

UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ
FACULTAD DE NEGOCIOS
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL Y
LOGÍSTICA

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

Optimización de los procesos y datos de
pacientes en el Hospital The Panama Clinic Medical S.A.

PREPARADO POR
PATRICK JAVIER MERRITT HENRÍQUEZ
Cédula PE-13-2325

FACILITADOR:
PROF. EYLIN CHANG

Panamá, República de Panamá
2024

Agradecimiento

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, por la sabiduría y dirección recibida para realizar mi proyecto final de graduación en The Panama Clinic Medical S.A.

A mis supervisores y compañeros de trabajo, por su ayuda, orientación y oportunidad que me brindaron de formar parte de este equipo donde he aprendido y crecido bajo su liderazgo. Estoy agradecido por la confianza que depositaron en mí.

Agradezco a mi familia por su gran apoyo incondicional e influencias positivas para alcanzar la meta.

Aprecio profundamente la dedicación y disposición de los profesores, para compartir su experiencia y conocimientos.

Dedicatoria

A mis padres por ser el apoyo en cada etapa de mi formación profesional con sus aportes y motivación constante.

Índice General

Agradecimiento.....	2
Dedicatoria.....	3
Introducción.....	6
Justificación.....	7
CAPÍTULO 1: Aspectos Generales	8
1.1. Antecedentes	9
1.2. Estructura organizativa	10
1.3. Objetivos	10
1.4. Participación en el mercado.....	11
1.5. Marco de acción	12
1.5.1. Local	12
1.5.2. Regional	12
1.5.3. Internacional	12
CAPÍTULO 2: Propuesta a la organización / Institución	14
2.1. Referencias Generales de la Propuesta	15
2.2. Planteamiento del Problema u Oportunidad	15
2.2.1. Descripción del Problema	15
2.2.2. Formular el Problema	15
2.3. Objetivos	16
2.3.1. Objetivos Generales.....	16
2.3.2. Objetivos Específicos	16
2.4. Delimitación, alcance, cobertura	16
2.5. Marco teórico.....	16
2.5.1. Marco conceptual	39
2.6. Propuesta General	43
2.6.1. Objetivos	43
2.6.2. Instrumentación.....	43
2.6.3. Estrategias.....	45
2.6.4. Diseños de la Propuesta.....	45
2.7. Mecanismos para la Implantación de la Propuesta.....	45
2.8. Costos o Presupuestos / Beneficios de la Propuesta.....	45
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	49

INFOGRAFÍA50

Introducción

Este proyecto final de graduación representa el culmen de los estudios en nuestra institución educativa, donde se aplican los conocimientos adquiridos y se desarrollan habilidades y destrezas relevantes para el ámbito profesional.

El trabajo ofrece un análisis detallado de la institución, destacando su servicio de salud y atención personalizada a los clientes.

Está estructurado en 2 capítulos que se basan en información directa proporcionada por la institución, bajo la supervisión de la encargada del Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos.

Se presentan recomendaciones y contribuciones destinadas a mejorar los procesos que intervienen en la prestación del servicio de salud requerido por los pacientes.

Justificación

El proyecto final de graduación es una excelente oportunidad para iniciar nuestra carrera profesional.

Representa nuestra primera experiencia donde podemos aplicar directamente los conocimientos académicos en nuestro campo de especialización.

Este trabajo puede ser destacado en nuestro currículum vitae como una experiencia laboral y profesional, sumando puntos al momento de postularnos como candidatos en empresas.

Es un medio efectivo para desarrollar competencias profesionales y adquirir hábitos de trabajo relacionados con nuestra área de especialización.

CAPÍTULO 1: Aspectos Generales

1.1. Antecedentes

The Panama Clinic es una institución privada que fue creada por la familia de origen Griego-Venezolana, Constantinou/Makrokordatos en honor a su abuela Alicia.

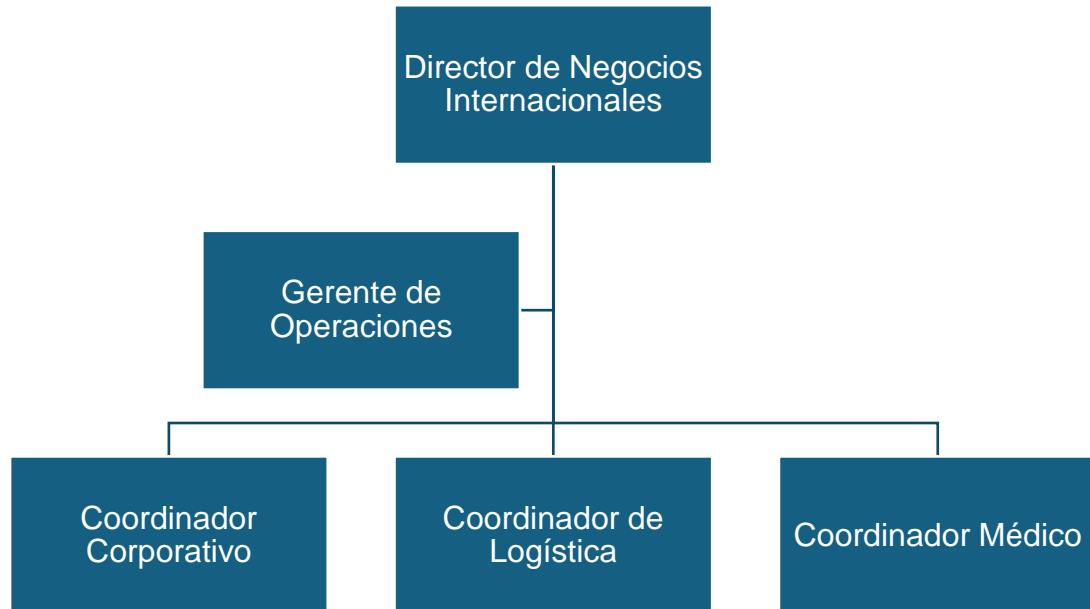
Es una historia bastante interesante porque dentro de las familias Griegas, descubrí, que los abuelos tienen una relevancia increíble, siendo las personas que, con su experiencia, guían las actividades de la familia entera.

En este caso, la señora Alicia, normalmente realizaba sus actividades medicas en Estados Unidos, pero, a medida que iba envejeciendo, le era más complicado desplazarse en avión y es allí donde crean este proyecto, donde no es solo una clínica sino todo un complejo en donde no solo los pacientes sino las familias, pudiesen encontrarlo todo.

The Panama Clinic abre sus puertas en Enero del 2020 y en Febrero, del mismo año, se crea el Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos.

Con la apertura de esta nueva unidad de negocio, se inicia en Panamá, lo que se conoce como Turismo Médico. Este término lo desarrollaremos a lo largo del proyecto.

1.2. Estructura organizativa



1.3. Objetivos

El Departamento Internacional tiene tres objetivos primordiales

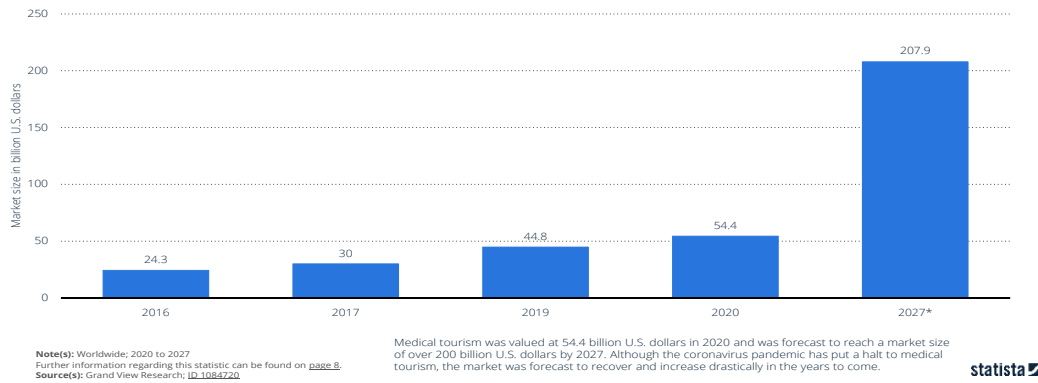
- Captación, manejo y seguimiento de los pacientes de Turismo Médico, entendido como aquellas personas que vienen de otros países con el objetivo de tener atención médica profesional teniendo como salvedad que, regresarán a su país de origen
- Promoción de la prevención a través de los chequeos médicos ejecutivos
- Posicionamiento de Panamá en el negocio de Turismo Médico a nivel mundial.

