1 Esquema logístico del manejo de la cadena de frio de los productos de la empresa:

Foto 36. Proceso logístico de distribución internacional en la empresa frigoCenter



**6.1.5** Las temperaturas ideales para la conservación. Comprobar la temperatura; La temperatura es uno de los factores más importantes en la fabricación, preparación y almacenamiento de alimentos. El uso de temperatura inadecuada tiene el efecto opuesto y facilita el deterioro. Los dos tipos de frío para la conservación son enfriando y congelando. Cada uno encaja el tipo de alimento y la vida útil requerida. Así que la comida se enfría correctamente, la temperatura correcta está entre 0 ° C y 7 ° C. Y para una congelación completa, la temperatura debe estar por debajo de -18 ° C.

Foto 37. Proceso de control de temperatura



Fuente. Este estudio

Las temperaturas recomendables para cada tipo de alimento en la empresa FrigoCenter son:

Productos lácteos (yogur, queso cottage, leche del día, la mantequilla y la margarina): 0 ° C a 5 ° C, a esta temperatura se manejan también jugos de frutas náurales con o sin conservantes con o sin contenido de pulpa de frutas.

- Carnes (carne y productos congelados): menos de -18 ° C.
- Carnes (carne fresca, aves de corral, precocidas, jamón, salchichas etc.): 0 ° C
   a 5 ° C.
- Pescado congelado: menos de -18 ° C.
- El pescado fresco: 0 ° C a 3 ° C
- Huevos frescos: 0°C a 15°C.
- Huevos pasteurizados: 0 ° C a 3 ° C
- Frutas y hortalizas frescas: 7 ° C a 10 ° C.

Frutas y hortalizas congeladas: menos de -18 ° C.

**6.1.5.1. Congelación por refrigeración.** El proceso de enfriamiento se utiliza para el almacenamiento temporal de los alimentos. En este caso, el tiempo de retención es más corto, pero las propiedades sensoriales y nutricionales no son tan afectadas.

Dado que el proceso de congelación se utiliza para un almacenamiento más prolongado de los alimentos. Se transforma el agua del producto en hielo, haciendo que el producto tarde más para deteriorarse.

**6.1.6.** La importancia del transporte de los productos en la empresa frigoCenter en las cadenas alimentarias. En realidad, la distribución de productos al consumidor, desde su origen en la producción primaria, hasta el consumidor final va más allá del componente de transporte de la seguridad alimentaria. La empresa tiene que garantizar toda la gestión de la actividad logística que implica:

- Transporte;
- Manipulación de alimentos y el almacenamiento y la conexión con los procesos de producción;
- La distribución del producto final a los frigoríficos filiales, mercados, restaurantes, clientes en general etc.;
- El servicio post-venta, incluida la gestión de las devoluciones y retirada de productos;

Y son además son metas de acuerdo a plazos y tiempos establecidos para garantizar la seguridad alimentaria. De hecho, en toda la logística se requiere la actividad asegurar que la manipulación y el almacenamiento de los alimentos sean adecuados, así como el flujo de información asociado desde el principio hasta el final de la cadena de suministro no sólo para productos de riesgo como carnes, peces etc. sino también en productos de acuerdo con sus requisitos de calidad. No se puede separar de los requisitos del producto por supuesto, el factor precio, por lo que la logística de los costos inherentes es también un elemento esencial para la gestión de la empresa. Estos gastos los costos de almacenamiento, los costos financieros de las existencias o inventarios, manejo de costos, gastos de transporte, el envasado y la administración se incluyen en el precio final del producto lo que puede afectar la competitividad de los productos que maneja la empresa. Además, con las crecientes presiones ambientales y la legislación es más difícil mantener los costos, por tanto, la necesidad de mantener el esquema de costos con la menor cantidad de variaciones si afectan negativamente los aspectos antes mencionados como los costes de transporte etc., el mantenimiento de estas actividades también pueden ser considerados en el costo total de los productos hablando logísticamente.

- Las características de los productos en los costos de logística en la empresa frigoCenter

Cuando se consideran los costos de logística asociados a un producto alimenticio en la empresa, se tienen en cuenta una serie de factores características clave relacionadas que deben ser consideradas. Características particulares de cada alimento que impactarán en el sistema de distribución de productos.

Los costos de transporte se dividieron en dos grupos: fijos y variables. Costo Fijo consta de los siguientes componentes:

- Remuneração mensal do capital (RC) → RC = (valor do veículo completo x taxa anual de juros) /12
- Salário do motorista (SM) → SM = (Salário + encargos sociais 63,4%)
- Salário da oficina (SO) → SO = (Salário do mecânico + encargos sociais)
   /quantidade de veículos que o mecânico seja capaz de fazer manutenção
- Depreciação ou Reposição do veículo (RV) → RV = (0,80 x valor do veículo novo, sem pneus) /VUT - Vida útil do equipamento (anos).
- Reposição do equipamento (RE) → RE = (0,95 x valor do equipamento novo, sem pneus) /VUE - Vida útil do equipamento (anos).
- Licenciamiento (LC) → LC = (IPVA + DPVAT)/12
- Seguro do veículo (SV) → SV = [ (V1+V2+Custo da Apólice) x1,04]/12
- V1 = Prêmio de seguro X coeficiente que varia conforme o tipo de utilização do veículo
- V2 = Importância Segurada X coeficiente que varia conforme o tipo de utilização do veículo
- Seguro do equipamento (SE) → mesmo cálculo do seguro do veículo
- Seguro da responsabilidade civil facultativo (RCF) → RCF = [ (PRDP + PRDM + Custo de apólice) x 1,04] /12
- PRDP = prêmio dos danos pessoais
- PRDM = prêmio de danos materiais
  - Fator 1,04 está levando em conta o IOF.
  - Costo fijo mensual es obtenido a través de la suma de los nueve ítems descritos anteriormente:
- CF = RC + SM + SO + RV + RE + LC + SV + SE + RCF

Los elementos que componen los costos variables de transporte son:

 Peças, acessórios e materiais de manutenção (PM) → PM = (valor do veículo completo sem pneus x 1,01) /DM – Distância Mensal percorrida pelo veículo (km)

- Combustível (DC) → DC = PC/CM
- PC Preço unitário do combustível (R\$/I)
- CM Consumo médio de combustível (km/l)
- Lubrificantes (LB) → LB = LM(lubrificante de motor) + LT(lubrificante da transmissão)
- Lavagens e Graxas (LG) → LG = PL (preço da lavagem completa do veículo R\$) /QL (quilometragem recomendada pelo fabricante)
- Pneus e recauchutagens (PR) → PR = [1,2x (P+C+PP) x NP + R x NP]/VP
- P Preço do pneu novo com IPI
- C Preço da câmara nova com IPI
- PP preço do protetor novo com IPI
- NP número de pneus (veículos e equipamentos)
- R Preço da recauchutagem
- VP Vida útil do pneu com recauchutagem (km)

Costo variable por kilómetro se obtiene con la suma de los cinco puntos de encima:

-CV = PM+DC+LB+LG+PR

Características del producto: Para la distribución se tiene en cuenta dos formas del cálculo para ver cual él es más conveniente para la empresa se separan en tres categorías:

- Relación de volumen / peso; proporción
- Valor / peso; y las características especiales.
- Volumen Ratio / Peso
- Tanto el volumen de características y peso del producto pueden tener un impacto significativo en los costos de transporte.

Los sistemas de distribución tienden a trabajar más eficientemente con los productos con menor relación volumen / peso, que con los productos con una alta relación. Esto es debido al hecho de que los productos con una relación más baja tienden a utilizar de manera más eficiente la capacidad de los vehículos de transporte, los equipos de manipulación y espacio de almacenamiento.

Cuanto mayor sea el valor del producto, mayor es la capacidad de absorber los costes logísticos. Mediante el uso de la relación valor / peso es posible considerar los costos de distribución asociados a un producto en términos de su valor monetario sobre peso del producto.

Productos con menor proporción valor / peso tienden a estar asociados con mayores costos de transporte que otros productos. Sin embargo, los productos de los costes de almacenamiento con mayor proporción son superiores que los productos con una proporción menor. Esto se justifica por el mayor capital

invertido en el producto necesario para tal actividad de gestión para la misma cantidad (peso) de producto.

Características especiales: Existen una serie de características de un producto que afecta a la selección de transporte, almacenamiento, y sistema de tratamiento adecuado. En el caso de los productos alimenticios que la empresa se hace responsable, su fragilidad y su susceptibilidad en términos de seguridad alimentaria son factores clave en los requisitos de embalaje necesarios para proteger el producto durante el transporte y la manipulación. Las condiciones del producto, deterioro del mismo afectan a las condiciones en que deben ser transportados y almacenados y la velocidad en la que se debe ser transportado el producto a lo largo de la cadena de distribución.

## 6.1.6.1. Consideraciones de transporte y almacenamiento de productos:

**Transporte:** El transporte es un factor muy importante en el suministro de productos que la empresa maneja. Es el enlace clave en la cadena de suministro. Las interconexiones de transporte de todas las actividades de la cadena alimentaria, que puede incluir producción primaria de alimentos, la cosecha, procesamiento, manipulación y almacenamiento y entrega en los puntos de venta. El transporte, además de su relevancia en términos de sistema de abastecimiento de productos en esta empresa juega un papel de importancia en la conexión entre los puntos de producción y consumo, esto es un importante logro para la empresa ya que se refleja en los resultados de ahorro de costos que esto genera.

El transporte visto como la proporción de los costos totales de entrega variará no solo dependiendo del producto en cuestión, sino también que será relativamente más alto cuando se trata del transporte de productos de bajo valor a largas distancias lo que afecta la competitividad de la empresa.

Patrones de la carga: La configuración de la carga debe permitir la adecuada circulación de aire de tal manera que el aire frío puede llegar a toda la carga local. Los paquetes deben permitir que el aire circule libremente en la periferia de los equipos de transporte (por ejemplo contenedor) y el área de la puerta. La clave para un enfriamiento uniforme es la distribución uniforme del aire a través de la carga. Esto requiere que la carga se coloque de manera uniforme. Cajas con diferentes dimensiones requiere diferentes patrones de colocación. Cuanto mayor sea la resistencia de la presión de aire del ventilador, menor es el volumen de aire que pasará por encima de la carga y, posteriormente, menor es la tasa de calor intercambiado entre el aire y la carga. En un caso extremo, la mayor resistencia al flujo de aire significa que la carga tendrá poco o ninguna circulación del aire en la parte superior. A la inversa, si la carga está dispuesto con amplios espacios entre éste y sin resistencia, aire causará un cortocircuito (by-pass) en las áreas de menor resistencia y volverá a la unidad de refrigeración sin volumen de carga fría.

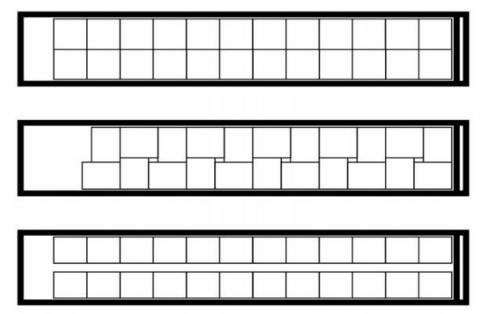
Las dimensiones internas de los contenedores / remolques no difieren considerablemente, pero los tamaños de las cajas si difieren. Por lo tanto, no se puede especificar una ubicación de carga por defecto. En general, en el envase se desarrolla para garantizar una resistencia adecuada a la presión ejercida por el peso de otras cajas colocadas en la parte superior, a fin de evitar su colapso. Cajas de cartón corrugado se diseñan para soportar el peso vertical en sus cuatro paredes. La sección central en la parte superior suele ser el punto débil, las cajas no deben ser colocadas con el fin de crear un peso excesivo en los alimentos en la sección central de la caja.

Un error común que la empresa evita es cargar pallets o cajas en la parte superior del techo, lo que restringe el flujo de aire obligando al aire a regresar para el ventilador de la evaporación. Cuando hay diferentes tamaños de cajas, o si la carga no llena completamente el contenedor o remolque, se recomienda el uso de cajas vacías para llenar los espacios en blanco para que los conductos de aire sean uniformes.

Muchos vehículos tienen la entrada de aire en la base, es esencial no poner nada encima de la línea roja de la carga. En muchos contenedores la línea de carga es de aproximadamente 10 cm por debajo del techo. En equipos de trasporte con este tipo de entrada de aire, debe haber un espacio de al menos 10 cm entre las cajas de la parte superior y el techo.

Los patrones de las unidades de carga que son desarrollados para reducir el contacto del producto con pisos y paredes, además tienen un acanalado en las paredes y cuentan con el piso apropiado. Para así reducir la cantidad de la superficie de contacto esto mejorará la temperatura de entrada y reducir la probabilidad de aumento de la temperatura. Figura 2.1 muestra tres patrones básicos de paletas en un vehículo o contenedor de la empresa.

Foto 38. Disposición de pallets en vehículo distribuidor



**6.1.6.2. Pallets y cubiertas.** Muchos expedidores y destinatarios alteraron el manejo de contenedores / cajas para unidades individuales de los pallets.

El uso de paletas o pallets en la empresa ofrece un conjunto significativo de ventajas:

- Reducir la manipulación;
- Reducir el daño en el material de embalaje y los productos alimenticios;
- Facilitar las cargas y descargas más rápidas.

Las paletas pueden ser de madera (paletas euro 800mm x 1200mm o 1000mm x 1200mm isopaletes), o plástico, Está rodeado por una película de plástico estirable. Las barras para las esquinas de las cajas que la empresa utiliza pueden tener esquinas en forma de "L" en varios tipos de materiales (por ejemplo, plástico, cartón) para dar una mayor protección a la carga.

Las paletas de madera que maneja la empresa tienen una resistencia adecuada al peso y el espacio apropiado para las horquillas de carretillas elevadoras y soporte adecuado para las barras de los montacargas utilizados en el manejo de los pallets.

Las cajas y otro embalaje exterior utilizado en plantas de carga deben tienen dimensiones adecuadas para ser utilizado el pallet. Los objetivos son a un uso de

90-100% de la superficie de la paleta sin forzar, cargas de pallets la empresa usa pallets estables y de buena calidad que a mediano plazo reduce los costos de transporte por la larga vida útil de los mismos. Las cajas deben ser colocadas correctamente y no debe haber carga las esquinas de las paletas.

Cargas mixtas: En la práctica, muchos productos alimenticios diferentes a veces se almacenan en el mismo contenedor o en el mismo remolque, aunque puede tener diferentes temperaturas óptimas. Para el almacenamiento y transporte de corto plazo, esto tiene generalmente poco valor de importancia. Sin embargo, hay productos como los productos lácteos, los huevos y la carne fresca que son extremadamente susceptibles a olores fuertes. Aunque el envase a reducir el problema, la mayoría de los materiales plásticos permiten la penetración de muchos olores. Por esta razón se requiere, limpieza y ventilación apropiada de los vehículos o contenedores utilizados previamente para transportar pescado, manzanas, cítricos, cebollas y otros productos con olores fuertes.

**6.1.6.3** la importancia de la refrigeración el transporte de los productos de esta empresa. El enfoque en la refrigeración durante el transporte es mantener la integridad del producto evitando fluctuaciones en la temperatura. No es la tarea cisterna para lograr el enfriamiento inicial del producto cargado. Los equipos de refrigeración instalados en los vehículos de transporte de esta empresa no están diseñados para este propósito estos vehículos tienen la capacidad suficiente para conservar y estabilizar la temperatura del producto en sí.

Queda entendido que el producto se carga en el vehículo de transporte con la temperatura correcta, el sistema de refrigeración sólo tiene que mantener la temperatura del aire ambiente con el fin de proteger el producto de cualquier cambio de temperatura.

Hay algunas fuentes de calor que el sistema de refrigeración debe ser capaz de eliminar. Entre estos pueden ser considerados:

- Las altas temperaturas ambientales;
- La masa de aire caliente dentro del contenedor de carga;
- El calor almacenado en la estructura de carga de contenedores;
- Los productos de la respiración de los productos.

Ambiente de alta temperatura: La transferencia de calor se incrementa con el área de superficie, con el volumen del envase y la diferencia de temperatura entre la habitación y el aire contenido. El aislamiento de los contenedores de carga para no ser afectados por tales efectos tienen una capacidad isotérmica para reducir la cantidad de calor que puede ser transferida como resultado del efecto de calentamiento por el aire ambiente de la superficie externa del recipiente el cual podría ser transferido a la pared interior del recipiente.

Este valor no podrá ser superior a 0,4 W / m2 ° C.

Este valor también se utiliza en el cálculo de la capacidad de enfriamiento del enfriamiento del equipo.

Masa de aire caliente en el interior del contenedor de carga: Antes del uso, la temperatura del aire dentro del recipiente contenedor del vehículo tiende a temperatura ambiente. En la práctica, cualquier aire fresco que existe en el interior del vehículo se pierde una vez que las puertas de acceso están abiertas, excepto si se llevan a cabo en un embarcadero adecuadamente con aire acondicionado. Donde hay una diferencia de la temperatura ambiente, suponiendo que el vehículo contenedor de carga está a una temperatura inferior con aire fresco en el recipiente de descarga y entra en el aire circundante, más cálido es un problema y podría causar estragos en la cadena de frio. Para no causar estragos se debe suponer que el aire en el interior del contenedor de carga está a temperatura ambiente antes del primer uso y después de cada apertura de la puerta.

El calor almacenado en la estructura de carga de contenedores: La elección del material de construcción del contenedor de carga del vehículo es un importante aspecto en la cadena logística de la empresa porque es este material es el que será energía térmica almacenada en la estructura. Obviamente, los valores varían de acuerdo con los métodos y materiales de construcción, pero el principio no. Es posible mejorar las características de aislamiento y la acumulación de energía térmica juntos, utilizando como lo hace la empresa, por ejemplo, el aislamiento por vacío, o con mayor frecuencia a través de espuma aislante, es decir, con baja conductividad térmica. El efecto de calor en las paredes del recipiente se puede minimizar si la carga no está en contacto con la pared, y existe aire frío entre ellos.

**Respiración de los productos:** En algunas situaciones hay una cuarta fuente de calor que los sistemas de refrigeración que se deben eliminar.

En su mayoría frutas y verduras no mueren en la cosecha y continúan respirando, el consumo de oxígeno y dióxido de carbono en este proceso natural genera calor, el calor aumenta generado una aceleración en el proceso de descomposición por aspectos naturales antes explicados. Muchas veces esto va acompañado de la producción de pequeñas cantidades de etileno que a su vez actúan también como catalizadores del proceso de maduración y la consiguiente generación de calor. Es tan importante que la respiración sea limitada a un mínimo. Esto es posible si se garantiza que la producción se haya enfriado completamente a su temperatura óptima antes de cargar el vehículo.

Esta temperatura óptima varía ampliamente dependiendo del producto.

- **6.1.7 Almacenamiento:** Los costos asociados con el almacenamiento en esta empresa se clasifican en tres grupos:
- Los costos asociados con la existencia física de las poblaciones de productos o el stock de inventario;
- Los costos de oportunidad de almacenamiento de existencias;
- Las pérdidas durante el almacenamiento y la manipulación, que pueden conducir al producto deteriorado,

Esto en aspectos de costos de inventario, seguridad alimentaria, y el robo.

Los productos en la empresa pueden ser almacenados en varios puntos de la cadena de suministro: en los sitios de registro, en sitios de procesamiento, centros de distribución y minoristas. Cada lugar de almacenamiento implica el manejo de los bienes y en este aspecto a menudo se mueven los más altos los costos en la logística total. Naturalmente, cuanto mayor sea la manipulación de productos alimenticios, mayor será la probabilidad de problemas de calidad y seguridad alimentaria lo que la empresa evita al máximo tratando siempre de agilizar estos procesos con eficiencia y efectividad a través de la capacitación de sus empleados en temas específicos como estos.

Otras consideraciones relacionadas con el sistema de suministro y transporte. La selección de una metodología adecuada para la circulación de mercancías es una parte esencial de planificación de la logística y el transporte. Los principales factores en la selección se clasifican de la siguiente forma (McKinnon, 1989):

- Factores relacionados con el tráfico (por ejemplo, de emergencia, fragilidad, perecedero y el envío regular);
- Factores relacionados con la organización (por ejemplo, tamaño de la empresa, las prioridades de la estrategia de inversión y la comercialización, la política de almacenamiento, estructura espacial de los sistemas de producción y logística).
- Los factores relacionados con el servicio (por ejemplo, el tiempo de respuesta, relaciones con los clientes, el costo, la atención con los productos, la cobertura geográfica, el acceso, el control de los productos alimenticios en tránsito, notificación y retirada de productos).

Las instalaciones de almacenamiento de alimentos refrigerados y congelados de la empresa están dotadas de instrumentos para controlar y registrar las condiciones de temperatura y humedad. Los controles de temperatura deben llevarse a cabo con los dispositivos que monitorizan continuamente la temperatura de almacenamiento.

En los cuartos fríos se tiene establecido un programa de limpieza, mantenimiento y descongelación a fin de evitar la acumulación de hielo y salidas de aire obstruidos.

