

## Comercio, logística y territorio: el caso de la distribución física de los productos exportados desde aduana Mar del Plata (Argentina), 1995-2007

### Trade, logistics and territory: a case study on the physical distribution of export products from Mar del Plata (Argentina), 1995-2007

*Liliana Noemí Falcón*

*Universidad Nacional de Mar del Plata*

**Resumen:** El crecimiento del comercio internacional es una de las actividades visibles de la globalización. El auge de la logística está asociado a la búsqueda de nuevas ventajas competitivas por parte de las empresas. La optimización de los flujos a lo largo de la cadena de producción y comercialización permitiría un mejor posicionamiento de estas en el mercado. La distribución física de los productos constituye uno de los procesos relevantes a controlar por parte de las empresas. En esta dinámica de flujos se crean y se recrean redes en el territorio generando corredores comerciales; siendo un factor clave la infraestructura de transporte que el país y/o la región ofrece para tal fin. De esta manera, el territorio es revalorizado desde el punto de vista "tiempo-costo", y especialmente las ciudades portuarias como áreas estratégicas al servicio del comercio exterior.

**Palabras claves:** Comercio. Logística. Territorio-redes.

**Abstract:** Growth in international trade is one of the most visible activities of globalization. Such an importance of logistics is grounded in the enterprises' search for new competitive advantages. The optimization of the flows in combination to that of the production chain and commercialization allows a better positioning of these enterprises on the market. Therefore, the physical distribution of products represents one of the relevant processes that have to be controlled by the enterprises. These flow dynamics are constituted e reconstituted in territorial networks that are forming trade corridors, with the transport infrastructure offered by a country and/or a region serving for such a goal. Thus, the territory has regained its valorization in the perspective of a time-cost framework, especially in the case of port cities that are strategic areas for external trade services.

**Keywords:** Trade. Logistics. Territorial networks.

## 1 INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la logística está asociado a la búsqueda de una nueva ventaja competitiva por parte de las empresas. La optimización de los flujos, tangibles e intangibles, a lo largo de la cadena de producción y comercialización permitiría un mejor posicionamiento de estas en el mercado. En esta constante tarea de diferenciarse de la competencia, creando mayor valor para los clientes y a su vez elevando las utilidades de sus socios, la administración de la cadena de suministros constituye una visión de negocio actualmente en desarrollo. La misma, implica la planificación, ejecución y control de todos los flujos, desde el punto de pedido de los insumos requeridos para la elaboración de un producto y/o prestación de un servicio hasta que este, una vez elaborado, es debidamente entregado al consumidor final.

Desde esta nueva perspectiva de negocio el territorio es revalorizado desde el punto de vista "tiempo-costos", binomio este a minimizar. La distribución física de las mercaderías, en otras palabras, acercar el producto terminado al cliente, constituye uno de los procesos a controlar y optimizar por parte de las empresas. En esta dinámica de flujos dirigidos y redirigidos en función de nuevas necesidades y acciones correctivas, se crean y se recrean redes en el territorio, dando lugar a verdaderos corredores comerciales (bienes, servicios, información, etc.), los cuales, a su vez, se integran a otros de carácter nacional, regional, internacional e intercontinental. Siendo factor clave, en su construcción la infraestructura de transporte preexistente que el país y/o la región ofrece para tal fin.

El presente trabajo pretende introducirse en el análisis de la logística de la distribución física de productos (transportes/rutas)

y sus implicancias territoriales a partir del estudio de los corredores comerciales emergentes como consecuencia de las exportaciones registradas en la Aduana Mar del Plata con posterioridad a la puesta en marcha del Mercado Común del Sur (1995).

## 2 COMERCIO, LOGÍSTICA Y TERRITORIO

Los movimientos asociados al intercambio comercial de bienes infunden vida activa en el espacio y crean relaciones entre los ámbitos de producción y consumo. El comercio y las comunicaciones influyen sobre la estructura del espacio y la configuración del mismo. Comercio y comunicaciones resultan algo más que una función económica; superan espacios y fronteras, enlazan espacios entre sí y proporcionan, por un lapso, una situación clave a algunos espacios elegidos en atención a su localización particular. Una eficaz relación entre la actividad económica y el espacio puede contribuir a impulsar el crecimiento y mejorar la calidad de vida de la población (FALCON, 2007).

