



Modalidad Abierta y a Distancia

Negocios Internacionales

Guía didáctica



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Ciencias Empresariales

Negocios Internacionales

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
▪ Contabilidad y Auditoría	VIII

Autoras:

Torres Espinosa Jhuliana Michelle
López Mora Mónica Carolina



Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Universidad Técnica Particular de Loja

Negocios Internacionales

Guía didáctica

Torres Espinosa Jhuliana Michelle

López Mora Mónica Carolina

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojacialtda@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-39-435-4



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons – **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir** – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** – remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: **Reconocimiento**– debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciatario. **No Comercial**-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual**-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Índice

1. Datos de información.....	9
1.1. Presentación de la asignatura	9
1.2. Competencias genéricas de la UTPL	9
1.3. Competencias específicas de la carrera.....	9
1.4. Problemática que aborda la asignatura.....	10
2. Metodología de aprendizaje.....	10
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	12
Primer bimestre	12
Resultado de aprendizaje 1.....	12
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	12
Semana 1	13
Unidad 1. Antecedentes del comercio exterior y la formación del escenario internacional (el estado y la internacionalización: administración del comercio).....	13
1.1. Aspectos generales del comercio exterior: conceptos y antecedentes	13
1.2. Objetos y sujetos del comercio exterior	14
1.3. Evolución histórica del comercio exterior.....	16
1.4. Formación del escenario internacional: el rol del Estado.....	17
Actividades de aprendizaje recomendadas	21
Semana 2	22
1.5. Formación del escenario global: la globalización	22
1.6. Administrador del comercio: Estado.....	26
1.7. Posicionamiento de los países en el comercio internacional	27
1.8. Balanza de pagos	28
Actividades de aprendizaje recomendadas	29
Autoevaluación 1.....	31

Semana 3	34
 Unidad 2. La política comercial y teorías de comercio exterior.	34
2.1. Instrumentos de la política comercial.....	34
2.2. Concepto y desarrollo de medidas arancelarias	35
2.3. Concepto y desarrollo de medidas para arancelarias.....	36
2.4. Concepto y desarrollo de medidas de comercio internacional.....	38
Actividades de aprendizaje recomendadas	39
Semana 4	40
2.5. Introducción a las teorías del comercio internacional.....	41
2.6. Teoría de los mercantilistas	41
2.7. Teorías clásicas.....	42
2.8. Nuevas teorías del comercio internacional	45
2.9. Las nuevas tendencias teóricas.....	46
Actividades de aprendizaje recomendadas	48
Autoevaluación 2.....	51
Resultado de aprendizaje 2.....	53
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	53
Semana 5	53
 Unidad 3. Sistemas de preferencias e incoterms	53
3.1. Introducción.....	53
3.2. Sistema generalizado de preferencias.....	56
3.3. Consideraciones generales de los incoterms	57
3.4. Terminología de los incoterms.....	59
Actividades de aprendizaje recomendadas	61
Autoevaluación 3.....	64
Resultado de aprendizaje 3.....	67
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	67
Semana 6	67
 Unidad 4. Proceso de integración y código aduanero	67
4.1. Introducción	67
4.2. Niveles de integración económica	68
4.3. Acuerdos bilaterales	69

4.4. Procesos de integración	69
Actividades de aprendizaje recomendadas	74
Semana 7	75
4.5. Principales causas y efectos de integración	75
4.6. Aduana (código aduanero)	76
4.7. Nomenclatura arancelaria	81
Actividades de aprendizaje recomendadas	83
Autoevaluación 4.....	85
Semana 8	88
Actividades finales del bimestre.....	88
Segundo bimestre	89
Resultado de aprendizaje 4.....	89
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	89
Semana 9	89
Unidad 5. Instrumentos de operación, contratos y seguros usuales en comercio exterior.....	90
5.1. La instrumentación de la operación principal: La compraventa internacional de mercaderías	90
5.2. Otras modalidades contractuales usuales en el comercio: contrato de distribución, agencia, franchising, concesión comercial.....	92
Actividades de aprendizaje recomendadas	94
Semana 10	94
5.3. Aspectos generales de los seguros	95
5.4. Los seguros y el comercio exterior	95
Actividades de aprendizaje recomendadas	97
Autoevaluación 5.....	99

