

# Grúas y Transportes

Sitio de WordPress.com

## Tarifas de flete marítimo altas y calidad de servicio baja

Uncategorized

04/09/2021

Deja un comentario

### Tarifas de flete marítimo altas y calidad de servicio baja

Las tarifas de flete marítimo más altas de la historia, la calidad de servicio más baja de la historia: una perspectiva del cliente – by @LloydsLoading

Escrito en inglés por Yvonne Mulder

miércoles, 21 julio 2021

Traducido por Gustavo Zamora (<https://ar.linkedin.com/in/gustavozamora>)\*, Buenos Aires (Argentina) para [gruasytransportes](#).

Un gerente de compras de una importante empresa industrial destaca algunas de las dificultades que enfrentan los transportistas marítimos en los extraordinarios mercados globales de carga actuales.

Las tarifas de flete marítimo más altas de la historia, y la calidad de servicio más baja de la historia. Intente explicarle eso a su jefe, dice el gerente de compras de una importante empresa industrial y cliente de la industria naviera de envío de contenedores.

Sebastian Wagner, comprador de categoría regional para adquisiciones de EMEA en el fabricante de plásticos especializado Ineos Styrolution, dijo que es muy difícil tener que decirle a sus superiores que a pesar de que las tarifas de transporte marítimo se disparan, la calidad del servicio solo está empeorando, haciéndose eco de otros comentarios anecdóticos. de clientes del transporte marítimo de contenedores.

“Hubo muchas preguntas en mi empresa de personas que no se ocupan de los envíos marítimos a diario. La gerencia diría que era una locura: pagar mucho dinero y el nivel de confiabilidad estaba disminuyendo “, dijo Wagner en un seminario web esta semana sobre “Cómo han cambiado las compras marítimas “ en los extraordinarios mercados globales de carga según lo experimentado desde el año pasado.

#### Problemas de alto perfil

Sin embargo, ayudó que los problemas con el transporte marítimo se volvieran más prominentes en las noticias principales, y la imagen del Ever Given bloqueando el Canal de Suez durante seis días en marzo demostró el tipo de incidentes imprevistos que nunca podrían planificarse.

“La economía está en auge, todos los comercios están en auge y eso ayudó a justificar las tarifas y ayudó a la gerencia a comprender la situación”, señaló. “Fue lo mismo para todas las demás empresas”.

Wagner, quien trabajó para una compañía naviera durante 11 años antes de unirse a Styrolution, dijo en el seminario web de Xeneta que aunque las tarifas máximas son un problema importante, eran los “niveles de confiabilidad más bajos posibles” los que eran de algún modo más difíciles.

### Falta de transparencia

“El gran problema es que falta un nivel real de transparencia”, resaltó. “Usted esperaría un mayor nivel de transparencia a medida que disminuye la confiabilidad, pero eso no estaba sucediendo y eso debe mejorar. Esperamos que las empresas navieras nos apoyen más”.

Añadió: “Mi gerencia no está tan contenta de que hayamos enfrentado aumentos de tarifas; pero el mercado, finalmente, es el mercado. Solo teníamos que aceptar que el mercado está en crecimiento y sacar lo mejor de ese mercado”.

Cuando los efectos del Covid-19 empezaron a afectar el comercio mundial, Styrolution tenía experiencias bastante diferentes en los distintos mercados a los que sirve. Proporciona una variedad de plásticos especializados que tienen una amplia gama de aplicaciones en el mercado de la salud y del diagnóstico, se utilizan en la industria automotriz (desde espejos retrovisores a paneles de instrumentos), en la construcción (desde baños a patios), en el mercado del ocio (desde tablas de snowboard a juguetes para niños) y en la electrónica (desde ordenadores hasta instalaciones eléctricas).

“Durante el Covid, hemos visto cambios en los volúmenes”, señaló. “Había un mercado en auge en el cuidado de la salud ya que producimos granulados para la producción de protectores faciales. El sector del embalaje también estaba creciendo rápidamente, pero también hemos visto disminuir el sector automotriz”.

Su equipo tuvo que procurar espacio en los barcos para los productos terminados, así como para materias primas importadas. “De alguna manera las materias primas son más importantes ya que cuando no llegan, las líneas de producción se detienen”, resaltó.

