Universidad de Valparaíso

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE GAS LICUADO DE PETRÓLEO PARA EL CONSUMO NACIONAL.

(Caso Lipigas.)

AUTOR: CAROLINA DE LOS ANGELES MENDOZA AQUEVEQUE.

Informe de Práctica Profesional presentada a la Carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso, para optar al Grado de Licenciado en Negocios Internacionales, Titulo Profesional de Administrador de Negocios Internacionales.

PROFESOR GUIA: SR. GALO LOPEZ.

Viña del Mar, Martes 23 de Diciembre de 2008.

Índice.

Contenido. **Página**

Índice. 2

1. Introducción. 4

2. Reseña histórica. 7

3. Misión, visión y propuesta de valor de Lipigas. 9
   3.1. Misión Lipigas. 10
   3.2. Visión Lipigas. 10
   3.3. Propuesta de valor de Lipigas. 11

4. Medición y desarrollo de Calidad del Servicio. 13

5. Marketing mix. 18
   5.1 Productos de Lipigas. 18
   5.2 Precios de Lipigas. 20
      5.2.1 Adquisición del producto desde ENAP. 21
      5.2.2 Adquisición del producto desde Argentina. 23
   5.3 Distribución de Lipigas (plaza). 24
   5.4 Promoción de Lipigas. 29

6. Análisis FODA. 32
   6.1. Matriz FODA. 33

7. Análisis de las cinco fuerzas de Porter. 35

7.1. Características del mercado del GLP. 36

8. Estrategia genérica. 39

9. Proceso de abastecimiento e importación del Gas Licuado. 41

9.1. Tramites hechos por Lipigas. 41

9.2. Trámites hechos por el proveedor. 43

9.3. Trámites hechos por el transportista. 44

9.4. Tramites hechos por el despachante aduanero. 45

9.5. Paso de los camiones por la Aduana. 46

9.6. Llegada del gas a la planta y contabilización. 48

9.7. Formas de importación. 49

9.7.1. Régimen de almacén particular. 49

10. Diagrama de flujo: compras de Gas Licuado de Petróleo a Argentina. 50

11. Conclusión. 53

Bibliografía. 54

Anexos. 55

1. Introducción.

Empresas Lipigas S.A. es una organización destinada a la importación, comercialización y distribución de gas licuado dentro del país. Esta empresa abastece a más del 38% del mercado nacional, abarcando desde la I a la XI región.

El objetivo de la empresa es importar, comprar, vender, envasar, y abastecer de gas licuado a diversas regiones del país.

Para el cumplimiento de su objetivo, Lipigas se abastece mayoritariamente de diversas plantas ubicadas en Argentina; lo cual les permite mantenerse continuamente abastecidos y evitar riesgos de corte de suministro. En una menor proporción o cuando la ocasión lo amerita, las compras de este producto las debe realizar a la Empresa Nacional de Petróleo (ENAP).

Para poder realizar la importación, Lipigas se contacta mensualmente con los diversos proveedores de Argentina y acuerda las cantidades a importar para el próximo mes. Todo este trámite se realiza desde la planta ubicada en Con-Cón, para posteriormente realizar todas las gestiones necesarias para distribuir el gas a cada una de las regiones del país. Realizándose este proceso de abastecimiento en forma directa desde Argentina a otra región de Chile (como es el caso de las regiones entre Santiago –Coyhaique y Antofagasta) o si no llegan los camiones con gas a Con-Cón, con transporte Argentino para luego redistribuirse al norte o sur del país en caso de ser necesario; en ambos casos con transporte nacional.

Lipigas cuenta a lo largo de Chile con trece plantas de almacenamiento y envasado, las cuales se encuentran ubicadas en: Arica, Iquique, Antofagasta, Calama, Copiapó, Coquimbo, Valparaíso, Región Metropolitana, Rancagua, Talcahuano, Temuco, Osorno y Coyhaique.

Además cuenta con centrales de distribución y venta en: Vallenar, Illapel, Ovalle, Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana, Quillota, San Felipe, Los Andes, Renca, Peñaflor, San Ramón, San Fernando, Curico, Talca, Chillán, Los Angeles, Valdivia y Puerto Montt; además de todas las comunas de la Región Metropolitana.

Por medio del presente informe se trata de plasmar de la forma más clara posible todo lo relacionado con la empresa en la cual realice mi practica profesional. Con ello, se busca dar a conocer todos los documentos necesarios y pasos a seguir para poder realizar la correcta importación del producto desde Argentina.

Este documento comienza por dar a conocer la empresa en si; mencionando la misión, visión y propuesta de valor de la empresa; cada uno de estos conceptos como bases estratégicas fundamentales dentro de la organización. Luego se despliega el tema relacionado con la medición y desarrollo de la calidad de servicio, indicando qué parámetros han utilizado para poder evaluar a la empresa con respecto a sus clientes y cuáles han sido los resultados de estos análisis. Posteriormente se aplica el marketing mix dentro de la empresa, desarrollando cada una de sus 4 herramientas (producto, precio, plaza y promoción). Es importante tener en cuenta que cada una de estas variables son de mucha importancia dentro de una organización, ya que estas 4 en su conjunto ayudan a que una empresa pueda funcionar de la mejor forma posible. Luego de esto se desarrolla un análisis FODA, incluyendo la matriz de análisis FODA cruzada; esto es realizado para poder conocer con mayor claridad las ventajas y desventajas que presenta o podría llegar a presentar la empresa, junto con las posibles soluciones que se podrían ejecutar si es que esto ocurriese. Posterior a la Matriz FODA se realiza un análisis de las 5 fuerzas de Porter, indicando las características del mercado del

Gas Licuado de Petróleo (GLP). A continuación de esto se da a conocer la estrategia genérica implementada por la empresa, mencionando cual es la opción escogida por Lipigas y las razones de esta elección. Para terminar con el proceso de abastecimiento e importación del producto, mencionando cada uno de los pasos necesarios a seguir para la correcta importación del GLP.

2. Reseña histórica.

Evolución de la Empresa Lipigas S.A.

Lipigas comenzó en 1950, dedicada a la comercialización de Gas Licuado de Petróleo (GLP), en la provincia de Valparaíso. Posteriormente en 1959 se crea CODIGAS S.A.C, que fue la primera empresa distribuidora de GLP de Santiago. En 1961 Agrícola O'Higgins, creada en 1953, obtiene de la Empresa Nacional del Petróleo (ENAP) la concesión para distribuir Gas Licuado de Petróleo en la provincia de O'Higgins, dando origen al servicio de abastecimiento de este combustible en la zona. Luego en 1975 surge en Chile la Empresa Nacional del Gas, producto de la fusión de dos empresas, Progas y Biogas, que llevaban cerca de veinte años de experiencia en la distribución de Gas Licuado de Petróleo entre la VIII y IX Región; para que en 1977 Agrícola O'Higgins se constituya oficialmente en Agrogas S.A.C.- En 1981 Empresa Nacional del Gas se transforma en Distribuidora de Gas Enagas S.A. En este periodo el grupo Santa Cruz-Yaconi finaliza su período de adquisiciones. En su propiedad quedan las empresas distribuidoras de Gas Licuado de Petróleo Agrogas, Codigas, Enagas y Lipigas.- Entre los años 1982 – 1991 Agrogas inicia el proceso de compra de otras empresas distribuidoras de Gas Licuado de Petróleo de la VI Región, siendo éstas Cilingas, Licuagas y Gaslisur. Posteriormente entre los años 1993 – 1997 Enagas invierte en empresas de gas natural y electricidad como Litoral gas-Argentina, Central Tocopilla, Metrogas y Colbún. En 1994 Enagas ingresa al mercado de la VII y XI Región; y en el año 2000 Grupo Santa Cruz-Yaconi vende a Repsol YPF el 45 % de las acciones de Agrogas, Codigas, Enagas y Lipigas.

Como se puede apreciar Lipigas con el transcurso de los años ha podido ir posicionándose cada vez más como empresa, sumado esto al ingreso de nuevos socios a la sociedad y adquisición de otras empresas; todo esto ha hecho que Lipigas pueda tener la presencia que tiene hoy en día en el país.

3. Misión, visión y propuesta de valor de Lipigas.

Antes de mencionar la misión, visión y propuesta de valor de Lipigas es de suma importancia conocer en síntesis cuál es el significado de estos términos; para de esta forma tener una idea más clara sobre lo que la empresa quiere transmitir por medio de estos conceptos.

Se entiende por misión como al propósito, fin o razón de ser de una empresa u organización. La misión debe definir: lo que la empresa pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer y el para quién lo va a hacer.

Cada uno de estos puntos pueden ser influenciados en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles y sus capacidades distintivas.

La visión, en cambio, es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se espera se convierta. Esto tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

Por otro lado la propuesta de valor se podría definir más bien como la mezcla de calidad, precio, servicio y garantía que la organización ofrece a sus clientes.

La Propuesta de valor busca orientarse a cierto tipo de clientes, es decir, se encuentra enfocada hacia cierto mercado objetivo pudiendo ser una mezcla de diferentes componentes que logren llegar correctamente al mercado objetivo.

3.1 **Misión Lipigas.**

"Comercializar gas licuado en Chile, entregándoles a nuestros clientes un servicio de calidad que supere sus expectativas, manteniendo un estilo de trabajo que fomente un desarrollo integral de su personal y de su red de colaboradores".

3.2 **Visión Lipigas.**

Lipigas se concibe cómo:

- La empresa líder en el mercado del GLP, destacada por su calidad de servicio al cliente.
- Un negocio rentable para sus accionistas, que se proyecta en el largo plazo.
- Una empresa éticamente correcta en su forma de hacer negocios.
- Un equipo profesional, competente, motivado y comprometido.
- Una empresa que establece alianzas de mutuo beneficio con su red de contratistas, transportistas y distribuidores.
- Un negocio que opera con elevados estándares de seguridad y cuidado del medio ambiente.
- Una empresa que trabaja con estándares de gestión de nivel mundial.

3.3 <u>Propuesta de valor de Lipigas.</u>

Esta se basa en gran parte en los valores de la empresa; valores que se detallan a continuación:

- **"Creemos que nuestro trabajo es valioso en la medida que sirve a nuestros clientes".**

  "Nuestro cliente es quien nos da la posibilidad de existir como empresa. Nos hacemos responsables de conocer y atender sus necesidades, de entregarle productos y servicios de calidad que superen sus expectativas, en un contexto de transparencia en la relación comercial, y de trato amable, justo y oportuno. De esta forma contribuimos a su bienestar y desarrollo".

- **"Creemos que nuestra fortaleza está en el valor de nuestra gente".**

  "Nuestra fuerza para crecer y perdurar en el tiempo se sustenta en la integridad de nuestro personal, en su profesionalismo y proactividad, en su espíritu de desarrollo, y en el entusiasmo y perseverancia con que realiza un trabajo responsable y comprometido con los objetivos de nuestra empresa".

- **"Creemos que nuestra filosofía de trabajo propicia resultados exitosos".**

  "Construimos permanentemente un ambiente de austeridad, lealtad, cooperación, respeto, confianza, alegría, trabajo en equipo, iniciativa y capacidad de autocrítica. Somos una empresa de personas, para servir a personas".

- **"Creemos en nuestra Responsabilidad Social".**

  "Consideramos que a través de nuestra actividad empresarial podemos incidir positivamente en el desarrollo social de nuestra red de contratistas, transportistas y

distribuidores, así como de la comunidad que nos rodea, generando relaciones de beneficio mutuo".

- **"Creemos en el trabajo seguro y en el cuidado del medio ambiente".**

  "Cuidamos que nuestras operaciones se desarrollen bajo estrictas normas de seguridad y cuidado del medio ambiente, y nos ocupamos de contribuir a la educación de nuestros colaboradores, clientes y comunidad en general, en el manejo seguro del gas licuado".

Tanto con la misión, visión y propuesta de valor de Lipigas se puede conocer que es lo que desea la empresa transmitir a sus clientes, el tipo de servicio entregado y por entregar, lo que desean que sus empleados cumplan y lo que ellos desean brindarles a ellos. Cada uno de estos puntos es de vital importancia dentro de una organización, siendo aun más importante que sea dado a conocer a toda la comunidad, para que de esta forma la empresa sea transparente en sus metas, logros y posibles fracasos.

4. Medición y desarrollo de Calidad del Servicio.

Para poder medir lo que ellos esperan como empresa, continuamente realizan diversos estudios y/o encuestas, los que tienen por finalidad saber cómo son percibidos como empresa por parte de sus clientes.

Además de esto cuentan con resultados otorgados por empresas anexas las que realizan ranking de las empresas y de la percepción de estas por parte de los clientes.

Por ejemplo el año 2007 se realizo la medición anual que lleva años de aplicación y que cuenta con el aval del grupo ProCalidad[1], una alianza que integran la Universidad Adolfo Ibáñez, Adimark[2] y Praxis[3].