1.4. Participación en el mercado

El mercado de Turismo Médico va en crecimiento después de la gran caída que se tuvo durante el COVID-19.

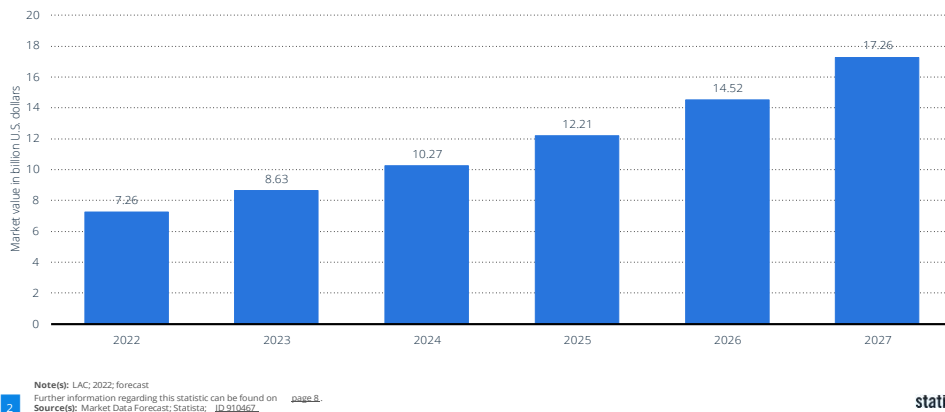
Como se puede observar en la figura siguiente, el crecimiento a nivel mundial es increíble y para este momento, se ha superado la cifra mundial del 2019.

Medical tourism global market size, from 2016 to 2020 with a forecast for 2027 (in billion U.S. dollars)
Global medical tourism market size 2016-2020 with a 2027 forecast



A nivel Latinoamericano, el crecimiento también es muy importante, motivo por el cual The Panama Clinic ha querido adentrarse a este modelo de negocio.

Value of the medical tourism market in Latin America from 2022 to 2027 (in billion U.S. dollars)
Medical tourism market in Latin America 2022-2027



1.5. Marco de acción

1.5.1. Local

El Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos se encuentra en la Ciudad de Panamá y presta sus servicios tanto a pacientes locales como internacionales y de turismo médico.

Es importante destacar que hay una diferencia entre el paciente internacional y el paciente de Turismo Médico.

El Paciente Internacional es aquel que reside en Panamá, pero no es ciudadano panameño. Es importante esta diferenciación porque en nuestro país residen muchos extranjeros, pues es un centro de operaciones muy importante de multinacionales y ONG.

Por otro lado, los pacientes de Turismo Médico son aquellos que tienen como objetivo primordial, viajar a otros países por un tema netamente médico.

1.5.2. Regional

A nivel regional, el área internacional presta sus servicios a aquellos pacientes que provienen de otras provincias. Hemos tenido pacientes, que por las negociaciones realizadas, vienen de grandes empresas como la Cervecería Nacional, cuyas sedes están en distintas zonas del territorio, entre otras.

1.5.3. Internacional

The Panama Clinic es el único hospital con un departamento internacional constituido y dedicado al manejo de estos pacientes convirtiéndolo en la mayor fortaleza.

Tanto el equipo de Turismo Médico como el de Chequeos Médicos comparten el mismo espacio y trabajan de la mano con todos, para que el paciente se sienta plenamente satisfecho con el servicio. Esto se logra a través de diferentes actividades comerciales que finalizan con la suscripción de un contrato.

CAPÍTULO 2: Propuesta a la organización / Institución

2.1. Referencias Generales de la Propuesta

El hospital The Panama Clinic, cuenta con un Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos con una buena estructura, bastante definida que considero cumple con las expectativas esperadas de sus clientes. No obstante, se hace necesario la revisión periódica de los métodos de ejecución de los procesos aplicados en los servicios médicos que se ofrecen.

Mi propuesta sería mantener las evaluaciones periódicas, que permitan conocer la opinión de los pacientes a través de encuestas de satisfacción una vez culmine la atención.

2.2. Planteamiento del Problema u Oportunidad

Buscar alternativas para que el paciente se sienta comprometido a responder las encuestas que nos permitirán conocer las posibles debilidades y fortalezas del departamento.

2.2.1. Descripción del Problema

Lograr que el paciente complete la encuesta ya que su opinión es vital para conservar una buena atención permitiéndonos adecuar los criterios aplicados y mejorar los procesos actuales, es decir perfeccionar lo que estamos haciendo.

Es muy importante mantener una revisión periódica de esta información, realizando los ajustes necesarios para que nuestro servicio de atención médica se mantenga como una de las mejores del mercado.

2.2.2. Formular el Problema

La aplicación de encuesta a todo paciente que tramite su atención de salud a través del Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos.

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivos Generales

Que las respuestas a las encuestas se logren por lo menos en un 90%.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Revisar las respuestas de las encuestas al final del mes.
- Verificar y cuantificar la constante de la no satisfacción.
- Realizar los ajustes necesarios en los procesos, según lo indicado en el punto anterior.

2.4. Delimitación, alcance, cobertura

Para que esta propuesta sea exitosa deben involucrarse todos los colaboradores del departamento y supervisada por los superiores inmediatos.

2.5. Marco teórico

Primeras aproximaciones al estudio de la función logística (1900-1964). Esta primera etapa se inicia a principios del siglo XX y llega hasta mediados de los años sesenta, pudiendo diferenciarse dos subetapas separadas por la Segunda Guerra Mundial.

En esta etapa inicial, la función logística se asociaba básicamente a las actividades de la distribución física, en especial, al transporte y al almacenamiento de productos. Nos encontramos en las primeras etapas del desarrollo industrial, cuando todavía la agricultura y la ganadería predominaban como actividades económicas. En esta situación lo importante era hacer llegar los productos de las granjas a los mercados; la logística la constituían actividades necesarias sin valor.

En el ámbito académico, durante esta etapa comienzan a aparecer las primeras aproximaciones al estudio de la función logística, en concreto, desde el campo de la economía y del marketing. De acuerdo con Shaw

(1916), la distribución física se entiende como el elemento de equilibrio entre la oferta y la demanda, en clara alusión al almacenamiento de productos como elemento regulador; en 1922, Clark, en su definición de marketing, hace alusión a la distribución física de los productos, y en 1927, Borsodi diferenció dos significados de distribución física:

- 1) distribución física como transporte y almacenamiento
- 2) el concepto de servicio de marketing (Christopher, 1992).

Estas aproximaciones se centran todas en la percepción de la función logística como un conjunto de actividades funcionales, en especial, el transporte y el almacenamiento, que permiten poner en contacto la oferta con la demanda.

La Segunda Guerra Mundial marca un hito en la evolución de la función logística en el ámbito empresarial. El poderoso despliegue de hombres y armamento realizado por los Estados Unidos de América despertó el interés de los empresarios, que empiezan a vislumbrar la función logística como una potente herramienta para alcanzar nuevos mercados separados geográficamente, así como para mejorar la eficiencia de la empresa mediante la reducción de costes logísticos.

A partir de este momento, las empresas se interesan por las ventajas de gestionar de forma eficiente los flujos de materiales. Aunque todavía la gestión la realizaban de forma independiente entre los flujos de aprovisionamiento e internos y los flujos de distribución, centrando la atención en estos últimos, el objetivo era encontrar y servir a los nuevos canales de distribución.

Por su parte, en el ámbito científico, es realmente a partir de los años sesenta cuando el mundo académico se centra en el estudio de la función logística y sus distintas acepciones. Interés iniciado, en parte, por las declaraciones de Peter Drucker en su artículo "El continente negro de la economía", de 1962, en el que comparaba el conocimiento de la función logística en la empresa con el conocimiento de África en época de Napoleón: "Sabemos que está ahí y que es grande".