Pero en general, incluso cuando otros mercados aumentaron a mediados de 2020, no fue hasta noviembre que la compañía vio un aumento significativo en su negocio, junto con desafíos aún mayores en el lado del transporte marítimo. “Ahora estamos en un mundo muy nuevo del transporte marítimo”, señaló. “Han habido picos antes, pero nunca un pico tan duradero. Esto trae muchos desafíos”.

### Desafío de los blank sailings -viajes cancelados-

**Wagner no estaba contento de que una alianza sacara un barco de 10.000 TEUs del tráfico transatlántico “cuando este se estaba volviendo loco” y lo trasladara al Mediterráneo. “Los niveles de demanda han estado aumentando, pero seguían habiendo void sailings / blank sailings -viajes cancelados-. ¿Por qué tendría usted un void sailing / blank sailing -viaje cancelado- si la demanda es alta? Y de hecho se ven los efectos reales de eso tres meses más tarde en el ciclo, golpeando en el fin de año para entonces, aquí en Europa”.**

Continuó diciendo: “Eso genera muchas preguntas. Sacar servicios completos del servicio transatlántico de esa manera ignora las necesidades de los transportistas confiables y de larga historia. Esperaríamos mucho más apoyo del que hay hoy. Por supuesto, las líneas navieras necesitan ganar dinero, pero se ha estado perdiendo el enfoque en el cliente”.

### Explorando fuentes alternativas

Wagner dijo que a medida que las tarifas de flete siguen aumentando, las fuentes alternativas de producción se vuelven más viables.

“En algún punto, se ha alcanzado el punto de equilibrio y resulta más barato buscar proveedores locales que transportar las cargas”, señaló. “Hemos realizado el ejercicio en nuestra empresa y eso también se aplicará a otros grandes transportistas. La cadena de suministro está sometida a una presión cada vez mayor, por lo que usted busca ver cómo puede mejorar las cosas”.

Una ruta que observó fue la del norte de Europa al norte de África. “Tal vez podríamos usar el tren a Italia o a Francia y luego enviarlo por barco a través del Mediterráneo”, señaló Wagner. “Es especialmente importante que las materias primas consideren centrarse en fuentes locales. Estamos analizando los detalles y preguntando si este es el futuro “.

Wagner concluyó: “Los niveles de tarifas no son saludables; sin embargo, cuando podía pagar USD 200 desde Europa a Asia, eso tampoco era saludable. Pero las compañías navieras deben tener en cuenta la calidad del servicio así como las tarifas. Definitivamente, las compañías navieras no están ofreciendo calidad en este momento “.

Wagner estaba hablando en un seminario web organizado por la plataforma líder de análisis de mercado y evaluación comparativa de tarifas de fletes Xeneta, la cual afirma tener la base de datos más grande del mundo sobre tarifas de transporte marítimo.

Imagen: Alamy

### Read it in English at:

<<https://www.loydsloadinglist.com/freight-directory/news/Highest-ever-sea-freight-rates-lowest-ever-service-quality-A-customer-perspective/79541.htm> (<https://www.loydsloadinglist.com/freight-directory/news/Highest-ever-sea-freight-rates-lowest-ever-service-quality-A-customer-perspective/79541.htm>)>

---

## Las 30 principales navieras marítimas del 2020: mayores ganancias a medida que aumenta la demanda

**Los expertos de la industria sostienen que es posible que las navieras marítimas finalmente hayan descubierto cómo ganar dinero este año, ya que la escasa demanda del verano pasado hizo que los precios sostenibles fueran más importantes que nunca. Los cargadores ahora no pueden permitirse el lujo de perder reservas vitales de espacio en bodega en esta temporada alta, por lo que se comprometen con los contratos con anticipación.**

Escrito en inglés por Patrick Burnson, editor ejecutivo · 5 de octubre de 2020

Traducido por [Gustavo Zamora](https://ar.linkedin.com/in/gustavozamora) (<https://ar.linkedin.com/in/gustavozamora>)\*, Buenos Aires (Argentina) para gruasytransportes.

Después de una pausa de seis meses en la demanda de los cargadores durante la intensificada crisis del COVID-19, los volúmenes de contenedores ahora están aumentando a medida que se fortalece la confianza del consumidor, aumenta la fabricación y los minoristas buscan reconstruir sus inventarios.