El crecimiento del comercio internacional es una de las actividades visibles de la globalización. Esta definida como un proceso objetivo multidimensional, caracterizada fundamentalmente por la interdependencia global de los mercados financieros, permitida por las nuevas tecnologías de la información y comunicación y favorecida por la desregulación y liberalización de los mercados. De acuerdo con lo que plantea Delgadillo Macías (2006), los territorios nacionales transformados en espacios de economía internacional, resultan más aprovechados por las empresas transnacionales que por las propias sociedades regionales y, a su vez, esta

internacionalización del espacio conlleva a desequilibrios sociales, económicos y territoriales.

El espacio global, dice Santos (1996), está formado por redes. Las redes son al mismo tiempo globales y locales. Globales porque constituyen el principal instrumento de unificación del planeta. Pero también locales ya que cada lugar, a través de su estructura técnica y de su estructura informacional, recibe o se apropia de una fracción mayor o menor de las redes globales. Cada vez más los lugares son condición y soporte de relaciones globales, ya que sin ellos no tendrían lugar. Ningún subespacio del planeta puede escapar al proceso conjunto de globalización y fragmentación, es decir, al mismo tiempo, individualización y regionalización (VELTZ, 1999).

Las grandes empresas, principales protagonistas del proceso de globalización, vinculadas al poder político y a instituciones de jerarquía supranacional han ido a lo largo de la historia instaurando diferentes estrategias tendientes a obtener mayores porciones de mercados. La introducción de la logística en el mundo de los negocios constituye una estrategia más en la consolidación de la gran empresa en el mercado internacional.

la logística es definida por el consejo de dirección de logística como:

parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes. (BALLOU, 2004, p. 4).

Siendo la administración de la cadena de suministro un concepto más amplio que el anterior ya que se encarga de la gestión tanto del flujo de materiales como de las relaciones entre los canales intermedios,

desde el punto de origen de las materias primas hasta el consumidor final, mediante el mejoramiento de los vínculos entre los distintos miembros de dicha cadena.

La logística puede diferenciarse según se trate del manejo y control de flujos dentro o fuera de la empresa. Se habla de logística interna o micrologística cuando se hace referencia a la planificación y gestión de todos los flujos de materiales y productos en el interior de la empresa. Se está en presencia de una logística externa o macrologística cuando se planifican y gestionan todos los flujos de materiales y productos entre la empresa y los demás agentes intervinientes en la cadena de suministro (proveedores-clientes). En tanto que se dice que existe una cadena logística internacional cuando por lo menos una de las empresas que participa en la cadena logística está situada en el extranjero.

Los objetivos generales de la logística se refieren al aprovechamiento de todas las potencialidades de racionalización y de minimización de los costos. La búsqueda de estos objetivos lleva a maximizar la competitividad, por lo cual se busca la optimización de todos los procesos que ocurren en la cadena completa de creación de valor (cadena logística), desde la producción hasta el consumo de un bien. Esto significa realizar todo sin errores en lo relativo a cantidad, precio, calidad, tiempo y lugar. Un concepto básico vinculado a la logística es el de "just-in-time" (DICHARA, 2008). El mismo plantea que la adaptación de la producción a la fluctuación de la demanda se produce en base a pedidos reales. La introducción de este concepto se debe a un mercado saturado por un exceso de oferta y a ciclos cortos de innovación. La reducción de la estadía en los mercados requiere una disminución del tiempo de desarrollo y producción y una reducción de estos costos. El objetivo del "justo a tiempo" es

reducir y armonizar las actividades de las cadenas logísticas (macro/micro), para reducir el tiempo de todo el proceso y las interrupciones en toda la cadena. Este concepto se basa en:

- Principio continuo, todos los materiales de la cadena logística tienen que estar en movimiento. Se deben eliminar y minimizar los tiempos de estadías.
- Principio global, realizar una producción y suministro en el sentido justo a tiempo implica efectivizar los pedidos en la cadena logística de manera global.