Resultado de aprendizaje 5.....	101
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	101
Semana 11	101
Unidad 6. Trading companies y consorcios de exportación.....	101
6.1. Trading companies (Exportación indirecta)	102
6.2. Consorcio de exportación (Exportación conjunta)	102
Actividades de aprendizaje recomendadas	103
Autoevaluación 6.....	105
Semana 12	107
Unidad 7. Internacionalización de la empresa (estímulos de exportación y parte legal)	107
7.1. Internacionalización de la empresa	107
7.2. Por qué salir del mercado nacional hacia otros mercados	107
7.3. Competencia y competitividad.....	109
Actividades de aprendizaje recomendadas	111
Semana 13	112
7.4. Formas de salir al exterior	112
Actividades de aprendizaje recomendadas	113
Autoevaluación 7.....	114
Semana 14	116
Unidad 8. Etapas del negocio internacional.....	116
8.1. Etapas del desarrollo de la exportación, expansión o internacionalización de una empresa	116
8.2. La promoción a exportadores	117
8.3. Zonas Francas	118
8.4. De la preparación a la negociación y cierre del negocio	119
Actividades de aprendizaje recomendadas	120
Autoevaluación 8.....	122

Semana 15	124
 Unidad 9. Logística internacional.....	124
9.1. Logística aplicada al comercio internacional.....	124
9.2. Acondicionamiento de la mercadería	125
9.3. Transporte.....	127
Actividades de aprendizaje recomendadas	129
Autoevaluación 9.....	131
Semana 16	133
Actividades finales del bimestre.....	133
 4. Glosario.....	134
 5. Solucionario	137
 6. Referencias bibliográficas	148
 7. Anexos	151



1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Comunicación oral y escrita
- Orientación a la innovación y a la investigación
- Pensamiento crítico y reflexivo
- Comportamiento ético
- Trabajo en equipo

1.3. Competencias específicas de la carrera

- Integra capacidades científico- teóricas y técnico – instrumentales en los campos de la contabilidad, auditoría-control y administración financiera, para optimizar la respuesta a las exigencias y necesidades del desarrollo de las empresas prioritarias del sector económico productivo que requieren de la intervención de la profesión contable.

1.4. Problemática que aborda la asignatura

Escaso conocimiento de la dinámica de los negocios internacionales, que abarcan situaciones como el no saber diseñar e implementar la estrategia comercial correcta, así como el desconocimiento de los procedimientos que se debe llevar a cabo para que una empresa logre internacionalizarse con éxito.

Con esta asignatura el estudiante podrá evaluar la empresa y determinar las mejores estrategias comerciales para su exitosa internacionalización, además, conocerá la normativa nacional e internacional vigente.



2. Metodología de aprendizaje

La metodología de aprendizaje que se utilizará para la asignatura de negocios internacionales se basará en el análisis de estudio de casos, ya que lo que se propone es desarrollar en el estudiante la habilidad de reflexionar y tomar decisiones basándose en los conocimientos adquiridos a través de la lectura comprensiva de los temas propuestos. Además, se aplicará la metodología de aprendizaje por indagación, que permitirá al estudiante crear habilidades para analizar y sintetizar lo investigado en las diferentes fuentes de consulta.

La presente guía didáctica comprende 9 unidades de estudio, en el primer bimestre se abordan cuatro temáticas: 1. Concepto, antecedentes del comercio exterior y la formación del escenario internacional (el estado y la internacionalización: administración del comercio exterior.); 2. La política comercial y teorías de internacionalización; 3. Sistemas de preferencias arancelarias e incoterms y 4. Proceso de integración y código aduanero; y en el segundo bimestre se estudia, las últimas cinco temáticas: 5. Instrumentos de operación, contratos y seguros usuales en comercio exterior, 6. Trading companies y consorcios de exportación, 7. Internacionalización de la empresa (estímulos de exportación, parte legal), 8. Etapas del negocio internacional y 9. Logística internacional.

Todas las actividades recomendadas y autoevaluaciones, que se han planteado en cada una de las unidades, le permitirán al estudiante ir ampliando y evaluando su aprendizaje en relación con los negocios internacionales.