Su propósito es medir, entre otros, el nivel de satisfacción general con empresas de servicio, la percepción precio-valor, los niveles de lealtad de los consumidores y la proporción de problemas presentados y solucionados.

Este tipo de encuestas realizadas por el grupo Procalidad se realiza todos los años y es aplicada a diversas empresas de variados sectores, pudiendo verse reflejado en los resultados el desempeño que ha tenido cada organización durante el año y como esto ha sido apreciado por los clientes.

---

[1] Institución que tiene como misión fortalecer en las empresas el enfoque hacia el cliente como criterio clave para una exitosa gestión empresarial.
[2] Empresa especializada en investigación de mercados y opinión publica.
[3] Empresa creada para apoyar a sus clientes en la gestión estratégica de sus negocios, en particular en la gestión del vínculo de la empresa con sus públicos críticos: los clientes, los empleados y la comunidad.

Los parámetros considerados para las muestras de la población a considerar son los siguientes.

- Población objetivo: Hombres y mujeres mayores de 18 años con teléfono en el hogar, residentes en Santiago, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción y Talcahuano.
- Tipo de encuesta: Entrevista telefónica estructurada, con una escala de calificación de 1 a 7.
- Muestra y precisión de resultados: Muestra total de 14.777 entrevistas, +/- 0,806% de error muestral al 95% de confianza bajo supuesto de varianza máxima.
- Ponderación de resultados: Los resultados fueron ponderados por el peso relativo de las ciudades bajo estudio en la población y el peso relativo de cada estrato en la población de Santiago.
- Fecha de campo: Marzo a julio de 2007.

En esta medición el primer lugar fue obtenido por Lipigas, siendo esta empresa reconocida como la que reporta más satisfacción entre sus usuarios en la categoría transaccional.

Por otra parte, para apoyar sus procesos de cambio y orientación al cliente, Lipigas realizó para sus empleados un curso de capacitación (Vía Sence), destinado al área administrativa, a fin de mantenerlos capacitados y entregarles las herramientas claves para poder satisfacer a sus clientes. Este curso se dictó el año 2005 y posee acreditación hasta el 2009 (ver anexo 1).

En relación también con sus trabajadores Lipigas implemento el año pasado el proyecto Lipired, el cual esta orientado al área de gerencia de personas de Lipigas. Se comenzó con un grupo piloto de 70 trabajadores de la planta de Maipú; realizando un análisis sobre sus

ingresos mensuales, nivel de estudios, calidad de vida, entre otros factores. Esto para poder ayudar a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, ya que de estos factores dependen muchas veces los resultados otorgados en sus tareas diarias y la responsabilidad con que se dedican a su trabajo.

Los resultados esperados y arrojados con este proyecto fueron:

- Fidelización red de distribución.
- Mejoramiento calidad de servicio al cliente.
- Adquisición y certificación de habilidades y competencias.
- Desarrollo de nuevos microempresarios a partir de choferes y peonetas.
- Mejoramiento de la calidad de vida de los choferes y sus familias.
- Formación de voluntariado de Lipigas.

Los puntos mencionados son los diversos parámetros que fueron arrojados del proyecto y con el cual se pudo tener una idea sobre los trabajadores que se encuentran insertos en la empresa.

Cabe mencionar que en la propuesta de valor de Lipigas se mencionan algunos valores que dicen relación con la responsabilidad social, con el trabajo seguro y el cuidado del medio ambiente; para poder cumplir con cada uno de estos la empresa cuenta con la aplicación de la Norma Internacional ISO 14001:2004. Sistema de Gestión Ambiental- Alcance del Sistema de Gestión Ambiental de Empresas Lipigas.

Las Normas ISO-14000 son una familia de normas que persiguen establecer herramientas y sistemas para la administración de numerosas obligaciones ambientales de una organización sin prescribir que metas debe alcanzar. Esta serie, como un todo, busca la estandarización de

algunas herramientas de análisis clave, tales como la auditoria ambiental y la evaluación del ciclo de vida.

La norma base o núcleo de esta familia de normas, es la ISO 14001, la cual entrega los requisitos que debe tener un sistema de gestión ambiental (SGA).

Las ISO 14001 son las especificaciones técnicas del Sistema de Gestión Ambiental y corresponden a la única normativa de requerimiento en la serie ISO 14000. En otras palabras, esta norma establece los requerimientos sobre los elementos de un SGA que se exige que la empresa deba cumplir para lograr su certificación, después de pasar una auditoria de un tercero independiente debidamente registrado.

La documentación del sistema de gestión ambiental debe incluir:

- La política, objetivos y metas ambientales;
- La descripción del alcance del sistema de gestión ambiental;
- La descripción de los elementos principales del sistema de gestión ambiental y su interacción, así como la referencia a los documentos relacionados;
- Los documentos, incluyendo los registros requeridos en esta Norma Internacional; y
- Los documentos, incluyendo los registros determinados por la organización como necesarios para asegurar la eficacia de la planificación, operación y control de procesos relacionados con sus aspectos ambientales significativos.

Como se puede apreciar tanto el premio otorgado por el grupo Procalidad debido a los resultados arrojados en las encuestas, como la implementación de la ISO hacen que Lipigas pueda lograr un mejor posicionamiento en el mercado, en la mente de las personas y poseer un mejor prestigio como empresa. Cada una de estas variables le otorga un mayor valor agregado a la empresa; pudiendo de esta forma aumentar la fidelidad de sus clientes, transmitir una buena imagen a estos y adquirir una mayor cuota de mercado.

5. Marketing mix.

Es de vital importancia comenzar por definir que es lo que se entiende por marketing, siendo este llamado al uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente y mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un producto que realmente satisfaga las necesidades de los clientes.

Cada una de estas herramientas son vitales para la ejecución y puesta en marcha de cualquier empresa; herramientas conocidas como las Cuatro P's, que son:

- Producto.
- Precio.
- Plaza.
- Promoción.

Cada una de ellas será definida en este capitulo, dando a conocer como cada una de estas se encuentra instaurada dentro de la empresa Lipigas.

5.1 <u>Productos de Lipigas</u>: Los tipos de gas licuado de petróleo que posee Lipigas son:

- Propano (C3).
- Butano (C4).
- Mezcla (C3 y C4).
- Propano Propelente.
- Butano propelente.

El GLP puede utilizarse para cocinar, para calefacción o como combustible automotriz.

Tanto el propano como el butano son gases incoloros e inodoros, por los que en su elaboración se les añade un odorizante (llamado mercaptano) que les confiere olor desagradable. Esto para ser detectados en una fuga, debido a que son altamente volátiles y pueden provocar una explosión.

El llamado gas catalítico (que puede ser propano, butano o mezcla) es el gas importado desde Argentina; el cual es de mejor calidad y pureza; por ende el corriente es el comprado en el mercado local (Gasmar).

La diferencia entre butano y propano se ve reflejada más que nada en su poder calorífico y en su porcentaje de contaminación. El butano es mucho más contaminante que el propano y es el causante que por ejemplo los utensilios de cocina se manchen al tener contacto directo con el gas al momento de estar cocinando. A su vez el propano tiene un precio más elevado para la empresa, por lo que el consumo puro de este se da solo en algunas ciudades del país. Por ejemplo se utiliza este producto solo en Santiago y en Coyhaique; en Santiago debido a la gran contaminación existente (por normas de calidad que no permiten el uso de otro producto) y en Coyhaique por las características climáticas. Para todas las demás ciudades generalmente se utiliza una mezcla de ambos, la que corresponde a un 30% de butano y un 70% de propano.

En el caso del gas envasado, el abastecimiento y distribución de este producto se realiza en cilindros de: 5, 11, 15 y 45 kilos, dependiendo de lo que requiera el cliente. Por otro lado en el caso del gas granel (el que se almacena en un estanque y que es llenado permanentemente por un camión granelero) existen 3 tipos de estanques.

Estos estanques pueden ser de 500, 1000 y 2000 kilos; por lo cual va a depender de la demanda y del espacio disponible para ubicarlo el estanque más adecuado a instalar.

En el caso del propano y/o butano propelente es el GLP que se encuentra desodorizado, producto que es utilizado por la industria de productos con aerosol.

5.2 <u>Precios de Lipigas</u>: En Chile existe libertad de precios para los combustibles; por lo cual cada distribuidor y estación de servicio puede cobrar los valores que estimen conveniente de acuerdo con los niveles que impone la competencia y con las propias expectativas de ganancias del empresario. Además cabe mencionar que la distribución de GLP no se encuentra entre las actividades asumidas ni por Ley, ni por el Estado, ni tampoco es concesión del Estado.

Por lo tanto, la libertad de precios se halla amparada, entre otros y además de lo concerniente al derecho de propiedad, por los principios constitucionales y legales concernientes a:

- Libertad económica.
- No discriminación.
- Libre competencia.
- Proteccion al consumidor.
- Propiedad industrial.
- Publicidad.

Actualmente Lipigas adquiere el producto desde la ENAP[4] y desde diferentes plantas ubicadas en Argentina, casos que serán discutidos a continuación.

[4] Empresa Nacional del Petróleo.

5.2.1 Adquisición del producto desde ENAP: Las compras realizadas a ENAP, planta Con-Con, no son compras muy asiduas por parte de Lipigas. Ya que estas se realizan más que nada cuando existe escasez de producto por parte de los proveedores Argentinos, por lo cual no pueden entregar la cantidad requerida por Lipigas, cuando existe retraso en la entrega del GLP Argentino o si es que se presenta algún problema en Aduana (situaciones que serán detalladas mas adelante).

La empresa no compra siempre el GLP a ENAP, debido a que la calidad del producto no es la misma que entregada por los proveedores, sumado a que el precio de esta compra es mayor. Razones por la cual la compra a ENAP se da solo en casos particulares.

Además de vender, ENAP es un ente que informa sobre las fluctuaciones de los precios de los combustibles en el mercado internacional. ENAP no fija ni determina (ni menos aun decreta) los precios de venta de los combustibles, si no que considera los valores del mercado internacional según la mejor alternativa de suministro que tienen las compañías distribuidoras. Por lo tanto, la información sobre las variaciones de los precios de ENAP a distribuidores mayoristas solo tienen como propósito informar, a grandes rasgos, al mercado interno las fluctuaciones de precios en el mercado internacional del petróleo y sus derivados, además de las variaciones del tipo de cambio y como estos afectan los precios de los combustibles. Este valor es entregado todos los jueves a los distribuidores mayoristas.

A partir del jueves 8 de mayo de 2008, los precios de venta ENAP a los distribuidores mayoristas registraran variaciones, la que en el caso del gas licuado fue de un aumento de un

5,4%. Este aumento se debió a que entre el 17 al 30 de abril del presente año subieron los precios del gas licuado en los mercados de Estados Unidos.

Los principales factores que intervienen en el cálculo de los precios de ENAP son:

- El precio en el mercado de referencia.
- Los costos de transporte y logística (oleoductos, almacenamiento).
- Costos de internación o arancel aduanero.
- Seguros e IVA.
- Arancel advalorem.

En el caso de la importación del gas desde Argentina este tiene un arancel advalorem de preferencia de un 100%, debido al ACE 35 [5], razón por lo cual actualmente no se paga este arancel específico.

- Evolución del tipo de cambio.

ENAP a su vez participa con la importación y refineración de entre un 60% a 70% de suministro de GLP; mientras que el 30 a 40% restante corresponde a las importaciones realizadas por Abastible, Gasco y Lipigas.

Además de la información entregada por ENAP, Chile cuenta con la información y supervisión de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

Esta entidad es un servicio gubernamental encargado de fiscalizar el cumplimiento de la normativa legal y técnica por parte de quienes participan en la generación, producción, almacenamiento, transporte y distribución de combustibles líquidos, gas y electricidad.

[5] Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica nº 35 MERCOSUR-Chile. Acuerdo firmado el año 1996 con el fin de crear la libre circulación de bienes y servicios y la creación de un área de libre comercio, en un plazo máximo de 10 años.

Por lo cual existe una Ley de servicios de gas que dice relación con rangos de precios que se deben respetar; información a dar en caso de aumentos excesivos de precios, entre otras variables a considerar por las empresas.

5.2.2 Adquisición del producto desde Argentina: En el caso de la compra en este caso de Lipigas a las diferentes distribuidoras Argentinas los precios del producto varían desde un punto a otro, ya que en general depende del valor que estipula cada proveedor de este producto.

Los proveedores de GLP Argentino son los mencionados a continuación:

- Apache Energía Argentina.
- Capex S.A.
- Enarsa.
- Medanito.
- Pan American Energy.
- Petrolera Entre Lomas.
- Pluspetrol.
- YPF.