Los analistas de la industria marítima para [Transport Intelligence \(Ti\)](https://www.ti-insight.com/) (<https://www.ti-insight.com/>), con sede en Londres, señalan que las empresas navieras de carga marítima finalmente pueden ver algunos días más brillantes por delante.

De hecho, dos líneas navieras de transporte de contenedores líderes reportaron cifras relativamente sólidas en el segundo trimestre y medio año antes de la temporada alta, lo que confirma la tendencia general hacia ganancias sólidas frente a volúmenes débiles. Maersk vió aumentar sus ganancias un 25% interanual durante el segundo trimestre. Esto fue a pesar de que los ingresos cayeron un 6,5% y de que los volúmenes bajaron un 15%.

## Exportaciones marítimas de los EE.UU. de Norteamérica

Datos disponibles desde Enero/01/2020 hasta Agosto/18/2020

Pos.	Operador	Export TEUs
1	<a href="https://www.msc.com/">MSC-MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S A (MSCU)</a> (https://www.msc.com/)	908,144.27
2	<a href="https://www.one-line.com/en">OCEAN NETWORK EXPRESS PTE LTD (ONEY)</a> (https://www.one-line.com/en)	865,914.41
3	<a href="https://www.hapag-lloyd.com/">HAPAG LLOYD A G (HLCU)</a> (https://www.hapag-lloyd.com/)	683,152.01
4	<a href="https://www.cma-cgm.com/">CMA-CGM (CMDU)</a> (https://www.cma-cgm.com/)	620,321.57
5	<a href="https://www.maersk.com/">MAERSK LINE (MAEU)</a> (https://www.maersk.com/)	605,944.11
6	<a href="https://www.evergreen-line.com/">EVERGREEN LINE (EGLV)</a> (https://www.evergreen-line.com/)	464,336.02
7	<a href="https://www.oocl.com/">ORIENT OVERSEAS CONTAINER LINE LTD (OOLU)</a> (https://www.oocl.com/)	423,635.57
8	<a href="http://lines.coscoshipping.com/">CHINA OCEAN SHIPPING COMPANY (COSU)</a> (http://lines.coscoshipping.com/)	352,461.01
9	<a href="http://www.apl.com/">APL CO PTE LTD-NOL GROUP (APLU)</a> (http://www.apl.com/)	308,036.84
10	<a href="https://www.yangming.com/">YANG MING MARINE TRANSPORT CORP (YMLU)</a> (https://www.yangming.com/)	287,459.26
11	<a href="https://www.hamburgsud-line.com/liner/en/liner_services/ecommerce/track_trace/index.html">HAMBURG SUD (SUDU)</a> (https://www.hamburgsud-line.com/liner/en/liner_services/ecommerce/track_trace/index.html)	216,136.08
12	<a href="http://www.hmm21.com/">HYUNDAI MERCHANT MARINE (HDMU)</a> (http://www.hmm21.com/)	209,667.16
13	<a href="https://www.seboardmarine.com/">SEABOARD MARINE LTD (SMLU)</a> (https://www.seboardmarine.com/)	184,443.24
14	<a href="https://www.zim.com/">ZIM INTEGRATED SHIPPING SERVICES LTD (ZIMU)</a> (https://www.zim.com/)	98,514.41
15	<a href="https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.AP_M%C3%B8ller_-_M%C3%A6rsk_A-S.108b41f454a633bf059ce1e00556c7eb.html">A P MOLLER-MAERSK A/S (SEAU)</a> (https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.AP_M%C3%B8ller_-_M%C3%A6rsk_A-S.108b41f454a633bf059ce1e00556c7eb.html)	78,965.51
16	<a href="https://smlines.com/">SM LINE CORPORATION (SMLM)</a> (https://smlines.com/)	50,820.01
17	<a href="https://www.safmarine.com/">SAFMARINE CONTAINER LINES (HEREINAFTER SAFMARINE)</a> (SAFM) (https://www.safmarine.com/)	34,611.67
18	<a href="https://www.crowley.com/">CROWLEY LINER SERVICES INC (CAMN)</a> (https://www.crowley.com/)	33,632.01
19	<a href="https://kingocean.com/">KING OCEAN SERVICES LIMITED INC (KOSL)</a> (https://kingocean.com/)	31,842.62
20	<a href="https://www.icl-ltd.com/">INDEPENDENT CONTAINER LINE LTD (IILU)</a> (https://www.icl-ltd.com/)	29,999.51
21	<a href="https://www.aclcargo.com/">ATLANTIC CONTAINER LINE AB (ACLU)</a> (https://www.aclcargo.com/)	28,255.34
22	<a href="https://www.anl.com.au/local/singapore">ANL SINGAPORE PTE LTD (ANLC)</a> (https://www.anl.com.au/local/singapore)	22,291.51
23	<a href="https://www.pilship.com/">PACIFIC INTERNATIONAL LINES (PTE) LTD (PABV)</a> (https://www.pilship.com/)	11,975.01
24	<a href="https://panjiva.com/scac_profiles/profile/GDSDL">GRIMALDI DEEP SEA S P A (GDSDL)</a> (https://panjiva.com/scac_profiles/profile/GDSDL)	10,053.25
25	<a href="http://www.doleoceancargo.com/">DOLE OCEAN CARGO EXPRESS (DOLO)</a> (http://www.doleoceancargo.com/)	6,078.01
26	<a href="https://gwrr.com/railroads/north_america/cg-railway">CG RAILWAY INC (CGRW)</a> (https://gwrr.com/railroads/north_america/cg-railway)	4,574.00
27	<a href="https://us.wanhai.com/">WAN HAI LINES LTD (WHLC)</a> (https://us.wanhai.com/)	4,283.65
28	<a href="https://www.walleniuswilhelmsen.com/">WALLENIUS WILHELMSSEN LOGISTICS AMERICAS LLC (WLWH)</a> (https://www.walleniuswilhelmsen.com/)	3,517.00
29	<a href="https://www.lineaships.com/en/linea-peninsular/">LINEA PENINSULAR INC (LPUS)</a> (https://www.lineaships.com/en/linea-peninsular/)	3,308.01

