

La existencia de intermediarios ocultos en el traslado de mercancías y sus repercusiones para el Comercio Exterior

The existence of hidden intermediaries in the transfer of goods and its repercussions for Foreign Trade

José Emmanuel López Luna¹

Alejandro Moreno Villa²

Karla Aylin Herrera Luna³

Edson Alexandr León Arredondo⁴

Recibido: 15/08/2024

Aceptado: 03/12/2024

1 Profesor Investigador de la Universidad de Colima, adscrito a la Facultad de Comercio Exterior en Manzanillo (emmanuel_luna@ucol.mx)

2 Empresario.

3 Coordinadora de tráfico en Organización Aduanal de Manzanillo.

4 Administrador General de la empresa L4 Logística Integral, S. de R.L. de C.V.

Resumen

El objetivo del artículo es dimensionar las implicaciones de la existencia de intermediarios ocultos en el traslado de mercancías de comercio exterior; se fundamenta en la teoría de la tercerización. A través de una encuesta aplicada a las 35 empresas transportistas de Manzanillo se obtuvo la información que da sustento a la investigación. La existencia de intermediarios ocultos es una realidad que no se puede negar, y si bien podría implicar el encarecimiento del servicio de autotransporte, es un sobrecosto que el mercado en general puede absorber. Eventualmente todos los implicados en operaciones con intermediarios ocultos obtienen un beneficio: el importador consigue el transporte necesario para su mercancía, el autotransportista de primer contacto y el intermediario oculto obtienen ingresos.

Palabras clave: intermediarios ocultos, autotransporte de mercancías de comercio exterior, encarecimiento de servicio, aspectos positivos concomitantes.

Abstract

The objective of this article is to determine the implications of the existence of hidden intermediaries in the transfer of foreign trade goods; it is based on the theory of outsourcing. The information that supports the research was obtained through a survey, applied to the 35 transport companies in Manzanillo. The existence of hidden intermediaries is a reality that cannot be denied; although it could imply the increase in the price of implied service, it is an additional cost that the market in general can absorb. Eventually, all those involved in operations with hidden intermediaries obtain a benefit: the importer obtains the necessary transport for his goods, the first-contact auto transporter obtains an income, and the hidden intermediary obtains another.

Key words: hidden intermediaries, foreign trade merchandise transport, increased service costs, concomitant positive aspects.

Apartado teórico

El transporte de mercancías es una de las actividades económicas esenciales que le da sustento a la esfera del comercio exterior (Foro Económico Mundial, 2011; Zamora y Pedraza, 2013), las empresas suelen tercerizar esta actividad con la finalidad de aprovechar las economías de escala.

La tercerización es, habitualmente, la satisfacción externa de todas aquellas actividades no esenciales a la empresa (Cant y Jeynes, 1998), mediante la cual

se busca que alguien más realice estas tareas con mayor eficiencia (Basualdo y Morales, 2014); actividades que la misma empresa pudiera llegar a realizar por sí misma, pero a un costo mucho más elevado o con perjuicio al enfoque esencial de su modelo de negocio.

La tercerización del transporte es una herramienta a través de la cual se transfiere parte de los riesgos, desde las empresas interactuantes hasta los proveedores del servicio (Stojanovi y Aasb, 2015).

Problemática

Conforme se fue desarrollando el comercio exterior lo hizo también el transporte de mercancías, y al igual que el primero, el campo del transporte debió hacer frente a múltiples problemáticas que aparecieron de manera súbita e intempestiva (Boske y Harrison, 1995; Yu, 2011).

Una de esas problemáticas, que ha sido poco estudiada, es la existencia de intermediarios ocultos durante la cadena de transporte, que ocasiona un incremento en las tarifas que los proveedores de este servicio ofertan de manera habitual. En este reporte de investigación se aborda principalmente el fenómeno mencionado en el traslado de mercancías de importación, específicamente de aquellas que se realizan por medio del autotransporte en el puerto de Manzanillo, Colima.