Al interior de las instalaciones debe usarse ropa apropiada, además debe evitarse en la medida de lo posible la manipulación del producto en las cámaras frías. El almacenamiento de productos alimenticios perecederos los cuales maneja la empresa se divide en tres procedimientos básicos:

□ Almacenamiento bajo congelación: etapa en la que la comida es almacenada a 0°C o menos, de acuerdo con las recomendaciones de los fabricantes que se incluyen en una etiqueta o en notas escritas que describen los requerimientos del producto.

□ Almacenamiento en refrigeración: Paso donde la comida es almacenado en la temperatura de 0°C a 10°C, de acuerdo con las recomendaciones de fabricantes que se incluyen en una etiqueta o en notas escritas que describen los requerimientos del producto.

□ seca Stock: Paso donde se almacena comida en temperatura ambiente de acuerdo con las especificaciones sobre el producto y recomendaciones de los fabricantes que aparecen en la etiqueta. (Seara, 2015)

Para la salida de productos debe obedecerse a la fecha de fabricación, la fabricación más antigua de productos se colocan para ser distribuido primero (FIFO - First In First Out o utilizar PVPS concepto - primero en vencerse primero en salir). (Seara, 2015)

cuando de comida se trata algunas reglas y procedimientos tienen que ser observados para evitar la contaminación, los fracasos no son permitidos ya que eso significaría exposición ante los organismos contaminantes dejando el producto inservible o inutilizable por esto se lleva a cabo una inspección rigurosa, para esto todos los productos deben estar adecuadamente identificados y protegidos contra la contaminación, esto requiere que los alimentos no deben almacenarse junto productos de limpieza, químicos, etc.

Productos desechables también deben mantenerse separados, de los productos mencionados anteriormente.

También es importante impedir la entrada de cajas con contenido dentro del área de almacenamiento de madera para manipulación como los pallets.

En cuanto a cajas de cartón no deben permanecer en almacenamiento en refrigeración o local de congelación, a menos que haya un lugar único para los productos contenidos en las mismas, este tipo de embalaje tiene un espacio

exclusivo en la empresa (por ejemplo congelador o cámara de refrigeración exclusiva). (Seara, 2015)

Para los envases de alimentos o alimentos que se encuentran en la sala de refrigeración, no deben estar en contacto con el suelo, pero si soportados en paletas o estantes de las estanterías valga la redundancia. Respetando el espacio mínimo requerido que asegura la circulación del aire (10 cm). Los alimentos que deben ser transferidos de sus envases originales deberán envasarse de tal manera que se mantenga protegida su estructura y las condiciones del producto y deben ser envasados en recipientes desechables u otro material adecuado para almacenar los alimentos adecuadamente desinfectados.

En incapacidad para mantener la etiqueta del producto original, la información debe ser transcrita en una etiqueta adecuada.

Productos para devoluciones deben ser identificados por proveedor y ser colocados en su caso en zonas separadas para su almacenamiento y manipulación, y nunca mezclarse con productos vencidos o para la venta. (Seara, 2015)

Si tiene que almacenar diferentes géneros de alimentos en el mismo equipo refrigerador por ejemplo: alimentos para el consumo dispuestos en los estantes superiores; semi-acabado y / o pre-preparado, deben ir en estantes del medio y el producto en bruto en los estantes más bajos, separados entre sí y con otros productos. (Seara, 2015)

Los envases de leche individuales, huevo pasteurizado y similar, deben ser almacenados en refrigeradores o cámaras, ya que su acabado es liso, impermeable y lavable. Ellos se pueden almacenar en el mismo equipo de congelación (congelador) aunque son diferentes tipos de alimentos, ya que se encuentran separados por su enálage. (Seara, 2015)

Costos de almacenamiento: El estudio de los costos de logística de la información se realizó utilizando la metodología desarrollada por Severino y Montoro (2000). De esta manera se describe, siguiendo dicha metodología. Por lo tanto, los costos de logística están compuestos principalmente por costos de manejo, almacenamiento, transporte, procesamiento de pedidos, de embalaje, los impuestos y la parte administrativa.

Los costes de movimiento internos son los relacionados con la entrada y salida productos elaborados en las tiendas o almacenes.

Los costes de almacenamiento son aquellos en relación con el mantenimiento de equipos, seguros, y los pagos administrativos que ocurren dentro del almacén. Los costos de transporte se refieren al transporte de mercancías de terceros o la

operación y mantenimiento de la flota propia.

Los costes de inventario son el costo de oportunidad de capital necesario para mantener la población media.

El costo de aplicaciones de procesamiento y el paquete incluye el costo del personal y los materiales utilizados.

El costo de impuestos es simplemente la diferencia entre crédito y débito. Finalmente, el costo administrativo es la relativa al personal administrativo en general.

Se considera importante describir los elementos que componen los costos de cada una de las actividades logísticas. Sin embargo, por el espacio se presentarán limitaciones, a continuación, los elementos de los costos de transporte, almacenamiento y movimiento interno.

Los dos primeros están presentes.

XXIII Reunión de Nat producción Ing - ... Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil, 21 a 24 oct 2003 ENEGEP 2003 ABEPRO 3.

Estos son los más pertinentes de acuerdo con la literatura estudiada y este último se presenta ya que se considera relevante para el distribuidor frigoCenter. Los elementos que componen el costo de almacenamiento son:

- B1 Aluguel do Depósito (ou depreciação do imóvel)
- B2 Despesas com Água e Luz no Depósito
- B3 Prejuízos diversos (quebras, perdas, etc.)
- B4 Remuneração dos Encarregados (+ Encargos +Benefícios)
- B5 Depreciação dos equipamentos de armazenagem
- B6 Despesas com Armazenagem em Terceiros
- B7 Manutenção dos equipamentos de armazenagem
- B8 Manutenção predial (depósito + áreas comuns)
- B9 Despesas com o rateio das áreas comuns
- B10 Despesas com higiene e limpeza
- B11 Depreciação das instalações (luminárias, câmaras, etc.).
- B12 Despesas com seguros (depósito + áreas comuns)

Los movimientos internos solamente se refieren a movimientos de los productos dentro del almacén, puesto que los movimientos realizados fuera del almacén se consideran costos de transporte, de esta manera los elementos que componen estos costos son:

- A1 Remuneração dos conferentes (+Encargos +Benefícios)
- A2 Remuneração dos auxiliares (+Encargos +Benefícios)
- A3 Remuneração dos separadores (+Encargos +Benefícios)
- A4 Remuneração dos Operadores de Empilhadeira (+Encargos +Benefícios)
- A5 Depreciação dos Equipamentos de Movimentação
- A6 Manutenção dos Equipamentos de Movimentação

**6.1.7.1. Zonas de almacenamiento.** La estructura ideal para el almacenamiento de alimentos de la empresa consiste en un lugar que no presenta brotes insalubres, espacios libres de basura, u objetos en desuso, animales, insectos y roedores.

Las áreas cercanas a la empresa según estudios ofrece condiciones de no proliferación de insectos y roedores.

El suelo tiene está compuesto por material liso, resistente, impermeable y lavable de buena calidad y óptimo para el almacenamiento de los productos que la empresa maneja además los materiales usados deben ser de color claro y es importante resaltar que es antideslizante, resistente al ataque sustancias corrosivas y es fácil de limpiar (lavado y desinfección) además de que no permite la acumulación de comida o suciedad. Las paredes también tienen acabado liso, son impermeables, lavables, de color claro, sin hongos (mohos) y están en buenas condiciones. Se tiene azulejos en algunas zonas, que tienen una altura mínima de dos metros, ángulo redondeado en contacto con el suelo y el techo. (Seara, 2015) Las zonas exteriores están libres de escombros, chatarra y materiales que no estén en uso. Las áreas alrededor del edificio tienen paredes a lo largo de las aceras las paredes tienen altura de al menos 2,0 m.

Los accesos a las aceras exteriores o a la calle se mantienen libres y sin obstrucciones, pero con puertas seguras y justas con la pared para facilitar el control de plagas.

La hierba, en su caso, debe mantenerse recortada a fin de no constituir un foco de proliferación de plagas. Las zonas exteriores son iluminados con lámparas de vapor de sodio y se instalan en lugares remotos de las puertas y el edificio a fin de no ser un factor de atractivo para los insectos nocturnos y así mantenerlos a distancia del edificio y sus entradas.

La instalación de almacenamiento permite la carga y descarga de los vehículos con el fin de preservar la temperatura y la humedad del medio ambiente requerida por el producto a través de Cross docking.

En el edificio no se puede tener canales de agua, goteras, humedad, grietas, fisuras, moho y/o peladuras en su estructura.

Las rejillas de ventilación deben tener pantalla o película protectora de contaminantes con espaciamiento de dos milímetros y deben ser desmontables para su limpieza.

Las puertas son lisas, de color claro, fácil de limpiar, ajustado a las paradas de material no absorbente, con cierre automático (primavera o similar) y el protector en el pie de las mismas.

Las entradas principales y el acceso a las cámaras tienen mecanismos de protección contra insectos y roedores. Ventanas milimétricas, cortinas limpias sin cubrir toda la pared y ajustadas a las ventanas.

Las ventanas son de mínimo tres milímetros, son de fácil limpieza y muestra buena condición. Estas también son protegidas, con mantenimiento constante ya que un defecto permitiría que los rayos del sol golpeen directamente en los alimentos o en equipos sensibles al calor. (Seara, 2015)

En el edificio hay un área apropiada y aislada del almacén principal para los productos que van la basura o su destino es la destrucción. Los drenajes internos se evitaron en mayor medida en la construcción del edificio. Para este propósito se requirió, el desviado de los mismos y tapado de drenajes existentes para no permitir la entrada de plagas y para evitar los malos olores.

Los lavabos e inodoros están separados de las zonas de almacenamiento de alimentos.

En cuanto a la iluminación. Es uniforme, sin ofuscamientos, y/o contrastes excesivos, sombras y/o rincones oscuros. Lámparas y accesorios están y deben estar siempre limpios, protegidos contra explosiones y caídas accidentales y en buen estado de conservación, además de no alteran las características de los alimentos.

La ventilación de la sala garantiza el confort térmico, la renovación del aire, y que el sitio esté libre de hongos, de gases, de humo, grasa y condensación de vapores. El flujo de aire en las áreas conservación de alimentos es encaminado desde un área limpia de contaminación.

No se usa ventiladores o dispositivos de aire acondicionado en zonas de almacenamiento o corredores al interior de estas. El confort térmico se puede asegurar a través de aberturas paredes que permiten la circulación natural del aire en la zona equivalente a 1/10 de la superficie. (Seara, 2015)

Al recibir una inspección interna debe realizarse de acuerdo con las instrucciones, planes establecidos, escritos y documentados (recibos, facturas, muestreo, análisis, carga y descarga). Los procedimientos deberán prever la identificación

material del producto, lo que indicará la condición de la inspección que puede ser según el caso en espera, en análisis, aprobado o rechazado (o equivalente). Esto debe ser identificado en recepción.

Los empleados no se deben sentar en cajas o caminar sobre ellos.

Para fumadores existen lugares adecuados fuera de las áreas de almacenamiento de alimentos.

6.1.8 Registro fotográfico de las condiciones de almacenamiento de la empresa frigoCenter cede principal São Gonçalo, rio de janeiro, Brasil.





Foto 40. Planta de control



Fachada de la planta de control de frio en esta se controla la temperatura para todas las zonas de almacenamiento, el edificio cuenta con sección de oficinas y controles generales de los procesos de refrigeración, que son manipulados solo por técnicos y profesionales encargados del proceso.

Foto 41. Oficinas frigoCenter

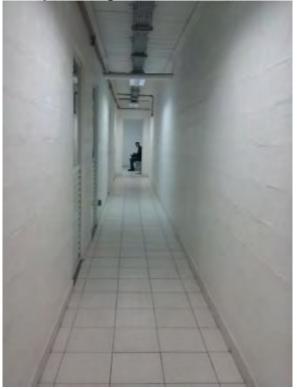


Área del personal administrativo, control de todo tipo de documentación para llevar a cabo todos los procesos de funcionamiento de la empresa incluida el área de revisión de facturación en la cual me desempeñe además del actual estudio.

Foto 42. Interior de la empresa frigoCenter







Condiciones de limpieza al interior del edificio, paredes, techo y piso blanco como lo especifican las normas nacional e internacional para este tipo de empresas que se cumplen a cabalidad en la empresa frigoCenter. Área de Cross docking al interior del edificio.

Foto 44. Zona de cross docking



Foto 45. Zona de Cross docking



Foto 46. Zona de Cross docking



Como se observa en las imágenes este es el interior de la zona de recepción y despacho de mercancía a través de Cross docking, esta área se mantiene limpia y conservan los estándares de colores claros (blanco, amarillo para señalización) exigidos por normas nacionales e internacionales para este tipo de depósitos, al fondo dos montacargas eléctricos para depositar mercancía en estantes altos.

Foto 47. Zona de parqueadero de camiones distribuidores



Zonas de Cross docking al exterior del edificio y camiones que ingresan y distribuyen mercancía de la empresa.

Foto 48. Zona de parqueadero





Foto 49. Zona de parqueadero





## Zonas de parqueo y Cross docking de la empresa

Foto 50. Zona de limpieza de camiones distribuidores





Fuente. Este estudio

Zonas de mantenimiento y limpieza de los vehículos recolectores y distribuidores de mercancía de la empresa (camiones con sistema de refrigeración), además se observa la separación de la empresa con el exterior con una pared de una altura en la parte más baja de mínimo 2 metros complementado con una rejilla de tejido de malla de metal de 1 metro adicional.

Foto 51. Equipamientos de control de temperatura





Equipamientos generadores y controladores de frio en las bodegas de almacenamiento de alimentos.

Foto 52. Montacargas eléctricos usados en la empresa



Montacargas eléctricos usados en el proceso de ubicar la mercancía en estantes altos al interior de la bodega de almacenamiento en la sección de estantería, se usan montacargas eléctricos por qué no producen desechos de combustión como gases u otros desechos de la combustión.

Foto 53. Montacargas para almacenamiento



Al fondo de la foto se observa el vehículo montacargas eléctrico ubicando mercancía en una zona alta de las góndolas de almacenamiento en cuartos frios.

Foto 54. Montacargas para almacenamiento



Fuente. Este estudio

En la imagen un montacargas eléctrico para bodegas de almacenamiento en frio de baja altura.

Foto 55. Montacargas de almacenamiento



Operarios de la empresa con otro tipo de montacargas usados para descargar camiones en la zona de Cross docking y depositar mercancía en bodegas frías de baja altura que no cuentan con estantería aquí se almacenan los productos en pallets para su fácil movilidad y evitar manipulación directa de los mismos.

Foto 56. Zona de la empresa de almacenamiento en frio de mercancía en estanterías altas máximo 7 metros.



Foto 57. Zona de la empresa de almacenamiento en frio de mercancía en estanterías altas máximo 7 metros



Condiciones de la mercancía en estanterías altas, se observa excelentes condiciones que cumplen los estándares nacionales e internacionales para el almacenamiento de productos alimenticios refrigerados.

## 6.1.9 Condiciones de almacenamiento de los productos en la empresa frigoCenter:

Foto 58. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 59 y 60. Condiciones de almacenamiento





En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 61 y 62. Condiciones de almacenamiento



Foto 63 y 64. Condiciones de almacenamiento



Foto 64 y 65. Condiciones de almacenamiento



Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas

condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 66 y 67. Condiciones de almacenamiento



Fuente. Este estudio

Foto 68 y 69. Condiciones de almacenamiento



En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 70 y 71. Condiciones de almacenamiento





Foto 72 y 73. Condiciones de almacenamiento







## Foto 74 y 75. Condiciones de almacenamiento



Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 76 y 77. Condiciones de almacenamiento

Foto 76 y 77. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 78 y 79. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

Foto 80 y 81. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas

condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 82 y 83. Condiciones de almacenamiento



Foto 84 y 85. Condiciones de almacenamiento



Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 86 y 87. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

Foto 88 y 89. Condiciones de almacenamiento



En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 90 y 91. Condiciones de almacenamiento





Foto 92 y 93. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Foto 94 y 95. Condiciones de almacenamiento





Fuente. Este estudio

Foto 96 y 97. Condiciones de almacenamiento





En las fotografías se observa el patrón de almacenamiento logístico de arrume en buenas condiciones, buenas condiciones de limpieza de las cajas, buenas condiciones de etiquetado y embalaje en buenas condiciones se determina que el producto está en excelentes condiciones para los clientes.

Análisis de lo encontrado: En la mercancía que se maneja en la empresa frigoCenter se observan óptimas condiciones en el almacenamiento de los productos nacionales e importados, las cajas son almacenadas según las etiquetas que el fabricante está obligado a entregar a la empresa estas deben ir adheridas en cada arrume de cajas y por escrito en un documento adicional para tener el mayor cuidado con la mercancía al interior de la empresa y no interrumpir la cadena de frio o estropear la mercancía de alguna forma, bajo estas condiciones la empresa se esfuerza por cumplir todos los requerimientos de almacenamiento en arrume y estibación de las mercancías además cumple las normas sanitarias y fitosanitarias exigidas nacional e internacionalmente para llevar a cabo una distribución limpia y eficiente nacional o internacionalmente según sea el caso.

Las condiciones de la estructura de la empresa en cuanto a edificación, zonas de parqueo, almacenamiento de equipos, equipos de refrigeración, bodegas de almacenamiento en frio, área de Cross docking, puertas, ventanas, paredes, pisos, pintura, muros externos, etc. Son óptimas según análisis e inspecciones llevadas a cabo por la gobernación del estado de Rio de Janeiro, esto hace de la empresa FrigoCenter una empresa de confianza para los productores de alimentos nacionales e internacionales, por tiempo de funcionamiento y cumplir todas las condiciones que exige el estado de Rio de Janeiro para su funcionamiento.

Cabe mencionar que la empresa cumple con todas las condiciones de infraestructura y logística para llevar a cabo una distribución más allá de las fronteras del estado de Rio de Janeiro, Espíritu Santo, Minas Gerais y São Paulo, como ya se viene haciendo actualmente por vía terrestre, pero si se contrata una empresa aeronáutica o de transporte marítimo internacional podría llevarse a cabo una distribución no solo interestatal al interior de Brasil sino una distribución internacional gracias a la excelente coordinación logística de la empresa en la cual confían marcas muy reconocidas nacional e internacionalmente, esta idea podría llevarse a cabo con estudios posteriores por ejemplo identificar condiciones de la empresa con respecto a otras internacionalmente además de un estudio de mercado para determinar el país al que se quiere ingresar, pero recordando que la empresa frigoCenter cuenta con todas las exigencias del mercado nacional e internacional, esto quiere decir que no tiene impedimentos para entrar a competir en el segmento de distribución de alimentos a nivel internacional y se recomienda a futuro realizar los estudios correspondientes para la futura expansión de la empresa no solo a mas estados de Brasil sino también a otros países para obtener así mejores beneficios económicos y de mercado.

**6.1.10 Procesamiento de pedidos. Se tiene claro la importancia de la** información ya que esta es necesaria para lograr un desempeño logístico óptimo, a este aspecto no se le ha dado la debida importancia a lo largo de los años en empresas que trabajan en el segmento de distribución de alimentos.

Entre los muchos aspectos las solicitudes y documentos para el procesamiento de pedidos son de suma importancia para el proceso logístico. La falta o la ignorancia de esta importancia ha generado dudas y por esto fallas operacionales y distorsiones que se producen en la tramitación de solicitudes que afectan y pueden dar lugar a problemas en las operaciones de logística.

Para evitar problemas de vencimiento de la mercancía, la tecnología de la información actual de la empresa frigoCenter es capaz de manejar las solicitudes de los clientes más exigentes, esta tecnología ofrece los beneficios de flujo rápido de información que está directamente relacionada con el equilibrio del proceso. La previsión y la comunicación de las solicitudes de los clientes son dos áreas de trabajo logístico impulsadas por la información.

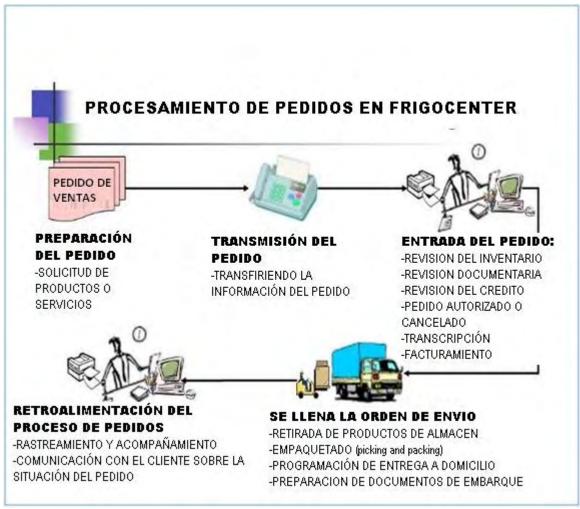
El procesamiento de pedidos involucra todos los aspectos de la gestión de solicitudes de los clientes, incluyendo la recepción inicial de la solicitud, entrega, facturación y cobro, por lo que las habilidades logísticas de frigoCenter son ejemplo, tan buenas como su experiencia en aplicaciones de procesamiento de pedidos.