30	MAERSK LINE LIMITED (MAEI) ( <a href="https://www.maersklinelimited.com/">https://www.maersklinelimited.com/</a> )	1,274.01
----	--	----------

## Importaciones marítimas de los EE.UU. de Norteamérica

Datos disponibles desde Enero/01/2020 hasta Agosto/26/2020

Pos.	OPERADOR	IMPORT TEUs
1	<a href="https://www.msc.com/">MSC-MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S A – MEDU (MSCU)</a>	1,158,257.11
2	<a href="https://www.maersk.com/">MAERSK LINE (MAEU)</a>	913,736.30
3	<a href="https://www.evergreen-line.com/">EVERGREEN LINE (EGLV)</a>	835,672.88
4	<a href="https://ecom.one-line.com/ecom/CUP_HOM_3301.do">OCEAN NETWORK EXPRESS PTE LTD (ONEY)</a>	755,545.90
5	<a href="https://www.cma-cgm.com/">CMA-CGM (CMDU)</a>	732,290.07
6	<a href="https://www.hapag-lloyd.com/">HAPAG LLOYD A G (HLCU)</a>	659,811.41
7	<a href="http://lines.coscoshipping.com/">COSCO SHIPPING LINES CO LTD (COSU)</a>	535,926.05
8	<a href="https://www.oocl.com/">ORIENT OVERSEAS CONTAINER LINE LTD (OOLU)</a>	435,842.14
9	<a href="http://www.apl.com/">APL CO PTE LTD-NOL GROUP (APLU)</a>	362,273.31
10	<a href="https://www.blueanchorline.com/">BLUE ANCHOR AMERICA LINE (BLUE ANCHOR LINE) (BANQ)</a>	327,655.89
11	<a href="https://www.expeditors.com/">EXPEDITORS INTERNATIONAL OF WASHINGTON INC (EXDO)</a>	285,576.91
12	<a href="http://www.hmm21.com/">HYUNDAI MERCHANT MARINE (HDMU)</a>	284,187.71
13	<a href="https://hamburgsud-line.com/">HAMBURG SUED (SUDU)</a>	273,352.22
14	<a href="https://panjiva.com/scac_profiles/profile/CHSL">CHRISTAL LINES (CHSL)</a>	255,988.06
15	<a href="https://www.yangming.com/">YANG MING MARINE TRANSPORT CORP (YMLU)</a>	254,992.32
16	<a href="https://www.apexshipping.com/">APEX SHIPPING CO (AMAW)</a>	241,419.76
17	<a href="https://www.zim.com/">ZIM INTEGRATED SHIPPING SERVICES LTD (ZIMU)</a>	222,611.59
18	<a href="https://www.oecgroup.com/">ORIENT EXPRESS CONTAINER CO INC (OERT)</a>	182,918.30
19	<a href="https://www.hlsholding.com/Aboutme.aspx?Language=EN">HONOUR LANE SHIPPING LTD (HNLT)</a>	163,445.47
20	<a href="https://www.seaboardmarine.com/">SEABOARD MARINE LTD (SMLU)</a>	159,109.50
21	<a href="https://panjiva.com/scac_profiles/profile/TFXL">TRANSFRUT EXPRESS LIMITED (TFXL)</a>	154,817.54
22	<a href="http://www.danmar.com.gt/">DANMAR LINES LTD (DMAL)</a>	137,269.03
23	<a href="https://www.sealandmaersk.com/">SEALAND (SEAU)</a>	129,951.58