Un intermediario oculto, en la etapa de autotransporte, es una empresa dedicada al mismo giro, pero que no estaba originalmente contemplada en el proceso de trasladar la mercancía de comercio exterior desde la aduana de despacho hasta su destino final dentro del territorio nacional, y que se ve involucrada debido a que la empresa a la que originalmente estaba contratando el importador, se ve imposibilitada para realizar el servicio (por razones como: insuficientes unidades para satisfacer la demanda, imprevistos de último minuto, imposibilidad técnica para realizar el servicio, etc.), pero, en lugar de rechazar el servicio, decide subcontratar a una tercera buscando obtener con ello un beneficio económico, pagando a la empresa subcontratada una cantidad menor a la que planea cobrarle al importador.

Los empresarios de autotransporte en Manzanillo son conscientes de la existencia de esa intermediación oculta, mas no así el importador, que es quien contrata los servicios de transporte, y desemboca eventualmente en la tercerización del servicio de autotransporte por la empresa contratada originalmente; la eviden-

cia sugiere que este proceso llega a encarecer hasta en un 30% el costo de dicho servicio (técnicamente entonces se estaría hablando de dos tercerizaciones). Lo anterior no estaría mal, siempre y cuando la segunda tercerización trajera beneficios a la empresa contratante, como un menor costo o, al menos el mismo costo, pero desafortunadamente no es el caso. En el puerto de Manzanillo se percibe entonces una subcontratación innecesaria y desorganizada de los servicios de transporte terrestre relacionados al Comercio Exterior, lo que a su vez provoca un incremento en el precio final de las mercancías que pasan a través de dicho puerto.

Los intermediarios del comercio exterior facilitan la prestación de servicios entre las empresas importadoras, exportadoras, transportistas y agencias aduanales. No obstante, para evitar perder clientes, las empresas intermediarias no solo recurren a la subcontratación, sino que especialmente la ocultan para cobrar una comisión que afecta los costos de sus servicios; es por ello que, desde el momento en que se contrata el servicio hasta su terminación, los intermediarios ocultos encarecen el costo del servicio.

Las empresas *forwarding* y vendedoras de fletes terrestres que no cuentan con unidades de transporte propias en México, brindan servicio en el puerto de Manzanillo sin ser poseedoras de unidades vehiculares ahí mismo, sino a través de terceros; un ejemplo de ello son dos grandes empresas multinacionales: DB Schenker y Kuehne Nagel, reexpedidoras de guías aéreas, fletes marítimos y terrestres.

Método

En la investigación se consideraron a las 35 empresas validadas en el Padrón de Transportistas del Puerto de Manzanillo, desarrollado como parte del sistema “Puerto Sin Papeles”, de la Administración del Sistema Portuario Nacional⁵.

A dichas empresas se les aplicó durante 2022 una encuesta a través de medios electrónicos, que permitió recopilar información para conocer y diagnosticar el fenómeno de estudio. Estas preguntas fueron sometidas a la validación por pares, obteniendo un resultado positivo; la batería básica de los reactivos que conformaron la encuesta puede ser consultada en el Anexo único. El objetivo principal

5 <https://www.puertomanzanillo.com.mx/esps/2110206/transporte-terrestre.html>

de la investigación es determinar si la existencia de intermediarios ocultos genera un incremento en el costo del transporte de los despachos de importación. Los resultados obtenidos se presentan a continuación.

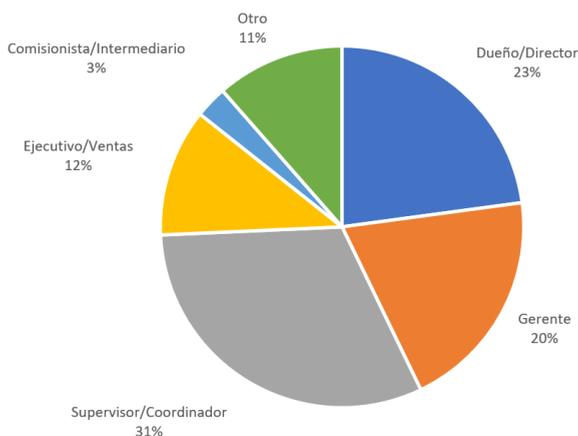
Resultados y análisis

En la Gráfica 1 se pueden observar los puestos de las personas que participaron en la investigación; sobresalen mayormente los perfiles de dueños, directores, gerentes, supervisores y/o coordinadores de las empresas transportistas.