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

- Resultado de aprendizaje 1** ▪ Analiza el concepto, escenarios y teorías del comercio exterior.

Estimado estudiante, a través del presente resultado de aprendizaje usted podrá analizar la formación del escenario internacional (sujetos y objetos) y su evolución a través de los procesos globales, además, comprenderá el comercio desde los aspectos más generales (conceptos, antecedentes y teorías) hasta lo más complejo (políticas económicas y comerciales), por lo tanto, al culminar la unidad 1 y 2 usted estará en capacidad de analizar los diferentes escenarios y sus políticas e impulsar las mejores negociaciones internacionales. El presente resultado de aprendizaje se abordará en las unidades 1 y 2 (primeras 4 semanas).

Finalmente, pondrá en práctica los conocimientos aprendidos en esta unidad, a través de resolución de casos y análisis de información secundaria.

El primer bimestre aborda cuatro unidades principales: 1. Concepto, antecedentes del comercio exterior y la formación del escenario internacional (el estado y la internacionalización: administración del comercio exterior); 2. La política comercial, internacional y teorías de internacionalización; 3. Sistemas de preferencias e incoterms y 4. Proceso de integración y código aduanero. Todas las unidades contienen varios subtemas, los mismos se han considerado para ampliar el estudio de cada unidad propuesta. Estimados estudiantes, un gusto iniciar con el estudio de esta asignatura de negocios internacionales y éxitos en cada una de las actividades propuestas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Unidad 1. Antecedentes del comercio exterior y la formación del escenario internacional (el estado y la internacionalización: administración del comercio)

Estimados estudiantes en esta semana se estudia los aspectos generales del comercio internacional, para ello es importante que conozca algunas definiciones y antecedentes, todo esto le permitirá comprender la formación del escenario internacional y sus principales actores.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 1: Conceptos, antecedentes y desarrollo del comercio exterior y capítulo 2: Internacionalización, la formación del escenario internacional, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

Empezamos.

1.1. Aspectos generales del comercio exterior: conceptos y antecedentes

1.1.1. Concepto de comercio exterior

Según Arese (2020), el comercio exterior proviene de dos palabras en latín, merce “mercadería”, es decir, intercambio de mercaderías (bienes y servicios) y extra “exterior”, es decir, el comercio que se realiza con o fuera del país. Por lo tanto, desde una aproximación simple el comercio se ocupa del análisis y estudio del intercambio comercial de un país con el exterior, profundizado para ello en el sujeto, es decir, la actividad de una empresa en relación con la otra (p.4).

Según Berumen y Arriaza (2004), el comercio exterior es el conjunto de transacciones comerciales (compra y venta) efectuadas entre residentes de distintos países, porque las mercancías atraviesan una frontera e implican varias monedas de pago y cobro.

El comercio exterior es por definición un intercambio de bienes y servicios entre dos países, con el fin de que aquellas naciones involucradas puedan satisfacer las necesidades de mercado, tanto internas como externas. Lo anterior, implica el análisis de la política comercial, la integración económica, las herramientas y estrategias de mercado que los Estados deben desarrollar para realizar los intercambios de mercancías (exportaciones e importaciones).

1.1.2. Diferencias entre comercio internacional, comercio exterior, negocios y marketing internacional

Como se evidenció anteriormente la literatura sobre el comercio exterior es bastante amplia y puede causar confusión con algunos términos que se emplean a nivel internacional, dicho esto, es importante analizar el principal vocablo que aparece en el contexto mundial, a continuación, se detallan en la siguiente presentación.

[Comercio internacional, comercio exterior, negocios y marketing internacional](#)

De los conceptos anteriormente analizados, se puede evidenciar que, a pesar de ser totalmente diferentes, guardan cierta relación, dado que comparten los mismos sujetos y objetos, que son valiosos al momento de que las empresas se internacionalizan y a continuación se los describe.