La clave de la empresa está en aceptar que los flujos de solicitudes y su información asociada constituyen el corazón de la empresa. Puede parecer muy obvio, pero la única justificación para cualquier actividad comercial de la empresa es el cumplimiento de generación de órdenes de pedido. Así que la conclusión de esto es que en el final del proceso de atención debe ser diseñada una actividad integrada con las funciones convencionales de apoyo a este proceso. Como una ayuda en este proceso, el desarrollo de un sistema de gestión de pedidos de clientes. Estos sistemas de gestión de pedidos de clientes es un marco de planificación que interconecta el sistema de información de los pedidos realizados con el flujo físico de materiales necesarios para dar servicio a estas aplicaciones de demanda. Esta interconexión es necesaria en áreas clave de modo que este es el propio proceso logístico, donde la planificación y el control de la producción se sincronizan con los materiales y todo lo necesario para dar un óptimo cumplimiento a estos pedidos y de igual manera a los clientes de la empresa.

Varias filiales de la empresa ya han hecho la experiencia con la idea de un equipo transversal funcional o interdepartamental que asume la responsabilidad de la gestión de las aplicaciones al final vemos que cada etapa del proceso las actividades son discretas y reservadas, de esta forma la empresa agrupa y se une a la gente y así se relacionan mucho mejor facilitando el flujo de información bilateral. Así, este grupo podría estar compuesto por personas del área comercial o de ventas, control y contabilidad, con el transporte nacional y el transporte

marítimo o aéreo internacional, y así todos los engranajes de la empresa están ligados e involucrados en las solicitudes de pedidos, actividad de conversión de mercancía en efectivo para reiniciar con la actividad y el que hacer de la empresa.

Figura 1. Procesamiento de pedidos en frigoCenter



# 7. CONDICIONES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL EN LA EMPRESA FRIGOCENTER.

# 7.1 VIDA ÚTIL

Un punto clave y de mucho cuidado que se encuentra en la cadena de suministro de la empresa frigoCenter es que la empresa trabaja con productos de bajo tiempo de vida útil de los mismos, ya que la mayoría de sus productos tienden a la descomposición rápida si no son congelados o refrigerados en las mejores condiciones y aunque se lleven a cabo los mejores procesos de refrigeración estos productos son de corta vida útil y perecibles en poco tiempo en meses, en carnes o en helado por ejemplo. Para la compañía se ha dificultado responder con agilidad y garantizar las condiciones y la conservación de las características todos los productos a su cargo, las pérdidas son mínimas, pero existen, en términos de recursos de la logística esto es un fallo, gracias a que se ha presentado un incremento acelerado de la empresa en términos de tecnología y capacidad de almacenamiento estas pérdidas pueden manejarse de una mejor forma para que de esta forma puedan ser reducidas al máximo o evitarse por completo.

En estos momentos la empresa se encuentra probando una nueva forma de distribución con pedidos anticipados y estudiando las estadísticas de los años anteriores de forma trimestral con un crecimiento racional, para así abastecerse lo suficiente para satisfacer las necesidades de sus clientes, en este aspecto se sugiere un estudio mes a mes y mayor contacto con los clientes para estar informado de sus necesidades.

Con la inclusión de nuevos productos y un aumento en el volumen de almacenamiento además de estudios de mercado que se realizaran posteriormente pude solucionarse con eficiencia el problema de las pequeñas perdidas que son casi insignificantes de 0.1 por ciento al 0.3 por ciento mensual, para las cuales la empresa destina unos rubros para que no afecten a la empresa estas cantidades de perdidas pueden parecer no tener importancia pero suficientes como para mencionarse como una falla logística, pequeña pero una falla al fin y al cabo.

Con respecto a la baja vida útil de sus productos, siempre se garantiza la calidad de sus productos para que sean aptos para el consumo, teniendo en cuenta que toda la cadena logística y de distribución desde el lugar o la planta de producción hasta el cliente final, puede tardarse varios días, y si se le añaden contratiempos en las rutas como factores externos tránsito o condiciones climáticas por ejemplo, que podrían llevar a afectar los producto, y esto llevaría a un posterior rechazo por los clientes o el consumidor. Por tanto en este aspecto se aconseja acortar los tiempos de entrega de la forma más eficiente en cada eslabón de la cadena logística y de distribución de la empresa.

- **7.1.1 Manipulación de los productos.** Con respecto a la manipulación de los productos debe tenerse en cuenta que en esta actividad de la empresa se pueden ver afectadas las características y el bienestar de su productos, por lo cual se propone una mayor atención a la manipulación inicial, intermedia y final de sus productos teniendo en cuenta que la poca o nula manipulación de los mismos es de mucha ventaja en términos logísticos sin embargo la empresa cumple con la exigencia de la logística de tratamiento y capacitación en este aspecto para llevar a cabo distribución física internacional.
- **7.1.2 Mantenimiento de los equipos.** Con respecto al mantenimiento adecuación y evolución de la planta física, de almacenamiento y de los camiones se aconseja un mayor control de conservación y mantenimiento con expertos que garanticen una cadena de frio constante en todo este proceso como se viene haciendo periódicamente en la empresa, pero se sugiere hacerlo con mayor rigor y exigencia, partiendo del hecho que para la conservación de estos alimentos es necesaria una cadena de frio, que es una cadena de suministro a temperaturas controladas, y que se debe mantener intacta con el propósito de garantizar al consumidor que el producto de consumo que adquiere recibió el mejor trato, y se ha mantenido durante la producción, transporte, almacenamiento y venta dentro de un rango de temperaturas constantes. En gran medida el desarrollo de la Economía del sector de frigoríficos del País (Brasil) ha permitido el crecimiento de la empresa, sin embargo, los sobrecostos, riesgos y contratiempos existentes, asociados con algunas carencias o falta de infraestructura, representan obstáculos para la competitividad de la compañía, aunque no se han presentado en la empresa se recomienda seguimiento constante a los puntos antes mencionados para que no lleguen a afectar a la empresa.
- 7.1.3 Exportaciones. Especialmente en el caso de las exportaciones desde el punto de vista de la logística, se ha desarrollado toda una estrategia en procesos colaborativos en esta empresa que han permitido reducir y optimizar significativamente las condiciones y los tiempos de respuesta a los diferentes clientes y mercados, a través de la implementación de diferentes tipos de transporte para evitar daños a los productos debido a las condiciones a las cuales se enfrentan en el proceso de transporte nacional de las mercancías además de esto la empresa cuenta con todos los requisitos y procesos sanitarios, fitosanitarios y de calidad exigidos nacional e internacionalmente lo que le da una ventaja en el caso de llevarse a cabo un proceso de exportación de sus productos y así también distribución física internacional, teniendo todos los requisitos nacionales y posibilidad de incursionar en mercados externos la empresa todavía no incursiono en este delicado proceso que es el comercio exterior de los productos que esta maneja, porque el mercado de la empresa según la administración cumple con las expectativas respecto a beneficios que la empresa quiere obtener de este, no obstante se sugiere hacer estudios de mercado para

abrir o incursionar en mercados diferentes de los estados de Brasil ósea mercados extranjeros que llevarían a la empresa a ser conocida no solo en el país sino en el continente y posteriormente mundialmente esto traería mayores beneficios y confianza en la empresa y si la empresa cuenta con todo lo necesario para exportar se plantea una pregunta ¿Por qué no exportar?.

**7.1.4 Contacto con los clientes.** La empresa frigoCenter no tiene contacto directo con los cliente; Distribuye sus productos a través de canales de distribución o de venta como supermercados, restaurantes, hoteles, pizzerías, panaderías y pequeñas y grandes superficies en general donde, generalmente, estos distribuidores minoristas autorizados, si tiene contacto directo con los clientes y consumidor finales. Se sugiere una alianza con estos distribuidores detallistas con el fin de saber el grado de satisfacción que los clientes finales tienen a cerca de sus productos y tomar las conclusiones como referencia, para el mejoramiento continuo.

Se observa que hay una cadena consecuente y ligada con las necesidades de oferta y demanda, pero también se observa que es larga hasta llegar al consumidor final se percibe que hay eslabones en esta cadena antes de llegar a saber la opinión de consumidor con respecto al producto, lo que puede causar des información o información errónea, falta de conformidad con el gusto del cliente, daños en el producto, por lo que se aconseja que la planeación de las ventas y el marketing vallan más allá y se enfoquen también en el cliente final y su satisfacción, con una relación más cercana para facilitar la recolección de información respecto a satisfacción final del cliente con la empresa y los productos que esta maneja y distribuye.

# 7.2 CONDICIONES EXIGIDAS POR EL GOBIERNO DE BRASIL PARA LLEVAR A CABO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

# 7.2.1. Certificaciones actuales de la empresa:

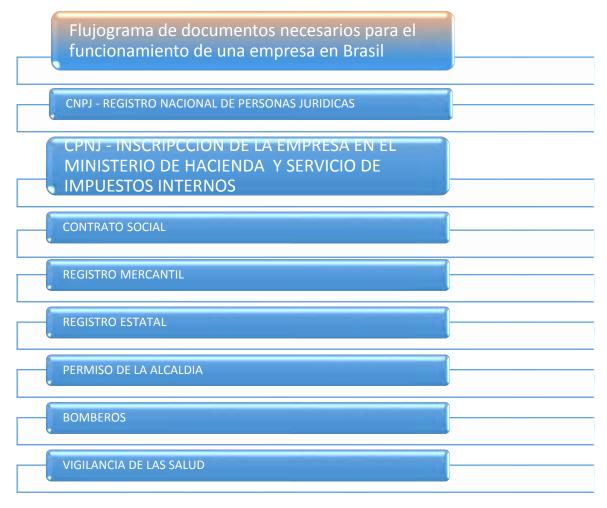
# Registro y licencia de exportación por parte del ministerio de agricultura de Brasil

Para la exportación de productos congelados como los que la empresa frigoCenter maneja es necesario un documento ÚNICO que permite la salida de estos productos a otros países, este documento es la licencia de exportación, LE. La empresa necesita del ministerio de desarrollo, industria y comercio exterior, MDIC para exportar. El registro se realiza a través del SISCOMEX, sistema integrado de comercio exterior, que es un sistema informatizado de la receita federal de Brasil, por medo de este el exportador registra todas las informaciones necesarias sobre

el producto para que sea emitido el registro de exportación, esta licencia solo se da a las empresas que manipulan alimentos autorizadas para funcionar por ANVISA requisito que cumple la empresa frigoCenter.

La empresa frigoCenter cumple con la legislación actual de Brasil para el funcionamiento de una empresa de sus características es importante mencionar que cuenta con registro sanitario en anvisa, por consecuencia para llevar a cabo distribución física internacional la empresa frigoCenter solo debe cumplir con los requisitos que exigen los entes estatales para el funcionamiento de empresas que trabajan con alimentos estos requisitos se detallan a continuación:

# 7.2.2. Documentos para el funcionamiento de una empresa en Brasil, los cuales frigoCenter cumple con rigor:



FLUJOGRAMA 1 elaboración propia

## - CNPJ

Registro Nacional de Personas Jurídicas es el primer documento que se solicita al empresario. Se tiene una identidad nacional a una persona que es la ACB y la persona jurídica este número es el CNPJ.

El CNPJ es la inscripción de la empresa en el Ministerio de Hacienda y el Servicio de Impuestos Internos, lo que hará que exista a nivel nacional. Este requisito es el responsable de la prueba de la existencia de la empresa forma parte del mercado y este registro es el que permite tener el cálculo de los impuestos que la empresa debe a pagar. Sin CNPJ, la empresa no existe en realidad y es considerado ilegal. Para obtener el CNPJ se tiene que dirigir al IRS de su ciudad llevando con sigo la identidad de los propietarios de la empresa original y copia, número de seguro social, comprobante de domicilio, dirección donde la compañía trabajará y el contrato social. La tasa varía según la época del año y también el seguimiento de la empresa y debe ser pagada a la inscripción.

#### - Contrato social

Este documento es en realidad una base y sólo se utiliza una vez es aún el registro CNPJ. Este es un acuerdo entre los propietarios de la empresa indicando que posee, el capital inicial de la empresa, el nombre de la empresa de registro y la cantidad de recursos en acciones y lo que uno hace la empresa, su razón de ser.

Debe estar preparado por un abogado, notario, estar en posesión de todos los socios y firmado por los propietarios de la empresa, dos testigos y un abogado.

# - Registro en el registro mercantil

Si usted es, un fabricante de productos o prestador de servicios un comerciante y por lo tanto debe estar registrado en el registro comercial de su ciudad. Se trata de un registro que sólo los comerciantes que deseen comenzar un negocio para los impuestos adeudados y que los espacios son pagados puedan revisar y trabajar con regularidad y sin daños al estado y también a los consumidores. Hay supervisión y una cuota anual para mantener el registro.

# - Registro estatal

Todos los municipios del país necesita saber cuántos y cuáles son sus comerciantes y no sólo a las estadísticas, sino también que la empresa funciona correctamente y pagar debidamente sus impuestos. Si la propiedad no se ha registrado, puede ser multado y cerrado.

Además del pago de una tasa que varía de ciudad en ciudad, es necesario tener a

mano, tras el registro, una copia de la escritura de constitución de la empresa, debidamente firmada y notariada, comprobante de domicilio de la empresa, documentos y comprobantes de dirección de los socios del proyecto y el pago de la tasa.

### - Permiso de la alcaldía

Las ciudades también quieren saber todo lo que funciona y cobrar los impuestos adeudados, porque así es como se las arregla para mantener las instituciones públicas en ejecución y funcionamiento. Cada ciudad tiene reglas diferentes para iniciar un negocio, pero en general, se trata del registro de IRS, artículos y documentos de los propietarios de la empresa.

### - Bomberos

Normas de seguridad que se exigen a todas las empresas de una ciudad, deben cumplir con las normas de seguridad de espacio y movilidad los que revisan estos aspectos son los bomberos. Para esto se paga una cuota anual de suscripción y una encuesta se llevará a cabo en el espacio de funcionamiento de la empresa, si esta cumple con los requisitos se le da el permiso de operación. La tasa de pago es anual.

# - Vigilancia de la salud

Las normas son más difíciles de establecimientos relacionados con el manejo y almacenamiento de los alimentos, pero todas las empresas necesitan un permiso de la vigilancia de la salud, que también cobra una comisión al trabajo, a pagar anualmente.

Las reglas son una vigilancia más estricta, en el funcionamiento de la empresa y de la actividad que ejerce en el mercado, como en el caso de los productos inflamables, alimentos, objetos peligrosos a accidentes, entre otros.

Es necesario recordar que para abrir una sociedad Ltda. O incluso abrir una microempresa las políticas y procedimientos de la compañía individuales para abrir la empresa son los mismos.

Los requisitos anteriores son los necesarios para que una empresa funcione normalmente los cuales la empresa frigoCenter cumple, se rige por las normas y legislación de Brasil en especial la legislación del estado de Rio de Janeiro, esto lo viene haciendo desde su fundación en 1981 adaptándose año tras año a la legislación cambiante que regula el funcionamiento de las empresas en este país y en este estado en particular.

# 7.2.3 Requisitos o certificaciones para comenzar actividades de exportación con la empresa frigoCenter

### **Procedimentos Preliminares**

Antes del despacho o la exportación, se debe iniciar con el registro de la declaración de exportación, el exportador se debe registrar para poder ingresar al sistema integrado de comercio exterior (Siscomex), procedimiento regido por la norma RFB nº 1.603, de 2015.

Una vez registrado, el exportador recibe una contraseña para poder ingresar en el SISCOMEX y acceder a usarlo:

En el portal por medio del link: portal SISCOMEX.

La exportación será sometida a control administrativo de la secretaria de comercio exterior (Secex) del ministerio de desarrollo, industria y comercio exterior (MDIC).

## Control Administrativo de la Secex

En la primera operación de exportación o importación registrada en el SISCOMEX, el importador o exportador queda registrado automáticamente en el registro de exportadores e importadores (REI) de la secretaria de comercio exterior (SECEX). Una vez inscrito en el REI, no será necesaria ninguna acción adicional por parte del exportador, para mantener el registro revisar el artículo 8º de la página de la Secex nº 23/2011.

La operación de exportación se somete a las reglas y al control administrativo y comercial de la secretaria de comercio exterior (Secex) del ministerio de desarrollo industria y comercio exterior, siendo así necesaria la obtención, previamente a la declaración de exportación, del respectivo registro de exportación (RE).

Además del RE la etapa administrativa comercial de control de las exportaciones para algunos casos se requiere el registro de operación de crédito (RC).

En situaciones tratadas en la norma SRF 611/06, si las mercancías no estás sujetas al control específico de órganos aduaneros, el exportador podrá optar por el registro de declaración simplificada de exportación (DSE) en este caso no es necesario el registro en el (RE)

LEGISLAÇÃO: Instrução Normativa SRF 611/06; Portaria Secex nº 23/2011; Portaria MDIC nº 249, de 2010.

# Registro del representante legal

Después del registro del responsable legal de la persona jurídica junto al RFB, este podrá representar en el SISCOMEX a las personas físicas que actuaran como representantes de la empresa para la práctica de los actos relacionados con el despacho aduanero.

La persona jurídica: el registro de los representantes de la persona jurídica en este caso frigoCenter para la práctica de las actividades relacionadas con el despacho aduanero en el SISCOMEX serán efectuados directamente en el sistema por el respectivo responsable legal registrado en el modulo. "Cadastro de Representante Legal" del sistema SISCOMEX.

La persona jurídica solamente podrá ser representada para ejercer actividades relacionadas al despacho aduanero de mercancías (art. 809 del reglamento aduanero):

Por intermedio de despachante aduanero; Personalmente, si es persona física;

Si es persona jurídica también puede ser representado por:

Dueño de la empresa:

Un empleado:

Un funcionario o servidor especialmente designado, el el caso de órgano de la administración pública, misión diplomática o representación de organización internacional.

En consecuencia con lo anterior las personas deben someterse a ser registradas como representantes del interesado para actuar en su nombre en el sistema Siscomex

# LEGISLAÇÃO:

Regulamento Aduaneiro

Instrução Normativa RFB nº 1.603, de 2015.

Saiba mais:

Manual de Habilitação no Siscomex

En esta parte de la etapa se solicita la licencia de exportación en la pagina del ministerio de agricultura frigoCenter al tener autorización de funcionamiento de empresas que pertenecen a la industria de alimentos obtendrá la licencia de forma fácil ya que cumple con el requisito mencionado el cual es el único solicitado por el ministerio de agricultura.

**7.2.3.1 Documentos de exportación.** En el comercio internacional, los documentos tienen un papel importante. Un comercio internacional formalizado se realiza por medio de un contrato que no necesita tener una forma predeterminada y puede ser una letra o un fax donde se definen las condiciones de la operación. Para facilitar el comercio, algunos documentos están estandarizados, aunque hay diferencias de modelos como el país importador, pero es importante que haya claridad en las condiciones comerciales.

Para su seguridad, el exportador debe obtener de la importación de la lista de documentos que se deben proporcionar para la entrada de mercancías en el país de destino.

La Consolidación de la SECEX Ordenanza, establece los documentos que pueden integrar el proceso de exportación los cuales se enmarcan en los siguientes artículos de la SECEX Ordenanza Nº 23 de 14 de julio de 2011 (actualizado) que consolida en un solo documento todas las normas emitidas por la SECEX en la tramitación administrativa de las importaciones y exportaciones y el régimen especial de reintegro.

# CAPÍTULO IV - TRATAMIENTO ADMINISTRATIVO DE LAS EXPORTACIONES

- Sección I. Exportaciones por personas (Art. 183)
- Sección II. Registro de Exportación (RE) (Art 184 -. 193)
- Sección III. El acceso al SISCOMEX (Artes. 194 y 195)
- Sección IV. Tratamiento administrativo (Artes. 196 y 197)
- Sección V. Acreditación clasificadores (Artes. 198 y 199)
- Sección VI. Documentos de exportación (Art. 200 y 201)
- Sección VII. Exportación sin recibir pagos (Art. 202)
- Sección VIII. Exportación en consignación (art. 203)
- Sección IX. Exportación para uso y consumo a bordo (Artes. 204 y 205)
- Sección X. Margen sin impuestos o sin retención cambiaria (Art. 206)
- Sección XI. Exportación dirigida a Ferias, Exposiciones, Certámenes y semejantes (Art. 207)
- Sección XII. Certificado de Depósito (artículos 208 -. 212)
- Sección XIII. Condiciones de venta (Art. 213)
- Sección XIV. Reducir a cero la tasa impositiva del impuesto sobre la renta

incidente sobre los beneficiarios de ingresos residentes o domiciliadas en el extranjero (Art. 214)

- Sección XV. Precio, plazo y comisión del agente (artículos 215 -. 218)
- Sección XVI. Marcación de volúmenes (Art. 219)
- Sección XVII. Financiación de las Exportaciones (artículos 220 227).
- Sección XVIII. Asociación Latinoamericana de Integración (Arts. 228 -230)
- Sección XIX. Mercado Común del Sur (Artes. 231 y 232)
- Sección XX. Sistema General de Preferencias (artículos 233 -. 235)
- Sección XXI. Sistema General de Preferencias Comerciales (Artes. 236 y 237)
- Sección XXII. Certificados de Origen Preferencias (artículos 238 -. 242)
- Sección XXIII. Retorno de mercancías al país (Art. 243)
- Sección XXIV. Desarrollo del Comercio y Asistencia al exportador (Art. 244)
- Sección XXV. Remesas financieras al exterior (Art. 245)
- Sección XXVI. Operaciones de descuento (Art. 246)
- Sección XXVII. Empresa Comercial Exportadora (artículos 247 -. 253)
- Sección XVIII. Países con peculiaridades (Art. 254)
- Sección XXIX. Disposiciones finales (Artes. 255 y 256)

## CAPITULO V - DISPOSICIONES COMUNES

Sección I. Servicios y consultas en SECEX (artículos 257 -. 259) Sección II. Disposiciones finales (artículos 260 - 266).