También es destacable el interés suscitado por autores de gran relevancia en el ámbito de la economía, como Converse (1952) o Heskett et al. (1964), en cuyos artículos se reconocía, de forma explícita, la importancia de la distribución física en la gestión empresarial, así como las grandes posibilidades de desarrollo y estudio que presentaba.

La aparición en 1961 y 1964 de las primeras revistas científicas especializadas en actividades logísticas (Transportation Journal y Logistics and Transportation Review) constituye una prueba clara de este interés científico por el estudio de la función logística. A estas, hay que unir la aparición en 1963 de la primera institución dedicada al estudio, desarrollo y difusión de la función logística tanto en el ámbito empresarial como académico: el National Council of Physical Distribution Management. El nombre tanto de las revistas como de la institución refleja la importancia en esta época de las actividades de distribución física, y en especial del transporte.

La generación de valor logístico (1995-2005)

La publicación en 1995 del libro *Creating Logistics Value* de la mano de Novack, Langley y Rinehart, marca el inicio de una nueva etapa en la evolución de la función logística. A partir de este momento, la función logística adquiere una relevancia máxima dentro de la gestión empresarial; no solo es una variable estratégica de diferenciación de la competencia, sino que, además, es capaz de generar valor para el cliente y, por tanto, aumentar su satisfacción y lealtad (Mentzer *et al.*, 2004). En palabras de Ballou (2004, p. 13): "La logística gira en torno a la creación de valor: valor para los clientes, los proveedores y los accionistas de la empresa".

Este es un valor logístico que se materializa, básicamente, en ofrecer un servicio logístico acorde con los requisitos del cliente (Blaik y Matwiejczuk, 2009), al tiempo que se reducen los costes y se maximizan los beneficios logísticos, incluidos los derivados de las relaciones entre los miembros del canal de suministro (Rutner y Langley, 2000).

Las posteriores publicaciones (por ejemplo, Andraski y Novack, 1996; Flint y Mentzer, 2000; Rutner y Langley, 2000) han profundizado en los determinantes o antecedentes del valor logístico, señalando en especial la importancia de la calidad del servicio logístico (Bienstock *et al.*, 1997; Mentzer *et al.*, 2001), los beneficios derivados de establecer y fortalecer las relaciones entre los miembros del canal de suministro (Zineldin, 2004) y la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación logísticas (Rutner y Langley, 2000; Stank *et al.*, 2001), al tiempo que se reducen los costes logísticos (Blaik y Matwiejczuk, 2009).

La integración de la función logística a lo largo del canal de suministro (2005).

Por último, la revisión de las publicaciones de los últimos años permite identificar un creciente interés en el estudio de la integración de la función logística a lo largo de todo el canal de suministro con el fin de ofrecer un mayor valor al cliente final.

Esta nueva visión integradora de la función logística tiene su origen en el concepto de *Supply Chain Management*, entendiéndolo como la integración y coordinación entre todas las empresas del canal de suministro (proveedores, fabricantes, distribuidores, operadores logísticos, clientes...), de la planificación y gestión de todas las actividades necesarias para poner el producto a disposición del cliente.

En ocasiones se utiliza el concepto de *Supply Chain Management* como sinónimo del término "logística". Sin embargo, como señalan diferentes autores (Davis-Sramek y Fugate, 2007; Stefansson y Russell, 2008; Kumar *et al.*, 2009a) y el propio Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP), la función logística es una parte del proceso, pero no la única.

Por tanto, desde este nuevo enfoque, la gestión óptima y diferencial de la función logística pasa por la integración de esta entre todas las empresas del canal de suministro, incluidos los propios clientes, con el fin de mejorar

los procesos conjuntos y ofrecer un mayor valor al consumidor final, integración que no ha de ser meramente operativa sino también a nivel de planificación y gestión estratégica (Evert-Jan, 2008). Como se comentó en las fases anteriores, el concepto de integración de las actividades logísticas a lo largo del canal no es realmente nuevo; ya en la década de los años ochenta se aborda la necesidad de integrar las actividades. Sin embargo, como señala Ballou (2007), la diferencia radica en que en la actualidad se dispone de las tecnologías de la información y la comunicación necesarias para poder realizar dicha integración de forma efectiva y ágil.

Historia del transporte marítimo

El transporte marítimo es un concepto que hace referencia a los modos y fórmulas utilizados para llevar personas o cosas de un punto geográfico a través del mar haciendo uso de una embarcación. Puede parecer increíble, pero lo cierto es que la humanidad lo descubrió hace ya más de 5500 años. Por ello, en esta ocasión, queremos hablarte, brevemente, de toda la historia que lo rodea.

Las primeras formas de transporte marítimo registradas datan del año 3500 a.C. y, gracias a ellas, se consiguió llevar pequeñas cargas y algunos tripulantes a través de pequeñas rutas costeras. Poco a poco, el avance de la técnica y el uso de nuevos materiales fue propiciando que las distancias pudiesen ser cada vez mayores.

Por ejemplo, se atribuye a los vikingos la capacidad de crear barcos capaces de navegar tanto por ríos como por mares. De hecho, fueron los primeros en conseguir llegar, desde la península escandinava, a Inglaterra, al mar Mediterráneo y, finalmente, al norte de América. Sin duda, se trató de una hazaña sin precedentes que, posteriormente, sería emulada por los navegantes europeos.

Sobra decir que la llegada de Cristóbal Colón a América o que la vuelta al mundo dada por Juan Sebastián Elcano fueron otros grandes hitos en la historia de la navegación. De hecho, para transportar el oro procedente

del sur de América hasta la Península Ibérica fue todo un desafío para la técnica. En aquellos tiempos, se consiguió que cada embarcación fuese capaz de almacenar, aproximadamente, dos toneladas de ese valioso metal.

Desde hace dos siglos, la navegación y el transporte marítimo de mercancías ha experimentado un desarrollo vertiginoso. Tanto es así que, hoy en día, todos los países cuentan con estaciones portuarias en las que atracan buques cada vez mayores a través de una red que conecta con el resto del mundo. Además, el uso de contenedores también ha colaborado en esta causa.

Esto es, especialmente, visible dentro de Europa. Y es que, gracias a los tratados de libre comercio y de libre circulación de mercancías, hoy en día, es posible llevar contenedores de un lugar a otro rápidamente y, además, tenerlos posicionados en todo momento gracias a procesos de 'know how', es decir, de transferencia tecnológica. Además, comparado con otros sistemas de transporte, presenta grandes ventajas en términos de costes e, incluso, de contaminación. Por ello, no es de extrañar que, en estos momentos, estemos contemplando una época dorada de este sector.

La industria del transporte marítimo es famosa por el volumen de documentos implicados en cualquier envío de carga internacional.

Al igual que negociar la compraventa de las mercancías o comparar las tarifas de transporte marítimo, conocer todos estos documentos y comprenderlos es una tarea obligada para cualquier expedidor.

Ten en cuenta que un error aparentemente inocuo en la documentación puede causar retrasos con potencial devastador para la cadena de suministro.

Muchos de estos documentos contienen la misma información, como comprador, vendedor, detalles de la mercancía, entre otros. Pero cada

documento juega un rol diferente y es importante no solo asegurarse de que la información expuesta en cada documento es exacta, sino de que es consistente en todos los documentos.

1. Bill of Lading

Si hubiera un único documento que todo expedidor debiera conocer como la palma de su mano, sería el Bill of Lading.

El Bill of Lading, también conocido como BL, es un contrato de transporte entre la naviera y el propietario de la carga. Es un documento emitido por la naviera para confirmar que ha recibido las mercancías a bordo de uno de sus buques.

En este documento deben aparecer listados correctamente datos como la información del importador y el exportador o el incoterm bajo el que se ha cerrado la transacción internacional. En otras palabras, este documento obligatorio actúa como prueba de propiedad de las mercancías transportadas.

Una vez que la mercancía llegue a destino, el BL debe ser presentado para que la naviera libere las mercancías. Cuando esto sucede, se convierte en prueba de que las mercancías han sido recibidas.

2. Packing list

Igual que sucede con el Bill of Lading, el packing list es un documento obligatorio cuando se envían mercancías por transporte marítimo. En resumen, se trata de una lista detallada de las mercancías que van a ser enviadas, incluyendo el peso, volumen y valor del total de la carga y de los distintos bultos por separado.