La logística integral, como un concepto superador de la logística, busca garantizar el flujo continuo, ya que los inventarios no crean valor en sí, aunque lo almacenan por un tiempo, pero también generan un costo asociado a su mantenimiento, por eso la necesidad de incorporar sistemas de información para generar la efectiva fluidez de los productos. Asociado a esto surge el concepto de trazabilidad que hace referencia al seguimiento continuo del producto, desde su despacho hasta su destino final. El mismo permite el redireccionamiento de los flujos y ofrece un servicio más al cliente; conocer en tiempo real dónde se encuentra la mercadería pedida. Además, hoy no se habla de logística si no se menciona también el concepto de logística inversa. La logística inversa es definida como el proceso de proyectar, implementar y controlar el flujo de materia prima, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada, desde el punto de consumo hasta el punto de origen de una forma eficiente y lo más económica posible con el propósito de recuperar su valor o el de la propia devolución.

En este contexto, la variable espacial está presente no solo como soporte de la actividad, facilitando la velocidad de los flujos a través de la infraestructura existente,

sino que la logística dará lugar a una nueva revalorización y jerarquización de espacios como nudos claves en la red económico-político-financiera internacional, donde las ciudades portuarias constituyen puntos estratégicos de enlaces internacionales. Surgen así las zonas de actividades logísticas (ZAL), ya sea en áreas litorales o en puntos interiores localizados en corredores comerciales, concebidas como pequeñas ciudades al servicio de la actividad. Estas no son meros puntos de ruptura en el circular de la carga, sino se las consideran una instancia más de creación de valor, ya que se busca que la carga siga siendo objeto de transformación y/o acondicionamiento a través de su fraccionamiento, embalaje, etc. entre otras actividades. Los espacios logísticos trascienden de este modo la simple función de almacenaje y de distribución para albergar muchas otras funciones.

### **3 MAR DEL PLATA: PERFIL PRODUCTIVO Y SECTOR EXTERNO**

Mar del Plata, ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredón (PGP), se localiza al sudeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina), en las coordenadas 38° 00 latitud sur y 57° 33' longitud oeste (Figura 1). Con una superficie de 1.453,44 Km., siendo su ejido urbano de 79,48 km., alberga además, según datos del último censo, realizado en el año 2010, 617.000 habitantes, de los cuales el 94% reside en la ciudad; presenta una de las mayores tasas de desempleo del país.

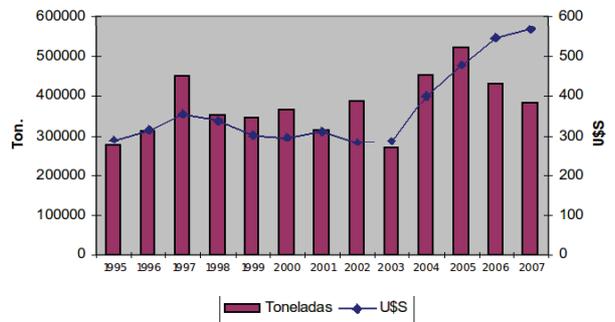


Figura 1: Mapa de la representación de la localización de Mar del Plata en relación a la Argentina (Sin escala)

Caracterizada como un núcleo urbano multifacético, dotada de recursos y con gran potencialidad, su estructura económica se basa en el sector terciario (turismo, comercio, educación, etc.) lo cual aporta aproximadamente el 77% del producto bruto geográfico, un 17% se ubica el sector industrial y el 6% restante es atribuible al sector primario. El sector industrial está compuesto mayormente por empresas pequeñas y medianas (2000 locales industriales) distribuidas básicamente en tres ramas de la actividad: alimenticia, textil y metalmecánica.

El sector externo presenta una balanza comercial positiva (Gráfica 1). Las exportaciones locales aportan aproximadamente un 1% de las divisas que ingresan al país por tal concepto y un 3% a nivel provincial. Las mismas arrojan un promedio de 400 millones de dólares anuales considerando el período 1995-2007, observándose un incremento significativo luego de la crisis de los años 2001-02. La composición de las exportaciones según promedio del período analizado indica que el 30% son productos primarios, el 65%

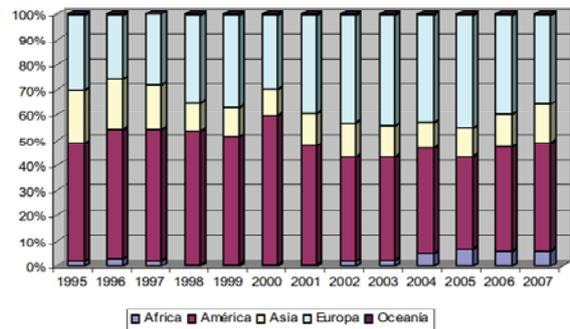
manufacturas de origen agropecuario, y el 5% restante corresponden a manufacturas de origen industrial. Cabe resaltar que el 70% de las divisas generadas por ventas al exterior provienen del sector pesquero.