El 94% de las empresas participantes (33 en total) manifestó haber subcontratado a otras empresas transportistas cuando sus unidades no fueron suficientes para cubrir la demanda (ver Gráfica 2), ello supera casi tres veces el valor registrado para empresas de este tipo que, según (Carter, 2023) es del 24%; la falta de equipo es un fenómeno que se percibe en el sector autotransporte desde hace tiempo, y que responde no sólo a falta de inversión por parte de la empresa, sino especialmente a factores impredecibles (López, de la Cruz, Magaña, Ríos, y Lino, 2019).

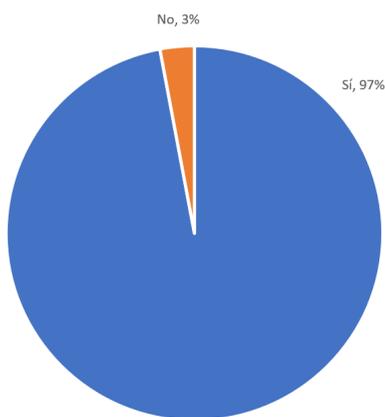
De manera habitual, el 91% de ellas (32) subcontrata a otras empresas al menos una vez a la semana (ver Gráfica 3); 17 empresas (49%) afirman que esta subcontratación hace que el servicio se encarezca; en término de porcentajes, este incremento va del 5 al 15% del costo total del servicio, que se ve eventualmente reflejado en el precio final de las mercancías. 25 de las 35 empresas participantes manifiestan también haber sido subcontratadas por otras (ver Gráfica 4). La diferencia entre subcontratar y ser subcontratadas puede deberse a las características propias de cada empresa; algunas de ellas pudieran cobrar una menor comisión o contar con un equipo más adecuado, por lo que varias empresas la elegirían como una opción de tercerización más viable; varias de ellas podrían no aceptar ser subcontratadas, o tener características que las vuelven poco elegibles.

Gráfica 1. Muestra los puestos de las personas que participaron en la investigación.



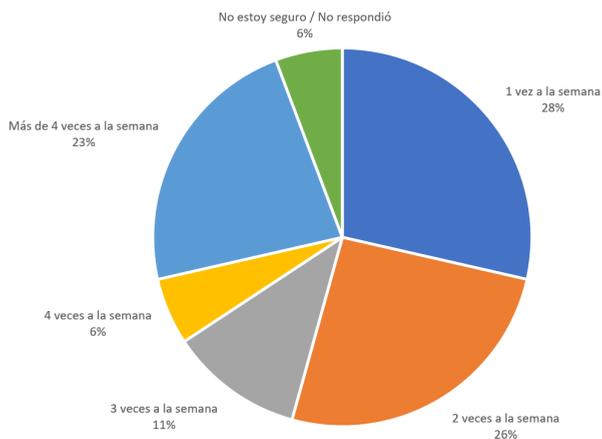
Fuente: elaboración propia.

Gráfica 2. Número de empresas autotransportistas que se han visto en la necesidad de subcontratar a otras empresas del mismo giro.



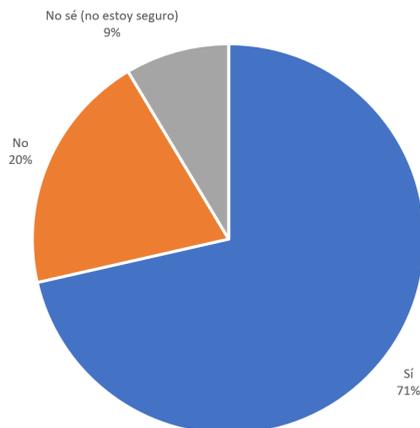
Fuente: elaboración propia.

Gráfica 3. Frecuencia con la que empresas autotransportistas se han visto en la necesidad de subcontratar a otras empresas del mismo giro.



Fuente: elaboración propia.

Gráfica 4. Empresas participantes que han sido subcontratadas por otras empresas del mismo giro.