El packing list informa al transitario, importador, oficina de aduanas y naviera de las mercancías que envía el expedidor sin necesidad de verificar físicamente su contenido.

En el caso de que las aduanas decidan inspeccionar el envío, el packing list facilita el proceso ayudando a identificar la caja o el elemento que ha

levantado las sospechas. Esto ahorra tiempo y reduce el riesgo de que se produzcan daños en la mercancía al evitar que todas las cajas del envío deban ser abiertas.

Es absolutamente crucial que toda la información listada en el packing list sea la correcta y lo más exacta posible. Teniendo en cuenta que será usada para generar el Bill of Lading; otro punto vital es que la información contenida en ambos documentos no presente incoherencias si posteriormente se realizan cambios en alguno de ellos.

3. Factura comercial

Cualquier transacción internacional que implique la importación o exportación de bienes estará acompañada del documento que prueba la venta, la factura comercial.

En gran parte, es similar a una factura estándar. Pero a diferencia de las facturas comunes, incluye detalles sobre el envío de la carga para el despacho de aduanas y es uno de los documentos más importantes en cualquier envío de mercancías internacional.

La información de la factura comercial incluye datos de las figuras implicadas en el envío, como el importador, el exportador, el transitario, la naviera, los bancos y demás. Igual que sucedía en el caso del packing list y el bill of lading, la información contenida en la factura comercial y el packing list no debe presentar incoherencias.

Y aunque la información de la factura comercial sea muy similar a la del packing list, ambos documentos son necesarios y cumplen propósitos distintos.

La factura comercial es un documento legal que lista las mercancías vendidas en la transacción y el precio de venta. El packing list, sin embargo, se centra en los detalles de las mercancías que son enviadas y sirve como prueba de estas en el caso de problemas legales o reclamaciones.

4. Certificado de origen

De acuerdo con la cámara de comercio internacional, el certificado de origen es:

“un documento importante de comercio internacional que certifica que las mercancías de un envío de exportación en particular han sido obtenidas, producidas, manufacturadas o procesadas en un determinado país.

También sirve como una declaración del exportador”. Es decir, el certificado de origen identifica el país en el que las mercancías han sido producidas.

El exportador debe facilitar al importador un certificado de origen por cada producto exportado y para que sea válido debe ser certificado por alguna autoridad del gobierno, como la Cámara de Comercio o el consulado.

El certificado de origen es necesario para pasar el despacho de aduanas y determina la cantidad de impuestos y aranceles que deberá pagar el importador. También ayuda a identificar aquellos casos en los que las mercancías quedan exentas de impuestos debido a acuerdos comerciales especiales entre el país de origen y el de destino.

En este documento constan datos habituales en el resto de los documentos como exportador, consignatario, importador, descripción de las mercancías, entre otros.

5. Carta de crédito

La carta de crédito es un acuerdo de pago formal y vinculante entre el comprador y el vendedor.

El proceso de compraventa internacional es largo y desde el momento en el que el exportador vende las mercancías hasta que el importador las tiene en sus manos pueden pasar meses. Esto hace difícil determinar cuándo debería ser realizado el pago, especialmente, si el importador no es capaz de verificar la autenticidad de la compra.

Una vez que el vendedor y el comprador llegan a un acuerdo, el vendedor comienza a preparar la carga de acuerdo con las condiciones que se hayan negociado.

Después de haber enviado las mercancías, el vendedor acude a su banco con la documentación que confirma que el envío ha sido preparado y enviado según las condiciones acordadas. Su banco verificará la documentación y le pagará y, posteriormente, solicitará el reembolso al banco del comprador.

Evolución del transporte aéreo de mercancías

El primer vuelo tripulado de Londres a París fue en 1919 y solo tenía un tripulante y transportaba cuero para un fabricante de zapatos y perdices para un restaurante. Se puede decir que uno de los objetos que más se transportaba eran las películas.

A principios de los años 20, la carga aérea se desarrolló rápidamente debido a que numerosos empresarios se dieron cuenta de que las aeronaves podrían mover mucha mercancía y carga con poco volumen era menos costosas y más rápida que los ferrocarriles y compañías navieras.

Los años treinta fueron los mejores para el desarrollo total en la aviación comercial. Ya que nos podemos encontrar con Charles Augustus Lindbergh que fue el primero en realizar el vuelo en cruzar el gran océano desde el continente americano al continente europeo.

Tras la II Guerra Mundial, los transportistas aéreos comerciales recibieron incluso un mayor impulso cuando los propulsores de los aviones se hicieron más grandes y eficientes. Un avance importante tuvo lugar en 1958 con la inauguración, por parte de las líneas aéreas británicas y estadounidenses, del avión a reacción para el transporte comercial. Colombia en 1919, fue el primer país que tuvo líneas aéreas comerciales.

Se está acostumbrado a pensar que viajar signifique que en un tiempo reducido lleguemos a nuestro destino, cómodamente, ya que la mayoría de los aviones en los que viajamos contienen ordenadores para cada pasajero haciendo que se nos haga más ameno. Gracias a la tecnología que se posee, hoy en día, se puede estar en cualquier lugar en cuestión de horas. Exactamente así, ocurre con las mercancías ya que si necesitamos algo de forma rápida en cuestión de horas podemos tener nuestro pedido en la puerta.

En el transcurso de pocos años todas las localidades del mundo habían sido alcanzadas por la aviación. Podemos observar que, en el tiempo, el volumen de las mercancías por vía aérea está en auge y todo debido al desarrollo del comercio exterior. Por tal razón, se pueden encontrar contenedores de índole aéreo y nuevas aeronaves especializadas para cargas que se podrán observar en el vídeo que se ha realizado.

Aunque hubo algunos intentos de crear aerolíneas de transporte de carga desde los años 20 en adelante, no fue hasta después de la segunda guerra mundial, que se creó la asociación internacional de transporte aéreo, en la conferencia en la Habana en 1945.

Al principio el transporte de mercancías era bastante modesto, ya que apenas llegaba a las 800.000 toneladas en los años 50, puesto que la economía mundial estaba devastada por los efectos de la postguerra. Podemos observar algunos países como empezaban a resurgir de sus cenizas como Alemania o Japón preparándose en el mundo de los negocios.

En el año 1968, se lanza el primer avión con cuatro motores, el Boeing 747 que tenía la capacidad de transportar palets completos en la zona de carga, lo cual era un hito hasta el momento y revolucionó el transporte aéreo de mercancías.

El Primer Vuelo

El primer vuelo de mercancía fue el 7 de noviembre de 1910 en Ohio (EE. UU.) Philip Orin Parmelee pilotó un Wright Modelo B 65 millas (105 km) en el que llevaba un paquete de 200 libras de seda para la apertura de una tienda. Se le consideró como un récord mundial de velocidad en ese momento ya que pilotó oficialmente 57 minutos. Fue el primer vuelo de carga única de manera exclusiva para el transporte de mercancías, también el primer vuelo por encargo de un cliente y el primer transporte aéreo multimodal.

El primer vuelo con correo, del mundo se realizó el 18 de febrero de 1911 en las Provincias Unidas de Agra y Oudh en British India por el piloto Henri Pequet, el cual cargaba 6,500 cartas, las cuales llevó desde Allahabad to Naini, en una distancia de 13 kilómetros.

El Transporte Aéreo en la actualidad

Desde su gran boom a finales de los 60, se esperaba que su crecimiento fuera más grande de lo esperado ya que en las últimas 5 décadas, lo que ha desencadenado que el transporte aéreo de Mercancías sea una parte muy pequeña respecto al transporte marítimo y, por ello, las aerolíneas lo vieron como una actividad secundaria.

En los años 90, el transporte aéreo de mercancías fue un pilar sólido, gracias en gran parte a los transportes de paquetería express como FedEx, DHL, TNT y UPS, además de los cambios en el sector del manufacturero.

El crecimiento de Internet durante los años siguientes ayudó a la fiabilidad y accesibilidad a la industria aérea de mercancías. La mayoría de las aerolíneas ahora ofrecen a sus clientes la facilidad de la documentación para cada pedido, guía aérea electrónica y aumento de seguridad.

Se estima que entre 15-20 toneladas de mercancía, son enviadas por cada 30 a 40 pasajeros en los aviones (Llamadas Carga Belly), pero que a excepción de las empresas de servicio express, el transporte de

mercancías sigue sufriendo en relación con el transporte de pasajeros y al marítimo.