Cada uno de ellos se encuentra localizado en diversas localidades de Argentina y cada uno, fija particularmente el precio que estimen conveniente al producto.

Para poder estimar la cantidad a retirar de cada lugar (tomando en consideración el precio cobrado por el proveedor), Lipigas debe tener en consideración la ubicación de cada planta Argentina en relación con las diversas ciudades a las cuales abastecer en Chile.

Luego de ver esto y dependiendo de la demanda de cada ciudad se estiman las toneladas a importar, de esta forma al momento de importar el gas y cuando el camión se encuentre en frontera se desvía a la ciudad de destino (previo acuerdo con el transportista).

Si bien el gas de una planta en especifico puede tener un precio un poco más elevado que de otra, Lipigas puede tomar la decisión de importarlo de igual forma desde ese proveedor, siempre y cuando se encuentre más cercana a la ciudad de destino y de esta forma poder disminuir el costo del flete.

Para todo esto Lipigas realiza todas las quincenas de cada mes programas de compras para todo el mes que se avecina, indicando la cantidad de toneladas y el tipo de producto a retirar desde cada uno de las plantas.

Lipigas se debe comunicar con cada uno de los transportistas y proveedores para llegar a un acuerdo sobre las toneladas que serán capaces de entregar los proveedores y las que serán capaces de retirar los transportistas.

Posterior a poseer esta información se realiza un acuerdo con el proveedor sobre la cantidad de toneladas, producto a entregar, fechas de entrega y precio a cobrar.

5. 3 <u>Distribución de Lipigas (plaza)</u>: Los tipos de clientes de Lipigas son variados y abarcan un gran mercado; estos van desde el cliente residencial (con diferentes opciones de suministro según sea el caso particular) al cliente industrial (en donde el GLP es utilizado con diversos fines).

A continuación se puede apreciar una matriz con el tipo de cliente y su uso correspondiente, además de una explicación más amplia del uso en los casos necesarios.

Tipo de cliente Residencial

Opciones Suministro	Gas envasado	Gas granel
Condominio		X
Departamento		X
Casa	X	X

En este caso el GLP es utilizado para el suministro completo de la vivienda, que incluye todos los artefactos conectados a la red de Gas Licuado: Cocinas, hornos, calefón, termos, calderas, estufas, secadoras de ropa, etc. Además de el abastecimiento individual de cada artefacto por separado, principalmente estufas rodantes, lámparas, parrillas, cocinas, etc.

Dentro de las opciones de suministro existe (especificación de cada uno en anexo 2):

- Gas Envasado.
- Gas Granel.
- Medidores.

Si el cliente vive en una casa, dependiendo del nivel de consumo, el suministro completo de la vivienda puede realizarse por medio de Gas Envasado; pero si el consumo es mayor puede ser a través de Gas Granel.

Si la casa se encuentra dentro de un condominio, el suministro completo del condominio puede realizarse a través de un estanque de Gas Granel.

Si vive en un departamento, el suministro completo del edificio se realiza a través de un estanque de Gas Granel.

Es importante mencionar que entre la empresa y el cliente existe un contrato de comodato. Este quiere decir que si el cliente quiere optar a la compra de un cilindro debe entregar

además del dinero correspondiente un cilindro vació a cambio. Este cilindro entregado puede no ser de la mima empresa, razón por la cual se puede ver en ocasiones que Lipigas (u otra empresa de la competencia) tengan cilindros de su competencia directa. Estos cilindros ajenos son almacenados por un tiempo para posteriormente ser intercambiados con la otra empresa por cilindros propios o en su defecto en tiempos de escasez son intercambiados por determinada cantidad de producto.

A su vez es importante señalar que algunas de las opciones de pago que ofrece Lipigas a sus clientes es poder consultar y pagar las cuentas por Internet, la opción de pagar con tarjetas de casas comerciales; opción que según informa el estudio realizado por el grupo Procalidad y la revista Capital ha sido muy bien acogido por parte de sus clientes.

En los casos en que se utiliza Gas Granel el control del consumo individual de gas se realiza a través de Medidores.

Tipo de cliente Industrial

Opciones Suministro	Cilindro de Acero	Cilindro de aluminio
Autogas Flotas	X	
Autogas Grúa Horquillas	X	
Panaderías		X
Acuicultura		X

Mayoritariamente el cliente tipo industrial que abastece Lipigas son los mencionados en el cuadro superior, ya que estos son los que poseen una mayor demanda del GLP, por lo cual son los tipos de clientes dentro del área con más relevancia.

Para estos tipos de clientes existen 2 tipos de cilindros: el de acero y el de aluminio.

El primero es fabricado en Chile, siendo utilizado para el GLP sin aditivos (autogas); el de aluminio es fabricado en Estados Unidos y es utilizado para el GLP con aditivos. Este último cilindro pesa un 40% menos que el de acero, posee indicar de contenido y un sistema de válvula para su correcto abastecimiento y funcionamiento; por lo cual el cliente solo debe ver la cantidad de gas restante para saber cuando solicitar más producto.

Cabe recalcar que ambos cilindros cuentan con una válvula de Seguridad que elimina cualquier exceso de presión que se pueda producir en el interior del cilindro, para evitar cualquier accidente que se pudiera producir.

Es importante mencionar que cada uno de estos clientes poseen un servicio a domicilio de recarga; por lo que solo se necesita conocer el consumo de gas para proceder a abastecer cuando sea necesario.

Además existen otras áreas donde se utiliza GLP, pero sin que esta sea una demanda muy constante, como es en el caso por ejemplo de:

- Cocción de lozas o cerámicas.
- Fabricación de vidrios y plásticos.
- Fundición y tratamiento térmico de metales.
- Calefacción de criaderos de animales.
- Calefacción de invernaderos.
- Procesos de deshidratación y secado.
- Secado de pinturas.

El área industrial de la empresa se ha especializado en los distintos usos y aplicaciones de Gas Licuado dentro de los procesos productivos de cada sector industrial.

Sumado a los bajos costos y ayuda que entrega Lipigas se cuentan con diversas ventajas frente al petróleo, electricidad y la leña. (Ver anexo 3).

El medio de transporte del GLP entre las diversas plantas ubicadas a lo largo de Chile se realiza en camiones que poseen una capacidad de 20 a 23 toneladas por camión, también se realiza por medio de camiones mas pequeños cuando se debe rellenar algún estanque y/o abastecer alguna empresa, en el caso de transportar cilindros esto se realiza por medio de camioneta implementadas espacialmente para este uso.

En el caso de la quinta región Lipigas cuenta con 23 puntos de venta, desde los cuales se puede adquirir directamente el producto o bien realizar una llamada telefónica y solicitar que lo envíen al domicilio (sin que este servicio tenga un cargo adicional para el cliente).

Por cada punto de venta que posee la empresa existen 5 distribuidores, los que atienden ventas locales y sectores con 4 a 7 camionetas por distribuidor. Por lo cual son aproximadamente 25 camionetas con capacidad cada una de cargar 40 cilindros. El tipo de cilindro a ser cargado en la unidad va a depender directamente de la demanda en el sector que debe atender.

Los canales de distribución en el caso de Lipigas son las centrales con que cuenta cada ciudad; desde Con-Cón el gas es distribuido a las principales plantas de cada una de las ciudades y estas a su vez lo redistribuyen a las centrales de cada sector según la demanda que sea requerida.

5.4 <u>Promoción de Lipigas</u>: El mercado del gas licuado de petróleo lo componen Abastible, Gasco y Lipigas; teniendo -cada una de ellas- que cumplir con ciertas obligaciones como lo son:

- Seguridad de cilindro (Cuentan con una válvula de llenado y servicio, la que asegura el correcto llenado del cilindro, controla la salida del gas y, en caso de ruptura de algún conducto, opera la válvula de exceso de flujo, evitando una posible fuga de gas).
- Rotulación y marca de cilindro.
- Mantención del cilindro: Los que son reinspeccionados por terceros cada 10 años.
- Servicio técnico y de emergencia.
- Contenido del cilindro.

Para diferenciarse de la competencia cada una de estas empresas utilizan en sus cilindros colores característicos; como es el caso de Abastible con sus cilindros naranjos, Gasco con blanco y Lipigas con Amarillo.

Además estas empresas cuentan con servicios y productos complementarios entre los que se destacan los pedidos de gas envasado por Internet (Abastible y Lipigas), reparto a domicilio, servicio de emergencias, llenado automático, consulta y pago de cuentas por Internet.

Dentro del rubro del GLP Lipigas es una de las empresas que realiza mas publicidad en diversos medios, como es en el caso de programas de televisión y comerciales. A tratado a su vez de llegar mucho más a los clientes mediante publicidad con “el perro de Lipigas” junto con una canción característica que hace alusión a “cambiarse al amarillo”; por lo que por medio de esto tratan de llegar más a la mente de los clientes y realizar su publicidad de una

manera más amena. Esta publicidad va cambiando de acuerdo a la época del año en que nos encontremos o la festividad cercana, siempre siendo protagonista “el perro de Lipigas”. Perro q es reconocido por gran parte de la población y lo que busca en si es llamar la atención de sus clientes y que al pensar en gas piensen en Lipigas, razón por la cual continuamente se encuentra renovando la imagen de la “mascota” para que de esta forma se mantenga fresca en la mente del publico.

Sumado a estos valores, Lipigas cuenta con el reconocimiento de sus clientes, al ser escogidos el pasado 15 de noviembre del 2007 como la Mejor Empresa en Calidad de Servicio, destacando la excelente atención que se entrega a sus propios trabajadores.

En dicha ocasión Lipigas obtuvo el primer lugar en el Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores presentado por el grupo ProCalidad y la Revista Capital. En dicho estudio fueron encuestadas más de 14 mil personas en Valparaíso, Viña del Mar, Santiago, Talcahuano y Concepción, dejando constancia de los parámetros y valores que hacen de una empresa su preferida.

Buena atención y un servicio de primera son algunos de los comentarios que los clientes hicieron sobre Lipigas, destacando el buen trato que existe por parte de sus trabajadores y su eficiencia.

En los últimos cuatro años, Lipigas se destacó como la mejor distribuidora de gas licuado en este índice; sin embargo, en esta oportunidad no sólo se destacó frente a la competencia sino que fue elegida por los consumidores como la Mejor Empresa en Calidad de Servicio a nivel nacional. Esto se dio en gran parte por la incorporación de la tecnología en su modelo de atención al cliente, la que fue la estrategia de Lipigas en el año recién pasado. La

incorporación de esta ha sido tan importante ya que le ha permitido a Lipigas a realizar una mejor segmentación, lo que tuvo como efecto una mejor oferta de valor y por ende ofrecer un mejor servicio. Además el poder pagar con tarjetas de créditos de casas comerciales fue muy bien apreciado por las diversas personas encuestadas.

Como se pudo apreciar en este capitulo se da a conocer como cada una de estas herramientas ayudan a que en su conjunto la empresa funcione de la mejor forma posible. Es de vital importancia dedicarle a cada una de ellas el tiempo necesario en su ejecución, ya que en su conjunto ayudan a que una empresa pueda tener las herramientas necesarias para poder funcionar correctamente. Con cada una de ellas se refleja la importancia dada al producto, al precio, forma de distribución y promoción realizada dentro de una organización.

6. Análisis FODA.

Es necesario dentro de toda organización realizar un análisis FODA, en el cual se ven las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. Esto es de suma importancia para poder saber que medidas tomar ante ciertas situaciones, como también tomar conciencia sobre cuales son los puntos en los cuales se debe ahondar para poder mejorarlos.

A continuación se realizara un análisis cruzado de la matriz FODA, derivando de ella las posibles estrategias a implementar por la empresa.

En esta matriz se realiza un análisis interno y externo de la empresa. En el análisis interno se estudian las fortalezas y debilidades de la organización, mientras que en el externo las oportunidades y amenazas de esta.

La idea de esta matriz es que las fortalezas y debilidades del análisis interno se entrecrucen con las oportunidades y amenazas del ámbito externo, para poder tener una idea sobre que variables se pueden potenciar para que a partir de las fortalezas y oportunidades se disminuyan las debilidades y/o amenazas que pueda presentar la empresa.