# - Documentos de exportación

Art. 200. El extracto de RE se puede obtener, cuando sea necesario, en cualquier punto conectado a SISCOMEX.

Parágrafo 1 Las instituciones autorizadas por el Banco Central de Brasil para operar en las casas de cambio y de corretaje que actúan como intermediario en las transacciones en divisas, relacionado con SISBACEN, están autorizadas a ejercer los extractos relativos a RE, asumiendo la responsabilidad total y única para la transcripción, en estos documentos, la información proporcionada por el exportador.

Parágrafo 2 debería reflejarse en el documento de la siguiente cláusula: "Declaramos que la información contenida en este documento son las que se registran en la cuenta del exportador y el orden en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX)."

Art. 201. Los principales documentos adicionales que se utilizan en el procesamiento de las exportaciones se enumeran en el anexo XVIII de la presente Ordenanza.

Parágrafo único. En el caso del certificado de origen de los acuerdos preferenciales, deben aplicarse en los casos exportadores describen a continuación, la cláusula de inclusión en el crédito documentario - Tarjeta de crédito - la previsión de certificado de aceptación que contiene mención de otro término comercial que negociado en el crédito documentario en sí:

I - cuando la operación implica la negociación de crédito documental en el que, entre los documentos requeridos, se relaciona certificado de origen; y
 II - cuando el modelo de certificado de origen se habla de un punto de referencia que difiere del plazo en comercio internacional (INCOTERM) objeto de comercio.

## - REGISTRO COMO EXPORTADOR

- Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio
- SECRETARIO DE COMERCIO EXTERIOR
- DECRETO Nº 15 DE 17 de noviembre 2004
- (Publicado en el Diario Oficial de 23/11/2004)
- EL SECRETARIO DE COMERCIO EXTERIOR DEL MINISTERIO DE DESARROLLO, INDUSTRIA Y COMERCIO EXTERIOR, en el ejercicio de sus funciones, con base en el art. 15 del Anexo I al Decreto Nº 4632 de 21 de marzo de 2003, para consolidar las regulaciones de operaciones exportación, decide:

# CAPÍTULO I

### EL REGISTRO EXPORTADOR

Artículo 1 La inscripción en el Registro de Exportadores e Importadores (REI) de la Secretaría de Comercio Exterior. - Secex es automático, y se celebra en el momento de la primera operación de exportación (Registro de Exportación - RE, Registro de ventas - RV o crédito de registro - RC) en cualquier punto conectado al sistema Integrado de Comercio Exterior - Siscomex.

Parágrafo 1 Los exportadores ya inscritos en el registro REI seguirán inscritos, no es necesaria ninguna acción adicional.

Parágrafo 2. La persona física podrá exportar mercancías en cantidades que no revelen actividad de comercio y si no se realizan frecuentemente.

Parágrafo 3 Se excluyen de las restricciones previstas en el parágrafo anterior los siguientes casos desde que el interesado compruebe ante la secretaria de comercio exterior, o entidades avaladas por esta que se trata de:

- I agricultor o ganadero, cuya propiedad rural está registrada en el Instituto Nacional de Colonización y Reforma Agraria INCRA o;
- II Artesano, artista o similar, registrado como autónomo.

Parágrafo 4 quedan exentos de las obligaciones de inscripción de exportador en el REI las exportaciones vía remeza postal, con o sin cobertura cambiaria, a excepción de donaciones, realizadas por persona física o jurídica hasta el límite de US\$ 10.000,00 (diez mil dólares de Estados Unidos de América) o el equivalente en otra moneda, excepto cuando se tratara de:

- I productos de exportación prohibida o suspendida;
- II producto sujeto a Registro de Ventas (RV);
- III exportación con margen no realizado el cambio monetario;
- IV exportación vinculada a regímenes aduaneros especiales y atípicos;
- V exportación vinculada al Programa Especial de Exportación BEFIEX;
- VI la exportación sujeta al Registro de Operaciones de Crédito (RC).
- Art. 2 La inscripción en el REI puede ser negado, suspendido o cancelado en caso de decisión administrativa final, por las razones siguientes:
- I por infracciones de naturaliza fiscal, cambiaria y de comercio exterior o,
- II por abuso de poder económico.

# 7.2.4. El control gubernamental. Registro de Exportación – RE

Documento electrónico emitido y rellenado SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior), directamente por el propio exportador o su representante legal. Este tiene la intención de registrar la operación a efectos de los controles gubernamentales sobre divisas fiscal comercial y áreas aduaneras.

Figura 2. Tomada de la página web de SISCOMEX



# 7.2.5. Documentos para efectos fiscales y contables:



## - Contrato de Cambio

Documento informatizado para recoger información emitida por el banco de intercambio negociador y formalizar el intercambio de moneda extranjera por moneda local. Externamente, equivalente a la factura, y es válido desde la fecha de salida del territorio nacional de mercancías. Este documento es esencial para el importador para liberar la mercancía en el país de destino.

## - Certificado de Exportación (CE)

Es el documento oficial emitido por el Servicio de Rentas Internas de Brasil - RFB que ratifica el envío real de las mercancías. La CE encarna la operación de exportación y tiene autoridad legal para efectos fiscales administrativa, divisas y. En el caso especial de enviar al exterior del equipaje, paquetes, regalos y muestras sin valor comercial, hasta un límite de \$ 5000, el RE no se aplica y se sustituye por resumen del pedido, registrada por el servidor RFB.

### - Nota fiscal

La factura debe acompañar a las mercancías desde el establecimiento de la salida hasta la liberación efectiva de Ingresos Federales de Brasil - RFB. Y Debe acompañar al producto en tránsito interno.

# - Certificado o póliza de seguro

Documento necesario cuando la condición de venta consiste en la contratación de los bienes a salvo. Debe proporcionarse antes del embarque, junto con una compañía de seguros, libremente elegido por el exportador.

- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading = B / L)

Documento expedido por la empresa de transporte que acusa recibo de carga, condiciones de transporte y la obligación de entregar la mercancía al destinatario legal en el punto de destino preestablecido, dando la posesión de los bienes. Es, al mismo tiempo, un recibo de mercancías, contratos de entrega y un documento de propiedad, lo que constituye un instrumento negociable.

Este documento tiene denominaciones de acuerdo con los medios de transporte utilizados:

- Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading B / L)
- Conocimiento Embarque Aéreo (Airway Bill AWB)
- Conocimiento de Transporte por Carretera (CRT)
- Conocimiento de Transporte Ferroviario (TIF / DTA)
- y por último la Factura proforma o proforma invoice ya antes vista.

# 7.3 CONDICIONES EXIGIDAS POR EL GOBIERNO DE BRASIL PARA LLEVAR A CABO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

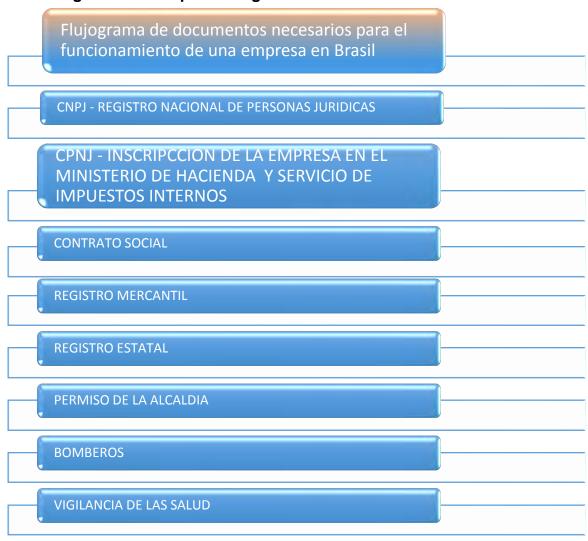
# 7.3.1. Certificaciones actuales de la empresa:

# Registro y licencia de exportación por parte del ministerio de agricultura de Brasil

Para la exportación de productos congelados como los que la empresa frigoCenter maneja es necesario un documento **ÚNICO** que permite la salida de los productos que frigoCenter maneja hacia otros países, este documento es la licencia de exportación, LE. La empresa necesita del ministerio de desarrollo, industria y comercio exterior, MDIC para exportar. El registro se realiza a través del SISCOMEX, sistema integrado de comercio exterior, que es un sistema

informatizado de la receita federal de Brasil, por medo de este el exportador registra todas las informaciones necesarias sobre el producto para que sea emitido el registro de exportación, esta licencia solo se da a las empresas que manipulan alimentos autorizadas para funcionar por ANVISA requisito que cumple la empresa frigoCenter. La empresa frigoCenter cumple con la legislación actual de Brasil para el funcionamiento de una empresa de sus características es importante mencionar que cuenta con registro sanitario en ANVISA, por consecuencia para llevar a cabo distribución física internacional la empresa frigoCenter solo debe cumplir con los requisitos que exigen los entes estatales para el funcionamiento de empresas que trabajan con alimentos estos requisitos se detallan a continuación:

# 7.3.2. Documentos para el funcionamiento de una empresa en Brasil, los cuales frigoCenter cumple con rigor:



## - CNPJ

Registro Nacional de Personas Jurídicas es el primer documento que se solicita al empresario. Se tiene una identidad nacional a una persona que es la ACB y la persona jurídica este número es el CNPJ.

El CNPJ es la inscripción de la empresa en el Ministerio de Hacienda y el Servicio de Impuestos Internos, lo que hará que exista a nivel nacional. Este requisito es el responsable de la prueba de la existencia de la empresa forma parte del mercado y este registro es el que permite tener el cálculo de los impuestos que la empresa debe a pagar. Sin CNPJ, la empresa no existe en realidad y es considerado ilegal. Para obtener el CNPJ se tiene que dirigir al IRS de su ciudad llevando con sigo la identidad de los propietarios de la empresa original y copia, número de seguro social, comprobante de domicilio, dirección donde la compañía trabajará y el contrato social. La tasa varía según la época del año y también el seguimiento de la empresa y debe ser pagada a la inscripción.

### - Contrato social

Este documento es en realidad una base y sólo se utiliza una vez es aún el registro CNPJ. Este es un acuerdo entre los propietarios de la empresa indicando que posee, el capital inicial de la empresa, el nombre de la empresa de registro y la cantidad de recursos en acciones y lo que uno hace la empresa, su razón de ser.

Debe estar preparado por un abogado, notario, estar en posesión de todos los socios y firmado por los propietarios de la empresa, dos testigos y un abogado.

# - Registro en el registro mercantil

Si usted es, un fabricante de productos o prestador de servicios un comerciante y por lo tanto debe estar registrado en el registro comercial de su ciudad. Se trata de un registro que sólo los comerciantes que deseen comenzar un negocio para los impuestos adeudados y que los espacios son pagados puedan revisar y trabajar con regularidad y sin daños al estado y también a los consumidores. Hay supervisión y una cuota anual para mantener el registro.

# - Registro estatal

Todos los municipios del país necesita saber cuántos y cuáles son sus comerciantes y no sólo a las estadísticas, sino también que la empresa funciona correctamente y pagar debidamente sus impuestos. Si la propiedad no se ha registrado, puede ser multado y cerrado.

Además del pago de una tasa que varía de ciudad en ciudad, es necesario tener a mano, tras el registro, una copia de la escritura de constitución de la empresa, debidamente firmada y notariada, comprobante de domicilio de la empresa, documentos y comprobantes de dirección de los socios del proyecto y el pago de la tasa.

#### - Permiso de la alcaldía

Las ciudades también quieren saber todo lo que funciona y cobrar los impuestos adeudados, porque así es como se las arregla para mantener las instituciones públicas en ejecución y funcionamiento. Cada ciudad tiene reglas diferentes para iniciar un negocio, pero en general, se trata del registro de IRS, artículos y documentos de los propietarios de la empresa.

#### - Bomberos

Normas de seguridad que se exigen a todas las empresas de una ciudad, deben cumplir con las normas de seguridad de espacio y movilidad los que revisan estos aspectos son los bomberos. Para esto se paga una cuota anual de suscripción y una encuesta se llevará a cabo en el espacio de funcionamiento de la empresa, si esta cumple con los requisitos se le da el permiso de operación. La tasa de pago es anual.

# - Vigilancia de la salud

Las normas son más difíciles de establecimientos relacionados con el manejo y almacenamiento de los alimentos, pero todas las empresas necesitan un permiso de la vigilancia de la salud, que también cobra una comisión al trabajo, a pagar anualmente.

Las reglas son una vigilancia más estricta, en el funcionamiento de la empresa y de la actividad que ejerce en el mercado, como en el caso de los productos inflamables, alimentos, objetos peligrosos a accidentes, entre otros.

Es necesario recordar que para abrir una sociedad Ltda. O incluso abrir una microempresa las políticas y procedimientos de la compañía individuales para abrir la empresa son los mismos.

Los requisitos anteriores son los necesarios para que una empresa funcione normalmente los cuales la empresa frigoCenter cumple, se rige por las normas y legislación de Brasil en especial la legislación del estado de Rio de Janeiro, esto lo viene haciendo desde su fundación en 1981 adaptándose año tras año a la legislación cambiante que regula el funcionamiento de las empresas en este país y en este estado en particular.

# 7.3.3 Requisitos o certificaciones para comenzar actividades de exportación con la empresa frigoCenter:

### **Procedimientos Preliminares**

Antes del despacho o la exportación, se debe iniciar con el registro de la declaración de exportación, el exportador se debe registrar para poder ingresar al sistema integrado de comercio exterior (Siscomex), procedimiento regido por la norma RFB nº 1.603, de 2015.

Una vez registrado, el exportador recibe una contraseña para poder ingresar en el SISCOMEX y acceder a usarlo:

En el portal por medio del link: portal SISCOMEX.

La exportación será sometida a control administrativo de la secretaria de comercio exterior (Secex) del ministerio de desarrollo, industria y comercio exterior (MDIC).

### Control Administrativo de la Secex

En la primera operación de exportación o importación registrada en el SISCOMEX, el importador o exportador queda registrado automáticamente en el registro de exportadores e importadores (REI) de la secretaria de comercio exterior (SECEX). Una vez inscrito en el REI, no será necesaria ninguna acción adicional por parte del exportador, para mantener el registro revisar el artículo 8º de la página de la Secex nº 23/2011.

La operación de exportación se somete a las reglas y al control administrativo y comercial de la secretaria de comercio exterior (Secex) del ministerio de desarrollo industria y comercio exterior, siendo así necesaria la obtención, previamente a la declaración de exportación, del respectivo registro de exportación (RE).

Además del RE la etapa administrativa comercial de control de las exportaciones para algunos casos se requiere el registro de operación de crédito (RC).

En situaciones tratadas en la norma SRF 611/06, si las mercancías no estás sujetas al control específico de órganos aduaneros, el exportador podrá optar por el registro de declaración simplificada de exportación (DSE) en este caso no es necesario el registro en el (RE)

LEGISLAÇÃO: Instrução Normativa SRF 611/06; Portaria Secex nº 23/2011; Portaria MDIC nº 249, de 2010.

# Registro del representante legal

Después del registro del responsable legal de la persona jurídica junto al RFB, este podrá representar en el SISCOMEX a las personas físicas que actuaran como representantes de la empresa para la práctica de los actos relacionados con el despacho aduanero.

La persona jurídica: el registro de los representantes de la persona jurídica en este caso frigoCenter para la práctica de las actividades relacionadas con el despacho aduanero en el SISCOMEX serán efectuados directamente en el sistema por el respectivo responsable legal registrado en el modulo. "Cadastro de Representante Legal" del sistema SISCOMEX.

La persona jurídica solamente podrá ser representada para ejercer actividades relacionadas al despacho aduanero de mercancías (art. 809 del reglamento aduanero):

Por intermedio de despachante aduanero;

Personalmente, si es persona física;

Si es persona jurídica también puede ser representado por:

Dueño de la empresa:

Un empleado;

Un funcionario o servidor especialmente designado, el el caso de órgano de la administración pública, misión diplomática o representación de organización internacional.

En consecuencia con lo anterior las personas deben someterse a ser registradas como representantes del interesado para actuar en su nombre en el sistema Siscomex

LEGISLAÇÃO:

Regulamento Aduaneiro

Instrução Normativa RFB nº 1.603, de 2015.

En este punto se solicita la licencia de exportación en la pagina del ministerio de agricultura, frigoCenter al tener autorización de funcionamiento de empresas que pertenecen a la industria de alimentos por parte de ANVISA obtendrá la licencia de forma fácil ya que cumple con el requisito mencionado el cual es el único solicitado por el ministerio de agricultura y se procede a revisar los documentos necesarios para realizar la exportación.

**7.3.3.1 Documentos de exportación.** En el comercio internacional, los documentos tienen un papel importante. Un comercio internacional formalizado se realiza por medio de un contrato que no necesita tener una forma predeterminada y puede ser una letra o un fax donde se definen las condiciones de la operación. Para facilitar el comercio, algunos documentos están estandarizados, aunque hay diferencias de modelos como el país importador, pero es importante que haya claridad en las condiciones comerciales.

Para su seguridad, el exportador debe obtener de la importación de la lista de documentos que se deben proporcionar para la entrada de mercancías en el país de destino.

La Consolidación de la SECEX Ordenanza, establece los documentos que pueden integrar el proceso de exportación los cuales se enmarcan en los siguientes artículos de la SECEX Ordenanza Nº 23 de 14 de julio de 2011 (actualizado) que consolida en un solo documento todas las normas emitidas por la SECEX en la tramitación administrativa de las importaciones y exportaciones y el régimen especial de reintegro.

# CAPÍTULO IV - TRATAMIENTO ADMINISTRATIVO DE LAS EXPORTACIONES

- Sección I. Exportaciones por personas (Art. 183)
- Sección II. Registro de Exportación (RE) (Art 184 -. 193)
- Sección III. El acceso al SISCOMEX (Artes. 194 y 195)
- Sección IV. Tratamiento administrativo (Artes. 196 y 197)
- Sección V. Acreditación clasificadores (Artes. 198 y 199)
- Sección VI. Documentos de exportación (Art. 200 y 201)
- Sección VII. Exportación sin recibir pagos (Art. 202)
- Sección VIII. Exportación en consignación (art. 203)
- Sección IX. Exportación para uso y consumo a bordo (Artes. 204 y 205)
- Sección X. Margen sin impuestos o sin retención cambiaria (Art. 206)
- Sección XI. Exportación dirigida a Ferias, Exposiciones, Certámenes y semejantes (Art. 207)
- Sección XII. Certificado de Depósito (artículos 208 -. 212)
- Sección XIII. Condiciones de venta (Art. 213)
- Sección XIV. Reducir a cero la tasa impositiva del impuesto sobre la renta incidente sobre los beneficiarios de ingresos residentes o domiciliadas en el extranjero (Art. 214)
- Sección XV. Precio, plazo y comisión del agente (artículos 215 -. 218)
- Sección XVI. Marcación de volúmenes (Art. 219)
- Sección XVII. Financiación de las Exportaciones (artículos 220 227).
- Sección XVIII. Asociación Latinoamericana de Integración (Arts. 228 -230)
- Sección XIX. Mercado Común del Sur (Artes. 231 y 232)

- Sección XX. Sistema General de Preferencias (artículos 233 -. 235)
- Sección XXI. Sistema General de Preferencias Comerciales (Artes. 236 y 237)
- Sección XXII. Certificados de Origen Preferencias (artículos 238 -. 242)
- Sección XXIII. Retorno de mercancías al país (Art. 243)
- Sección XXIV. Desarrollo del Comercio y Asistencia al exportador (Art. 244)
- Sección XXV. Remesas financieras al exterior (Art. 245)
- Sección XXVI. Operaciones de descuento (Art. 246)
- Sección XXVII. Empresa Comercial Exportadora (artículos 247 -. 253)
- Sección XVIII. Países con peculiaridades (Art. 254)
- Sección XXIX. Disposiciones finales (Artes. 255 y 256)

## CAPITULO V - DISPOSICIONES COMUNES

Sección I. Servicios y consultas en SECEX (artículos 257 -. 259) Sección II. Disposiciones finales (artículos 260 - 266).