Aviones de Carga

Boeing 777-200:

- Posee dos bodegas de carga por delante y por detrás para carga de pallets de 88" y 125" o 96" x 125".
- La carga de pallets suelta se introduce por la parte trasera.
- Tiene capacidad para 18 toneladas.

Boeing 747:

- Funciona tanto para transporte de pasajeros como de mercancías tiene un rango de distancia operativa de 13.500 Km.
- Posee varias bodegas tanto adelante como detrás para la carga y descarga de pallets.
- Está equipado con amplias puertas para cargar pallets o contenedores de 88" o 96" x 125".
- Su carga máxima es de 13 toneladas.

Carguero Boeing 747-400 ERF:

- Es el que mejor preparado está para transportar mercancías, ya que permite una carga de hasta 112 toneladas.
- Posee una mayor capacidad sobre todo en los pallets adicionales en cubierta y un 40% de rango operativo a su carga máxima.
- Dispone de 6 asientos.

Carguero Boeing 747 F Freighter:

- Diseñado como un avión de carga, el Boeing 747F tiene el suelo de cabina reforzado y está equipado con una puerta lateral o en su nariz.
- Puede cargar veintinueve pallets o contenedores (96" x 125) en la cubierta principal, nueve pallets en las inferiores y carga suelta a granel.
- Dispone de una capacidad máxima de 107 toneladas.

Transportes especiales: Airbus 300-600 ST

- Diseñado para transportar carga de grandes dimensiones como un transbordador o helicóptero.
- Posee una capacidad de 47 toneladas máximo.
- Dispone de una gran zona de carga debajo de la cabina, que permite llenar casi todo el avión.
- Su gigantesca puerta de la parte delantera se abre en su totalidad.

Transportes especiales: Antonov 225 Mriya

- Es el avión que puede transportar más carga, con una capacidad de 250 toneladas en su interior.
- Puede transportar hasta 4 tanques militares o incluso 80 coches juntos.
- Diseñado originalmente para la versión rusa del transbordador espacial.
- Documentos para el transporte Aéreo

Manifiesto aéreo

Es un documento donde va inscrita toda la carga que lleva un avión. Es la relación definitiva de toda la carga que transporta un avión. Debe ser entregado a las autoridades aduaneras del país de importación.

- Datos generales, como pueden ser el propietario, aeronave, vuelo, fecha, punto de embarque y punto de desembarque.
- Relación de embarques o envíos
- Datos del emisor

***Es importante resaltar que el manifiesto aéreo debe ser entregado por los agentes IATA.**

Póliza de fletamento o contrato chárter

Es un documento en el cual el propietario de un avión y el propietario de una carga determinada establecen sus obligaciones y responsabilidades respecto a la utilización del avión completo por parte del fletador para realizar un transporte determinado.

Por lo que respecta al contenido del contrato podemos mencionar como obligaciones básicas del fletante, las siguientes:

- Realizar con la aeronave o avión la actividad pactada con el fletador
- Mantener el avión en condiciones de aeronavegabilidad
- Poseer todos los permisos y autorizaciones pertinentes y cumplir con las exigencias legales aplicables

El fletador a su vez estará obligado a

- Pagar el precio acordado por el fletamento
- Utilizar el avión de acuerdo con lo pactado en el contrato

Split chárter

Se trata de un contrato entre el cargador y el exportador para el flete en avión que viaja por rutas no regulares, sino que vuela a los destinos donde tiene mercancía para cargar una carga completa, aunque en *raras ocasiones*, cabe la posibilidad de *subarrendar una parte de la bodega*.

La empresa del fletante se obliga a proporcionar a la otra parte, un tipo determinado de aeronaves situada en el aeropuerto de salida, con su propia tripulación equipada, y con combustible. Además, mantenerla en perfectas condiciones de navegabilidad durante toda la vigencia del contrato. Es de vital importancia, la correcta delimitación del volumen/peso máximo que el fletador puede ocupar dentro del avión.

AWB o Conocimiento de embarque

En este documento informativo se recoge el contrato de transporte aéreo internacional y sirve como un justificante de entrega de la mercancía a bordo del avión. El conocimiento de embarque, por lo general incluye a las partes contratantes, mercancía que se transporta, itinerario, medio de transporte utilizado y flete.

*Los agentes IATA son los encargados de emitir y firmar los conocimientos de embarque que normalmente constan de 3 ejemplares o copias. Un ejemplar para el cargador, otro para la compañía aérea y, por último, uno

para el destinatario de la mercancía, que le permitirá retirar la mercancía en el punto de destino.

AWB House

Se trata de un documento AWB que es emitido por un agente IATA consolidador y que va dirigido a cada uno de los cargadores (exportadores) de las mercancías consolidadas (agrupadas en una unidad de carga). El HAWB es el documento por el cual se relaciona contractualmente con cada uno de los cargadores de las mercancías consolidadas. Frente a los distintos cargadores, el transitario (agente IATA consolidador) actúa como transportista y asume las responsabilidades del transportista.

Cartas de porte aéreas

Las cartas de porte aéreas actúan como un recibo para los bienes “en buen estado y condición aparentes” y también son evidencia de un contrato entre el exportador y el transportista(s). El portador completa el formulario. A diferencia de conocimientos de embarque, las guías aéreas son documentos de título, de modo que el titular no necesariamente tiene la propiedad de las mercancías.

El transporte terrestre de mercancías ha evolucionado mucho desde sus inicios hasta la actualidad. Una nueva era empezó con los camiones de vapor, momento desde el que ha ido creciendo sin parar hasta llegar hasta la actualidad con los vehículos diésel o incluso los eléctricos que ya se están introduciendo en nuestro mercado.

Evolución del transporte terrestre en la historia

La aparición del transporte de mercancías surgió a raíz de la necesidad de transportar mercancías de un lado a otro, de igual manera que el resto de los transportes que también buscaban cubrir esa necesidad.

En este sentido, allá por el año 1942, los incas ya contaban con sistema de caminos que estaban interconectados entre sí y que atravesaban todo

su imperio para el traslado de los distintos tipos de mercancías. Al principio, este transporte se hacía a pie o con la ayuda de animales de "carga" como caballos o elementos como canoas o botes, en los que se aprovechaba la corriente de los ríos para que los productos llegaran a su destino.

La rueda en el transporte terrestre

Esta necesidad de la que hablamos impulsó la creación de cada vez más herramientas para hacer más sencillo el traslado de las mercancías a lo largo de los distintos territorios. Fue en la prehistoria cuando surgió la rueda más primitiva, lo cual supuso uno de los grandes avances a lo largo de la historia de la humanidad, ya que ha ido avanzando a lo largo de los años y ya es un elemento imprescindible en la actualidad.

La rueda permitió que los medios de transporte continuaran avanzando y que se surgieran las rutas para el envío de las mercancías mucho más rápido.

Previamente a que apareciese el vapor, los camiones eran tirados por caballos para ir de un lugar a otro. Esto imposibilitaba la idea de trasladar mercancía lejos, ya que no se podían hacer rutas muy largas, por lo que el transporte de mercancías solo iba desde la fábrica a la estación de tren más cercana y viceversa.

Una vez aparece el primer vehículo a vapor (Cugnot - 1769) los camiones se comienzan a dejar de lado la tracción animal, hasta que en el año 1881 aparece el primer semirremolque, propulsado por un tractor a vapor.

En 1885, aparece el que se considera el primer camión de la historia, creado por Karl Benz. Dicho vehículo estaba propulsado por un motor de combustión interna. Tan solo pasó un año para que grandes marcas de la actualidad como Peugeot o Renault empezasen a elaborar sus propios camiones basados en este modelo de propulsión.

Estos camiones soportaban cargas de entre 1500 y 2000 kg y usaban motores de entre dos y cuatro cilindros.

En Estados Unidos, comienza a surgir la industria del "American Truck", impulsada por Louis Semple Clarke (Pittsburg Motor Vehicle Company) y los hermanos Mack (The Mack Brothers Company). Produjeron su primer camión en el año 1907.