24	<a href="https://topocean.com/home/">TOPOCEAN CONSOLIDATION SERVICE (LOS ANGELES) INC (TOPO)</a>	126,031.42
25	<a href="https://www.greatwhitefleet.com/">GREAT WHITE FLEET CORP (GWFC)</a>	113,987.86
26	<a href="https://www.dbschenker.com/cn-en">SCHENKEROCEAN (HONG KONG) (SHKK)</a>	109,862.60
27	<a href="http://www.hecnyusa.com/">HECNY SHIPPING LIMITED (HYSL)</a>	106,556.73
28	<a href="https://www.us.dsv.com/">DSV OCEAN TRANSPORT (DSVF)</a>	91,837.66
29	<a href="https://smlines.com/">SM LINE CORPORATION (SMLM)</a>	73,832.40
30	<a href="https://www.orientstargroup.com/">ORIENT STAR TRANSPORT INTL LTD (OSTI)</a>	68,707.08

Según [Maersk](https://www.maersk.com/), la clave de este éxito fue lo que denominó “despliegue ágil de capacidad” en su negocio principal de transporte marítimo de contenedores. Sin embargo, otras partes del grupo también se mantuvieron bastante estables, con la logística experimentando ganancias notablemente más altas a pesar de que la demanda fue bastante plana. Los funcionarios de la empresa dijeron que esto podría deberse a un mejor desempeño en su función como proveedor y transportista de logística para terceros (en inglés, third-party logistics -3PL-). Además, el negocio de las terminales también fue más rentable ante la suave demanda.

El panorama en [Orient Overseas \(International\) Limited \(OOIL\)](https://www.ooilgroup.com/), con sede en Hong Kong, propietario de la línea naviera OOCL, fue ligeramente diferente, con los ingresos del primer semestre aumentando un 3,9 % interanual, pero las ganancias operativas cayendo más de 20 % a USD 155 millones. Los volúmenes de contenedores cayeron solo un 3%. Los ingresos totales por unidades equivalentes a veinte pies (TEUs) aumentaron durante el período, siendo la ruta Asia-Europa particularmente optimista.

Al igual que Maersk, OOIL dice que se gestionó “prestando especial atención a la demanda de los clientes y revisando y calibrando los servicios en consecuencia de manera oportuna”, además de prestar más atención a la “gestión de costos priorizada durante las difíciles condiciones previstas de 2020”.

“El hecho de que la solidez del sector del transporte marítimo de contenedores ya no sea una sorpresa es bastante notable”, dice [Thomas Cullen](https://uk.linkedin.com/in/thomas-cullen-137ba1a), analista de Ti. “En algún momento se podría haber esperado que caídas sostenidas de esta magnitud hubieran provocado la angustia más severa en este mercado. Esto también habría provocado grandes caídas de precios”.

Sin embargo, este ya no es el caso, agrega Cullen, quien señala que si bien esto puede parecer una buena noticia tanto para los inversionistas como para aquellos en el sector del transporte marítimo, puede que no sea tan positivo para aquellos gerentes de logística que buscan aprovechar mejores tarifas de contenedores durante la temporada alta.

Mientras tanto, voceros de OOIL han manifestado que han encargado la construcción de cinco nuevos buques de 25.000 TEUs, algo que en el pasado se habría asumido que tendría “implicaciones” sobre el equilibrio entre la oferta y la demanda, y por tanto sobre las tarifas de los fletes, observa Cullen. “Sin embargo, en la estructura actual de la industria del transporte marítimo de contenedores, puede que no sea prudente hacer tales suposiciones”, concluye.