6.1. Matriz FODA.

<table>
<tr><td colspan="2">FORTALEZAS.
● Ambiente grato de trabajo.
● Empleados de larga trayectoria en la empresa.
● Cumplimiento de normas de seguridad, considerando los peligros de trabajar con GLP.</td><td>DEBILIDADES.
● Poca capacidad de respuesta en momentos de gran demanda.
● Demora en el pago de derechos, ocasionando retrasos en arribo del producto.</td></tr>
<tr><td>OPORTUNIDADES.
● Rapidez en la entrega.
● Mejor calidad del GLP.
● Ofertas, promociones, concursos.
● Pago con tarjeta de crédito.</td><td>Haciendo sentir a los empleados más participes de la empresa, demostrándoles que gracias a su trabajo el cliente se siente más satisfecho y la empresa logra un mejor prestigio.</td><td>Gestionando mejor el pago pronto de derechos, sin que esta responsabilidad sobrecarga muchas veces en unas pocas personas si no más bien que sea un trabajo en equipo. De esta forma se podría mantener la rapidez en la entrega, sin que la calidad del GLP se vea disminuida.</td></tr>
<tr><td>AMENAZAS.
● Huelgas en Aduana argentina.
● Disminución entrega de GLP.
● Posibilidad de nuevas empresas de GLP.</td><td>Trabajando en equipo, incentivando en los trabajadores un espíritu colaborador para que en caso que se presente algún problema se trate de solucionar de</td><td>Tratando de que exista una mejor coordinación en el pago de derechos.
Contando con fuentes alternativas de suministro antes de que el problema se ocasione,</td></tr>
</table>

• Precios de la competencia menores que los de Lipigas.	la mejor forma y lo más rápido posible.	especialmente en los meses en que la demanda por GLP es mayor.

Como se puede apreciar en el análisis FODA se reflejan ciertos puntos, tanto positivos como negativos dentro de la empresa, por lo cual la idea es que en su conjunto se puedan potenciar y de esta forma poder minimizar las amenazas y/o debilidades.

En el caso de las fortalezas v/s oportunidades la empresa puede junto a sus trabajadores buscar diferentes mecanismo para que la entrega sea siempre a tiempo y proponer en conjunto diversas promociones, ofertas, etc que se pudieran implementar.

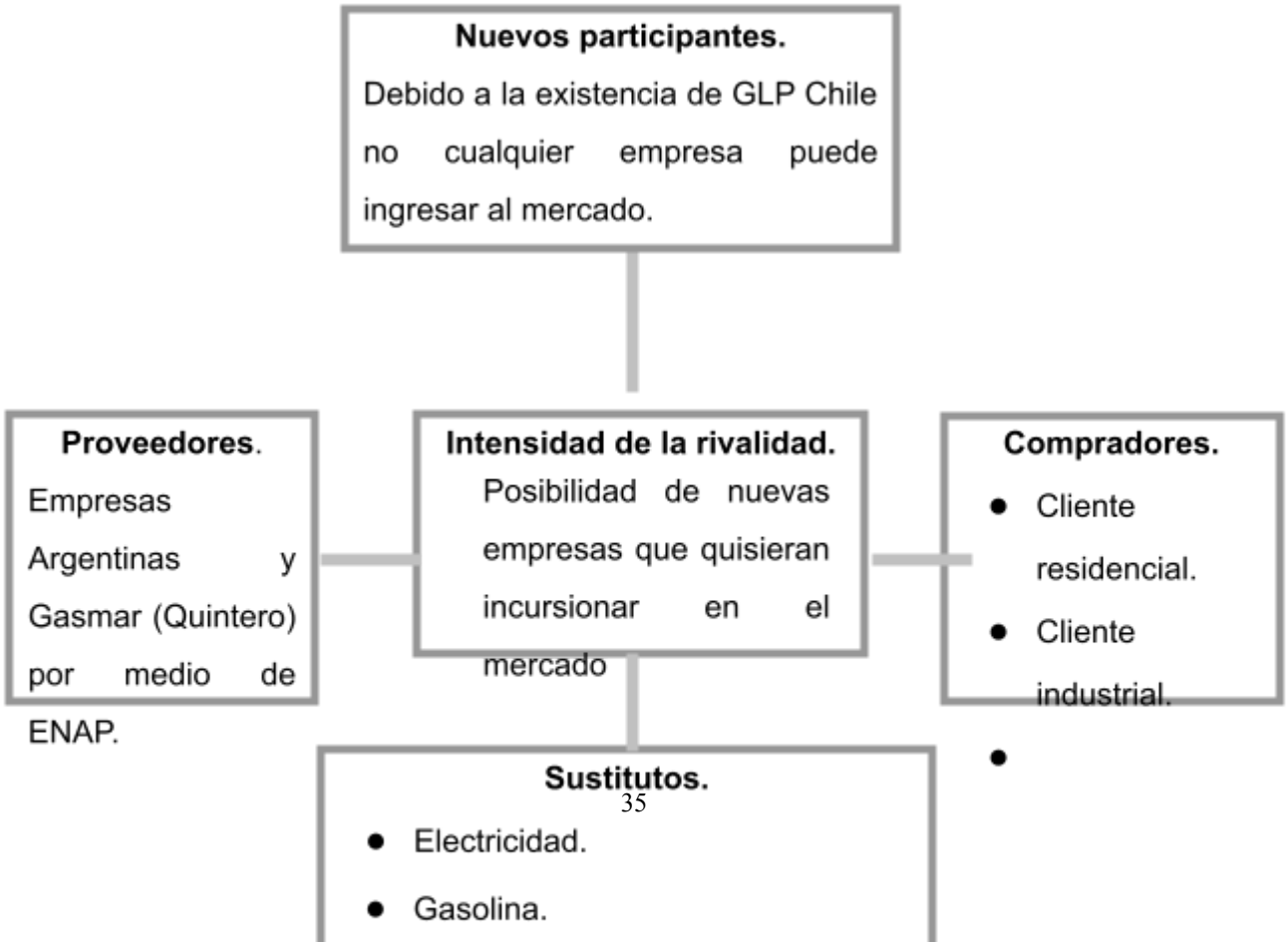
Si se analizan las fortalezas ahora con las amenazas la idea es poder potenciar el trabajo en equipo en el caso que se presentes problemas, pudiendo presentar en el menor tiempo posible la mayor cantidad de soluciones que tengan relación con el problema y/o dificultad que se haya suscitado.

Ahora al plantear las debilidades de la empresa con las oportunidades que esta presenta se debe tomar la mayor cantidad de prevenciones o posibles soluciones en el caso de que no se pudiera contar con una capacidad de respuesta. La idea es poder responder rápidamente a las necesidades de los clientes, para que estos a su vez continúen con una buena imagen hacia Lipigas. Sumado además a que se cumpla con el correcto pago de derechos de internación, para que de esta forma no se cuente con poca cantidad de producto en algún momento de gran demanda.

Para poder analizar la forma de superar las debilidades al momento de enfrentar o evitar las posibles amenazas, se debe obtener el mayor provecho a las fortalezas y/o oportunidades para que de esta forma se atenúen la mayor cantidad de aspectos negativos dentro de la empresa.

7. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

El Análisis Porter de las cinco fuerzas es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1979, en que se describen las 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste.



7.1. Características del mercado del GLP.

Se considera una baja amenaza de nuevos competidores en lo que se refiere al sector del GLP debido a que en Chile se cuenta con GLP Chile, asociación que vela por que se cumplan con los estándares establecidos tanto de calidad, suministro y seguridad del producto. A su vez protege a las empresas ya existentes, no permitiendo que cualquier empresa ingrese al sector; sumado a un compromiso por parte de las empresas existentes de cumplir ciertas normas relacionadas con calidad, seguridad y desarrollo de nuevos estudios en su cabalidad.

Para poder ingresar al mercado del GLP en Chile es indispensable contar con altas economías de escala, debido al fuerte compromiso que existe entre las empresas existentes, además de la imagen que posee cada una de ellas en la mente de sus clientes.

Por lo cual si una empresa quisiera incursionar en este sector tendría que hacer frente a todos estos desventajas, sumado a contactarse con los proveedores pertinentes para poder ofrecer un producto de una calidad mejor o igual a la existente y de menor precio que los disponibles en las otras compañías, para poder competir con las empresas posicionadas hasta el momento. De esta forma quizás los potenciales clientes podrían preferir a la nueva empresa, pero siendo muy difícil el ingreso de esta al mercado.

Por ser un producto de uso común y sin poca diferenciación, no existe una gran lealtad hacia la marca, tanto de parte de los clientes industriales como de los residenciales. Esta poca diferenciación se debe más que nada al hecho de que lo buscado por el cliente lo puede obtener indistintivamente tanto de una empresa como de otra, sin que el producto tenga variaciones muy significativas en cuanto a la calidad se refiere.

El costo de cambiarse de proveedor para los clientes no es muy elevado, ya que el producto que le ofrece un proveedor fácilmente se lo puede ofrecer el de la competencia, a un precio relativamente parecido. Por lo tanto es deber de la empresa entregar el producto a tiempo, para no correr el riesgo de perder un cliente. No es un tema que sea demasiado difícil de poder controlar por parte de la empresa, ya que ellos poseen los contactos directos y control en caso que sean necesario en cada central de Lipigas.

Los rangos de precios de venta al cliente final no varían mucho entre una empresa y otra; esto es dado en gran parte a que tanto los proveedores como los transportistas de cada una de estas empresas son prácticamente los mismos, por lo cual el costo del producto no difiere significativamente de una empresa a otra.

Las barreras de salida en el caso del mercado del GLP son altas ya que incursionar en este mercado no es fácil, menos aun poder posicionarse en el mercado por lo cual se debe realizar una gran inversión y dedicar muchos años para que la empresa obtenga sus frutos.

La capacidad negociadora con los proveedores es baja, debido a que las empresas que cumplen con los requerimientos del GLP no son muchas, sumado a que las empresas de la competencia también adquieren el producto de ellos por lo cual no es mucho lo que se puede negociar al respecto. Además el producto se necesita, por lo que no se puede optar a no

comprarlo ya que se deben contar con respaldo en caso que algunos proveedores no puedan responder a la demanda solicitada en determinado momento. Cabe mencionar que puede ocurrir que estos no puedan responder debido a que deban aprovisionar a su mercado interno y el resto no sea suficiente para exportar (situación que se da sobre todo en los mese más críticos de inviernos, en los cuales la demanda sube significativamente). Además Chile no es un país que se caracterice por la elaboración de GLP, por lo cual al ser casi nuestro único proveedor el mercado Argentino no es mucho los acuerdos de compra a los cuales se puede llegar.

La amenaza de sustitutos no es muy elevada, ya que sin bien existen otras formas para poder satisfacer la necesidad de GLP, estas maneras alternativas pueden ser de un valor similar o algunas veces mayor que el gas o en su defecto no entregar la misma calidad que el producto en si mismo.

No existe un número considerable de competidores en el sector, por lo cual no es algo que perjudique mucho a una empresa con respecto a otra, esto sumado a que no es un producto que logre diferenciarse mucho por lo cual lo más importante es entregar un servicio rápido y de mejor calidad que la competencia.

El costo para los clientes de cambiarse de proveedor es bajo, ya que otra empresa le puede entregar el mismo producto, por lo cual aquí radica la importancia del servicio entregado.

Para concluir podemos decir que lo mejor que puede hacer la empresa para poder posicionarse en la mejor forma posible en la mente de los clientes es por medio de un servicio de buena calidad, en el cual la rapidez sea una característica que destaque. Ya que al existir

una competencia muy cercana y precios parecidos debido a que los proveedores son prácticamente los mismo es lo más valioso que puede hacer que Lipigas sea preferido sobre las demás empresas de su mismo rubro.

8. Estrategia genérica.

La matriz de estrategia competitiva genérica contempla la ventaja competitiva de la empresa versus el ámbito de mercado en que esta se encuentra. En relación con la ventaja competitiva la empresa puede optar por un costo menor o la diferenciación; mientras que en relación con el ámbito de mercado la organización debe optar por un mercado amplio o reducido. Se debe optar por cada una de estas variables para poder optar en su conjunto por una decisión estrategia.

Las estratégicas a las cuales se puede optar considerando las 2 variables son:

- Liderazgo en costos.
- Diferenciación.
- Foco en costos.
- Foco en diferenciación.

La estrategia genérica a utilizar por Lipigas es de diferenciación. Esta estrategia se da debido a que el mercado que posee es amplio, mientras que la ventaja competitiva de la empresa en relación con el mercado no es muy amplio. Esto se debe en gran parte a que entre estas

instituciones que participan en el mercado el producto no posee una gran variación del valor, razón por la cual la empresa debe optar por diferenciarse de su competencia. Por estas razones el principal enfoque de la empresa debe ser la diferenciación, es decir, buscar todas las herramientas necesarias para poder darle el mayor valor posible a un producto que es más bien estándar. Este mayor valor puede ser entregado desde una mejor calidad de servicio, mejor servicio de respuesta a las necesidades de los clientes, contar con un centro de reclamos para que los clientes puedan dejar sus quejas y que la empresa de esas mismas quejas se retroalimente para poder prosperar y crecer más como empresa pudiendo de esa forma posicionarse de mejor manera en la mente del cliente objetivo.