# - Documentos de exportación

Art. 200. El extracto de RE se puede obtener, cuando sea necesario, en cualquier punto conectado a SISCOMEX.

Parágrafo 1 Las instituciones autorizadas por el Banco Central de Brasil para operar en las casas de cambio y de corretaje que actúan como intermediario en las transacciones en divisas, relacionado con SISBACEN, están autorizadas a ejercer los extractos relativos a RE, asumiendo la responsabilidad total y única para la transcripción, en estos documentos , la información proporcionada por el exportador.

Parágrafo 2 debería reflejarse en el documento de la siguiente cláusula: "Declaramos que la información contenida en este documento son las que se registran en la cuenta del exportador y el orden en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX)."

Art. 201. Los principales documentos adicionales que se utilizan en el procesamiento de las exportaciones se enumeran en el anexo XVIII de la presente Ordenanza.

Parágrafo único. En el caso del certificado de origen de los acuerdos preferenciales, deben aplicarse en los casos exportadores describen a continuación, la cláusula de inclusión en el crédito documentario - Tarjeta de crédito - la previsión de certificado de aceptación que contiene mención de otro término comercial que negociado en el crédito documentario en sí:

I - cuando la operación implica la negociación de crédito documental en el que,

entre los documentos requeridos, se relaciona certificado de origen; y II - cuando el modelo de certificado de origen se habla de un punto de referencia que difiere del plazo en comercio internacional (INCOTERM) objeto de comercio.

## - REGISTRO COMO EXPORTADOR

- Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio
- SECRETARIO DE COMERCIO EXTERIOR
- DECRETO Nº 15 DE 17 de noviembre 2004
- (Publicado en el Diario Oficial de 23/11/2004)
- EL SECRETARIO DE COMERCIO EXTERIOR DEL MINISTERIO DE DESARROLLO, INDUSTRIA Y COMERCIO EXTERIOR, en el ejercicio de sus funciones, con base en el art. 15 del Anexo I al Decreto Nº 4632 de 21 de marzo de 2003, para consolidar las regulaciones de operaciones exportación, decide:

# CAPÍTULO I

## EL REGISTRO EXPORTADOR

Artículo 1 La inscripción en el Registro de Exportadores e Importadores (REI) de la Secretaría de Comercio Exterior. - Secex es automático, y se celebra en el momento de la primera operación de exportación (Registro de Exportación - RE, Registro de ventas - RV o crédito de registro - RC) en cualquier punto conectado al sistema Integrado de Comercio Exterior - Siscomex.

Parágrafo 1 Los exportadores ya inscritos en el registro REI seguirán inscritos, no es necesaria ninguna acción adicional.

Parágrafo 2. La persona física podrá exportar mercancías en cantidades que no revelen actividad de comercio y si no se realizan frecuentemente.

Parágrafo 3 Se excluyen de las restricciones previstas en el parágrafo anterior los siguientes casos desde que el interesado compruebe ante la secretaria de comercio exterior, o entidades avaladas por esta que se trata de:

I - agricultor o ganadero, cuya propiedad rural está registrada en el Instituto Nacional de Colonización y Reforma Agraria - INCRA o;

II – Artesano, artista o similar, registrado como autónomo.

Parágrafo 4 quedan exentos de las obligaciones de inscripción de exportador en el REI las exportaciones vía remeza postal, con o sin cobertura cambiaria, a excepción de donaciones, realizadas por persona física o jurídica hasta el límite de

US\$ 10.000,00 (diez mil dólares de Estados Unidos de América) o el equivalente en otra moneda, excepto cuando se tratara de:

- I productos de exportación prohibida o suspendida;
- II producto sujeto a Registro de Ventas (RV);
- III exportación con margen no realizado el cambio monetario;
- IV exportación vinculada a regímenes aduaneros especiales y atípicos;
- V exportación vinculada al Programa Especial de Exportación BEFIEX;
- VI la exportación sujeta al Registro de Operaciones de Crédito (RC).
- Art. 2 La inscripción en el REI puede ser negado, suspendido o cancelado en caso de decisión administrativa final, por las razones siguientes:
- I por infracciones de naturaliza fiscal, cambiaria y de comercio exterior o,
- II por abuso de poder económico.

# 7.3.4. El control gubernamental. Registro de Exportación – RE

Documento electrónico emitido y rellenado SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior), directamente por el propio exportador o su representante legal. Este tiene la intención de registrar la operación a efectos de los controles gubernamentales sobre divisas fiscal comercial y áreas aduaneras.

Figura 3. Tomada de la página web de SISCOMEX



# 7.3.5. Documentos para efectos fiscales y contables:



## - Contrato de Cambio

Documento informatizado para recoger información emitida por el banco de intercambio negociador y formalizar el intercambio de moneda extranjera por moneda local. Externamente, equivalente a la factura, y es válido desde la fecha de salida del territorio nacional de mercancías. Este documento es esencial para el importador para liberar la mercancía en el país de destino.

# - Certificado de Exportación (CE)

Es el documento oficial emitido por el Servicio de Rentas Internas de Brasil - RFB que ratifica el envío real de las mercancías. La CE encarna la operación de exportación y tiene autoridad legal para efectos fiscales administrativa, divisas y. En el caso especial de enviar al exterior del equipaje, paquetes, regalos y muestras sin valor comercial, hasta un límite de \$ 5000, el RE no se aplica y se sustituye por resumen del pedido, registrada por el servidor RFB.

### - Nota fiscal

La factura debe acompañar a las mercancías desde el establecimiento de la salida hasta la liberación efectiva de Ingresos Federales de Brasil - RFB. Y Debe acompañar al producto en tránsito interno.

- Certificado o póliza de seguro

Documento necesario cuando la condición de venta consiste en la contratación de los bienes a salvo. Debe proporcionarse antes del embarque, junto con una compañía de seguros, libremente elegido por el exportador.

- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading = B / L)

Documento expedido por la empresa de transporte que acusa recibo de carga, condiciones de transporte y la obligación de entregar la mercancía al destinatario legal en el punto de destino preestablecido, dando la posesión de los bienes. Es, al mismo tiempo, un recibo de mercancías, contratos de entrega y un documento de propiedad, lo que constituye un instrumento negociable.

Este documento tiene denominaciones de acuerdo con los medios de transporte utilizados:

- Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading B / L)
- Conocimiento Embarque Aéreo (Airway Bill AWB)
- Conocimiento de Transporte por Carretera (CRT)
- Conocimiento de Transporte Ferroviario (TIF / DTA)
- y por último la Factura proforma o proforma invoice ya antes vista.

## Oferta exportable ejemplo para el caso; marca seara

Como ejemplo de incursión de la empresa frigoCenter en mercados internacionales toma la línea de productos de la marca seara descrita en el segundo objetivo, ya que esta es una marca líder en la exportación de productos congelados en Brasil y al ser frigoCenter un distribuidor exclusivo de esta marca en 4 estados de Brasil, se torna una oportunidad de negocio distribuir al mundo los productos de la marca mencionada a través de frigoCenter y así esta pueda asimilar experiencia de seara en mercados internacionales y además contribuir a seara para mantenerse y seguir creciendo en el mercado internacional.

Seara Alimentos

Razón social: Seara Alimentos Ltda.

Tipo: filial

Eslogan: "Se comienza con 'S' y termina con 'A'

Industria: comida

Fundación: 18 de noviembre de 1956 (60 años) Seara , Santa Catarina , Brasil

sede Itajaí, Santa Catarina, Brasil

Propietario (s): JBS

Las personas clave: Gilberto Tomazzoni (CEO)

Beneficio anual \$ 1.880 millones de reales (2012)

Facturación anual \$ 15.974 millones de reales (2012)

Seara Alimentos es una empresa brasileña de alimentación que está especializada en la elaboración y distribución de productos cárnicos. La compañía fundada el 18 de noviembre de 1956 en la localidad de Seara, al oeste del estado de Santa Catarina. Fue controlada por el Grupo Marfrig 2009-2013 y fue adquirida por JBS por \$ 5.5 mil millones en 2013

La empresa se convirtió en la primera firma de carne porcina del país gracias a su negocio de exportación de carne y productos avícolas a otros continentes como Europa, Asia y Oriente Medio.1 A su vez, la compañía se especializó en el mercado brasileño y latinoamericano con productos como salchichas, panceta, hamburguesas, jamones, mortadelas y platos preparados entre otros. En 2009 la multinacional brasileña Marfrig, rival de Seara en la industria cárnica brasileña, compro la marca.

Seara fue uno de los patrocinadores oficiales de la Copa Mundial de la FIFA 2010, en 2011 hizo lo propio con la Copa América que se disputó en Argentina, y la Copa Mundial de la FIFA 2014. También fue el patrocinador oficial del Santos Futebol Clube y Criciuma Esporte Clube en la temporada 2010-2011. Su trabajo también se ha ampliado el patrocinio de Grêmio Esportivo Osasco y de la selección brasileña de fútbol.

#### **PRODUCTOS**

Seara dispone de una amplia red de productos para satisfacer las demandas de los consumidores con la calidad y la fiabilidad. Las siguientes son las categorías de alimentos:

Los platos listos: Las principales características de la línea son practicidad y comodidad sin perder el sabor, variedad y calidad. Los siguientes platos en

versión congelada se pueden encontrar: lasaña, escondidinhos, pasta, Strogonoff, Yakissoba, cerdo y carnes de aves. La línea también cuenta con sándwiches y opciones de pizza;

Margarinas y productos para untar: La línea de la margarina se divide en las categorías de la luz y convencional en varios tamaños, con la misma variedad se puede encontrar también en el segmento de patés;

Hamburguesas, empanadas, kibes y albóndigas: La categoría ha congelado varios productos diseñados para la comodidad y el sabor como hamburguesas, empanadas, carnes, kibes albóndigas y producidos con estricto control de calidad y los ingredientes seleccionados;

Fiambres y embutidos: Los productos en esta categoría están representados por marcas reconocidas en el mercado y el consumidor, siendo accesible en todo el país por la amplitud de la distribución. Compone jamones de línea, pechuga de pavo, carne de luz, salami, mortadela, salchichas, salchichas crudas o desecadas y ahumados, entre otros;

Natura: La línea de productos in natura es la más completa del mercado, preparada para atender a los clientes que buscan productos de cortes enfriados, congelados y experimentados. Los productos conmemorativos son templados pavo, aves y pierna de cerdo condimentada.

## **ESTRUCTURA**

Seara centra su actividad en los sectores de las aves de corral, carne de cerdo y alimentos procesados, preparados y congelados a nivel nacional e internacional. El objetivo de la unidad está funcionando cerca de los clientes y proveedores para desarrollar productos de mayor valor agregado, con especial atención en la calidad y las exigencias del mercado.

En 2015, la unidad de negocio procesó alrededor de 1,3 mil millones de cabezas de aves de corral y 4,9 millones de cabezas de ganado porcino, consolidando su posición como la segunda mayor empresa brasileña del segmento. Seara trabaja con áreas enfocadas en los procesos de evaluación y desarrollo de la innovación para satisfacer las demandas de los consumidores y asegurar nuevos negocios.

El área de Consumer Insight y Market Intelligence evalúa el comportamiento de cada producto insertado en el mercado y de esta seguimiento - las medidas que son los puntos buenos, apunta a mejorar y oportunidades para nuevos productos.

#### **CERTIFICACIONES**

La consolidación de Seara en el mercado nacional e internacional se obtuvo gracias a la seriedad de la marca en cuanto a producción y la calidad con la máxima seguridad durante todo el proceso, desde la fabricación hasta la mesa del consumidor.

El brasileño es uno de los clientes más exigentes del mundo, lo que hace que la confianza en la marca aún más valiosa para la empresa. Todas las plantas están aprobadas para mercados especiales y la lista general del Ministerio de Agricultura, así como todos los requisitos legales nacionales e internacionales, con la producción en los códigos específicos de clientes y mercados.

Seara fue la primera compañía en aves de corral y carne de cerdo en América Latina para lograr el certificado de calidad ISO 9000: 94, lo que permitió la certificación del 100% de los casos en todas las unidades agro-industriales y comerciales en los años 90. Más tarde la marca emigraron al sistema de calidad ISO 9001: 2000 y en la actualidad trabaja con el sistema de calidad basado en procesos y principios de control.

ISO 14001 - Requisitos para el Sistema de Gestión Ambiental.

ISO 17025 - Requisitos generales de Ensayo y Calibración Laboratorios.

SWA - Proveedor del lugar de trabajo de Responsabilidades.

GlobalGAP - Certificado Global Cadena Agropecuaria.

Ley suiza.

BRC - British Retail Consortium

ALO SR 916.51 - control de los medicamentos y productos químicos utilizados en la creación de pollos de engorde.

CFM - Certificado de la cadena de las fábricas y abate.

BSCI - Negocios ComplianceInitiative Social.

Seara Brasil - Historia de exíto obtiene la certificación ISO 9002 para toda la cadena de produccion de pollo 💊 pasa a ser lider en brasil adquicición de nuevos activos y marcas Cebal incorpora a seara al grupo agro industria S/A y seara pasa a ser una marca de ceval Doriana ■adquicición del frigorifico seara por ceval ÆKITOS agro industria S.A. MARFRIG SEARA seara es comprada por cargill Cargill ■ Margrig adquiere a seara e inicia la integracion con los demas activos primer lugar en exportacion Penasul ■fundación de de pollo de brasil seara

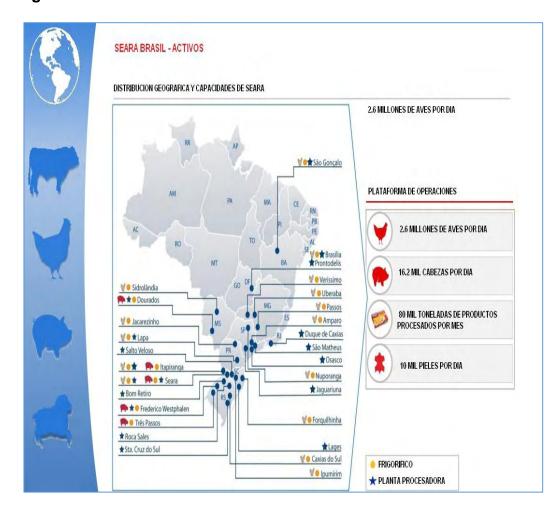
Figura 4. Condiciones de exportación de la marca seara

Seara Brasil es una plataforma lider en resultados de intregración y adquisición de mas de 20 activos y marcas

Figura 5. Operaciones



Figura 6. Activos



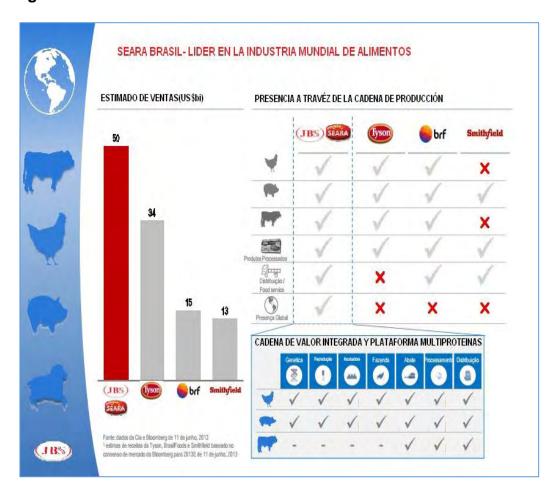


Figura 7. Líder en la industria mundial de alimentos

Cumplidos los requisitos exigidos por el gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional, además de conocer los procesos para llevar a cabo una exportación y seleccionar una marca y línea de productos para tal fin es importante mencionar que para la empresa frigoCenter ser aliado estratégico de seara en esta nueva etapa de transformación de distribuidora interestatal a distribuidora internacional se convierte en un aspecto muy importante ya que como observamos seara es una marca reconocida mundialmente esto le da la ventaja a frigoCenter para que no tenga en sus manos la compleja labor de buscar certificaciones adicionales porque los productos seara cuentan con todas las condiciones legales y sanitarias para ser exportados además de gran capacidad de producción, gran trayectoria en el mercado internacional y aceptación en mercados tan exigentes como el norte americano y el europeo según esta

información es importante resaltar que la empresa frigoCenter cuenta con las condiciones que exige el gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional además la empresa cuenta con marcas y líneas de productos listas para exportar como es evidente en este caso con el ejemplo de la marca seara y su línea de productos.

7.4 PLAN ACCIÓN Y DIAGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LLEVAR A CABO PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS QUE NECESITAN REFRIGERACIÓN, PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER.

# 7.4.1 Beneficios de las exportaciones en Brasil:



- Mejoría de la empresa.

Por lo general, cuando una empresa empieza a exportar consigue mejoras significativas, tanto dentro de la empresa (nuevas normas de gestión, nuevas tecnologías, nuevas formas de gestión, trabajo, habilidades de trabajo, agregando valor a la marca) y fuera (imagen mejorada frente a los clientes, proveedores y competidores).

Al convertirse en una empresa exportadora, sus cambios de imagen. Su nombre y su marca se convierten en una referencia en relación a la competencia, y es visto como una empresa de productos de calidad.

Los compradores extranjeros son bastante exigentes, y tanto los clientes como los proveedores saben que la empresa está exportando y a través de ella pueden poner sus productos en el extranjero, gracias a su esfuerzo para ser más competitivos.

La empresa creará nuevos puestos de trabajo, debido al aumento de la producción, y los empleados sentirán orgulloso de trabajar en una empresa que exporta sus productos.

#### - Diversificación de mercados

La estrategia para resaltar una parte de su producción para el mercado interno y el otro para el mercado externo permite a la compañía ampliar su base de clientes de base o fidelizados, lo que significa tomar menos riesgos, ya que cuanto mayor sea el número de mercados en los que llega la empresa menos dependiente que es.

La diversificación de mercados permite también eliminar la estacionalidad del producto, es decir, una empresa que fabrica productos para el clima frío, puede producirlos todo el año, porque va a tener diferentes mercados en los que los venden, y no depende sólo de las estaciones nacionales.

## Mayor productividad

Cuando una empresa empieza a exportar su producción aumenta numéricamente y cualitativamente. Esto es debido a la reducción de la capacidad ociosa existente, que se obtiene mediante la revisión de los procesos de producción.

Con el aumento de la producción, naturalmente, también aumenta la capacidad para negociar la compra de la materia prima. Por lo tanto, el coste de fabricación de los productos tiende a disminuir, haciéndolas más competitivas y aumentar el margen de beneficio.

- Mejora de la Calidad del producto

Otra ventaja muy notable es la mejora de la calidad del producto. Esto también tiende a aumentar a medida que la empresa tiene para adaptarlo a las necesidades del mercado a los que se aplica, lo que le obliga a perfeccionarlo.

Para participar en el mercado internacional, las empresas adquieren tecnología de los países desarrollados requieren de sus normas y procedimientos proveedores que, con el tiempo, se internalizan y se convierten en rutina y por lo tanto todas sus relaciones posteriores con el exterior, o el mercado interior se hará dentro de estas reglas.

La interacción con los nuevos mercados ofrece acceso a las nuevas tecnologías. Las empresas exportadoras empiezan a adoptar los programas de calidad y el desarrollo de las pruebas en sus productos, a partir de implementar mecanismos para asegurar la calidad, para evitar problemas con los importadores, e incluso un posible retorno de las mercancías.

- Disminución de la Carga Tributaria.

Las empresas exportadoras pueden utilizar mecanismos que contribuyan a la reducción de los impuestos que se usan normalmente en operaciones en el mercado interno, se llaman incentivos fiscales.

Los incentivos fiscales son ventajas para eliminar los impuestos sobre los productos en las operaciones domésticas normales.

Cuando se trata de exportar, es importante que el producto llegue al mercado internacional en condiciones de competir en precio y, por lo tanto, se puede compensar la recaudación de los impuestos internos:

IPI - Los productos exportados no sufren del Impuesto sobre Productos Industrializados:

ICMS - El Impuesto sobre Bienes y Servicios de la circulación no se centra en las operaciones de exportación;

COFINS - Los ingresos provenientes de las exportaciones, en la determinación de la base imponible Contribución al Financiamiento de la Seguridad Social están excluidos;

PIS - Los ingresos por exportaciones están exentos de contribuir al Programa de Integración Social;

IOF - divisas relacionados con las transacciones de exportación (también atiende a otros bienes y servicios) tienen tasa cero en el impuesto a las transacciones financieras.

Los avances en la tecnología permiten comunicaciones instantáneas con las más diversas regiones del planeta, lo que permite negociar de forma más diversa y con posibilidad de hacerlo a diario, con diversas empresas y países lejanos. En el pasado, la industria nacional estaba protegida por las barreras que actualmente no existen.

Esto hace que las empresas extranjeras puedan competir con las empresas brasileñas dentro de nuestro propio país.

La internacionalización conduce al desarrollo de la empresa, ya que la obligan a modernizarse, es así como conquista nuevos mercados, mantiene los mercados nacionales además de conservar sus posiciones en el mercado nacional y crear una posición en el mercado internacional lo que trae prestigio nacional.