Años después, influenciados por la Primera Guerra Mundial, los camiones comenzaron a utilizar neumáticos de caucho y a incorporar frenos y arrancadores, así como iluminación eléctrica. Los motores que incorporaban alcanzaban hasta los ocho cilindros.

Posteriormente, y hasta la actualidad, el traslado internacional de mercancías empieza a usar el diésel como principal combustible.

Documentos que se utilizan:

1. Carta porte
2. Factura comercial
3. DMCE
4. Lista de Empaque

El Comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costes.

El comercio también permite a un Estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Por último, el comercio internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

Se calcula que en 1955 el comercio mundial (importaciones y exportaciones) suponía 1.000 millones de dólares. Entre 1976 y 1985 se multiplicó casi por dos; el comercio mundial era casi diez veces mayor en

1985 que en 1965. Los países productores de petróleo incrementaron de modo espectacular su volumen de comercio entre 1976 y 1981.

Además, este continuó creciendo durante la década de 1980 gracias a la recuperación económica de casi todos los países industrializados. Tras una pausa a principios de la década de 1990, debido a la recesión que padecieron Europa y Japón, el crecimiento del comercio volvió a incrementarse a partir de mediados de la citada década. En 2001, el comercio mundial se contrajo un 4%, lo que representó el mayor descenso desde 1982.

En 1973, se había adoptado un sistema de tipos de cambio flexibles, reemplazando los anteriores acuerdos que limitaban la variación del valor de una moneda. Durante las décadas de 1970 y 1980 la competencia en precios entre países aumentó, debido a las fluctuaciones de los tipos de cambio. Para evitar estas variaciones se crearon controles, como el mecanismo de tipos de cambio del Sistema Monetario Europeo.

A corto plazo, la depreciación de una moneda abarata las exportaciones de un país y encarece sus importaciones. Es difícil predecir cuáles serán los efectos a largo plazo de las variaciones de los tipos sobre el comercio internacional, pero hay indicios de que los gobiernos se están viendo obligados a aplicar políticas monetarias restrictivas para frenar la inflación y mantener la competitividad de sus monedas.

Durante el siglo XX, el comercio creció hasta el punto de convertirse en el aspecto más importante de la economía mundial. Se cree que la creciente interdependencia entre países continuará en el futuro, aunque debido a la tendencia a crear bloques económicos regionales, ciertos países serán más dependientes que otros.

Aunque el comercio internacional siempre ha sido importante, a partir del siglo XVI empezó a adquirir mayor relevancia; con la creación de los imperios coloniales europeos, el comercio se convirtió en un instrumento

de política imperialista. La riqueza de un país se medía en función de la cantidad de metales preciosos que tuviera, sobre todo oro y plata.

El objetivo de un imperio era conseguir cuanta más riqueza mejor al menor coste posible. Esta concepción del papel del comercio internacional, conocida como mercantilismo, predominó durante los siglos XVI y XVII.

El comercio internacional empezó a mostrar las características actuales con la aparición de los Estados nacionales durante los siglos XVII y XVIII. Los gobernantes descubrieron que al promocionar el comercio exterior podían aumentar la riqueza y, por lo tanto, el poder de su país. Durante este periodo aparecieron nuevas teorías económicas relacionadas con el comercio internacional.

En 1776, el economista escocés Adam Smith propugnaba en su obra *La riqueza de las naciones* que la especialización productiva aumenta la producción total. Smith creía que, para poder satisfacer una demanda creciente de bienes de consumo, los recursos limitados de un país debían asignarse de modo eficaz a los procesos productivos.

Según la teoría de Smith, un país que comercia a escala internacional debe especializarse en producir los bienes en los que tiene ventaja absoluta, es decir, los que produce con menores costes que el resto de los países. El país exportaría parte de estos bienes para financiar las importaciones de otros que los demás producen con menores costes. La obra de Smith representa el punto de partida de la escuela clásica de pensamiento económico.

Medio siglo después, el economista inglés David Ricardo refinó esta teoría del comercio internacional. La teoría de Ricardo, que sigue siendo aceptada por casi todos los economistas actuales, subraya la importancia del principio de la ventaja comparativa. A partir de este, se deduce que un país puede lograr ganancias si comercia con el resto de los países, aunque todos los demás produzcan con menores costes.

Hay ventaja comparativa cuando los costes de producción y los precios percibidos son tales que cada país produce un producto que se venderá más caro en el exterior de lo que se vende en el mercado interior. Si cada país se especializa en la producción de los bienes y servicios en los que tiene ventaja comparativa, el resultado es un mayor nivel de producción mundial y mayor riqueza para todos los Estados que comercian entre sí.

Además de esta ventaja fundamental, hay otras ganancias económicas derivadas del comercio internacional: incrementa la producción mundial y hace que los recursos se asignen de forma más eficiente, lo que permite a los países (y por tanto a los individuos) consumir mayor cantidad y diversidad de bienes. Todos los países tienen una dotación limitada de recursos naturales, pero todos pueden producir y consumir más si se especializan y comercian entre ellos.

Como se ha señalado, la aparición del comercio internacional aumenta el número de mercados potenciales en los que un país puede vender los bienes que produce. El incremento de la demanda internacional de bienes y servicios se traduce en un aumento de la producción y en el uso más eficiente de las materias primas y del trabajo, lo que a su vez aumenta el nivel de empleo de un país. La competencia derivada del comercio internacional también obliga a las empresas nacionales a producir con más eficiencia, y a modernizarse a través de la innovación.

La importancia del comercio internacional varía en función de cada economía nacional. Ciertos países solo exportan bienes con el fin de aumentar su mercado nacional o para ayudar en el aspecto económico a algunos sectores deprimidos de su economía. Otros dependen del comercio internacional para lograr divisas y bienes para satisfacer la demanda interior. Durante los últimos años se considera al comercio internacional como un medio para fomentar el crecimiento de una determinada economía; los países menos desarrollados y las organizaciones internacionales están fomentando cada vez más este patrón de comercio.

Durante la primera mitad del siglo XX, cada país establecía aranceles distintos en función no de los bienes importados, sino del país de origen de estos, imponiendo menores aranceles a los Estados aliados y aumentando los de los demás países. Las políticas comerciales se convirtieron en fuente de conflictos entre países; el comercio se redujo drásticamente durante los conflictos bélicos.

- **Negociaciones internacionales sobre comercio**

Durante la década de 1930 se intentó por primera vez coordinar la política comercial a escala internacional. Al principio, los países negociaban tratados bilaterales. A partir de la II Guerra Mundial, se crearon organizaciones internacionales para fomentar el comercio entre países, eliminando las barreras a este, ya fuesen arancelarias o no arancelarias.

El Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, más conocido como GATT, firmado por 23 países no comunistas en 1947, fue el primer acuerdo multinacional que intentaba reducir las restricciones al comercio; con el tiempo llegaría a englobar a más de 100 países y afectar al 80% del comercio mundial. A partir de 1947, el GATT organizó una serie de conferencias internacionales o “rondas” de negociación multilateral, siendo la última la denominada Ronda Uruguay, que finalizó en 1993, y en la que se acordó reemplazar el GATT por la Organización Mundial del Comercio (OMC). Las previsiones de esta para el siglo XXI suponían un incremento del 25% del comercio internacional, lo que equivaldría a un incremento de 500.000 millones de dólares en el conjunto de la renta mundial.

- **Uniones aduaneras y áreas de libre comercio**

El 25 de marzo de 1957 se creaba por medio de la firma del llamado Tratado de Roma la Comunidad Económica Europea (CEE), también conocida como Mercado Común, que entraría en vigor el 1 de enero de 1958. En esta fotografía, que recoge uno de los momentos de la reunión, aparecen, de izquierda a derecha, los delegados de Bélgica, Paul Henri

Spaak y J. Ch. Snoy; los franceses, C. Pineau y M. Faure; los representantes alemanes, Konrad Adenauer y Walter Hallstein; los italianos, Antonio Segni y C. Martino; los delegados de Luxemburgo, J. Bech y L. Schaus; así como, finalmente, J. Luns y J. Linthorst Homan, representantes de los Países Bajos.