## Falta de disciplina

Otros analistas coinciden en que las empresas navieras de carga marítima tienen un historial irregular en su disciplina para mantener la capacidad de los buques desplegados a largo plazo. Paul Bingham, director de consultoría de transporte de mercancías en IHS Markit, dice que esa disciplina ha sido especialmente pobre en la última década.

**“Sigue existiendo un desequilibrio fundamental entre la capacidad total de la flota de buques y la demanda, que las navieras solo superan parcialmente con blank sailings -viajes cancelados-, navegación lenta – Slow Steaming – y el amarre de los buques (vessel lay-ups)”, dice Bingham. Señala, además, que las empresa navieras de contenedores recientemente “han sido más moderadas” al realizar pedidos de compra de buques adicionales, lo que ha provocado una disminución de la acumulación de pedidos en los astilleros a medida que se terminan de construir los nuevos buques.**

Según la Organización Marítima Internacional (OMI), la cartera de pedidos global de buques portacontenedores, vista como un porcentaje de la flota mundial, ha caído a un punto bajo histórico en septiembre. Esto representa una disminución continua a lo largo de los últimos años, agregan los analistas, y señalan que la relación entre la cartera de pedidos de compra de barcos nuevos y la flota, ahora es de solo el 9,4 % o 2,21 millones de TEUs.

Según el último informe de DHL Global Forwarding sobre el mercado del transporte marítimo, las nueve principales navieras ahora tienen 86 barcos de más de 10,000 TEUs en pedidos de compra, lo que representa una capacidad de 1,47 millones de TEUs, pero muchos de estos proyectos pueden frenarse como consecuencia de un mercado incierto y del COVID-19. Actualmente, dos empresas navieras con las carteras de pedidos de compra más grandes son CMA CGM y Evergreen, las cuales pertenecen a la misma “OCEAN Alliance”. La “OCEAN Alliance” ya tiene una cuota de mercado del 39,5% en el comercio trans-pacífico y del 38,7% en el comercio Asia-Europa.

Sin embargo, el despliegue de 57 barcos adicionales con una capacidad de más de 10,000 TEUs (que representan más de 1 millón de TEUs), puede ser una tarea desafiante en tiempos de un bajo crecimiento esperado de la demanda de carga, dicen los observadores de la industria. Los miembros de “Alliance” tienen pedidos de 24 megabuques portacontenedores (349.000 TEUs), mientras que los socios de “2M” tienen solo 5 barcos de 23.650 TEUs en proyecto, dice Stephen Fletcher, analista de Alphaliner, una consultora marítima con sede en París.

“Mientras las principales navieras disfrutan actualmente de una fuerte demanda de carga y de tarifas al contado saludables en los dos mayores tráficos este-oeste, aún hay que medir cómo evolucionará la demanda de carga después de la temporada alta”, concluye Fletcher.

## Aumentos generales de tarifas

Mientras tanto, las principales navieras marítimas se han inclinado a imponer una serie de incrementos generales de tarifas ( general rate increases ,GRIs) basadas en un análisis de sus costos. Las navieras argumentan que esto debe hacerse para mantener la viabilidad en el mercado y para garantizar que se realicen las actualizaciones y el mantenimiento necesarios. Esto está exacerbado para los cargadores ya que también se cobra un recargo de temporada alta ( peak season surcharge, PSS).

Jon Monroe (<https://www.jonmonroe.com/home>), presidente de Monroe Consulting en Shanghái, dice que sus clientes cargadores estaban preocupados por el aumento de los GRIs pendientes hasta que el Ministerio de Transporte de China intervino en septiembre pasado para establecer un límite.

“Aunque muchas personas sienten que las navieras merecen un aumento, ¿en qué momento esto se vuelve obsceno?” pregunta Monroe. “Tuvimos tres GRIs en las primeras cuatro semanas en que se firmaron los contratos. Todo el mundo se atragantó con eso, pero pudieron justificarlo porque las navieras lo necesitaban”.

Según Monroe, la mayoría de los importadores de EE. UU. se han estado tambaleando con estos aumentos, ya que los gerentes senior de logística en la mayoría de las empresas tuvieron que caminar hasta las oficinas de los Gerentes de nivel ejecutivo de la compañía (en inglés, C-suite) para explicar el impacto de los costos.