En este sentido, el comercio exterior adquiere cada vez más importancia para el empresario que quiere crecer realmente, así contribuir a la economía brasileña que también crece a través de la entrada de divisas y generar empleo e ingresos en la empresa entre muchos otros beneficios de las que trae la internacionalización de la empresa.

#### 7.4.2 Acciones técnicas



# 7.4.3. Plan de acción para la empresa frigoCenter:

- La empresa cuenta con todos los trámites necesarios para su funcionamiento y paga los valores de estos cada año, la volatilidad de estos costos por la inflación hacen que describir los valores a pagar sea un procedimiento complejo ya que son muy variables y la empresa los asume año tras año independiente del valor resultante.

- los costos por adicionar los procesos logísticos a mejorar o integrar con respecto a mejoras en la empresa, se definirán en posteriores estudios requeridos para la internacionalización de la empresa.

Después del análisis de la empresa, este estudio da razones y métodos con los cualesa la empresa frigoCenter a las razones por las cuales se deben realizar las investigaciones pertinentes para comenzar con la distribución física internacional.

Dar a esta organización los aspectos clave en forma de acciones sobre llevara a cabo distribución física internacional al país o los países más convenientes para que la organización pueda iniciar el proceso de exportación permite optimizar recursos y tener una mayor probabilidad de éxito y visión optimista en todo lo relacionado a la actividad exportadora de la empresa frigoCenter.

La selección de mercado debe realizarse teniendo en cuenta la información analizada, experiencia en la empresa, necesidades, percepción de la empresa en el mercado teniendo en cuenta los mercados de su interés. A través de las bases de datos, pueden analizarse los países que hacen parte de acuerdos comerciales con Brasil ya que estos pueden representar una mejor oportunidad de acuerdo a la afinidad cultural y comercial, cercanía fronteriza, competidores, preferencias arancelarias, disponibilidad de transporte y exigencias de entrada a mercados internacionales. La información que se obtuvo de esta empresa sirvió de quía para enfocarse en desarrollar acciones alternativas para la empresa en cuanto a la apertura de nuevos mercados internacionales. De esta información se puede distinguir aspectos generales de la empresa que detallan la gestión administrativa, las necesidades particulares de frigoCenter, entre otros aspectos que hicieron posible enfocar este proceso de investigación de manera particular a lo que requiere la compañía. La administración de la empresa frigoCenter se mostro siempre abierta y con optimismo respecto al proceso de llevar a cabo distribución física internacional. A continuación se proponen una acción elemental y cinco acciones fundamentales para llevar a cabo la implementación de este eslabón tan importante en esta empresa.

**7.4.4.** Acción elemental. Preparación de la empresa para exportar. Se propone a la empresa tener una recepcionista bilingüe o poliglota, anticiparse a grandes pedidos de mercancía y verificar siempre si la empresa cuenta con la mercancía necesaria para satisfacer mercados objetivos, tener un personal capacitado en cuanto a comercio o relaciones internacionales para que se relacione con los clientes potenciales de la mejor forma es importante tener en cuenta los retos a los que se enfrenta este profesional como asumir el reto de liderar el proceso de distribución física internacional, este profesional debe estar disponible para viajes nacionales o internacionales, horarios irregulares choques culturales, si no se cuenta con estos profesionales se debe capacitar al personal existente o llevar a cabo un proceso de contratación de personal con las características mencionadas.

Se propone a la empresa verificar la capacidad financiera de la empresa frigoCenter para dar el paso de llevara a cabo distribución física internacional, además se debe determinar los productos más competitivos con los cuales la empresa pueda comenzar con su incursión en mercados internacionales, para la empresa frigoCenter se deben tener en cuenta los procesos de importación que actualmente lleca a cabo para usarlos como información adicional que ayude a entender los procesos de internacionalización de la compañía; como acción importante para la empresa es realizar una autoevaluación de compromiso de la administración, gerencia, propietarios y/o socios de la empresa para llevar a cabo la internacionalización de la empresa frigoCenter a través de la distribución física internacional además esta actitud positiva ante la internacionalización de la empresa debe contagiarse al resto de la organización y todo el personal. Y esto se lleva a cabo tanto si decides exportar como importar productos y servicios, que la empresa lleve a cabo procesos de importación es un punto positivo y para tener en cuenta el la implantación de exportación en esta organización, de igual manera se propone la creación de un departamento de importación y/o exportación (externalizado o no), que reporte directamente a la dirección todo lo relacionado con la internacionalización de la empresa, este departamento debe ser formado por personas especializadas en comercio internacional, con conocimiento de idiomas y con grandes habilidades para negociar en mercados diferentes y culturas diferentes.

Se propone tener en cuenta la realización del proceso de distribución física internacional en acompañamiento de socios comerciales o empresas con influencia en merados internacionales.

Asistir a ferias internacionales como participante o como visitante es un punto clave ya que esta acción puede generar la creación de nuevos contactos o colegas con productos afines a la empresa con características sectoriales y profesionales serias que puedan aportar a adquirir nuevo conocimiento y tácticas de entrada en mercados extranjeros, además este tipo de eventos conectan al exportador con el importador lo que posibilita una negociación preliminar y posteriores investigaciones de mercado más enfocadas y eficaces.

Tener en cuenta toda la documentación necesaria para llevar a cabo distribución física internacional.

Estudiar Incoterms para tener muy en cuenta la forma y acciones necearías de estos contratos para llevar a cabo procesos de exportación sin lidiar luego con malos entendido o confusiones.

Conocimientos de culturas diferentes a través de estudios de mercado y de estudios de cámaras de comercio internacionales entre otros es una acción necesaria de llevar a cabo para conectarnos con culturas sin mayores inconvenientes además estos estudios proporcionaran información de cómo

proteger la marca que se exporta, si es necesario llevar a cabo traducción de la presentación del producto o de las características del mismo.

## 7.4.5. Acción 1 realizar un estudio de mercado

#### Estudio de mercado

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de dos grandes análisis importantes:

- 1 Análisis de consumidores
- 2 Estrategia

#### Análisis de consumidores

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

# Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marca el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos, estudios del mercado y de la competencia, debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa o empresa que quiera incursionar en el comercio nacional o internacional toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo.- Consiste en mantenerse en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Diferenciación.- Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio etc.

# Tabla 8. Estrategia

- 1) Liderazgo en costes: que se basa en reducir los costes al máximo con el objetivo de poder ofrecer un producto al menor precio posible. Esto ocurre con productos estandarizados, como pueden ser recipientes de plástico o bolsas.
- 2) Diferenciación: que se basa en crear un elemento diferenciador del producto, que sea percibido y apreciado por el consumidor final, por el cual estará dispuesto a pagar un precio mayor. Estos productos se basan en generar un mayor Valor Añadido del producto o servicio.
- 3) Estrategia Mixta: que debe reunir tres características "precio, calidad y amplitud de gama". Por ejemplo, muchos productos de los conocidos como "Low-cost" se basan en esta estrategia.

ESTRATEGIA EMPRESA FRIGOCENTER					
objetivos	actividad	meta	indicador	productos	presupuesto
ESTRATE GIA MIXTA PRECIO, CALIDAD Y AMPLITUD DE GAMA	·	QUE SE REFLEJE EN LA CALIDAD EN LOS PROCESOS DE LA EMPRESA, REALIZAR ESTUDIOS	DE DISTRIBUCI ÓN, PERDIDAS TOTALES,	ESTRATE GIA DIRIGIDA A LA TOTALIDA D DE PRODUCT OS	PLANEAR DE ACUERDO A REQUERIMIEN TOS DE ESPECÍFICOS A MEJORAR

Fuente: este estudio

Esta etapa es muy importante para la empresa frigoCenter ya que estudiando previamente los acuerdos que benefician a Brasil y los países a los cuales es más viable y beneficioso para comenzar con la incursión en la distribución física

internacional además este estudio nos dará las pautas necesarias para satisfacer plenamente a nuestro mercado internacional por esta razón es claro que esta acción es continua un buen estudio de mercado tiene bases de datos actualizables y adaptables a las situaciones cambiantes del mercado para no ser tomados por sorpresa.

# 7.4.6. Acción 2 revisión de Acuerdos comerciales y aprovechamiento de los mismos:

- Por ultimo pero no menos importante se menciona los acuerdos internacionales de los cuales Brasil es miembro en los cuales se facilitaría el ingreso de los productos de la empresa en los países miembros de los acuerdos.
- Acordo de Sementes entre países de ALADI
- Preferencias de Tarifas Regional entre países ALADI
- Acuerdo de Bienes Culturales entre países de ALADI
- Brasil Uruguay
- Brasil-Argentina
- Mercosur
- Mercosur Chile
- Mercosur Bolívia
- Brasil México
- Mercosur México
- Automobilístico Mercosur México
- Mercosur Peru
- Mercosur Colômbia, Equador e Venezuela
- Brasil Guiana
- Brasil Suriname
- Brasil Venezuela
- Mercosur Cuba
- Mercosur/ Índia
- Mercosur/ Israel
- Mercosur/ SACU no vigente
- Mercosur/Egito no vigente
- Mercosur/Palestina no vigente

# 7.4.7. Acción 3 estudio y presentación de un Precio de exportación.

- El establecimiento del precio de exportación debe ir precedida de un estudio detallado de las condiciones del mercado, con el fin de facilitar el mantenimiento de los esfuerzos de exportación, sin perjuicio de la empresa. Es un elemento fundamental en las condiciones competitivas de productos destinados a la exportación.

### Determinación del precio

La fijación de precios está influenciada por dos fuerzas que trabajan en direcciones opuestas. En primer lugar, el costo de producción y la meta máxima ganancia tienden a elevar el precio; en la otra presión ocasionada por la alta competitividad en el mercado internacional es la minimización o reducción en el precio. A medio plazo, el precio elegido determinará la viabilidad de la actividad exportadora.

La estrategia de marketing de producto también afecta a los precios. Para colocarse en un nuevo mercado, un producto poco conocido debe tener, en principio, un precio inferior al aplicado por los competidores, suponiendo que tiene el mismo nivel de calidad. En cambio, un producto ya reconocido podría comercializarse con un precio más alto, debido a su aceptación en el mercado. Como ocurre en el mercado nacional brasileño, es necesario también en los mercados extranjeros, la monitorización continua de la entrada de nuevos productos de la competencia, los cambios en los costos de producción y los cambios en el nivel de la demanda.

Cabe señalar también que, en principio, los precios de exportación no están sujetos a verificación por parte de cualquier entidad de control en Brasil. La competencia impuesta por el mercado internacional es el principal factor de control del precio de exportación y la calidad del producto.

En el proceso de formación del precio de exportación, primero debe conocer y utilizar todos los impuestos y beneficios financieros para la exportación con el fin de obtener una mayor competitividad externa. El conocimiento de la estructura de costos internos de la empresa es también esencial para la formación del precio de exportación.

- Acciones que influyen en el precio de exportación
- Competidores potenciales;
- Los costos de producción;
- Esquemas de financiación de las exportaciones;
- El tratamiento fiscal aplicable a las exportaciones;
- Gastos de exportación (embalaje específico para la exportación, los gastos portuarios, los gastos con los corredores, el gasto en personal especializado, si la empresa no decide por exportación indirecta, flete y seguro interno al lugar de carga, etc.);
- Los precios cobrados por los competidores de terceros países;
- El comportamiento del consumidor:
- Nuevas tecnologías.

 Metodología para la determinación del precio de exportación, basado en el precio del producto

El precio de exportación puede sufrir variaciones según las condiciones del mercado, mientras que el precio mínimo se fija a un costo variable. Es más habitual ahora para calcular los diferentes precios de las ventas nacionales y extranjeros, tras el establecimiento de la estructura de precios de las exportaciones, que se toma como punto de partida gracias al precio en el mercado interno.

Para el cálculo de costos se sugiere eliminar los elementos que normalmente componen el precio del producto en el mercado interno, pero no estarán presentes en el precio de exportación ejemplos: como los impuestos que serían exentos de pagar los productos de ser exportados

Y se recomienda incluir gastos que no forman parte de la composición del precio interno, pero serán parte del precio de exportación, modo FOB. Ejemplos: el gasto en embalaje para la exportación, gastos de transporte del producto hasta el lugar de carga, comisión del agente en el extranjero, etc.

- Para efectos del cálculo del valor de exportación se recomienda tener en cuenta los siguientes ítems

Precio en el mercado interior sin impuestos Precio en el mercado interno (incluido el 14% de los impuestos nacionales)

- Deducciones

Impuestos (14% del precio de mercado sin impuestos nacionales)

ICMS impuesto de circulación de mercancías y servicios (18% del precio de mercado sin impuestos nacionales)

COFINS contribución para el financiamiento de la seguridad social (3% del precio de mercado sin impuestos nacionales)

PIS programa de integración social (0,65% del precio de mercado sin)

Ganancias en el mercado interno (10% del precio de mercado sin impuestos nacionales)

Costo del paquete o embalaje del mercado nacional

Con estos costos se puede saber los derechos de Deducciones totales por el ejercicio de la exportación.

- Se incluye también

Embalaje de exportación

Flete y seguro hasta el lugar de embarque o según el incoterm negociado

Margen de beneficio deseado (del 10% al 30% calculado sobre el precio FOB)

#### - Observaciones:

La parte final del cálculo para calcular el valor por ejemplo, teniendo en cuenta el porcentaje de 10 por ciento que corresponde al margen de beneficio previsto por el exportador puede ser desarrollado usando una simple regla de tres. Por lo tanto, si el valor de la mercancía correspondiente al 90 por ciento del precio final, será el precio de exportación final, incluyendo el 10 por ciento estipulado.

En el ejemplo anterior, también pueden ser considerados como elementos que se deducen del precio interno de la comisión de las ventas no incidentes en la exportación, los gastos de distribución de productos en el mercado interior, los gastos financieros específicos de mercado interior, y otros componentes de los precios internos, que no lo hace parte de las exportaciones.

Por otro lado, se pueden añadir valores correspondientes a los comisionistas en el exterior, costos consulares, si es necesario, y otros gastos que puedan cargarse a la empresa que realiza la operación de exportación en este caso frigoCenter.

# 7.4.8. Acción 4 Negociación con el importador potencial

- Negociación del incoterm

Los llamados Incoterms (International Commercial Terms / Términos Internacionales de Comercio) sirven para definir, en el marco de un contrato de compraventa internacional, los derechos y obligaciones recíprocos del exportador y del importador, el establecimiento de un conjunto estándar de definiciones y que determinan las reglas y prácticas neutrales, por ejemplo: cuando el exportador debe entregar la mercancía, por ejemplo ¿quién paga el flete?, ¿quién es el responsable de la contratación de seguros?.

Por último, los Incoterms tienen ese objetivo, ya que se trata de normas internacionales, de carácter uniforme, que constituyen toda base de los negocios

internacionales y tienen como objetivo la promoción de su armonía.

De hecho, no se imponen, sino que se proponen, el entendimiento entre vendedor y comprador, para las tareas necesarias para cambiar la ubicación de los productos en los que se produce hasta el destino final (zona de consumo): el embalaje, transporte interno, las licencias de exportación e importación, movimiento en terminales, transporte y seguro internacional etc.

Un buen conocimiento de los Incoterms es indispensable para que el negocio incluya todos los gastos de las transacciones en el comercio exterior. Es de destacar que las reglas definidas por los Incoterms son válidas sólo entre exportadores e importadores no tienen ningún efecto en relación con otras partes, como los corredores, las aseguradoras y los transportistas.

# - Factura proforma o proforma invoice

Documento de iniciar el negocio. Poco después de los primeros contactos y se expresó la intención de llevar a cabo una operación comercial, el exportador envía al importador una factura proforma para que pueda proporcionar el certificado de importación, entre otras medidas. Este documento es el modelo de contrato más común, formaliza y confirma el acto de comercio desde la entrega al exportador, que contiene la aceptación del importador y las especificaciones contenidas.

Es similar a la factura final, pero con características de un presupuesto, es decir, no genera la obligación de pago por parte del comprador.

Debe ser emitido en el idioma del país importador, o en inglés.

El modelo incluye los datos esenciales de lo que se comercia. Usted puede agregar otros datos que considere necesarios, y a petición del importador.

# 7.4.9. Acción 5 seguir los Cinco consejos para preparar su empresa para exportar

Diferenciar el producto: Su mercancía debe ser sinónimo de innovación, en el envase del producto o proceso de producción, producto en sí, calidad, precio etc.

Mejoras en la tecnología o la empresa en sí: Tener el control de la producción y la cantidad de producto que la empresa puede exportar

Buscar Mercado a través de investigación de mercados: Conozca las diferencias culturales del país receptor para hacer adecuaciones en el producto para que se adapte al nuevo mercado y el pensar en el mejor precio de venta.

Certificaciones: n algunos países, ciertos bienes, principalmente alimentos, necesitan sellos de calidad e inocuidad sanitarios y fitosanitarios.

Participación en eventos: Ir a ferias y eventos internacionales ayuda a conocer los importadores y fortalecer las bases de datos de clientes internacionales

Ferias y eventos internacionales ayudan a identificar los mercados: Sin embargo, identificar oportunidades de negocio fuera de su país de origen requiere la investigación y la creación de redes. Según la coordinadora de la unidad de acceso a los mercados y servicios financieros Sebrae Bahía, Suely de Paula, la mejor manera de conocer a nuevos mercados es asistir a ferias y eventos que reúnen a empresarios extranjeros.

Otra buena forma de indagar sobre como ingresar nuestros productos a nuevos mercados internacionales es consultar los estudios realizados por Apex-Brasil (Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones) y participar en viajes internacionales organizados por los gobiernos estatales y federales esto también ayuda a identificar los mercados. "Es la mejor manera de conocer a los futuros compradores. No se puede negociar con aquellos que no saben de usted y sus productos o si usted no tiene información de potenciales compradores".

# Producto diferenciado es más competitivo

Tener un producto diferenciado es fundamental para comenzar a exportar. Para el coordinador del Sebrae Bahía, micro y pequeñas empresas no tienen el volumen de ventas para competir en los mercados extranjeros, ya que la capacidad es limitada. "La innovación es fundamental, está en el producto, el proceso de envasado o producción".

Con una mercancía diferenciada, la empresa tiene que "limpiar la casa" para el inicio de las exportaciones. El primer paso es el control de la producción. El empresario necesita saber cuánto rendimientos y beneficios obtendrá además del porcentaje que se pueden exportar.

Entonces se tiene que evaluar la logística de exportación, formación de precio de venta y el idioma del país de destino. Se recomienda que micro y pequeños empresarios prioricen los negocios con los países de habla portuguesa - como Portugal, Angola y Cabo Verde - o el lenguaje de las que tienen dominio. "La ignorancia de la lengua es una barrera [de las negociaciones]."

# - Precio para los mercados extranjeros es dificultad común

Según el vicepresidente ejecutivo de la AEB (Asociación de Comercio de Brasil en el exterior), Fabio Martins Faria, son las empresas comunes las que comienzan con exportación, pero dejan de operar pronto por falta de planificación. Uno de los mayores problemas es la formación de los precios de venta para el mercado

extranjero.

Algunos impuestos del mercado interior, como ICMS (Impuesto sobre Circulación de Mercaderías y Servicios) y el IPI (Impuesto sobre Productos Industrializados), no se centran en una exportación. Los impuestos locales son pagados por el importador y el exportador no afecta el precio de venta.

Por otra parte, el empresario tendrá que considerar los costos específicos de la operación, como el puerto y la velocidad segura de mercancías. "Si se adopta la misma práctica del mercado interior, el producto llega muy caro ahí y por esto no se convierten en competitivo".

- Las necesidades del país receptor

Para la exportación, la empresa debe solicitar los registros de la Secretaría de Comercio Exterior, dependiente del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior y el IRS.

También existe la posibilidad de utilizar una "empresa comercial" - empresa intermediaria en el comercio con los mercados externos. En este caso, no hace falta grabar en las agencias gubernamentales, pero la "negociación" cobra un porcentaje sobre la venta, lo que reduce el beneficio del empresario y su competitividad.

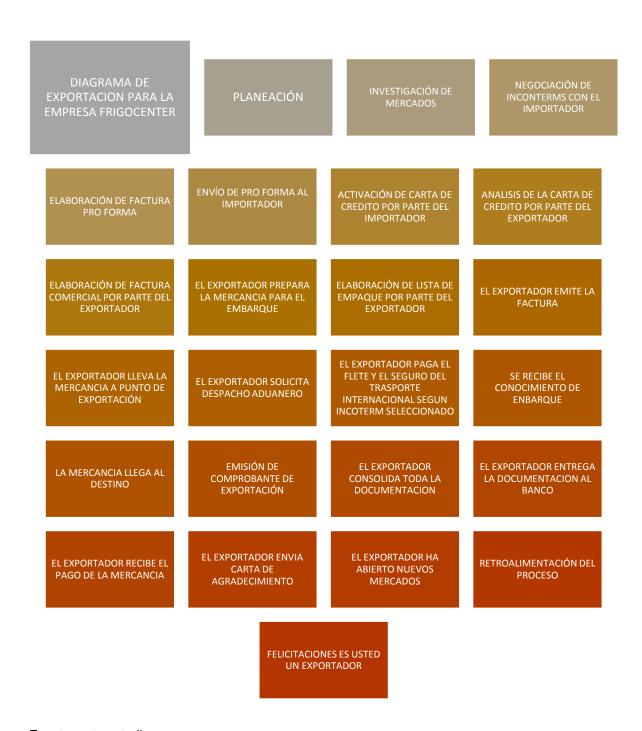
Además de la documentación, el empresario debe estudiar el cliente antes de exportar. Etiqueta del producto y construir un sitio web, también se recomienda que este sea en el idioma oficial del importador. Pero conocer la cultura del país de destino es aún más importante.