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La existencia de intermediarios ocultos es una realidad que no se puede negar, y si bien podría implicar el encarecimiento del servicio de autotransporte, que se reflejaría en última instancia en el precio final de una mercancía, el hecho de que los empresarios estén dispuestos a pagar implica que es un sobrecosto que no excede el presupuesto previsto, y que el mercado en general puede absorber eventualmente. Aunado a la premisa anterior, la redistribución en la carga en el servicio representa también algo positivo del fenómeno de estudio, pues implica el uso de un recurso que en ese momento se encuentra inactivo; la generación de flujos de efectivo que ello conlleva beneficia a la economía en general.

Eventualmente, todos los implicados en operaciones con intermediarios ocultos obtienen un beneficio: el importador consigue el transporte necesario para su mercancía, el autotransportista de primer contacto obtiene un ingreso, y el intermediario oculto obtiene otro. Como fenómeno de estudio resulta interesante ver cómo, una actividad que pudiera contener aspectos negativos eventualmente presenta también aspectos positivos, por lo que se puede concluir que existe un balance adecuado entre unos y otros.

Referencias

- Basualdo, V., & Morales, D. (2014). *La tercerización laboral*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Boske, L., & Harrison, R. (1995). *U.S.-Mexico Trade and Transportation: Corridors, Logistics Practices, and Multimodal Partnerships*. Estados Unidos: The University of Texas.
- Cant, M., & Jeynes, L. (1998). What Does Outsourcing Bring You That Innovation Cannot? How Outsourcing is Seen-and Currently Marketed-as a Universal Panacea. *Total Quality Management*, 9(2 y 3), 193-201. <https://doi.org/10.1080/0954412989054>
- Carter, R. (2023). *La Lista Definitiva de Estadísticas de Subcontratación (2024)*. Obtenido de <https://findstack.com/resources/outsourcing-statistics>
- Foro Económico Mundial. (2011). *The Global Competitiveness Report 2011/2012*. Ginebra, Suiza: Foro xEconómico Mundial.
- López, E., de la Cruz, A., Magaña, P., Ríos, L., & Lino, J. (2019). Problemáticas de las Empresas del Autotransporte de Mercancías Peligrosas del Puerto de Manzanillo, Colima (2018). *Commerciium Plus*, 3(1), 41-55.

- Stojanovi, D., & Aasb, B. (2015). Transport Outsourcing and Transport Collaboration Relationship - The Risk Hedging Perspective. *Serbian Journal of Management*, 33-49. <https://doi.org/10.5937/sjm10-6676>
- Yu, L. (2011). *Logistics Barriers to International Operations: A case study of Japanese firm in China*. *International Conference on Economics and Finance Research*. IACSIT.
- Zamora, A., & Pedraza, O. (2013). El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 18(35), 108-118. [https://doi.org/10.1016/S2077-1886\(13\)70035-0](https://doi.org/10.1016/S2077-1886(13)70035-0)

Anexo único

Preguntas base que conforman la batería de reactivos por aplicar en la fase de investigación de campo:

1. ¿Cuál es el nombre de su puesto en la empresa?
2. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa?
3. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en empresas relacionadas al transporte terrestre de mercancías de importación (incluyendo la actual)?
4. ¿Su empresa se ha visto en la necesidad de subcontratar a otras empresas transportistas cuando sus unidades no son suficientes para cubrir la demanda?
 Sí
 No
 No sé (no estoy seguro)
5. ¿Con qué frecuencia subcontrata a otra empresa transportista para el fin mencionado?
 1 vez a la semana
 2 veces a la semana
 3 veces a la semana
 4 veces a la semana
 Más de 4 veces a la semana
6. Cuando usted subcontrata servicio de transporte, ¿considera que esto encarece el precio final que usted le ofrece a su cliente?
 Sí
 No
 No sé (no estoy seguro)
7. Respecto a la tarifa base de su destino más frecuentado, ¿en qué cantidad se incrementa el costo del servicio cuando usted subcontrata a otra empresa transportista?
8. ¿Ha sido usted subcontratado en alguna ocasión por otra empresa?
 Sí
 No
 No sé (no estoy seguro)
9. ¿Cuánto se atribuye de comisión en porcentaje (promedio) la o las empresas que lo han subcontratado?