“Primero pequeños aumentos ... luego siguieron llegando”, dice Monroe. “Imagínese tener que justificar la duplicación del costo de su presupuesto de transporte entrante. ¿En qué momento esto se vuelve ridículamente estúpido? ¿Cuándo se puede hacer cumplir un contrato y quién administrará la ejecución de los contratos? Sólo una semana más trabajando en el comercio trans-pacífico”.

En una nota final alentadora, Monroe señala el hecho de que la Comisión Federal Marítima (FMC) (<https://www.fmc.gov/>) ha iniciado una investigación de las empresas navieras que pueden estar confabuladas sobre el asunto de las tarifas en el trans-pacífico.

“La FMC ahora está monitoreando activamente cualquier efecto potencial en las tarifas de los fletes y los niveles del servicio de transporte, utilizando una variedad de fuentes y marcadores, incluida la información exhaustiva que las partes de un contrato de transporte deben presentar ante la agencia”, dice Monroe. “Esto no puede llegar lo suficientemente rápido”.

## Las redes son clave para el éxito

Al compilar la lista de las 30 principales navieras para Logistics Management este año, los investigadores de Descartes Datamyne (<https://www.datamyne.com/>) recopilaron varias ideas nuevas para las navieras globales. En esta entrevista, el vicepresidente Mark Segner resume algunas conclusiones clave.

**Logistics Management (LM):** ¿Qué cualidades comparten las principales navieras de carga marítima?

**Mark Segner:** En primer lugar, la cualidad principal de las navieras de carga marítima líderes es la masa crítica general en términos de capital desplegado, seguida de una extensa red respaldada por una excelente infraestructura electrónica y, en última instancia, el capital humano que está capacitado y desplegado para dar soporte a los cargadores. comprometidos con el sistema de la empresa.

**LM:** ¿Cuál es el próximo paso imperativo para las navieras?

**Segner:** Esa es una buena pregunta y una que no se hace lo suficiente. Las navieras deben tener un producto bien definido para que la empresa lo presente al mercado, una solución de extremo a extremo que incluya la conciencia de la cadena de suministro mostrada a través del sistema de soporte electrónico, la habilidad de responder a los picos y deficiencias en las rutas comerciales como se ve en la estacionalidad y en la consistencia de una marca. Todas estas son constantes para las principales navieras.

**LM:** ¿Espera usted que otras navieras aprendan del comportamiento y de los modelos de negocio de las principales navieras?

**Segner:** Sin duda. Las navieras más pequeñas ofrecen interfaces electrónicas muy estables y, usualmente satisfactorias para el cliente para la reserva, el seguimiento y el rastreo, pero es posible que no estén en la misma liga en términos de masa crítica y de red. En consecuencia, necesitan ofrecer el mejor apoyo posible y diferenciarse con alguna competencia distintiva relacionada con sus rutas comerciales clave o con la especialización de la carga.

**LM:** Por último, ¿están algunas de las 30 principales navieras marítimas en peligro de perder cuota de mercado?

**Segner:** Parece más probable que, del Top 30 de hoy, la consolidación de la marca haga que el top 10 parezca más grande bajo una sola marca; piense en COSCO-OOCL, Maersk-Safmarine / Hamburg Sud, ONE-NYK, Mitsui / K Line, por ejemplo. Esto abrirá espacio para más entradas en un club de las Top 30. La parte que queda por ver es si la lealtad se deshilará o no para algunos de estos nombres anteriores a medida que se conviertan en un recuerdo, o si los atributos descritos anteriormente tienen suficiente “pegajosidad” para mantener a los clientes que pueden no querer interrumpir el nexo con su ya probado proveedor de transporte marítimo para su cadena de suministro.

## Sobre el Autor



([https://gruasytransportes.files.wordpress.com/2021/09/photo\\_15.jpg](https://gruasytransportes.files.wordpress.com/2021/09/photo_15.jpg)).

Patrick Burnson, editor ejecutivo.

El Sr. Burnson es un escritor y editor con numerosas publicaciones que se especializa en comercio internacional, logística global y gestión de la cadena de suministros. Tiene su base en San Francisco, donde ofrece una perspectiva de la Cuenca del Pacífico sobre las tendencias y los pronósticos de la industria. Puede ser contactado en su oficina del centro, en idioma inglés: [pburnson@peerlessmedia.com](mailto:pburnson@peerlessmedia.com) (<mailto:pburnson@peerlessmedia.com>).