En algunos países, ciertos colores tienen una connotación negativa y se deben evitar en un empaque. En el caso de prendas de vestir, la numeración debe seguir el patrón del importador.

- Iniciativas federales facilitan primeras exportaciones

Para capacitar a los pequeños empresarios que quieren iniciar el proceso de exportación, el Ministerio de Fomento ofrece el programa Aprendiendo a Exportar: un portal con las leyes de exportación instrucciones y consejos para las empresas. En el Vitrine do exportador, el empresario puede proporcionar información sobre su producto y ser encontrado más fácilmente por el importador

# 7.4.10. Diagrama técnico de exportación para llevar a cabo procesos de exportación de productos que necesitan refrigeración para la empresa frigoCenter



Fuente: este estudio

- -Planeación: consiste en la creación de nuevos mercados, con más ganancias o lucro, creación de más puestos de trabajo, separar una parte de la producción para el mercado interno y otra parte para el mercado externo, pues la exportación es un proceso continuo, también se debe alterar el contrato social de la empresa incrementando en las actividades de la empresa la actividad de exportación, se debe entrar en contacto con colegas de empresas afines que puedan ayudarlo en el comercio exterior, además existen en Brasil cursos de capacitación en comercio exterior uno de ellos es REDEAGENTES, y por ultimo en esta etapa es importante entrar en contacto con la receita federal do Brasil para obtener la contraseña de acceso al sistema SISCOMEX.
- -Investigación de mercados: consiste en investigar el mercado internacional al que se quiera ingresar, investigaciones en internet son útiles en paginas gubernamentales o de las diferentes cámaras de comercio de los países trazados como objetivo, se debe verificar si existen barreras técnicas para el producto objeto de exportación, es bueno también conocer al país escogido en cuanto a cultura, hábitos, ingresos, economía, población, clima etc.
- -Negociación de Incoterms con el importador: clasificar correctamente la mercancía es fundamental en la venta internacional, negociar el flete, seguro, lugar de embarque y desembarque y despacho aduanero es fundamental en esta etapa además de la elaboración de la planilla de precio, ser puntual es algo principal para esto es necesario tener en cuenta el tiempo de elaboración o aprovisionamiento del producto, plazo de embarque y plazo de transporte, se debe escoger en esta etapa la modalidad del pago que pueden ser pago anticipado, pago contra entrega, carta de crédito o tarjeta de crédito entre otros.
- -Elaboración de factura pro forma: aquí se detalla todo lo que fue negociado con el importador y se transcribe en la factura pro forma.
- -Envió de proforma al importador: se envía la factura pro forma para que pueda ser generado el pedido de compra.
- -Activación de carta de crédito por parte del importador: el importador se dirige al banco en el extranjero y entrega al gerente del banco la carta de crédito.
- -Análisis de la carta de crédito por parte del exportador: el banco del importador envía la carta de crédito para el banco del exportador que a su vez entra en contacto con el exportador dando una copia de la carta de crédito, el exportador verifica si en esta están contenidos todos los términos de la negociación.
- -Elaboración de factura comercial por parte del exportador: la factura comercial (commercial invoice) es el documento internacional, emitido por el exportador que en el ámbito internacional equivale a una factura, su validez comienza a partir de la salida de la mercancía del territorio nacional e esta es imprescindible para que

el importador pueda hacer el desembarque de la mercancía en su país.

- -El exportador prepara la mercancía para el embarque: el exportador prepara la mercancía de acuerdo con lo solicitado en la carta de crédito y se solicita el inicio del registro de la exportación en el sistema SISCOMEX.
- -Elaboración de lista de empaque o packing list por parte del exportador: emitir el packing list ya que este documento es necesario para el desembarque de la mercancía y para la orientación del importador cuando lleguen los productos al país de destino en realidad es una simple relación indicando los volúmenes embarcados y sus contenidos.
- -El exportador emite la factura: la factura acompaña la mercancía desde la salida del establecimiento hasta el efectivo desembarco físico junto a la receita federal do Brasil, se entiendo como desembarco el procedimiento aduanero que autoriza el embarque de la carga para el exterior.
- -Exportador lleva la mercancía a punto de exportación: exportador brinda facilidades de transporte para llevar la mercancía al punto de exportación ya sea terrestre, marítimo o aéreo.
- -El exportador solicita despacho aduanero: este procedimiento se puede separar en etapas la etapa aduanera consiste en obtener la declaración para el despacho de exportación que se obtienen del SISCOMEX, la siguiente etapa es la confirmación de la presencia de la carga, la siguiente es la recepción de los documentos y la categorización de la mercancía en canal verde, naranja o rojo, los auditores fiscales de la receita federal do Brasil hacen un análisis de los canales naranja y rojo antes de dar luz verde al proceso en curso.
- -El exportador paga el flete y el seguro del trasporte internacional según incoterm seleccionado: se paga el flete y el seguro según la modalidad de incoterm contratada.
- -Se recibe el conocimiento de embarque: el conocimiento de embarque es el documento emitido por la compañía transportadora que comprueba el recibimiento de mercancía y las condiciones de transporte además de las obligaciones de entrega de las mercancías al importador
- -La mercancía llega al destino: esta queda a disposición del importador y del gobierno del importador pero se registra el éxito o el fracaso de la misma en el sistema SISCOMEX.
- -Emisión de comprobante de exportación: después de la conclusión de toda la operación de exportación, se le provee al exportador con la anticipada solicitación el documento que comprueba la exportación emitido por SISCOMEX, en la unidad

de despacho de la mercancía.

- -El exportador consolida toda la documentación: el exportador consolida toda la documentación y envía una copia para el exportador, estos son factura, registro de exportación, factura pro forma, carta de crédito, conocimiento de embarque, comprobante de pago de seguro (apólice do seguro), comprobante de exportación etc.
- -El exportador entrega la documentación al banco: aquí se define la compra de la moneda extranjera por parte del exportador, según conveniencia de este, al entregar los documentos de la exportación sin discrepancias con los términos y condiciones de la carta de crédito, la liquidación se dará hasta el día 10 siguiente al de la entrega de los documentos, este plazo es razonable para que el banco pueda revisar los documentos de la exportación con los términos de la carta de crédito.
- -El exportador recibe el pago de la mercancía: liquidación de cambio es el procedimiento de entrega de moneda extranjera al banco autorizado que a su vez efectúa el pago del valor equivalente en moneda nacional a la tasa de cambio del momento de la fecha del pago.
- -El exportador envía carta de agradecimiento: enviar un correo electrónico de agradecimiento al cerrar los negocios y mantener correspondencia regular con los clientes es clave para fortalecer los lazos comerciales.
- -El exportador ha abierto nuevos mercados: un comprador internacional es la puerta de entrada a mercados internacionales y con esto a mayores y diversos beneficios.
- -Retroalimentación del proceso: aprender de los aspectos positivos y negativos es clave para agilizar el proceso con cada nueva experiencia.
- 7.4.11 Acciones operativas y diagrama operativo grafico de distribución física internacional tomando como ejemplo práctico la marca SEARA con su respectiva línea de productos para llevar a cabo la incursión de FRIGOCENTER en el mercado de Colombia. Como ejemplo operativo se supone una exportación de la línea de productos de la marca seara con origen en la empresa frigoCenter hacia un importador en Colombia se supone una negociación de distribución física internacional.

Se selecciona a la marca seara para incursionar en mercados internacionales por conveniencia táctica ya que es una marca que no solo ya incursionó en mercados internacionales sino que es líder mundial en este sector, tiene posicionamiento global y cumple con toda la normatividad internacional para el manejo y

distribución de productos además de ser una marca ya aceptada en países de altísima exigencia en aspectos sanitarios y técnicos en los productos perecederos como son Estados Unidos y la unión europea.

SEARA BRASIL - PORTAFOLIO DE MARCAS CON MAS DE 2.200 REFERENCIAS
FUERTE RECONOCIMIENTO DE MARCA CON DIFERENTES REFERENCIAS Y PRECIOS

REZENDO Processados e congelados

Processados Light

Processados Light

Figura 8. Línea de productos SEARA

Fuente: http://jbss.infoinvest.com.br/ptb/2516/ApresentaoSeara.pdf 07/03/2017

Se selecciona a Colombia como destino de las exportaciones por conveniencia académica y ejemplo práctico, además de ser un destino próximo de las exportaciones de Brasil, pertenecer al Mercosur, ser un destino de exigencia moderada para la aceptación de productos perecederos de la naturaleza de productos que frigoCenter maneja y se encuentra que hay deficiencias alimentarias en Colombia que Brasil podría satisfacer a través de acciones como la implementación de distribución física internacional en frigoCenter y así poder realizar exportaciones de alimentos conservados a bajas temperaturas en las mejores condiciones, la mejor calidad y precios competitivos con destino a Colombia.

Figura 9. Importación de carne y carne procesada en Colombia



Fuente. Este estudio

En general, las importaciones colombianas de productos clasificados en líneas arancelaria 0201, 0202, 0203, 0207, 0208, 0209, 0210, 1601 y 1602 muestran tendencias crecientes, esto indicar la existencia de oportunidades de mercado para los exportadores de productos brasileños hacia este destino.

En este sentido, la combinación de los criterios de crecimiento de la demanda y de ventajas arancelarias de los productos brasileños, se puede concluir que Brasil y la empresa frigoCenter a través de su línea de productos tiene oportunidades comercializar los productos de las siguientes partidas arancelarias:

0202: Carne de animales de la especie bovina, congelados;

0203: La carne de cerdos, frescos, refrigerados o congelados;

0208: la carne y otros restos comestibles, frescos, refrigerados o congelados;

1601: restos y productos similares de carne, desechos o sangre.

Hay que tener en cuenta que para el uso de las oportunidades comerciales que se indican es necesario, en primer lugar, la aprobación del producto con las autoridades de Colombia y Brasil, en relación con el cumplimiento de los requisitos técnicos y obtener un registro sanitario requerido por Colombia los cuales frigoCenter y la marca seara cumplen con rigor y se deduce que no tendrá problema para la otorgación del registro sanitario por parte del INVIMA ya que este hace parte de la gestión de cooperación internacional en estos asuntos que incluye a ANVISA Brasil para la armonización de estas normas ¿Cómo se gestiona la cooperación en el INVIMA?

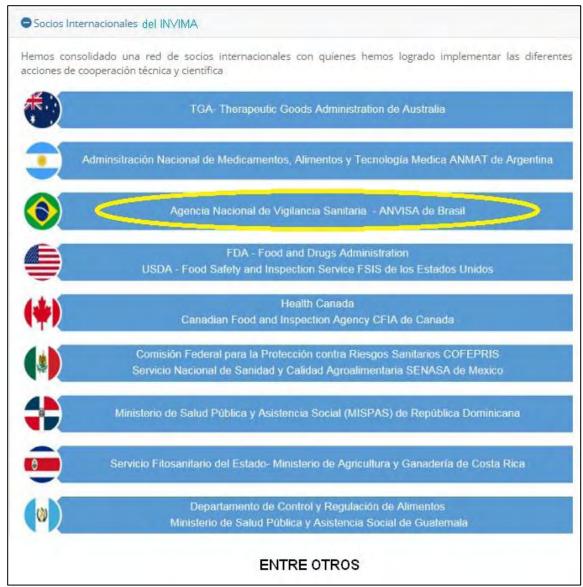
La Oficina de Asuntos Internacionales trabaja con las Direcciones técnicas en la elaboración de una hoja de ruta específica por tema, prioridad, impacto y pertinencia de las necesidades de cooperación manifestadas por los funcionarios técnicos. Anualmente por instrucciones de la Dirección General se gestionan diferentes iniciativas para contribuir al fortalecimiento de las capacidades técnicas y científicas de los funcionarios del INVIMA. Se construye cada dos años una estrategia de gestión, seguimiento y evaluación de la cooperación internacional, basada en los lineamientos estratégicos y políticos que el gobierno nacional traza en materia de asistencia técnica y ayuda al desarrollo.

Articulación de la cooperación Internacional

Para lograr la armonización de las acciones de cooperación y asistencia técnica internacional el instituto INVIMA se articula con entidades nacionales de diferentes sectores, comisiones y comités intersectoriales.

A continuación se muestra una gráfica de la articulación con el Gobierno Nacional y la coordinación interinstitucional.

Figura 10. Socios internacionales

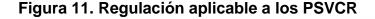


Fuente: https://www.invima.gov.co/cooperaci%C3%B3n-y-relacionamiento-internacional#

Sobre las barreras no arancelarias, entendida como los procedimientos aduaneros medidas especiales, sanitarias y fitosanitarias y obstáculos técnicos al comercio resultante de reglamentaciones técnicas, la legislación de Colombia pide que todos los productos importados, comprueben el previo registro de las importaciones, como es el caso de los productos que incorporan Capítulo NCM / SH-2 - Carne y despojos comestibles de 16 y preparaciones de carne, pescado o crustáceos o eventualmentente, el permiso para los productos de control de nivel superior, por razones de mercado específico, o dependiendo de quién será el

importador, por confianza internacional en la marca seara se espera la aceptación del gobierno colombiano de las exportaciones de seara hacia este destino pero esto deberá comprobarse en la investigación de mercado puntual para este destino.

En temas de salud, los requisitos legales aplicables con carácter general a todos alimentos utilizados para el consumo humano directo como ejemplo podemos tomar la línea de productos de seara, pero menos restrictiva cuando la importación es destinados a la industria de procesamiento de alimentos. Se observa que en temas de salud Colombia tiene planes nacionales subsectoriales para el seguimiento y control de residuos en los alimentos (PSVCR, PLANES NACIONALES SUBSECTORIALES DE VIGILANCIA Y CONTROL DE RESIDUOS), que no representan barreras comerciales, pero que requieren el importador de la obligación de enviar muestras para la vigilancia sanitaria y control de los residuos.





Fuente. https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/guia-evaluacion-planes-subsectoriales-vigilancia-control-residuos.pdf

Con respecto a los obstáculos técnicos al comercio, existen reglas para el etiquetado del producto y embalaje que seara cumple y certifica, así como de

aditivos y contaminantes. Como también un reglamento técnico orientado a limitar los niveles máximos de grasas "trans" en este sector de la alimentación. Donde el producto tiene componentes orgánicos, o proporcionar la diferenciación de órganos GM, Colombia cuenta con reglamentos técnicos para su definición en consecuencia.

Los requisitos que solicita Colombia son de fácil cumplimiento para los productos seara marca, posibilitando así la incursión de los productos de frigoCenter hacia este destino sin mayores contratiempos y agilidad técnica en procedimientos técnicos y logísticos para esta acción.

Acuerdos bilaterales

#### **ACUERDO CAN - MERCOSUR**

El Acuerdo entre los países de la Comunidad Andina y el MERCOSUR abre importantes oportunidades para el aparato productivo colombiano y brasileño refiriéndonos a estos específicamente, en la medida en que se logró negociar un tratamiento especial para el sector agrícola, se acordaron plazos de desgravación asimétricos para todo el universo arancelario, se mantuvieron mecanismos de defensa de la producción nacional y se sentó un precedente para las distintas negociaciones futuras del país. Este nuevo Acuerdo, conjuntamente con los Acuerdos previos de Colombia con Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela, México y Chile y el próximo TLC con Estados Unidos, realzan la ubicación geográfica del país como centro de atracción para la inversión, que verá en Colombia una plataforma productiva y exportadora e importadora hacia y desde principales mercados del Continente.

Con la firma del presente Acuerdo se logra consolidar la integración Suramericana. De acuerdo con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, en el 2002 el mercado suramericano representó 344 millones de habitantes, un Producto Interno Bruto cercano a 0.9 billones de dólares (PIB per cápita de US\$ 2.445, más altos que el colombiano US\$ 1.739) y unas exportaciones aproximadas de 160.000 millones de dólares (2.5% del total mundial) e importaciones por 120.000 millones (1.8% del total mundial).

Las cifras de comercio exterior para el 2002 muestran que Mercosur es el bloque comercial más importante en Suramérica, representando el 64% de las exportaciones y el 58% de las importaciones de la región. Por su parte la comunidad andina representa el 24% de las exportaciones y 26% de las importaciones suramericanas.

# Acuerdo de Complementación Económica N° 59 (ACE 59) CAN - Mercosur

"Acuerdo de Complementación Económica N° 59 suscrito entre los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados partes del Mercosur y los Gobiernos de la República de Colombia, de la República del Ecuador y de la República Bolivariana de Venezuela, países miembros de la Comunidad Andina"

Información general: El Acuerdo de Complementación Económica N° 59 (ACE 59), que rige las preferencias comerciales de Colombia con Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, fue suscrito en el año 2004 y entró en vigencia en el 2005. El Acuerdo representa para Colombia una oportunidad para acceder a un mercado potencial cercano a 250 millones de personas con un Producto Interno Bruto superior a los US\$2.400 millones, lo cual le permite una demanda por productos importados cercana a los US\$ 340 mil millones. La producción nacional ha obtenido acceso preferencial a uno de los mercados más grandes y protegidos del continente, obteniendo insumos, materias primas y bienes de capital más baratos, permitiendo disminuir costos de producción y mejorar la competitividad.

El ACE 59 se suscribió el 18 de octubre de 2004 y fue aprobado por el Congreso de la República de Colombia mediante la Ley 1000 de 2005, la cual fue declarada exequible por la Corte Constitucional mediante sentencia C-864 del 18 de octubre de 2006. La duración del Acuerdo es indefinida y entró en vigor bilateralmente entre Colombia con Argentina, Brasil y Uruguay el 1 de febrero de 2005, y con Paraguay el 19 de abril de 2005.

El Acuerdo busca conformar una Zona de Libre Comercio a través de un Programa de Liberación Comercial, que se aplica a los productos originarios y procedentes de los territorios de las Partes Signatarias. Dicho programa consiste en desgravaciones bilaterales progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada Parte Signataria. Se acordaron cronogramas de desgravación hasta de 15 años, los cuales finalizan el 1 de enero de 2018, lo que significa que, para este año, cerca del 85% de los productos se encuentran totalmente desgravados.

Según las fechas de desgravación de los productos se sugiere a la empresa frigoCenter comenzar con la acción de preparación para la ejecución e implementación de la logística comercial internacional en la empresa a partir del año 2018 año en el cual habrá una desgravación total de productos.



Figura 12. Diagrama operativo grafico de distribución física internacional

Fuente: Este estudio

#### 8. CONCLUSIONES

En Brasil en el estado de Rio de Janeiro se cuenta con condiciones optimas en cuanto a las características físicas de estructura vial, portuaria y en transporte aéreo para el transporte de mercancías este es un aspecto clave de aprovechamiento para llevar a cabo distribución física internacional desde este punto de Brasil a cualquier lugar nacional o internacional, Brasil es el mayor exportador de carne bovina en el mundo esto posibilita a las empresas que generan rentabilidad a través de este tipo de productos un abastecimiento constante de producto generando seguridad tanto en el mercado nacional como internacional. A través del presente estudio se reconoce a la empresa frigoCenter como una empresa que cuenta con las condiciones de constitución empresaria, condiciones logísticas, de distribución físicas nacionales e internacionales, sanitarias, fitosanitarias, y demás normativas legales nacionales e internacionales que Brasil exige para el funcionamiento de empresas en el área comercial del sector de alimentos y se evidencian excelentes condiciones para implementar en la empresa el engranaje empresarial de distribución física internacional.

La empresa frigoCenter cuenta con la experiencia en manejo de la cadena logística y de distribución necesaria para actuar en diferentes estados del país esto hace de la empresa una organización con gran potencial exportador y grandes ventajas tácticas tanto legales, como físicas y tecnológicas para iniciar actividades de internacionalización. Se evidencia que los productos que maneja la empresa cuentan con la normatividad técnica y legal para llevar a cabo distribución física nacional e internacional sin mayores inconvenientes. En el mundo actual globalizado y competitivo se requieren diferentes aspectos necesarios para participar en los mercados internacionales estos aspectos no solo hacen referencia a condiciones arancelarias sino también a diferentes exigencias técnicas, sanitarias, fitosanitarios etc. La presente investigación evidencia el cumplimiento de estas exigencias por parte de la empresa frigoCenter.

El presente estudio permitió determinar que las condiciones legales y logísticas de la empresa son suficientes para que la empres implemente distribución física internacional además en Brasil personas físicas o naturales y personas judiciales o jurídicas pueden exportar sin mayores exigencias esto facilita la exportación de productos de la empresa frigoCenter y su incursión en mercados internacionales además en cuanto a las certificaciones y vistos buenos la empresa cuenta con todo lo necesario para su funcionamiento, además tiene el reconocimiento de marcas que seleccionaron a frigoCenter como distribuidor exclusivo de sus productos esto es clave para la posterior entrada de la empresa en mercados internacionales.