9. Proceso de abastecimiento e importación del Gas Licuado.

A continuación se mencionan cada uno de los pasos y tramites necesarios para la importación del GLP. Cada uno de ellos es de suma importancia, ya que si uno de estos no se cumple en su cabalidad es muy probable que el producto no pueda llegar a su destino final. El abastecimiento se realiza desde Argentina y es transportado a su vez por diversos transportistas Argentinos hasta las principales ciudad de destino dentro de Chile, para luego ser redistribuido por transportistas locales a las ciudades mas alejadas del país.

9.1. <u>Tramites hechos por Lipigas</u>: La orden de compra se inicia cuando se manda la carta de compraventa, la que es mandada por fax al proveedor para que empiece enseguida la facturación. Este trámite se realiza cada quincena estimando la demanda del mes que se avecina y la cantidad que será capaz de entregar cada proveedor en específico. Por lo cual con cada uno de ellos se realiza una carta en particular, la que indica:

- <u>Volumen de compra</u>: El que hace alusión a las toneladas que serán entregadas por la planta Argentina durante todo el mes que se avecina. Este es un acuerdo que se realiza entre Lipigas y cada una de las plantas y en las que se especifica las toneladas de C3, C4 [6]y mezcla a entregar, todas ellas en calidad "catalítica o especial".
- <u>Precio acordado</u>: En este punto se estipula la cantidad cobrada por toneladas, esta cantidad esta expresada en dólares y puede tener variaciones de un mes para otro; especialmente puede presentar ciertas alzas en los meses en que el GLP comienza a

[6] C3 Especial: Propano catalítico.
C4 Especial: Butano catalítico.

escasear debido a la mayor demanda debido a la mayor demanda del mercado Argentino.

- Destino de la carga (no siempre): El destino va estipulado en la carta, pero este muchas veces puede ser cambiado debido a que en el momento en que se este cargando el GLP puede que el destino al que estaba destinado no necesita en esos momentos el producto, o que hay otra ciudad que se encuentra cercana y que lo necesita con mayor urgencia por lo cual se pueden hacer modificaciones siempre que sean necesarias.
- Paso fronterizo (no siempre): El paso fronterizo va determinado en la carta, pero este puede variar dependiendo de la demanda que se requiera en el momento de la carga. Vale recalcar que si se opta por redestinar algún camión se espera que no sea a una ciudad muy lejana de la original, ni que el paso se encuentre muy alejado del original, esto para no encarecer el flete. Otras de las razones por la cual la carga puede cambiar de destino es porque la planta se encuentre en su plena capacidad, por lo cual se opta por cambiar el destino para que el camión no quede sin poder descargar y que cobre días de estadía. En ocasiones la empresa prefiere seguir el destino original (siempre cuando exista capacidad en la planta) y si se necesita en otra ciudad el producto se redistribuye con transportistas locales, ya que así el flete no se eleva tanto como con los extranjeros. En este caso debe haber capacidad en la planta, para que el camión extranjero pueda descargar y que el nacional vuelva a cargar el GLP y llevarlo al destino solicitado.

Además se envia por mail para reconfirmar además de lo anterior el paso fronterizo y el destino de la carga.

Los pedidos son mensuales debido se debe saber cuanto producto tendrá cada una de las plantas proveedoras, esto depende de la capacidad de producción que cada una tenga programada para el mes que se avecina. Esto sumado a los requerimientos internos de demanda interna que tengan contemplado para el mes. Por lo cual luego de ver la capacidad productiva de ellos para el mes y su demanda interna se procede a solicitar las toneladas respectivas, todo esto sobre la base de lo que ellos estén dispuestos a entregar.

9.2. Trámites hechos por el proveedor: Cuando le llega el fax, el proveedor comienza el proceso de facturación. La factura indica el tipo de mercadería, el precio unitario, la cantidad y la forma de pago.

El proveedor manda a su despachante aduanero a conseguir el certificado de origen a la Cámara de Comercio Argentina (este proceso es simultáneo con la facturación); tramites que demoran 1 a 2 días.

El proveedor a su vez también gestiona el permiso de exportación, los cuales de otorgan por 15 días, razón por la cual casi en caso de que las toneladas a entregar sean muchas solo pide por la mitad y posteriormente por la otra mitad. Por el otro lado si no son muchas las cantidades a retirar se pide por el total de estas. Este permiso es el que pone límite y controla la importación del GLP, ya que para otorgarlo primero Secretaria de Energía de Argentina se asegura que el mercado local no quedara desabastecido. Estos permisos son también los que

producen retrasos en la adquisición del producto, ya que hay veces que estos permisos no son entregados y sin este permiso la carga no puede ser cargada.

Cuando estos documentos están listos son entregados por el despachante aduanero tanto argentino como chileno.

9.3. <u>Trámites hechos por el transportista</u>: El transportista debe emitir el CRT (carta de porte), el cual también es necesario para que el despachante aduanero pueda pagar los impuestos. La carta de porte es un documento equivalente al conocimiento de embarque en el transporte caminero y ferroviario.

El CRT también sirve como una guía de despacho internacional, ya que es reconocida tanto por Argentina como por Chile.

Cada empresa de transporte emite una CRT el que es gestionado por cada aduanero de cada empresa de transporte que se comunica con el aduanero del proveedor, ya que para poder emitirla es necesario el número de factura (que fue antes emitida por la empresa proveedora).

En la CRT indica:

- Nº de factura.
- Precio del gas (esta dividido en tramos, ya que en Chile incluye el IVA).
- Precio del flete.
- Volumen transportado.

Este trámite se demora 3 días aproximadamente.

Además es importante señalar que existe un sello de seguridad con el cual se sellan las válvulas de los camiones al ser llenados, este tiene un numero que viene registrado en el

MIC[7], que es una especie de guía de despacho por camión y que se hace en el minuto que se carga completamente el camión. (Ver anexo 4).

9.4. <u>Tramites hechos por el despachante aduanero</u>: Existen 2 despachantes representantes para Lipigas (uno en el norte, otro en el sur), los que a su vez tienen despachantes en cada Aduana. Antiguamente el despachante aduanero podía recibir por fax la factura, el certificado de origen y el CRT para poder pagar los aranceles aduaneros, pero actualmente solo puede pagar estos aranceles si es que cuenta con los mencionados documentos en original. Razón por la cual para acelerar este proceso el proveedor mientras espera el permiso de la Secretaria de Energía de Argentina, envia con anticipación el certificado de origen y la factura para así evitar mayores retrasos. Por lo cual cuando se cuenta con los permisos correspondientes para la importación del gas, el despachante de aduana solo se debe conseguir con el transportista el CRT y proceder a realizar una estimación de las toneladas que alcanzaran a ser retiradas por el transportista en los días restantes al termino del permiso para que de esta forma no se cancelen derechos que no serán utilizados.

Lipigas envia la información al despachante con una estimación de las toneladas que podrán ser retiradas, este a su vez calcula cuanto es lo que se debe pagar por dichas toneladas y envia esta solicitud de pago a contabilidad. Para esto posee un horario de entrega de la cifra a pagar la cual es entre las 8:30-10:30, si no el monto es entregado al otro día, y esto produce un atraso de 1 días más. Luego de que el pago sea aprobado por contabilidad, el agente de aduana debe enviar el comprobante de pago a la Aduana respectiva junto con los documentos

[7] Manifiesto internacional de carga por carretera/ Declaración de transito aduanero.

originales. Este horario esta fijado por la empresa para poder mantener cierto orden con el pago de los derechos respectivos, se aceptan pagos de derechos fuera de horario pero solo cuando se dan casos en que es de suma importancia la recepción del producto, siempre que se cuente con la aprobación del gerente del área para proceder a tales efectos.

En este comprobante de pago debe quedar claro que fueron cancelados los siguientes valores:

- Valor Aduanero: Se denomina Valor Aduanero de las mercancías importadas a los gastos efectivos de transporte hasta su lugar de entrada al territorio nacional, los gastos de carga, descarga y manipulación ocasionados por dicho transporte, y el costo del seguro.
- Gravámenes Aduaneros.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado).
- Liquidación de Gravámenes - Giro Comprobante de Pago (ver anexo 5).

9.5. Paso de los camiones por la Aduana: Para que los camiones puedan pasar por la aduana tienen que estar físicamente los documentos originales, para que el transportista pueda pasar la aduana con los camiones respectivos. La cantidad de camiones que ingresen cargados con destino a Chile puede variar significativamente, ya que de un transportista puede venir desde 1 camión hasta 5 o 6 camiones aproximadamente con 20 a 23 toneladas cada uno, dependiendo específicamente de la capacidad del camión. Esta cantidad depende de la cantidad de camiones disponibles por parte del transportista (ya que gran parte de ellos trabajan también para las otras empresas de GLP en chile, como también para empresas de Argentina), como también depende de la cantidad de toneladas que están dispuestas a

entregar ese día en especifico la planta. En el caso que una planta no se encuentre en calidad de poder entregar el producto requerido y los camiones se encuentren disponibles se recure a otra de las plantas con las que se ha llegado a acuerdo de compra para poder proceder al retiro del producto. Esta es una de las razones por la cual para cada proveedor se reparten los diversos transportistas, y las empresas de transportes que poseen más unidades se designan en más de una planta para los retiros (plantas cercanas la una de la otra), para de esta forma poder hacer frente en estos momentos.

Lipigas recurre a dos métodos para poder contar con los documentos originales en el momento preciso; métodos que son detallados a continuación:

- Se envían los originales en el primer camión. Para esto tiene que haber una perfecta coordinación, ya que se generan problemas si es que no es el primer camión el que trae los originales, debido a que tendrían que esperarlo todos los demás. En este caso este camión debe esperar a que los respectivos derechos sean pagados para su pronta liberación.
- Se manda por correo express y llega directamente a la aduana; los cuales a su vez se los envían al agente de aduana o si no se envia directamente a este.

Se debe tener un estricto cuidado con el sello de seguridad, ya que si este esta roto el camión no puede pasar; esto debido a que este certifica que las toneladas mencionadas corresponden a la realidad.

Dentro de los derechos a ser cancelados se cuenta con los siguientes:

- Derecho ad-valorem.

Tributo que grava la importación de mercancías y que se fija en porcentaje sobre el valor aduanero de ellas.

- Derechos de Aduana.

Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o en la legislación nacional, a los cuales están sujetas las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él.

- Derecho Específico.

Tributo que grava la importación de mercancías en una cantidad fija de dinero por cada unidad de medida previamente establecida, que puede ser kilogramo, litro, docena, metro, etc. Sumado al conocimiento de cada uno de estos derechos es necesario saber en que parámetros se deben basar para la conversión de monedas y para el valor aduanero (Ver anexo 6).

9.6. Llegada del gas a la planta y contabilización: Los camiones llegan a la planta, descargan el gas y se contabiliza exactamente cuanto gas llegó. Para poder realizar esta contabilización el transportista debe entregar un documento en que aparece reflejado el paso por la romana en Argentina, sin carga y con carga. Luego de poseer este documento se procede a pesaje en Chile con carga y sin carga para poder corroborar la información.

Posteriormente esto es enviado a contabilidad que a su vez ajusta con los proveedores la cantidad exacta a facturar y manda a tesorería el número exacto de gas ingresado para que esta, a su vez, pueda pagar a los proveedores.

9.7. <u>Formas de importación</u>: Existen dos formas de importación: la de pago anticipado de derechos, antes descrita y la de régimen de almacén propio.