### Read it in English at:

<[https://www.logisticsmgmt.com/article/2020\\_top\\_30\\_ocean\\_carriers\\_higher\\_profits\\_as\\_demand\\_ramps\\_up](https://www.logisticsmgmt.com/article/2020_top_30_ocean_carriers_higher_profits_as_demand_ramps_up)  
([https://www.logisticsmgmt.com/article/2020\\_top\\_30\\_ocean\\_carriers\\_higher\\_profits\\_as\\_demand\\_ramps\\_up](https://www.logisticsmgmt.com/article/2020_top_30_ocean_carriers_higher_profits_as_demand_ramps_up))>

.

=====

Descargue el archivo pdf de este artículo en:

Tags:

Highest ever sea freight rates, lowest ever service quality: A customer perspective; Kuehne+Nagel profits from higher value shipments (gz99),  
2020 Top 30 Ocean Carriers: Higher profits as demand ramps up (gz99),  
Shipping container shortage inflicts pain on German shoppers (gz99),  
Container shipping 2021: strong rates, weak newbuilding (gz99),  
Shipping FAQ – What’s going on in the supply chain industry? (gz99),  
Survey suggests shipping is heading towards record lay-up territory (gz99),

blank sailings -viajes cancelados- ,

navegación lenta – Slow Steaming – ,

barcos puestos fuera de servicio (fondeados/amarrados) -en inglés, lay-ups-,

oficinas de los Gerentes de nivel ejecutivo de la compañía (en inglés, C-suite) (CEO,CFO,COO),

Fuentes – Sources:

Ver arriba en cada foto, video y articulo.

Traducción al español de gruasytransportes.

(\*Gustavo Zamora es un especialista en equipo de elevación y manejo de cargas. Vive y trabaja en Buenos Aires (Argentina)

Si quiere colocar este post en su propio sitio, puede hacerlo sin inconvenientes, siempre y cuando no lo modifique y cite como fuente a <https://gruasytransportes.wordpress.com> (<https://gruasytransportes.wordpress.com/>)

Recuerde suscribirse a nuestro blog vía RSS o Email.

=====  
If you want to post this post on your own site, you can do it without problems, as long as you do not modify it and cite as a source to <https://gruasytransportes.wordpress.com> (<https://gruasytransportes.wordpress.com/>)

Remember to subscribe to our blog via RSS or Email.

Follow us on Twitter at @gruastransporte

Follow us on Telegram at: <https://t.me/gruastransporte> (<https://t.me/gruastransporte>)

=====  
Otros posts relacionados:

- [Blank sailing](https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=%22blank+sailing%22&submit=Buscar) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=%22blank+sailing%22&submit=Buscar>)

- [Slow steaming](https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=slow+steaming&submit=Buscar) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=slow+steaming&submit=Buscar>)

- [Lay-ups](https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=%22lay-up%22&submit=Buscar) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/?s=%22lay-up%22&submit=Buscar>)

=====  
18970

Etiquetado: [capacitacion](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/capacitacion/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/capacitacion/>), [China Ocean Shipping \(Group\) Company \(COSCO\)](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/china-ocean-shipping-group-company-cosco/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/china-ocean-shipping-group-company-cosco/>), [conocimiento](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/conocimiento/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/conocimiento/>), [correccion de manuales traducidos](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/correccion-de-manuales-traducidos/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/correccion-de-manuales-traducidos/>), [Cosco](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/cosco/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/cosco/>), [Grua](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/grua/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/grua/>), [Gustavo Zamora](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/gustavo-zamora/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/gustavo-zamora/>), [maersk line](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/maersk-line/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/maersk-line/>), [traduccion de manuales](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traduccion-de-manuales/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traduccion-de-manuales/>), [traduccion tecnica](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traduccion-tecnica/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traduccion-tecnica/>), [traductor](https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traductor/) (<https://gruasytransportes.wordpress.com/tag/traductor/>)

Este sitio usa Akismet para reducir el spam. [Aprende cómo se procesan los datos de tus comentarios.](#)

[Blog de WordPress.com.](https://wordpress.com)

©