Gráfica 1: Evolución de las exportaciones registradas por Aduana Mar del Plata, 1995-2007 (en toneladas y millones de U\$S)

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: <www.indec.gov.ar>.

Con respecto a los mercados de destino, los países del continente americano son los principales compradores con un 40% del mercado (mayormente MERCOSUR), en segundo lugar Europa, y particularmente los países de la Unión Europea con un 35% y Asia con un 15% de la plaza. En los últimos años se evidencia una incipiente diversificación de los mercados especialmente en América y África (Gráfica 2).



Gráfica 2: Destino de las exportaciones registradas por Aduana Mar del Plata, 1995-2007 (% millones de U\$S)

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: <www.indec.gov.ar>.

#### 4 EL CASO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LOS PRODUCTOS EXPORTADOS DESDE ADUANA MAR DEL PLATA, 1995-2007

Las actividades logísticas en una empresa se centran en tres áreas: proceso de aprovisionamiento, proceso producción, proceso de distribución. Siendo actividades fundamentales en cualquier canal logístico: procesamiento del pedido, gestión del inventario, transporte y servicio al cliente (SERRA DE LA FIGUEROA, 2000). La distribución física de los productos es pues una función más dentro del proceso logístico de una empresa, no obstante constituye una etapa clave no solo por su fuerte incidencia en los costos totales del operativo, sino también por el compromiso de entrega en tiempo y forma asumido ante los clientes y los riesgo que puede implicar el transitar de la carga hasta su destino final. La distribución física implica la decisión de seleccionar el transporte y la ruta o el itinerario de la carga para alcanzar su destino. Estas decisiones estarán limitadas o restringidas, en mayor o menor medida, por la infraestructura existente, el tipo de mercadería a transportar, el destino de la carga, los costos, entre otros aspectos significativos.

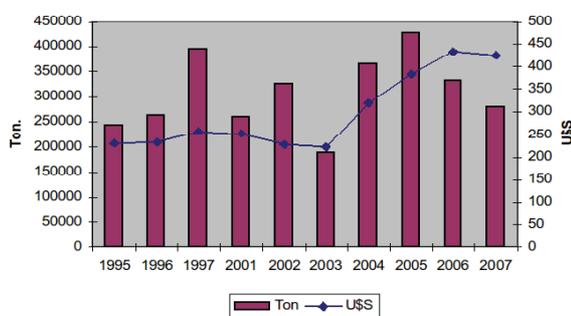
El 80% de los productos oficializados para su exportación en Aduana Mar del Plata se dirigen al exterior por vía marítima según el promedio registrado para el período 1995-97/2001-07, y en segundo término por vía terrestre en camión. El transporte en avión y por otros medios, como la encomienda, no arrojan datos relevantes (Tabla 1).

Tabla 1: Participación en comercio exterior por tipo de transporte (%)

Transporte	Flujo Monetario	Flujo Físico
Barco	78%	81%
Camión	20%	19%
Avión	2%	-
Total	100%	100%

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar).

Mar del Plata como ciudad puerto registra el mayor movimiento de cargas en materia de exportaciones (Gráfica 3). Sin embargo el puerto constituye en primer lugar un punto de salida, casi con exclusividad de los productos pesqueros, profundizándose esta tendencia luego de la instalación de una terminal de contenedores en el año 2001 y es en menor medida un puerto celearero, con instalaciones acordes a esta especialidad. Si bien el promedio de exportaciones por barco, resulta muy importante, la evolución de las cargas realizadas por este medio presenta fluctuaciones asociadas a períodos de inoperatividad de alguna de sus instalaciones ya sea por problemas vinculados a la necesidad de dragado del puerto, concesiones de áreas funcionales (silos), conflictos gremiales, restricciones o cuotas de pesca, etc. Actualmente solo una empresa opera en la Terminal: Hamburg Sud, ya que las navieras Maersk y Maruba han dejado de prestar servicios recientemente.