9.7.1. <u>Régimen de almacén particular.</u>

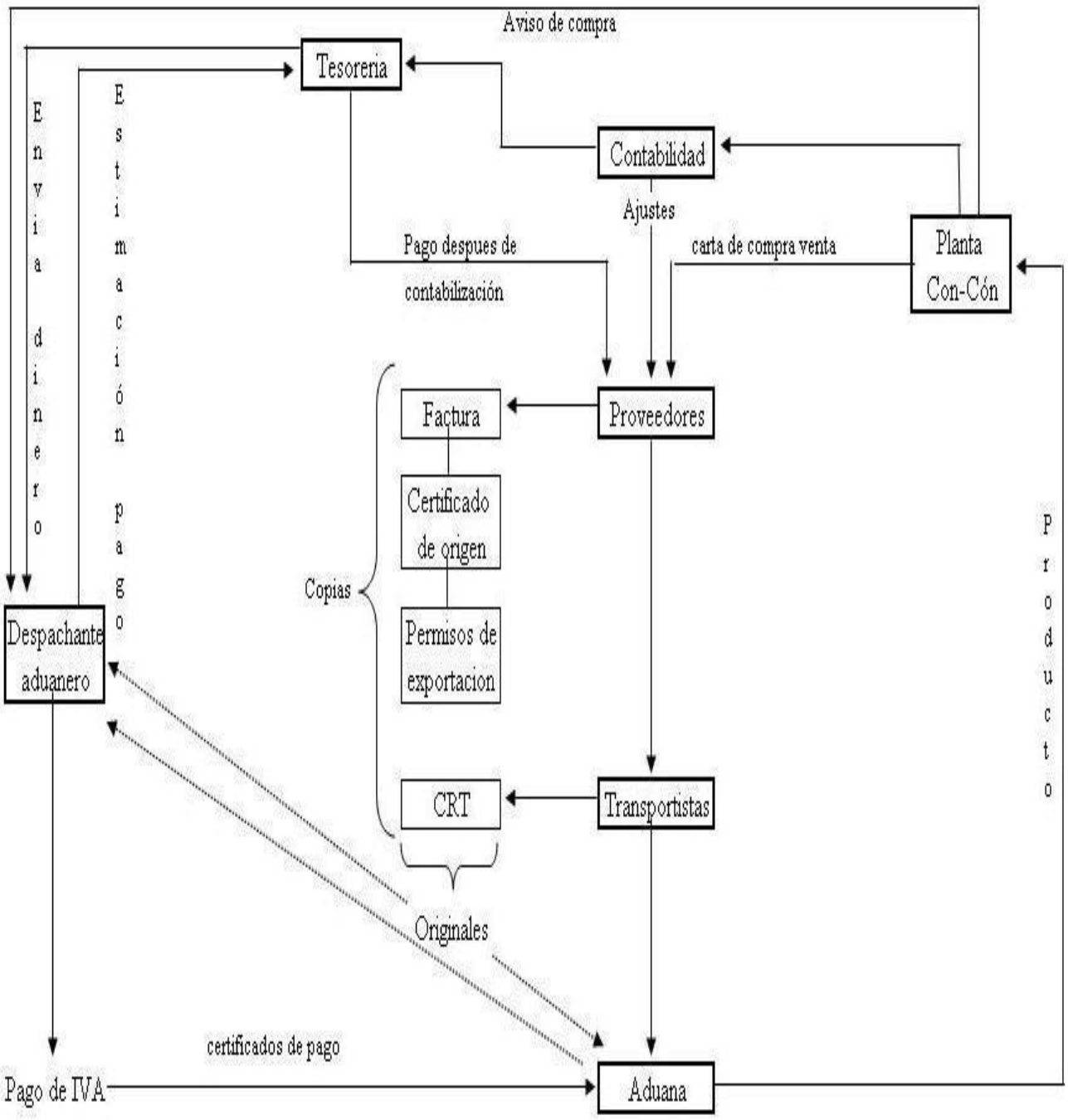
El Director Nacional podrá habilitar hasta por noventa días, determinados locales o recintos particulares para el depósito de mercancías, sin previo pago de los derechos e impuestos que causen en su importación. Este régimen suspensivo deberá ser solicitado antes del vencimiento del plazo normal de almacenamiento, y las mercancías retiradas de los recintos de depósito aduanero, antes del vencimiento de dicho plazo. El régimen será autorizado mediante la legalización de la declaración de ingreso. La habilitación de un almacén particular sólo se concederá para el depósito de mercancías que tengan un valor aduanero superior a los US $ 15.000, considerando el monto total de la operación de régimen suspensivo.

En el anexo 7 se podrán ver copias de cada uno de los documentos necesarios para poder llevar a cabo la importación del GLP.

Como se pudo apreciar en el presente capitulo son diversos los tramites, documentos y permisos con los cuales de debe contar para la importación del producto; tramites que se deben realizar a cabalidad todos los meses. Es necesario mencionar que es de suma importancia que exista una total coordinación entre cada uno de los empleados que se encuentran encargados de la importación y una comunicación fluida con los proveedores

Argentinos, ya que de no ser así se podrían presentar muchos problemas al momento de requerir el producto.

10. **Diagrama de flujo: compras de Gas Licuado de Petróleo a Argentina.**


Aviso de compra
Tesoreria
Contabilidad
Ajustes
Planta Con-Cón
Pago despues de contabilización
carta de compra venta
Envia dinero
Estimación pago
Factura
Proveedores
Certificado de origen
Copias
Permisos de exportacion
Despachante aduanero
Producto
CRT
Transportistas
Originales
certificados de pago
Pago de IVA
Aduana

En el presente diagrama se da a conocer todos los pasos necesarios para la importación del GLP.

Este comienza en la planta Con-Con, desde donde se envia una carta de compraventa a los proveedores; los que una vez recibida esta carta confeccionan la factura, gestionan el certificado de origen y el permiso de exportación. A su vez el proveedor informa sobre la importación del producto al transportista, para que este proceda a la confección del CRT.

Todos estos documentos se deben enviar en original a la Aduana respectiva, enviando copia de estos al Despachante Aduanero o en su defecto se envían todos los documentos en original al Despachante Aduanero y este se los hace llegar a la Aduana (esto se realiza según lo acordado con anterioridad entre ambas partes).

En el mismo momento en que desde la planta Con-Con se envia la carta de compraventa a los proveedores, se envia un aviso de compra al Despachante Aduanero, este a su vez estima el pago de derechos que será necesario pagar y envia esta información a tesorería. Esta estimación se realiza en base a en que periodo del mes se encuentre cuando la solicitud ser realizada. Esto debido a que muchas veces el permiso de exportación demora mucho en ser aprobado por lo cual solo se realiza por la cantidad de toneladas que se estima podrán ser retiradas en lo que resta del mes.

Tesorería debe revisar la solicitud de pago y en caso de estar de acuerdo envia el dinero al Despachante Aduanero para que este pueda realizar el pago de IVA correspondiente, enviando posteriormente el Certificado de Pago a la Aduana.

Para que los camiones puedan pasar por Aduana y puedan ser liberados la Aduana debe contar con la factura, certificado de origen, permiso de exportación, CRT y certificado de

pago; todos en original. Todos estos documentos los puede hacer llegar en su totalidad tanto el Despachante de Aduana, como también el Despachante junto con los proveedores y transportistas.

Luego de poseer todos estos documentos en original los camiones pueden ser liberados y el producto puede ser enviado a la planta Con-Con, junto con los documentos mencionados. Luego del arribo, en la planta se debe asegurar que la cantidad recibida esta de acuerdo a lo realmente solicitado. En caso que todo se encuentre en orden se procede a enviar esta información a contabilidad, los que a su vez envían la información a tesorería. Luego de realizar los ajustes necesarios, contabilizando la cantidad de producto recibido se procede al pago a los proveedores respectivos.

11. Conclusión.

Como se pudo apreciar en el presente informe el servicio realizado por Lipigas es de vital importancia para el país. Esto debido en gran parte a que Chile no es un país que se caracterice por la producción de este producto, por lo cual es importante la manera de abastecimiento.

El GLP es un producto de vital importancia, tanto para las personas en sus hogares, como para el funcionamiento de determinadas empresas y fabricas; razón por la cual adquiere mayor valor aun la labor realizada en este caso por la empresa Lipigas.

A través de la realización de mi práctica profesional pude aplicar diversos conocimientos relacionados con el área a la cual me destinaron, conocimientos adquiridos en gran parte durante mis estudios universitarios. Todo esto enfocándome más que nada en lo que a importación y distribución de GLP se refiere.

Durante los dos meses de ejecución de mi práctica, tuve que estar a cargo de realizar todos los contactos necesarios para la correcta importación del producto, mantener constante comunicación con los transportistas argentinos y chilenos para la realización de la carga y posterior distribución del producto. Luego de esto también tuve en variadas ocasiones que cambiar el destino original del GLP, debido a que en ese momento eran otras las plantas que necesitaban en producto con mayor urgencia.

Creo que el tema planteado en el desarrollo del informe dice mucha relación con la carrera en si, por lo cual espero poder haber podido explicar de la mejor manera posible cada uno de de sus puntos, sobre todo a lo que importación se refiere.

Bibliografía.

- Adimarx www.adimark.cl
- Aduana. www.aduana.cl
- ALADI. www.aladi.org
- CNE. www.cne.cl
- ENAP. www.enap.cl
- Glpchile www.glpchile.cl
- Lipigas www.lipigas.cl
- Praxis www.praxis.cl
- Procalidad www.procalidad.cl
- Prochile www.prochile.cl
- Proyecto Lipired www.empresa.org/doc/casos/Caso_Lipigas_FE.pdf
- Revista Capital. www.capital.cl/reportajes-y-entrevistas/el-reinado-del-cliente.html
- SEC www.sec.cl

ANEXOS

Anexo 1.

GOBIERNO DE CHILE

REGISTRO NACIONAL PUBLICO DE ORGANISMOS TECNICOS DE CAPACITACION

Datos del Curso

Nombre de la Sede	Fundación De Capacitación Sofofa
Nombre del Curso	Inducción A Empresas Lipigas
Código Sence	1237740562
Horas Teóricas	0
Horas Prácticas	0
Horas E-learning	8
Número de Participantes	1
Area	Administración
Especialidad	Administración De Personal (Liderazgo, Supervisión, Motivación, Coaching Trabajo En Equipo, Negocia
Objetivo del Curso	Identificar Aspectos Generales De La Organización, Su Misión, Valores, Productos Comercializados, Las Principales Políticas De La Empresa, Normas De Seguridad Y Aspectos Legales En General.-
Modalidad de Instrución	E-Learning Asincrona

Estructura de Costos

Personal de Instrucción	15.000
Materiales de Consumo	1.200
Material Didáctico	1.920
Utilización de Local	0
Utilización de Equipos	15.000
Mov. Viatico y traslado	0
Gastos Generales	5.000
Utilidad	17.154
Valor Total Curso	55.274
Valor Efectivo Participante	55.274
Valor Imputable Participante	32.000
Ultima Actualización	13/07/2005

Anexo 2.

- Gas Envasado.

Gas licuado envasado en cilindros, los cuales pueden ser utilizados en cualquier artefacto que funcione a gas licuado.

El producto se encuentra disponible en 4 formatos: 5, 11, 15 y 45 kilos con gas clásico y catalítico.

El gas Catalítico posee un aditivo especial "VapoKleen" que purifica la combustión del gas y aumenta la vida útil de la estufa catalítica.

La empresa cuenta con un equipo técnico autorizado que realiza la instalación completa de cilindros de 45 kgs. para abastecer el consumo de cualquier vivienda.

También poseen gas envasado en cilindros especiales para uso en grúas horquilla y en vehículos cuyos motores bencineros han sido transformados a gas licuado petróleo.

- Gas Granel.

Suministro de gas a través de un estanque que almacena una cantidad determinada de gas licuado y es llenado permanentemente por un camión granelero.

Un estanque puede ser utilizado en domicilios particulares, comerciales, industrias y en general para medianos y grandes consumos. Esta alternativa ofrece una ventaja inigualable en precio, desempeño y comodidad.

Existen 3 formatos de estanques: Estanques verticales, de 190 kilos y Estanques horizontales, que pueden ser aéreos o subterráneos, cuyas capacidades son 500, 1.000 y 2.000 kilos.

Los estanques verticales son utilizados para abastecer el suministro completo de una vivienda.

Los estanques horizontales, pueden ser utilizados para abastecer el consumo de una vivienda o de un grupo, ya sea de casas (condominios) o departamentos. El consumo de un condominio o departamentos se controla a través de medidores ubicados en cada vivienda.

- Medidores.

Al tener estanque propio no hay riesgo de bajas de presión, producto de algún aumento de consumo.

A su vez evita daños producto del arrastre o traslado de cilindros por su patio y manipulaciones en las conexiones, ya que el estanque es instalado en forma permanente en su propiedad.

El estanque cuenta con un Medidor de Contenido que le permite saber el porcentaje de gas que ha utilizado y cuanto le queda disponible, además de indicarle cuando debe realizar su pedido (20%)

La instalación es realizada de acuerdo a la normativa vigente por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

Anexo 3.

Ventajas del GLP con relación a:

1. Petróleo.

- Más limpio y de mejor calidad, disminuye la corrosión, elimina derrames y malos olores. Sin restricción Ambiental
- Mayor eficiencia en la producción. Poder calorífico constante.
- Economía en la mantención de equipos debido a la ausencia de inquemados y la facilidad de ajuste en la combustión.
- Uniformidad en el poder calorífico ya que no requiere ajuste periódico de quemadores.

  Calidad estable y menor pérdida al poder realizar una regulación más fina de la T°.

2. Electricidad.

- Ahorro en el precio del combustible (20% menos).
- Suministro continuo.
- Calentamiento más rápido para llegar a la temperatura deseada.
- Mayor capacidad calorífica.
- Mayor seguridad.

3. Leña.

- Comodidad en el suministro, facilidad en la compra y el pago, siempre disponible, Se evitan pérdidas por robo y no requiere mano de obra para alimentar horno.
- Más limpio y libre de olores. Sin restricciones ambientales.