Para fomentar el comercio entre países que defienden los mismos intereses políticos y económicos, o que mantienen relaciones de vecindad, se crean áreas de libre comercio en las que se reducen los aranceles (llegando a eliminarse) entre los países miembros. Uno de los primeros ejemplos de asociación de países fue la Commonwealth, creada en 1931. Los Estados no comunistas favorecieron el desarrollo de programas para promocionar el comercio y promover la recuperación de las economías devastadas por la II Guerra Mundial.

En la unión aduanera del Benelux, creada en 1948 e integrada por Bélgica, los Países Bajos y Luxemburgo, se eliminaron por completo los aranceles y se creó un único arancel externo común para los bienes provenientes de otros países. En 1951, Francia, la República Federal de Alemania y los países miembros del Benelux crearon la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA). En 1957 estos países, más Italia, formaron la Comunidad Económica Europea (CEE, actual Unión Europea), que pretendía reducir las barreras comerciales entre los países miembros. La respuesta de la Unión Soviética a la creación de estas organizaciones fue el COMECON, creado en 1949. Esta organización se disolvió en 1991 debido a los cambios políticos y económicos habidos en el mundo comunista.

Numerosos economistas predicen el crecimiento y consolidación de tres grandes bloques comerciales en el mundo: la Unión Europea, el integrado por los países miembros del Tratado de Libre Comercio Norteamericano (TLC) y el formado por los países asiáticos. El comercio dentro de cada bloque crecerá debido a la reducción y eliminación de restricciones a los

intercambios de productos, pero se necesitarán muchas y duras negociaciones para poder reducir las barreras entre los tres bloques.

2.5.1. Marco conceptual

Glosario:

1. **Contenedor:** Unidad de transporte de carga, construida en metal y con cierre estanco, que se ocupa el traslado de mercancías por tierra, mar o aire, pudiendo almacenarse en su interior los bienes paletizados o de forma directa. El volumen total del contenedor, que varía en función de los distintos tipos, puede dedicarse a transportar mercancía procedente de una sola empresa o de varias.
2. **Tratado de Libre Comercio:** Consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios.
3. **Carta Porte:** Es un documento jurídico de carácter declarativo que prueba la existencia de un contrato de transporte.
4. **Factura Comercial:** Documento suministrado por el remitente, en el cual proporciona información acerca del envío, incluyendo una descripción de los artículos enviados, el valor de dichos artículos, así como información sobre el remitente.
5. **DMCE:** Es el sistema de Declaración del Movimiento Comercial Electrónico, que permite a las empresas establecidas en la Zona Libre de Colón, realizar sus trámites comerciales de forma electrónica.
6. **Negocios Internacionales:** Son todas las transacciones comerciales, privadas o gubernamentales, que involucran a dos o más países.
7. **Organización Mundial del Comercio:** Es la única organización internacional que se ocupa de las normas globales que rigen el comercio entre los países. Su principal función es garantizar que las corrientes comerciales circulen con la máxima fluidez, previsibilidad y libertad posibles.

8. **Aranceles:** Tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales, transporte ferroviario o aduanas.
9. **Importaciones:** Es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que un país (llamado 'importador') compra a otro país (exportador) para su utilización.
10. **Exportaciones:** Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional.
11. **Lista de empaque:** Informa al transitario, importador, oficina de aduanas y naviera de las mercancías que envía el expedidor sin necesidad de verificar físicamente su contenido.
12. **Comercio Internacional:** El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo.
13. **AWB Conocimiento de Embarque:** Es un documento que debe estar junto al contrato del transporte aéreo internacional, es decir, es un documento que sirve para justificar los productos o mercancía que van a bordo de un avión. Al ser un contrato de transporte internacional, es fundamental que el Air Waybill recoja la siguiente información.
14. **AWB House:** Si es emitido por una compañía o empresa de transporte aérea regular, el Air Waybill se denomina House Air Waybill (HAWB).
15. **Manifiesto Aéreo:** Es un documento donde va inscrita toda la carga que lleva un avión.
16. **Carta crédito:** Es una de las formas más usadas para que el importador se comprometa y pague a su vendedor en el extranjero. Funciona como un vínculo formal para el acuerdo legal. Los expedidores o shippers consideran este el método de pago más seguro.
17. **Buques:** Es un barco grande y sólido, adecuado para las navegaciones de importancia.

18. **Bill of Lading:** Es uno de los documentos más importantes en una transacción internacional. Seas el exportador o el importador, y se trate de un envío de transporte marítimo o aéreo, el Bill of Lading funciona como un contrato de transporte.
19. **Demanda:** Es la cantidad de un bien o servicio que un público determinado desea adquirir en un momento dado, a cambio de un precio justo y en función de una relación compleja, que está marcada por factores internos y externos a esos compradores potenciales, y que terminará impulsándolos a finalizar o no el proceso de compra o contrato.
20. **Destinatario:** El destinatario de un envío suele ser el cliente final, quien recibe del proveedor directamente o a través de algún canal de distribución la mercancía que ha adquirido tras finalizar su proceso de compra por algún medio tradicional o vía online.
21. **Distribución:** Se considera así a todos los medios a través de los cuales los productos llegan a los clientes finales en las condiciones acordadas por las partes, en el lugar determinado expresamente para ello y a cambio del pago del precio estipulado y aceptado libremente por el consumidor.
22. **Embalaje:** Son los medios empleados para proteger y acondicionar la mercancía, dejándola lista para su transporte, y asegurando unas condiciones de seguridad e integridad suficientes para evitar deterioros durante una manipulación normal, la que se producirá desde su salida de almacén o fábrica hasta su llegada a manos del consignatario.
23. **Economía de escala:** Concepto que hace referencia a la ventaja de costes que determinados procesos expansionistas a largo plazo pueden proporcionar a una organización, que logra un descenso del coste medio de un productor por unidad, causando la disminución del coste unitario de un producto o servicio.
24. **Intermodal:** Sistema de transporte ampliamente usado en el comercio internacional e impulsor de ventajas en costes, en calidad y en sostenibilidad; que se diferencia de otras alternativas por su eficaz

combinación de diferentes medios de transporte, resultado de una planificación logística muy depurada.

25. **Inventario:** Es la representación de los productos que se guardan en un almacén, pudiendo tratarse de materias primas, productos terminados o bienes sujetos a transformación. Su principal característica es la inmediatez de su disponibilidad para la venta, el consumo o el procesado.
26. **Palet:** Soporte de madera o plástico destinado a facilitar el almacén (manual o automatizado) o transporte (nacional o internacional y por cualquier medio) de mercancías. Este elemento se puede comprar o alquilar y debe, en todo caso, adecuarse a la legislativa que le es de aplicación según su destino y finalidad de su uso.
27. **Aduana:** Servicio administrativo gubernamental que registra las mercancías que ingresan y egresan a un territorio aduanero, aplica la legislación relativa a los distintos regímenes y procedimientos aduaneros y recauda los derechos arancelarios que correspondan.
28. **Incoterms:** Son un acuerdo que se muestra de manera voluntaria entre el comprador y el vendedor en el comercio internacional, para tener una buena praxis en las operaciones de tráfico de mercancías.
29. **Agente de carga aérea:** Auxiliar de comercio exterior especializado en la expedición de carga por avión. Es común que preste “servicios agrupados” (groupage), es decir, que reúna varias cargas y las envíe a su destino como un todo, contra el pago de honorarios. Se encarga de todos los detalles del envío, como documentación, porte, almacenaje si es necesario e incluso del embalaje de las mercancías.
30. **Agente marítimo:** Auxiliar de comercio exterior que representa al armador o al fletador del buque en el puerto y les realiza todas las gestiones para el despacho documental frente a las autoridades locales, contrata los servicios portuarios, atiende a la tripulación y al buque y se ocupa de los servicios de aprovisionamiento. Asimismo, negocia, gestiona y liquida los fletes y gastos ocasionados por las mercancías y firma los conocimientos de embarque de las mercancías de exportación y recibe los conocimientos canjeables por las

mercancías descargadas de la importación. Estas actividades las realiza contra el pago de honorarios.

2.6. Propuesta General

El manejo de información vía correo electrónico por parte del colaborador y el cliente es muy usado durante una jornada laboral, que debe darse de forma responsable y coordinada para evitar desestimar información que al momento de la atención puede ser valiosa.