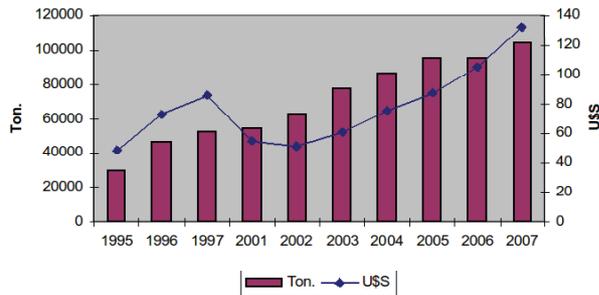


Gráfica 3: Evolución de las exportaciones realizadas por barco registradas por Aduana Mar del Plata, 1995-97/2001-07 (en ton. y U\$S)

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar).

Por otra parte, las cargas exportadas por camión se han incrementado tanto si se considera el flujo monetario como el físico propiamente dicho, fenómeno que se observa con posterioridad al año 2002 (Gráfica 4). Esto se relaciona con nuevos sectores exportadores incursionando en

el mercado internacional (principalmente en el MERCOSUR) tras la devaluación del peso argentino. Se evidencia además una incipiente complejización de la red comercial, considerando que por camión se transportan cargas con destino a países no limítrofes como Colombia, Ecuador, Perú, Panamá, e incluso hacia otros continentes como Asia.



Gráfica 4: Evolución de las exportaciones realizadas por camión registradas por Aduana Mar del Plata, 1995-97/2001-07 (en ton. y U\$S)

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: <www.indec.gov.ar>.

Las exportaciones realizadas desde la Aduana Mar Del Plata no necesariamente salen rumbo al exterior directamente desde esta ciudad, sino que pueden recorrer gran parte de la geografía argentina antes de salir del territorio nacional hacia su destino final. Tal situación, denominada tránsito aduanero, da lugar a una dinámica de circulación e intercambios de bienes, servicios e información generada a partir de una transacción comercial emanada y registrada localmente.

Si bien en el período considerado los productos han salido del territorio argentino por 27 aduanas diferentes, con un promedio de 18 aduanas diferentes por año, son 6 las que se destacan por concentrar casi la totalidad de los flujos emanados desde la Aduana Mar del Plata (Tabla 2).

Tabla 2: Participación de las aduanas en el comercio exterior (%)

Aduana	Flujo Monetario	Flujo Físico
Capital	42%	29%
Mar del Plata	35%	52%
P. de los Libres	12%	10%
P. Iguazú	3%	2%
Santo Tomé	2%	3%
Mendoza	2%	2%
Otras	4%	2%
Total	100%	100%

Fuente: Liliana Noemí Falcón en base a datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, disponible en: <www.indec.gov.ar>.

El tránsito aduanero genera una circulación de productos locales por el territorio nacional en dirección a las aduanas de salida, en función de esto se observa su participación en los corredores de comercio del MERCOSUR, conectando Mar del Plata con Capital Federal (ciudad de Buenos Aires) y desde allí articulándose a través de dos vías principales: la Ruta Nacional 14 hacia el litoral y la Ruta Nacional 7 hacia la región cuyana (Mendoza). Exportar directamente desde el puerto de Mar del Plata, con el uso de contenedores, es algo que todavía aprovechan más las grandes empresas pesqueras.

## 5 CONSIDERACIONES FINALES

En el marco de un comercio internacional más competitivo, la logística constituye una nueva estrategia corporativa de la gran empresa transnacional en un mercado con mayor oferta, con ciclos de vida de los productos más breves y una demanda más reducida. Es una nueva herramienta de competitividad y diferenciación para lograr un mejor y mayor posicionamiento en el mercado internacional. La condición de fluir continuo de los materiales y de la información, y a mayor velocidad, con el fin de alcanzar la optimización de todos los procesos tendientes a reducir

costos en el marco de la aplicación de una logística integral, genera la revalorización y jerarquización de los espacios, adecuándolos para colaborar en la creación de valor y evitar puntos de rupturas en el circular de los productos y/o servicios.