- Mejores condiciones sanitarias de almacenamiento de energía.
- Economía en la mantención de equipos, no requiere reparaciones al fogón y ductos de evacuación.
- Calidad del producto es pareja al tener un control más preciso de la T° y no depender del operador.
- Mayor poder calorífico, debido a que no contiene humedad. Los altos contenidos de humedad de la leña durante los inviernos hacen disminuir fuertemente su poder calorífico, cuando más se necesita de mayor energía.

Anexo 4.

MIC (Manifiesto internacional de carga por carretera). A ser provisto por la empresa de transporte internacional

Distribución ejemplar.

- Original: Administración de aduanas (control y transito)
- 1a. copia: Administración de aduanas (Visaciones)
- 2a. Copia: Almacenista empresa
- 3a. Copia: Transportista.

El formulario debe imprimirse en papel blanco con tinta negra. Las inscripciones se harán en ambos idiomas. La inscripción en el idioma del país de origen tendrá un tamaño que será el triple del correspondiente al otro idioma, que se inscribirá en un color más tenue. El ejemplar original y sus copias deberán confeccionarse en papel blanco. Alternativamente, el formulario podrá confeccionarse en papel emulsionado químicamente. El tamaño del formulario será de 210 mm. por 297 mm. Se aceptarán variaciones de hasta 6 mm. en el ancho y 36 mm. en el alto. El formulario no deberá llevar logotipos empresariales. Cada ejemplar deberá señalar, en forma impresa al pie del formulario, el ejemplar y el destino del mismo.

Anexo 5.

- Valor Aduanero.

En las ventas en que no se dan condiciones de independencia, es el precio que se considera podrían alcanzar las mercancías en el momento en que los derechos de Aduana son exigibles y en una compraventa efectuada en condiciones de mercado libre entre un comprador y un vendedor independiente entre sí. En las ventas que se realizan en condiciones de mercado libre se determina a partir del precio de transacción, esto es, el precio realmente pagado o por pagar por las mercancías cuando éstas se venden para su ingreso al país.

- Gravámenes Aduaneros.

Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o legislación nacional, a los cuales están sujetas las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él.

- IVA (Impuesto al Valor Agregado).

Tributo que, en la importación de mercancías se fija, calcula y percibe en porcentaje sobre el valor aduanero de ellas más los derechos de Aduana.

- Liquidación de Gravámenes - Giro Comprobante de Pago.

Distribución ejemplar:

Original: Servicio de tesorerías.

1ª copia: Dirección nacional de aduanas (informática).

2ª copia: Servicio nacional de aduanas (Administración).

3ª copia: Interesado (Retiro de mercancías – Almacenista).

4ª copia: Despachador.

5ª copia: Interesado.

El formulario original y sus copias deben ser confeccionados en papel emulsionado.Debe respetarse el tipo de letra, espacio y márgenes que se señalan en el modelo. No obstante lo anterior, se aceptarán variaciones tolerables en la impresión de los formularios procesados computacionalmente.

Anexo 6.

- Derecho Ad-Valorem.

Tributo que grava la importación de mercancías y que se fija en porcentaje sobre el valor aduanero de ellas.

- Derechos de Aduana.

Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o en la legislación nacional, a los cuales están sujetas las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él.

- Derecho Específico.

Tributo que grava la importación de mercancías en una cantidad fija de dinero por cada unidad de medida previamente establecida, que puede ser kilogramo, litro, docena, metro, etc. Sumado al conocimiento de cada uno de estos derechos es necesario saber en que parámetros se deben basar para la conversión de monedas y para el valor aduanero.

Anexo 7.

Documentos necesarios para el proceso de importación de GLP a Chile.

Carta de compraventa.

EMPRESAS LIPIGAS S.A.

Concon, CHILE, 27 de Octubre de 2006.

A : CAPEX / VENDEDOR
Sr. Claudio Stauber
Sr. Hugo Cabral

Fax Nr. : 54-11-47966077

De : EMPRESAS LIPIGAS S.A. / COMPRADOR
Sr. Ramiro Pradenas.

Referencia : Venta Noviembre 2006, vuestro correo de fecha 26 de Octubre de 2006.

Nos dirigimos a ustedes con el objeto de informarles que estamos de acuerdo con vuestra oferta de compra/venta de GLP para el mes de Noviembre 2006:

1.- Producto : Propano Comercial Odorizado.

2.- Cantidad : Propano 540 Tm.

3.- Plazo de entrega: Mes de Noviembre 2006

4.- Punto de entrega: El Gas Licuado será entregado por el VENDEDOR al COMPRADOR en condición FOB en Planta Agua del Cajón, Provincia del Neuquén, República Argentina.

5.- Precio : 469,56 US$/Tn.

6.- Plazo de Pago: Dentro de los primeros 15 días del mes posterior a la entrega.

Sin otro particular, nos despedimos a Uds. atentamente,

RAMIRO PRADENAS E.
Gerencia de Abastecimiento y Logística
EMPRESAS LIPIGAS S.A.
Fono 56-32-656665
Fax 56-32-656669

Mail de confirmación de compraventa.

-----Mensaje original-----

De: Patricio Carvajal
Enviado el: Viernes, 27 de Octubre de 2006 16:29
Para: Marcelo Juarez (E-mail); Claudio Stauber (E-mail)
CC: Arturo Zavala; Augusto Araos; Carlos Sanchez; Javiera Krebs; Ramiro Pradenas
Asunto: RE: Compraventa GLP Empresas Lipigas - Capex / Noviembre 2006

Estimado Marcelo:
Adjunto detalle de la compra correspondiente noviembre 2006, por producto, volumen, destino asignado y precios acordados.

C3 **540Tm**; 220Tm a Coyhaique por paso Balmaceda, 320Tm a Osorno por paso Puyehue.

Precio acordado 469,56 us$/Tm.

Atte.,
Patricio Carvajal F.
Fono: 56 032 656504
Móvil: 56 096437766
Fax: 56 032 656630
Correo: pcarvajal@lipigas.cl

Factura.

28-09-06 15:08 0299 4491800 43777 C.T.FILO MORADO -> PAG. 01

YPF

E

FACTURA COMERCIAL 0460-00000762

Planta de GLP Filo Morado Código N°19 ORIGINAL HOJA 1 DE 1

Calidad Certificada

YPF S. A.
Av. Pte. Roque Saenz Peña 777
Buenos Aires (1364)

FECHA 28/09/06 F.VTO: 15/11/06
HORA 14:54:29
CUIT 30-54658697-9
IIB CM 901-6150251
FECHA INICIO ACTIVIDADES 12/11/02

IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

SRES: EMPRESAS LIPIGAS S.A. VENTAS EXTERIOR CUIT 55000000034 N° CUENTA 12880210
DOMICILIO LAS URBINAS 53-P13-PROVIDENCIA IIBB N° IVA EX
SANTIAGO DE CHILE CHILE CTA. DEUDORA 0112880081
MAIPU - CHILE 39081 CHILE

FCA FRANCO TRANS
OPER 2 09
P PAGO MES Y 46 DIAS O.P. 0088866131
O.C
TRANSPORTISTA FORMA DE ENVIO
DOMICILIO CUIT
CONDUCTOR

PAT PAT 1 PAT 2 CAPACIDAD
PRECINTOS DESDE
PRECINTOS HASTA PESO(Kg) 0,00

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UM	RIESGO ONU	VALOR UNITARIO	IMPORTE
408000	MEZCLA PROPANO-BUTANO	2.100,000	TM	231075	535,840000	1.125.264,00

NRO.RIESGO/ONU 231075 GASES LICUADOS DE PETROLEO
Bco/Suc: Nro.Cta:

Recibí conforme los productos y/o servicios detallados en el presente documento y original del mismo
FECHA
HORA Firma
DOCUMENTO Aclaración
Es responsabilidad del transportista ingresar a la terminal con las cisternas aptas y vacías

IMPORTE NETO	U$S	1.125.264,00
FINANCIACION	0,00	0,00
SUBT. NETO + FINANC		1.125.264,00
IVA INSCRIPTO	0,00	0,00
IVA NO INSCRIPTO	0,00	0,00
IVA PERCEPCION	0,00	0,00
IMPORTE ING. BRUTOS		0,00
IMP. FONDO GAS		0,00
T.HI DE.1381/01		0,00
TOTAL	U$S	1.125.264,00

SON DOLARES UN MILLON CIENTO VEINTICINCO MIL DOSCIENTOS SESENTA Y CUATRO

OBSERVACIONES FACTURA DE REMITO N° 046000003910

COTIZACION 3,10200

Producido el vencimiento la mora será automática, aplicándose una tasa de interés del % mensual por el término de la misma
Precios sujetos a modificación sin previo aviso. Los productos se entregan de acuerdo a las existencias en planta. Facturándose al precio que rija al día de la provisión.

PAGOS: Los cheques o giros deben extenderse a nombre de "YPF S.A. no a la orden". Los pagos en efectivo se depositarán en el banco definido por la Terminal de Despacho

305466899791904608

Certificado de origen.

CERTIFICADO DE ORIGEN

ACUERDO DE COMPLEMENTACION ECONOMICA CELEBRADO ENTRE LOS GOBIERNOS DE LOS ESTADOS PARTES DEL MERCOSUR Y EL GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE CHILE

1. Productor Final o Exportador: (Nombre, dirección, país) YPF S.A. Avda. Roque Saenz Peña 777 - Capital Federal - Argentina	Identificación del Certificado (Número) **07446** Delegación: Neuquén Pcia. Neuquén
2. Importador (Nombre, dirección, país) EMPRESAS LIPIGAS S.A. Las Urbinas 53 Piso 13 - Santiago - Chile	Nombre de la Entidad Emisora del Certificado **CAMARA ARGENTINA DE COMERCIO** **Av. Leandro N. Alem 36 (C1003AAN) Buenos Aires - Argentina**
3. Consignatario (Nombre, país) EMPRESAS LIPIGAS S.A. Las Urbinas 53 Piso 13 - Santiago - Chile	
4. Puerto o Lugar de Embarque Previsto FILO MORADO NEUQUEN - ARGENTINA	5. País de Destino de las Mercaderías CHILE
6. Medio de Transporte Previsto CAMION	7. Factura Comercial Número: 0460-00000762 Fecha: 28/09/2006

8. Nº de Orden (A)	9. Códigos NALADISA	10. Denominación de las mercaderías (B)	11. Peso Líquido o Cantidad	12. Valor FOB en Dólares (US$)
1	2711.19.90	2.100,00 Toneladas DE GAS LICUADO MEZCLA PROPANO / BUTANO	2.100.000,00	1.125.264,00

Nº de Orden	13. Normas de Origen (C)
1	A.C.E. Nº 35 MERCOSUR / CHILE, ANEXO 13, ART. 3 - NUMERAL 1

14. Observaciones

CERTIFICACION DE ORIGEN

15. Declaración del Productor Final o del Exportador:
- Declaramos que las mercaderías mencionadas en el presente formulario fueron producidas en NEUQUEN y están de acuerdo con las condiciones de origen establecidas en el Acuerdo ACE Nº 35 MERCOSUR/CHILE

Fecha: 29/09/2006

YPF S.A.

Sello y Firma

16. Certificación de la Entidad Habilitada:
- Certificamos la veracidad de la declaración que antecede de acuerdo con la legislación vigente.

Cecilia Obdulia Ochoa de Muñoz

29 SET 2006

Delegación: Cámara Argentina de Comercio

Sello y Firma

Ver al dorso

CRT.

Carta de Porte Internacional por Carretera
Conhecimiento de Transporte Internacional por Rodovia

CRT

El transporte realizado bajo esta Carta de Porte Internacional está sujeto a las disposiciones del Convenio sobre el Contrato de Transporte y la Responsabilidad Civil del Porteador en el Transporte Terrestre Internacional de Mercaderías, las cuales anulan toda estipulación que se aparte de ellas en perjuicio del remitente o del consignatario.
O transporte realizado ao amparo deste Conhecimento de Transporte Internacional está sujeito as disposições do Convenio sobre o Contrato de Transporte e a Responsabilidade Civil do Transportador no Transporte Terrestre Internacional de Mercadorias, as quais anulam toda estipulação contrária em prejuízo do remitente ou do consignatário.