Esta información brindada vía correo electrónico en ocasiones es requerida para la validación de datos o diagnósticos del paciente, lo que hace necesario validarlos con la cadena de correos relacionados.

Por ende, en mi propuesta debe considerarse la actualización diaria de la base de datos general del departamento, debido a que en ocasiones los pacientes dan respuesta al colaborador que envía el correo; este deberá actualizarlo para que se pueda confirmar la información en el momento que sea requerida.

2.6.1. Objetivos

- Minimizar la búsqueda de información en el correo electrónico por cada cliente.
- Mejorar la organización al inicio del proceso con el paciente.
- Optimizar la atención al cliente.

2.6.2. Instrumentación

La investigación descriptiva, es un tipo de investigación que se encarga de describir la población que en este caso solicita el servicio de atención de salud que atiende el Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos.

Tipos de Instrumentos:

- **Encuesta:** La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los pacientes.
- **Entrevista:** Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada.

Dentro de una entrevista se pueden diferenciar dos roles:

- **Entrevistador.** Cumple la función de dirigir la entrevista y plantea el tema a tratar realizando preguntas. A su vez, da inicio y cierre a la entrevista.
 - **Entrevistado.** Es aquel que se expone de manera voluntaria al interrogatorio del entrevistador.
- **Cuestionario:** Se define como un instrumento de investigación que consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones con el objetivo de recopilar información de un encuestado. Estas son típicamente una mezcla de preguntas cerradas y abiertas. Esta herramienta se utiliza con fines de investigación que pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas.
 - **Observación:** Es la adquisición activa de información sobre un fenómeno o fuente primaria. Los seres vivos detectan y asimilan los rasgos de un elemento utilizando sus sentidos como instrumentos principales. En los humanos, esto no solo incluye la vista y todos los demás sentidos, sino también el uso de herramientas, técnicas e instrumentos de medición. El término también se puede referir a cualquier dato recogido durante esta actividad.

El instrumento que se utiliza para el ingreso del paciente es la entrevista realizada por un profesional de la salud del departamento.

2.6.3. Estrategias

Con base en mi carrera, la información recibida para el manejo de los procesos en este caso de salud es muy delicado porque se trata de la información personal, diagnóstico de los pacientes y esta debe llegar exactamente como se ha presentado, garantizando la salud de este.

2.6.4. Diseños de la Propuesta

Contar con una base de datos actualizada que permita confirmar datos relevantes para la atención del paciente.

Conocer la opinión del paciente atendido de manera que podamos implementar mejoras en los procesos de atención.

2.7. Mecanismos para la Implantación de la Propuesta

- Conversar con los líderes del departamento indicándoles las situaciones encontradas.
- Se le explicará la propuesta indicándole qué beneficios puede traer para el departamento.
- Capacitando al personal sobre los ajustes que se realizarán en la atención del paciente.

2.8. Costos o Presupuestos / Beneficios de la Propuesta

Esta propuesta no genera costo alguno ya que se podría hacer con herramientas con las que ya cuenta la empresa.

Beneficios a la Empresa:

- Mayor control de información
- Mayor confiabilidad
- Mejor rendimiento

Beneficios al Cliente:

- Mejor manejo de información
- La realización de una atención de salud expedita y segura
- Mayor confiabilidad

Beneficios al Colaborador:

- Información más precisa
- Mejora la calidad del servicio
- Reducción de búsqueda por cada correo

CONCLUSIONES

Se observa que la atención al paciente es personalizada, por ende, se maneja información diversa.

Los datos suministrados y documentación presentada por el paciente son muy importantes para su atención. Por tal razón, se debe tener un buen manejo de la información para dar un buen servicio al cliente como una entidad de atención hospitalaria.

Tener una base de datos actualizada o algún programa para el manejo de información es imprescindible para un departamento. Esto brinda una mayor organización, mejor ejecución y una óptima administración de cada atención.

Durante este proyecto final de graduación, se ha subrayado la importancia de adquirir conocimientos relevantes para nuestro futuro profesional.

Observamos un buen manejo de los procesos actuales del departamento lo cual deja ver un rendimiento a satisfacción de los pacientes.

El Departamento Internacional de Chequeos Médicos Preventivos cuenta con un personal debidamente capacitado para el desempeño de sus funciones lo que permite brindar un buen servicio.

En términos generales cuentan con clientes satisfechos por el servicio que reciben.

RECOMENDACIONES

Para la Empresa:

- Implementar la propuesta y capacitar al personal, para mantener el buen servicio de salud que se ofrece.
- Actualizar los procesos que se aplican conforme a las incidencias presentadas por los pacientes en las encuestas.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Bernal, César Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Bogotá: Editorial Prentice Hall; 2000.
- Golcher, Ileana. Metodología para la Investigación. Escriba y Sustente su Tesis. 6ª. Edición. Panamá: Editorial Letras Panameñas; 2003.
- Hernández-Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, María del Pilar. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. México: 3ª. Edición. Editorial McGraw-Hill; 2002.
- León García, Orfelio G.; Montero García-Celay, Ignacio. Diseño de Investigaciones. España: McGraw-Hill; 1995.

INFOGRAFÍA

- http://www.anagena.cl/prontus_anagena/site/artic/20100810/asocifile/20100810122837/glosario_logistico.pdf
- <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/glosario-de-logistica/>
- https://www.ana.gob.pa/w_ana/images/ANA_pdf/marco_legal_funciones/Decreto-Ley-No-1-13-feb-2008.pdf
- <https://www.direccionar.com.ar/cursos/mod/glossary/view.php?id=193&mode=cat&hook=-1&sortkey=&sortorder=asc&fullsearch=0&page=-1>
- <https://www.icontainers.com/es/2011/07/07/bl-bill-of-lading/#:~:text=El%20Bill%20of%20Lading%20es,%2C%20B%2FL%20o%20BOL.>
- https://www.ana.gob.pa/w_ana/index.php/transparencia/transparencia/tlc-entre-panama-y-otros-paises#:~:text=Un%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,acuerdos%20en%20materia%20de%20servicios.
- <https://www.ups.com/mx/es/help-center/sri/glocominv.page#:~:text=Documento%20suministrado%20por%20el%20remitente,como%20informaci%C3%B3n%20sobre%20el%20remitene.>
- <https://dmce2.zonalibredecolon.gob.pa/TFBFTZ/login/frequestes.jsp#:~:txt=Qu%C3%A9%20es%20la%20Declaraci%C3%B3n%20de,transmisiones%20comerciales%20de%20forma%20electr%C3%B3nica.>
- <https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/negocios-internacionales-que-es-y-cual-es-su-campo-laboral#:~:text=Los%20Negocios%20Internacionales%20son%20las,las%20inversiones%20y%20el%20transporte.>
- https://www.wto.org/spanish/res_s/doload_s/inbr_s.pdf
- <http://fiauni.pe/sitio/wp-content/uploads/2019/12/UNI-Solucionario-Examen-Final-Econom%C3%ADa-General-2019-2.pdf>

- [https://economipedia.com/definiciones/importacion.html#:~:text=Una%20importaci%C3%B3n%20es%20b%C3%A1sicamente%20to do,\(exportador\)%20para%20su%20utilizaci%C3%B3n.&text=Las%20importaciones%2C%20normalmente%2C%20suelen%20estar ,para%20la%20entrada%20de%20productos.](https://economipedia.com/definiciones/importacion.html#:~:text=Una%20importaci%C3%B3n%20es%20b%C3%A1sicamente%20to do,(exportador)%20para%20su%20utilizaci%C3%B3n.&text=Las%20importaciones%2C%20normalmente%2C%20suelen%20estar ,para%20la%20entrada%20de%20productos.)
- <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- <http://www.camae.org/comercio-exterior/los-documentos-de-transporte-maritimo-usados-para-exportar-o-importar-carga/>
- <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html#:~:text=El%20comercio%20internacional%20es %20aquella,divisas%20y%20formas%20de%20pago.>
- <https://internacionalmente.com/air-waybill/>
- <https://www.griska.com.mx/documentos-para-el-transporte-aereo/>
- <https://www.icontainers.com/es/2017/09/04/que-es-carta-credito/>
- <https://www.significados.com/buque/#:~:text=Buque%20es%20un %20barco%20grande,para%20las%20navegaciones%20de%20im portancia.>