Se concluye con el actual estudio que la empresa frigoCenter cuenta con lo necesario para incursionar en mercados internacionales, y se realizo el diagrama

de exportación y plan de acción para la empresa frigoCenter con todos los aspectos necesarios para llevar a cabo distribución física internacional.

#### 9. RECOMENDACIONES

De llevar a cabo distribución física internacional tener en cuenta los pasos para exportar mencionados en este estudio.

Es pertinente realizar estudios de mercado de los países o regiones internacionales a los que la empresa frigoCenter quiera incursionar llevando sus productos a través de distribución física internacional.

Desarrollar un plan guía o piloto teniendo en cuenta el estudio de mercado para tener en cuenta todas las acciones pertinentes para que la empresa frigoCenter no tenga inconvenientes a la hora de llevar a cabo la distribución física internacional de sus productos.

Llevar a cabo el proceso de distribución física internacional de los productos de la empresa de manera directa gracias a su potencial empresarial.

Llevar a cabo acciones logísticas en cuanto a mejorías en la empresa y procesos de distribución.

Acortar al máximo la cadena logística de la empresa para ser más eficiente y ágil ante la posibilidad de realizar distribución física internacional.

Llevar a cabo el proceso de internacionalización de la empresa siendo está acompañada y asistida por un profesional capacitado profesional en el área de comercio internacional.

Una de las mejores opciones para expandir su mercado y obtener mayores beneficios económicos es la internacionalización de la empresa y gracias a la infraestructura del estado de Rio de Janeiro esta importante acción de internacionalización, para la empresa se hace más simple además por contar con la oferta laboral de trabajadores capacitados en el área de comercio exterior o cualquier requerimiento adicional de la empresa.

Se recomienda a la empresa frigoCenter incursionar en el mundo del comercio internacional y especialmente en su área de destaque la distribución física de productos que necesitan refrigeración ya que se encuentra según este estudio que la empresa cuenta con el potencial para su posterior posicionamiento en mercados internacionales.

### **BIBLIOGRAFÍA**

BANCO DE LA REPÚBLICA. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Informe de coyuntura Económica Regional. Bogotá: ICE, 2011.

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. Anuario estadístico: anuario estadístico movimiento del registro Público. Bogotá: s.n., 2011

COLOMBIA. Constitución Política. Bogotá: El Ministerio, 1991.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA, NTC 1486:2008, (sexta actualización. Documentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. Bogotá D.C, Colombia: Icontec, 2008.

#### **NETGRAFIA**

APRENDENDO A EXPORTAR GOVERNO DO BRASIL. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.mdic.gov.br/sistemas\_web/aprendex/default/index/conteudo/id/1

DICCIONARIO EN LÍNEA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://definicion.de/perecedero/

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.rj.gov.br/web/sedeis/exibeconteudo?article-id=317318

HIGIENE E SEGURANÇA ALIMENTAR NO TRANSPORTE DE PRODUTOS ALIMENTARES. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://alimentosonline.com.br/arquivos/826/transporte\_alim\_vol1.PDF

JORNAL VOL ECONOMÍA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/11/06/saiba-os-principais-passos-para-sua-empresa-comecar-a-exportar.htm

MANUAL DAS BOAS PRÁTICAS DE MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.paulinia.sp.gov.br/downloads/Cartilha\_manual\_de\_boas\_praticas\_maip ulacao\_alimentos\_final.pdf

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.mdic.gov.br/arquivo/legislacao/portarias/secex/2004/prtsecex15\_2004.p df

NORMAS LEGAIS PORTARIA SECEX Nº 23, DE 14 DE JULHO DE 2011. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.normaslegais.com.br/legislacao/portariasecex23\_2011.htm

NOVO NEGOCIO BRASIL. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.novonegocio.com.br/abrir-empresa/documentos-para-abrir-uma-empresa/

O ARMAZENAMENTO E A DISTRIBUIÇÃO EM UMA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS PERECÍVEIS: UM ESTUDO DE CASO. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/3305/1/Edgar%20Jos%C3%A9%20Tiscoski %20Filho.pdf

OS CUSTOS LOGÍSTICOS DE UMA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS NÃO PERECÍVEIS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.fucape.br/\_public/producao\_cientifica/2/Zanquetto%20Filho-%20Os%20custos%20log%C3%ADsticos.pdf

PERGUNTAS E RESPOSTAS SOBRE MATERIAIS EM CONTATO COM ALIMENTOS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/90666300462a38a5ba4abfec1b28f93 7/Embalagens.pdf?MOD=AJPERES

PORTAL ANVISA GOVERNO DO BRASIL. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/home

SANTANDER TRADE PORTAL. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/brasil/entorno-legal

WEB AR CONDICIONADO. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: http://www.webarcondicionado.com.br/cadeia-do-frio-aplicada-na-alimentacao

WIKI PEDÍA LA ENCICLOPEDIA LIBRE. [En línea] [Citado 2015-10-24] Disponible en internet: https://es.wikipedia.org/wiki/Cadena\_de\_fr%C3%ADo

# **ANEXOS**

### **ANEXO A. MODELO FORMATOS**

# Modelo fatura proforma ou pro forma invoice

	JRA COMERCIAL DOIMPORTADOR:	NÚMERO: DATA: DADOS DO EXPORTADOR:					
LOCAL	DE EMBARQUE:						
	DE DESTINO:						
		ROVÁVEL DO EMBARQU	E!				
OBSER*	VAÇÕES:						
QTD	DESCRIÇÃO DAS MERCADORIAS	PREÇO UNIT	PREÇO TOTAL				
	TOTA	L GERAL					
INCOTE		M OS INCOTERMS-2000	(ICC)				
	DE PAGAMENTO:	IN OS INCOTERNS-2000	(100)				
	E TRANSPORTE:						
PESO B		DO: VOLUM	IE:				
	/AÇÕES:						
COMISS	SÃO DO A GENTE:						
	(NOME, CONTA): DE DA PRO FORMA:						

Modelo 1 factura pro forma

# Modelo contrato de câmbio

# Contrato de Câmbio de Compra Modelo de Contrato de Câmbio de Compra de Exportação Contrato de Câmbio de Compra - tipo 01 Exportação

Comprador:		
CGC:		
ENDEREÇO:		
VENDEDOR:		
CGC:		
ENDEREÇO:		
MOEDA:	TAXA CAMBIAL	ı
VALOR EM MOEDA ESTRANGEIR (	A:	)
VALOR EM MOEDA NACIONAL:		)
ENTREGA DE DOCUMENTOS	PRAZO DAS CAMBIAIS	LIQUIDAÇÃO ATE;
FORMA DE ENTREGA DA MOEDA	ESTRANGEIRA:	
NATUREZA DA OPERAÇÃO: DESCRIÇÃO:	-22114142394	
PRÊMIO: ADIANTAMENTO:		
CORRETOR: CGC:		
CLÁUSULAS CONTRATUAIS		

Modelo 2 contrato

# Modelo certificado ou apólice de seguro

			Apo	olice o	le Seg	uro		
RAMO	ESPECIE	SUC.	CAR	. APC	LICE	ENDOSSO	PROPOSTA	PROCESSAMENTO
100		160 AG	INIC	10				
NC-8450 (ASICHO)	E INICIO TÉRMINO							
DESIGNADO SEGURADO, PRI	ON DIANTE DESIGNAÇÃ SEGUM OPOSTA ESTA QUE SERVINDO E SOB AS CONSEQUÊNCIAS O MENTO, AS CONSEQUÊNCIAS O	OF BASE A F	MISSAS	DA PROLES	ITE APOUCE	J SUPLEMENTO FICA	FAZENTO PARTE INTEGRA	DA DAGUI FOR DIANTS NTE DESTE CONTRATO, GARIGA WANERDS QUE FAZEW PARTES ORPORADAS.
							CONTA DO PRÉMI	0
					Prêmio	Tarifa		
					Custo Impost Prémio Juros Prêmio	a Vista a Prazo		
						PAGAMEN	TOS/RESTITUIÇÃ	O DO PRÉMIO
					NP	VENCIMENTO		VALOR
CORLIGIO CARLIGO CSRLIGO	CORATON CAPACON CHAZO	V COA3/59	CHEON	CSRCUDE				
A NAT THE TENÇÃO PARIN	C BRACO I BRACO II ANGROO	NTO MOESA	TOR	MORE	CORRE	OR .		
Em instamunisc do que, a legar por seo representante legal, ao apilica/logiamente am	ades note on acestide UF une esta	CIDADE		DATA	CIA DE	SEGUROS		
Este documento somenta terá-	veldade com a prova do pagama	nto ab primo	a de 130	epordaria				

Modelo 3 seguro

### MODELO CONHECIMENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO (BILL OF LADING - B/L)

BILL OF I					BA Nº	3			
					some e culture	opo da ompankia			
Shipper									
Consignee or 0	Order			V					
Adress arrival				Also notify					
he-carlage by Mace of			receipt	For delivery p	lease apply to:				
Ocean vessel Port of lo			oding	7					
Port of discharge Place of			delivery	alivery					
	P	ARTIC	ULARS FURNI	SHED BY SHIPPER	OF GOODS				
Morks and No.of. PKOS numbers, Container			DESC	RIPTION OF PACKAGES	AND BOODS	GROSS WEIGHT			
Freight and Charge	15		Declared value	ue to be furnished by r	nerchant				
			Vessel, betwo acceptance specified ab stated. The g or place of fir reverse side Lading. In with	een port of loading a to place of final del ave in apparent goo goods to be delivered nal delivery, whichever hereof, to which the ness whereof three (3)	and port of discharge ivery as indicated and order and cond at the above mention applies, subject to to shipper agrees by original Bills of Ladir	for shipment by ocean ye, and from place of above; the goods as litton unless otherwise oned port of discharge terms contained on the r occepting this Bill of ng have been signed it plished the other (x) to			
			Prepaid at		Payable at				
Total			Number of Or	iginal Bills of Lading	Place and date of	f leave:			

Modelo 4 conocimiento de embarque

# MODELO CONHECIMENTO DE EMBARQUE AÉREO (AIRWAY BILL - AWB)

			Con	hecim	en	to	de I	Eml	barqu	e - A	éreo	(AWB	)	
Shiper's	s Name an	d Addr	ess	Shipper's	eccou	nt num	iber							
									Copies 1,	2 and 3	of this Air	Waybill a	are originals a	nd have the
Consigner's Name and Address Consigner's occount num														
Issuing carrier's Agent Name and City									Accounting Information					
Agent's IATA Code Account No.								+						
Airport	of departure	(Addr	of first c	arrier) and	reque	ested	Routin	ng						
to		Routin	ng and de	etination	to	by	to	by	Currency	CHGS code	MIT/VOT	other PPD COLL	Declared value for carriage	Declared value for customs
Airport	of destination	Flig	ht/Date	for carrie	ruse	only	Fligh	I/Date	Amount of insurance (MSURANCE - Habiter requests insurance in accordations on research exact, indicate present to be figured in two residue formulated in the contract of insurance of the contract of the con			ant to be insured in		
Handin	g Informat	ion												
No of pieces RCP	Gross Weight	Kg Lb	Rate Cla Corres item F	SS dity	Charg We	jeable ight		Rate	Charge	Tota	al .	l i	Vature and qua ncl. dimension	intity of goods is and volume)
		Ш												
							ers Ci	Charges						
							Insu	rance	Premium					
		/	Tax /											
						Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofer as any part of the consignment contains dispersus goods, such part is properly, described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Good Regulation								
							Signature of Shipper or his Agent							
	Total prepaid			Total coll		/		April						Surgani (US)
	cy Conversion		1	harges in Des			Exec	uted o		_	(Place	ij Sign	ature of issuring	Carrier or its Agent
For Carriers Use Charges at destination Only at Destination								Total o	collect charge	15		-		

Modelo 5 conocimiento de embarque aéreo

## Modelo conhecimento de transporte rodoviário (CRT)

		ecime	ento de Emi	oarqu	e -	Rodoviário			
_	cimento internaci orte rodoviário de Porte Internaci rretera		do Constinto este mercadores, ao o transporte nunica contrato de transp	elizado so emparo deste Cortecimento Internacional de Trimato Rodoveiro está sujeito se disposiçõe bre e Cortetto de Transporte, e a estoporabilidade del de Transportado Terresta Internacional de o quesa seutem toda estabulação continha se mesmas em preju so do remetente so do consignation de acelo bajo, está carte de Transporte Internacional desta sujeito a lais disposicionar del consegnation de aporte y la Responsabilidad Cesi del Porteador en al Torraporte Terresta Internacional de hierancios en toda estipulación que se aparte de ellas en prejuiso del remétrale o del consegnatamo.					
1 Nome e endereço	do remetente / No	mbre y do	micilio del remitente	2 Núme	ro J N	úmero			
				3 Nome e endereço do transportador / Nombre y dominiño del porteador					
4 Nome e endereço desfinatario	o do destinatário / /	Vambre y a	lamicilio del						
				5 Local	e pais	de emissão / Lugar y país de emissión			
6 Nome e endereço cons <i>ign</i> atario	o do consignatário /	Nombre y	domicilio del	7 Local, país e data em que o transportador se responsabiliza pela mercadoria Lugar, país y fechaen que el porteador se hace cargo de las mercancias					
				8 Local, país e data de entrega / Lugar, país y plazo entrega					
9 Notificar a / Notil	ncer a			10 Transportadores sucessivos / Porteadores sucessivos					
contéineres e aces	sórios / Cantidad y c		e números, tipos de ábos, marcas y número		85,	12 Peso bruto em Kg / Peso bruto en Kg			
mercancias, contened	fores y acessorios		Secure of Secure			13 Volume em m² / Volumen en m.cu			
						The state of the s			
						14 Valor / Valor			
						14 Valor / Valor meda / morede			
15 Custos a pagar Gastos a pagar	Na origem Monto remitente	Moeds Moneds	No destino Monto destinatario	Moeda Moneda	16 De	moeda / moneda claração do valor das mercadorias / Declaração del valor de			
15 Custos a pagar Gastos a pagar Frele / Flete					ins roe	moeda / monede claração do valor das mercadorias / Declaração del valor de			
Gastos a pagar Frete / Flete					ins roe	moeda / monede claração do valor das mercadorias./ Declaración del valor de rencias			
Gastos a pagar Frele / Rete Outros / Otros					17 E	moda / monede claração do valor das mercadoras / Declaración del valor de trancias ocumentos anexos / Documentos anexos			
Gastos a pagar Frela / Flate Outros / Otros Total / Total		Moneda	Monto destinatario		17 E	moeda / monede claração do valor das mercadorias / Declaración del valor de rencias			
Gastos a pagar Freie / Rete Outros / Otros Total / Total 19 Valor do freie ex	Monto remitente	Moneda	Monto destinatario	Moneda	17 E	moeda i moneda claração do valor das mercadorias i Declaración del valor de canciás ocumentos anexos i Documentos anexos struções sobre formalidades da alfândega			
Gastos a pagar Frela / Flate Outros / Otros Total / Total 19 Valor do frele ex 20 Valor do reembo	Monto remitente	Moneda  Nete extern  Monto de	Monto destinatario	Moneda	17 E	moeda i moneda claração do valor das mercadorias i Declaración del valor de canciás ocumentos anexos i Documentos anexos struções sobre formalidades da alfândega			
Gastos a pagar Frete / Flete Outros / Otros Total / Total 9 Valor do frete ex 20 Valor do reembo	Monto remitente  derno / Monto del fi	Moneda  Nete extern  Monto de	Monto destinatario	Moneda	17 E	moda / monede claração do valor das mercadorias / Declaración del valor de cancias socumentos anexos / Documentos anexos struções sobre formalidades da altândega acciones sobre formalidades de advana eclarações e observações / Declaraciones y			
Gastos a pagar Frele / Flete Outros / Otros Total / Total 19 Valor do frete ex 20 Valor do reembo 21 Nome e assinat Nombre y firma de Data / Feche 23 Nome, assinatu	Monto remitente derno / Monto del fi olso contra entrega ura do remetente o	Moneds  Nete extern  Monto de  u seu repropresentant  ansportado	Monto destinatario  o reembolsoconfra en esentante e	Moneda	as me 17 C 18 In Instri	moda / monede claração do valor das mercadorias / Declaración del valor de cancias socumentos anexos / Documentos anexos struções sobre formalidades da altândega acciones sobre formalidades de advana eclarações e observações / Declaraciones y			

Modelo 6 conocimiento de transporte terrestre

# Modelo conhecimento de transporte ferroviário (tif/dta)

### Conhecimento de Embarque - Ferroviário

CONHECIMENTO DE EMBARQUE DE MERCADORIAS POR FERROVIA GUIA DE EMBARQUE DE MERCADORIA POR FERROCARRIL

						SERVE
À ORDEM		NÃO	A ORDEM		CONHECTMENTO GUIA DE EMBARO	QUE
DATA (FECHA)			CONSIGNAÇÃO	Mo		CONDIÇÃO DE FRETE (FLETE)
PROCEDÊNCIA :						DESTINO:
REMETENTE (RE	M(TENTE) :					
ENDEREÇO (DER	ECCIÓN)					
CONSIGNATÁRIO	Fi .					
ENDERECO (DIR	ECCTION)					
WOTEFICAR :						
NOEREÇO (DIR	ECCTIÓN)					
	/OLUMES	-	MARCAS	T	DESCRIÇÃO DESCRIPCIÓ	D DAS MERCADORIAS ON DE LAS MERCADERIAS
QUANTIDADE	ESPECIE	PESO	NÚMEROS		Tanah Salah Salah	
		1	1	+		
_		-	+	+		
		-		-		
				_		
CLÁUSULAS ESP	ECIALES					
NÚMERO DE DR	IGINAL :			F	RETE Y GASTOS	
RECIBO A BO	eno : -			+		
NECTOO A BUT TOTAL	M. BHAY AND ST	128-840-28-7402-02	PROFESSION STATES	+		
OCAL E DATA LUGAR Y FECHA						
ASSINATURA FIRMA					1	TOTAL
SHAW.			5	OFFICE	T FOR "A PAGAR" SERA HAL	LDA A QUETIÇÃO FIESADA NESTE DOCUMEN A VALERZ EL TEMBRE DE FIAGO SENALADO I
				200 372	ORIGINAL	

Modelo 7 conocimiento de trasporte férreo



### ANEXO B. ENCUESTA PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN: PLAN LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA FRIGOCENTER EN EL PERIODO JUNIO – DICIEMBRE DEL AÑO 2016

NOMBRE: <sub>.</sub>				
SEXO: F	M	EDAD:	PROFESIÓN:	
CARGO EN	I LA E	MPRESA	<u></u>	

- 1) ¿Cuál es la historia y como ha sido la expansión de frigoCenter?
- 2) ¿Línea de tiempo de la empresa?
- 3) ¿La empresa cuenta con diagrama organizacional?
- 4) ¿Cuál es la planta principal y cuenta con filiales, cuáles son?
- 5) ¿Cuál es el mapa de distribución de la empresa?
- 6) ¿Cuáles son las ventajas estratégicas de la empresa en cuanto el desarrollo en infraestructura de la región?
- 7) ¿Cuáles son los aliados comerciales de la empresa? ¿Cuál es el principal?
- 8) ¿Qué productos maneja la empresa?
- 9) Describa detalladamente los procesos internos de la empresa
- 10) ¿Quién supervisa a frigoCenter?
- 11) ¿Cuál es la metodología y regulamiento de los alimentos perecederos?
- 12)¿Cuál es el manejo de la cadena de frio de la empresa? Descríbalo detalladamente
- 13)¿Esquema logístico del manejo de la cadena de frio que se maneja en la empresa?
- 14) ¿Cuáles son las consideraciones de transporte y almacenamiento?
- 15)¿Qué importancia tiene la refrigeración el transporte de los productos de esta empresa?
- 16) ¿Puede hable me del almacenamiento de la empresa?
- 17)¿Cuáles son los costos de almacenamiento?
- 18)¿Cómo se realiza el procesamiento de pedidos en la empresa?
- 19) ¿Cuáles para usted son las condiciones que tiene la empresa para realizar distribución física internacional?
- 20) ¿Conoce los beneficios de la exportación en Brasil?

- 21)¿Cómo se maneja el contacto con los clientes?
- 22)¿Cuáles son las condiciones del gobierno de Brasil para llevar a cabo distribución física internacional?
- 23)¿Conoce los certificados con los que cuenta la empresa?
- 24)¿FrigoCenter cuenta con todos los documentos exigidos para su funcionamiento?
- 25)¿Conoce los requisitos o certificaciones para comenzar actividades de exportación?
- 26) ¿Sabe cómo llevar a cabo una negociación con un importador potencial de sus productos?
- 27)¿Cómo es realizado el registro gubernamental en Brasil?
- 28)¿Conoce los documentos para efectos fiscales y contables para llevar a cabo distribución física internacional?

ELABORADA POR: GIOVANNY VALLEJO