1 Nombre y domicilio del remitente / *Nome e endereço do remetente*
YPF S.A.
Roque Saenz Peña 777 - Cap. Fed.
Buenos Aires / Argentina

2 Número / *Número* **011/2006-TR**

3 Nombre y domicilio del porteador / *Nome e endereço do transportador*
EDUARDO OSVALDO RODRIGUEZ S.R.L.
LONDRES 4786
NEUQUEN - ARGENTINA

4 Nombre y domicilio del destinatario / *Nome e endereço do destinatário*
EMPRESAS LIPIGAS S.A.
LAS URBINAS 53 PISO 13
PROVIDENCIA / SANTIAGO / CHILE

5 Lugar y país de emisión / *Localidade e país de emissão*
NEUQUEN / ARGENTINA

6 Nombre y domicilio del consignatario / *Nome e endereço do consignatário*
EMPRESAS LIPIGAS S.A.
PROVIDENCIA / SANTIAGO / CHILE

7 Lugar, país y fecha en que el porteador se hace cargo de las mercaderías / *Localidade, país e data em que o transportador se responsabiliza pela mercadoria*
FILO MORADO
NEUQUEN / ARGENTINA

8 Lugar, país y plazo de entrega / *Localidade, país e prazo de entrega*
MAIPU / CHILE

9 Notificar a / *Notificar a*
EMPRESAS LIPIGAS S.A.

10 Porteadores sucesivos / *Transportadores sucessivos*

11 Cantidad y clase de bultos, marcas y números, tipo de mercaderías, contenedores y accesorios / *Quantidade e categoria de volumes, marcas e números, tipo de mercadorias, contêineres e peças*
400,00 *Toneladas metricas de gas licuado mezcla Propano-Butano*

En total *400,00* toneladas metricas de gas licuado de petroleo a granel
Limpio a bordo
Mercaderia de origen y procedencia argentina

12 Peso bruto en Kg / *Peso bruto em Kg*
400.000,00

13 Volumen en m.cu. / *Volume em m.cu.*

14 Valor / *Valor*
183.356,00
Moneda / *Moeda* **u$s**

15 Gastos a pagar / *Gastos a pagar*	Monto remitente / *Valor remetente*	Moneda / *Moeda*	Monto destinatario / *Valor destinatário*	Moneda / *Moeda*
Flete / *Frete*				
TOTAL			28.688,00	u$s

16 Declaración del valor de la mercancía / *Declaração do valor das mercadorias*
U$S 183.356,00

17 Documentos anexos / *Documentos anexos*
FACTURA Nº 0480-00000784 (28/11/2006)

18 Instrucciones sobre formalidades de aduana / *Instruções sobre formalidades de alfândega*

FILO MORADO - PINO HACHADO	24.671,68
PINO HACHADO - MAIPU	4.016,32
TOTAL	28.688,00

19 Monto del Flete externo / *Valor do frete externo*

20 Monto de reembolso contra entrega / *Valor do reembolso contra entrega*

21 Nombre y firma del remitente o su representante / *Nome e assinatura do remetente ou seu representante*
29 NOV 2006 p/ YPF S.A.
Fecha / *Data*

Las mercaderías consignadas en esta Carta de Porte fueron recibidas por el porteador aparentemente en buen estado, bajo las condiciones generales que figuran al dorso.
As mercadorias consignadas nesse Conhecimento de Transporte foram recebidas pelo transportador aparentemente em bom estado, sob as condições gerais que figuram no verso.
23 Nombre, firma y sello del porteador o su representante.

22 Declaraciones y observaciones / *Declarações e observações*
EL SEGURO GENERAL DE LA CARGA Y LA RESPONSABILIDAD CIVIL DE LA MISMA, CORRE POR CUENTA Y RIESGO DEL IMPORTADOR

24 Nombre, firma del destinatario o su representante.

MIC.

MIC/DTA

Manifiesto Internacional de Carga por Carretera / Declaración de Tránsito Aduanero
Manifiesto Internacional de Carga Rodoviária / Declaração de Trânsito Aduaneiro

1 Nombre y domicilio del porteador / *Nome e endereço do transportador*

ATUEL S.A.
EMILIO CIVIT 727 MENDOZA - ARGENTINA.
FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A..
POLIZA Nº 4040342-0 VTO. 23/02/2004
PERMISO Nº 1476 C 968
PERMISO COMPL. 192/94

3 Tránsito aduanero / *Trânsito aduaneiro*
[ ] Sí / *Sim* [ ] No / *Não*

4 Nº
ECO1 14674 P
C112

5 Hoja / *Folha*
1/1

6 Fecha de emisión / *Data de emissão*
15/11/2003

7 Aduana, ciudad y país de partida / *Alfândega, cidade e país de partida*
MENDOZA - ARGENTINA

2 Rol del Contribuyente / *Cadastro geral de contribuintes*
30-70813016-4

8 Ciudad y país de destino final / *Cidade e país de destino final*
SANTIAGO-CHILE

9 CAMIÓN ORIGINAL: Nombre y Domicilio del propietario / *CAMINHAO ORIGINAL: Nome e endereço do proprietário*

TRANSPORTES MARCELO CONT SRL
Mariano Moreno y Candelaria
CIPOLLETTI-RIO NEGRO-ARGENTINA

16 CAMIÓN SUBSTITUTO: Nombre y Domicilio del propietario / *CAMINHAO SUBSTITUTO: Nome e endereço do proprietário*

10 Rol del contribuyente / *Cadastro geral de contribuintes*
30-63908613-1

11 Placa del camión / *Placa do caminhão*
CIY-545

17 Rol del contribuyente / *Cadastro geral de contribuintes*

18 Placa del camión / *Placa do caminhão*

12 Marca y número / *Marca e número*
SCANIA

13 Capacidad de arrastre (t.) / *Capacidade de tração (t.)*
45

19 Marca y número / *Marca e número*

20 Capacidad de arrastre (t.) / *Capacidade de tração (t.)*

14 Año / *Ano*
2000

15 [XX] Semirremolque / *Semi-reboque* [ ] Remolque / *Reboque*
Placa: EAO-781

21 Año / *Ano*

22 [ ] Semirremolque / *Semi-reboque* [ ] Remolque / *Reboque*
Placa: -

23 Nº carta de porte / *Nº do conhecimento*
153-AR-2003

24 Aduana de destino / *Alfândega de destino*
LIBERTADORES

33 Remitente / *Remetente*
Y.P.F. S.A.

25 Moneda / *Moeda*
U$S

26 Origen de las mercancías / *Origem das mercadorias*
FILO MORADO - ARGENTINA

34 Destinatario / *Destinatário*
CODIGAS S.A.C.e.I.

27 Valor FOT / *Valor FOT*
5891,90

28 Flete en U$S / *Frete em U$S*
1336,68

29 Seguro en U$S / *Seguro em U$S*
500.-

35 Consignatorio / *Consignatário*
CODIGAS S.A.C.e.I.

30 Tipo de bultos / *Tipo dos volumes*
ESTANQUE

31 Cantidad de bultos / *Quantidade de volumes*
GRANEL

32 Peso bruto (kg.) / *Peso bruto (kg.)*
23170

36 Documentos anexos / *Documentos anexos*
CHOFER:SEPULVEDA, LUIS
C.I. 93.254.130

AFIP D.G.A.
PUNTA DE VACAS
18 NOV 2003
SALIDA

37 Número de los Precintos / *Número dos lacres*

38 Marcas y números de los bultos, descripción de las mercancías / *Marcas e números dos volumes, descrição das mercadorias*

GAS LICUADO MEZCLA PROPANO BUTANO COMERCIAL
CALIDAD FILO MORADO

Declaramos que las informaciones prestadas en este documento son expresión de verdad, que los datos referentes a las mercancías fueron transcriptos exactamente conforme a la declaración del remitente, los cuales son de su exclusiva responsabilidad, y que esta operación obedece a lo dispuesto en el Convenio sobre Transporte Internacional Terrestre de los Países del Cono Sur.

Declaramos que as informações prestadas neste Documento são a expressão da verdade, que os dados referentes às mercadorias foram transcritos exatamente conforme a declaração do remetente, os quais são de sua exclusiva responsabilidade, e que esta operação obedece ao disposto no Convênio sobre Transporte Internacional Terrestre dos Países do Cone Sul.

40 Nº DTA, ruta y plazo de transporte / *Nº DTA, rota e prazo de transporte*
112076

RUTAS: MENDOZA/USPALLATA
PUNTA DE VACAS/LIBERTADORES
LOS ANDES/SANTIAGO
REG. VTO.
PLAZO: 24HS.

39 Firma y sello del porteador / *Assinatura e carimbo do transportador*

WALTER BRIZUELA
Agente Transporte Aduanero
CUIT 20-14267103-5

Fecha / *Data*

41 Firma y sello de la Aduana de Partida / *Assinatura e carimbo da Alfândega de Partida*

NO CONSTITUYE VENTA
EXISTENCIA DE GAS
PROPIEDAD DE CODIGAS

Fecha / *Data*

Remito.

DOCUMENTO NC VALIDO COMO FACTURA

TGS

RANSPORTADORA DE GAS DEL SUR S.A.
LMACENAJE PUERTO GALVAN
VDA. 18 DE JULIO S/N - TEL: (0291) 4570214
C.58 - 8000 BAHIA BLANCA

R
Código 91

0043-00046367
REMITO
20/12/2006
C.U.I.T. Nro 30-65786206-8
INGRESOS BRUTOS C.M.: 901-987122-0
INICIO ACTIVIDADES: 28-12-92

V.A. RESPONSABLE INSCRIPTO

DESTINATARIO	LIPIGAS
DOMICILIO	Las Urbinas 53, Piso 13 Oficina 131
C.U.I.T. Nro	96009285102 COND. I.V.A. Responsable Inscripto
LUGAR DESCARGA	CON CON

ITEM	ARTICULO	DESCRIPCION	U.M	CANTIDAD
0001	C3	G.L.P. (Propano)	Kgs	21910
		Se entregó cartilla para casos de emergencia y Certificado de Calidad Nº 1-0375		
		POR CUENTA Y ORDEN DE PAN AMERICAN ENERGY PRODUCTO ODORIZADO		
		TOTAL	Kgs	21910

OBSERVACIONES.

CONTENEDOR							
TANQUE:	BVA 730	HORA ENT.:	08:47	PESADA TARA Nro.:	98637	kGS.	22530
PATENTE:	EKR 703	HORA SAL.:	10:05	PESADA BRUTO Nro.:	98650	kGS.	44440
PRECINTO :	154313/54314	O/CARGA:	FAX				

TRANSPORTISTA		
	NOMBRE O RAZON SOCIAL	TORTORIELLO P & Cia S.R.L.
	DOMICILIO COMERCIAL	RUTA 22 - Km 1215
	C.U.I.T. Nro	30697887101
	NOMBRE CONDUCTOR	ESPARZA RAFAEL ALEJANDR CHAPA CAMION FRX 053

CONFORME EMISOR	CONFORME TRANSPORTISTA	CONFORME RECEPTOR
Goicochea Nestor	ESPARZA RAFAEL ALEJANDRO	
FIRMA / ACLARACION	FIRMA / ACLARACION	FIRMA / ACLARACION

AUTOIMPRESO POR TGS S.A. - C.U.I.T.: 30-65786206-8

Original

BOBIS

Remito.

ORIGINAL

YPF

R

REMITO

0028-00031768

Código Nº91

HOJA: 1 DE 1

DOCUMENTO NO VÁLIDO COMO FACTURA

FECHA 18/12/06

HORA 12:17:04

YPF S. A.

Calidad Certificada

Av. Pte. Roque Saenz Peña 777

Buenos Aires (1364)

IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

Fecha inicio actividades

F.ENTREGA

SRES. EMPRESAS LIPIGAS S.A. VENTAS EXTERIOR CUIT 96928510K N° CUENTA 12880210

DOMICILIO LAS URBINAS 53-P13-PROVIDENCIA 000 IBB N°

SANTIAGO DE CHILE 0056 CHILE

ENTREGA

FCA FRANCO TRANS

OPER 1 42

O.P. 0088872257

O.C.

TRANSPORTISTA ATUEL S.A. 02710

DOMICILIO R. ORTEGA 485 CDAD. MENDOZA CUIT 30708130164

CONDUCTOR ALMAGRO, FRANCISCO MIGUEL DOC 12196760

PAT DHO159 PAT1 DEF822 PAT2

PRECINTOS DESDE 16580443

PRECINTOS HASTA 16580444

CAPACIDAD 30,0 TN

PESO(Kg) 23.310,00

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD FACTURADA	UM	RIESGO ONU
402500	BUTANO COMERCIAL	23,310	TM	231075

VOL: 23,310 DENS: 0,5864000 TEMP: 10,00 CERT.AN: 296

1305

NRO.RIESGO/ONU 231075 GASES LICUADOS DE PETROLEO

Recibí conforme los productos y/o servicios detallados en el presente documento y original del mismo

FECHA

HORA

Firma

DOCUMENTO

Aclaración

Es responsabilidad del transportista ingresar a la Terminal con las cisternas aptas y vacías

OBSERVACIONES Tk.:8292

Precios sujetos a modificación sin previo aviso. Los productos se entregan de acuerdo a las existencias en planta. Facturándose al precio que rija el día de la provisión.

PAGOS: Los cheques o giros deben extenderse a nombre de "YPF S.A., no a la orden". Los pagos en efectivo sólo se depositarán en el banco definido por la Terminal de Despacho

IMPRENTA YPF S.A.

FX14678928

12196760

ES COPIA