La localización marginal de la ciudad de Mar del Plata en relación a los principales corredores de comercio del MERCOSUR, los conflictos por el uso de las áreas litorales (recreativo/deportivo/comercial/militar, etc.), la dependencia del recurso pesquero en materia de exportación, la falta de volúmenes a comercializar, son algunas de las causas que desalientan la llegada de operadores logísticos de envergadura y el desarrollo del sector portuario como terminal marítima de cargas al servicio del comercio exterior.

“Solidificar” los espacios económicos no como territorios rígidos que tiendan a la obsolescencia e inoperatividad, sino como espacios vivos que se recreen y complementen en función de las necesidades que su comunidad requiere de la voluntad política de sus gobernantes en el marco de un proyecto de crecimiento y desarrollo productivo consensuado desde las esferas pública y privada de la región involucrada. En el contexto de una administración capacitada, informada y con espíritu innovador, para que la lógica de la fluidez que plantea la postmodernidad no arrastre y disuelva las iniciativas de los emprendedores, sino por el contrario fomente la creación de nuevas empresas generadoras de fuentes de empleo reales. Así que “La globalización implica la incorporación de países, regiones, empresas y personas a una red mundial... si se está en la red, se crece; si no se está no se crece... pero también hay que estar y hay que saber estar” (BOISIER, 2005).

## REFERENCIAS

ARGENTINA. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INDEC). **Registros de exportaciones locales**. 1995- 2007.

BALLOU, Ronald. **Logística**: administración de la cadena de suministro. 5 ed. México: Pearson Educación, 2004.

BOISIER, Sergio ¿Hay un espacio para el desarrollo local en la globalización? **Revista de la CEPAL**, Santiago (Chile), n. 86, p. 47-62, ago. 2005. Disponible en: <<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/22211/G2282eBoisier.pdf>>. Acceso en: octubre 2010.

DELGADILLO MACÍAS, Javier. Reestructuración económica territorial en el marco de la globalización. **GeoEcon** (Boletín Virtual de Geografía Económica). Buenos Aires, año 1, n. 1, mayo. 2006. Disponible en: <<http://www.geoecon.centrohumboldt.org.ar/art2.htm>>. Acceso en: octubre 2010.

DICHIARA, Raúl. **Logística y distribución**. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur, 2008.

FALCON, Liliana Noemí. **Comercio y territorio**: los productos no pesqueros del PGP y su inserción en los mercados internacionales. Análisis del período 1995-2004. Tesina (Licenciatura en Geografía). Mar del Plata: UNMDP, 2007.

\_\_\_\_\_. Logística y geografía. In: ENCUENTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 12, 2009, Montevideo (Uruguay). **Anais...**

FIGUEROA, Daniel Serra de la. **La logística empresarial en el nuevo milenio**. Barcelona: Gestión, 2000.

INZA, Aitor Urzelai. **Manual básico de logística integral**. Barcelona: Díaz de Santos, 2006.

RODRÍGUEZ, Eduardo de Santiago. El sector logístico y la gestión de los flujos globales en la región metropolitana de Madrid. **Scripta Nova** (Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales). Barcelona: Universidad de Barcelona. V.12, n. 259, fev. 2008.

SANTOS, Milton. **De la totalidad al lugar**. Editorial Barcelona: Oikos-tau, 1996.

SILVA JUNIOR, Roberto França. A circulação como um dos fundamentos do espaço: elementos para a busca de um conceito. **Geografia e Pesquisa**. Ourinhos, ano 1, v. 1, n. 1, p. 117-130, jul-dez, 2007.

VARZILIO, Nicolás. **Comercio internacional infraestructura y transporte:** Realidades y desafíos del sistema portuario-logístico argentino frente al crecimiento del comercio exterior. Tesis (Licenciatura en Relaciones Internacionales), Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN), 2007.

VELTZ, Pierre. **Mundialización, ciudades y territorios.** Barcelona: Ariel, 1999.

Recebido em 03/12/10

Aceito para publicação em 23/01/11