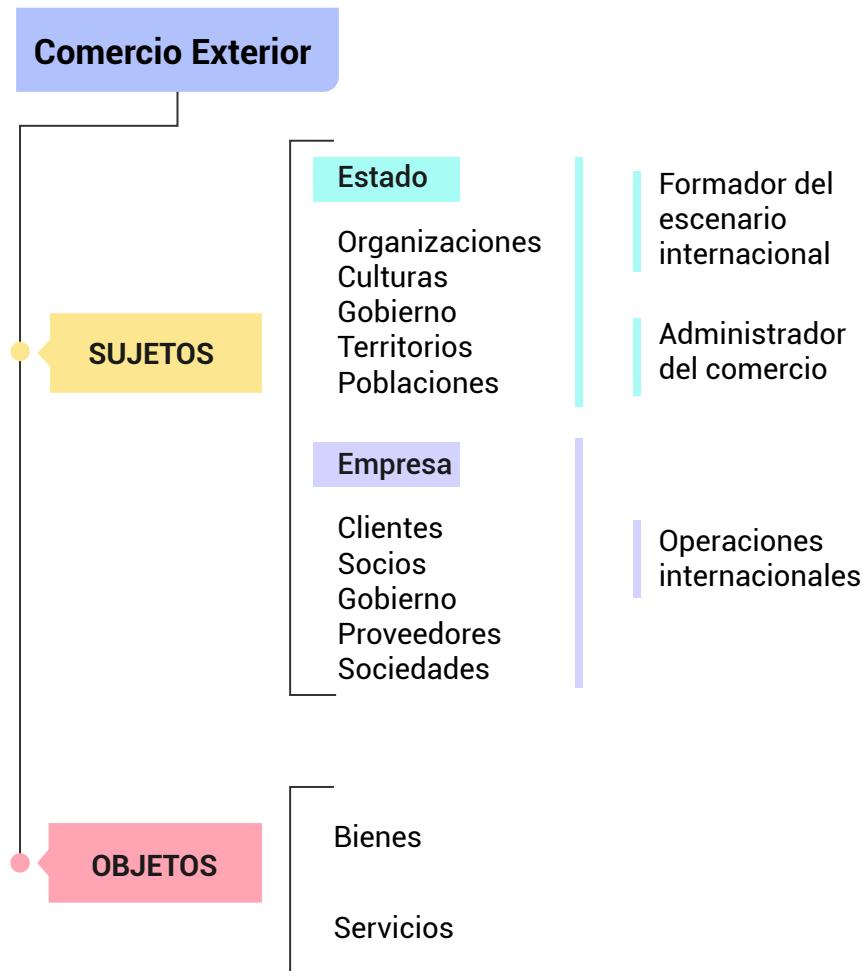
El comercio exterior posee dos sujetos esenciales: el Estado y la empresa, el primero interviene como administrador del comercio y formador del escenario internacional, mientras que el segundo aborda el proceso de internacionalización, todo esto con el fin de generar crecimiento económico, por otro lado, al referirse a los objetos, son los bienes o servicios que se intercambian entre naciones.

1.2. Objetos y sujetos del comercio exterior

Como se pudo observar anteriormente el comercio comprende algunos actores importantes para formar el escenario internacional, el Estado y las empresas (sujetos) y los bienes y servicios que se comercializan (objetos), todos estos actores han estado enfrentándose constantemente a la evolución legislativa para poder operar en mercados internacionales y respondiendo a procesos globales, si comparamos el comercio actual

con el de hace diez años, se observa que los escenarios internacionales han cambiado, existen nuevas formas de comercio y las tecnologías han evolucionado, por lo tanto, todos estos nuevos factores son estudiados por los sujetos para formar el escenario en el cual van a operar. En la figura 1 se detallan los mismos.

Figura 1.
Sujetos y objetos del comercio internacional



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 1, se observa la clasificación de los principales sujetos formadores del escenario internacional, dentro del Estado se encuentran: las organizaciones, la cultura, el gobierno, territorios y poblaciones, todos estos actúan como administradores del comercio. Dentro de la empresa también se encuentran algunos sujetos: clientes, socios, gobierno,

proveedores y sociedades, estos se encargan de realizar las operaciones de internacionalización.

Además, es importante que las empresas estudien a profundidad a los países con los cuales van a realizar estas operaciones, dado que el tamaño del país también influye sobre la formación del escenario internacional, por ejemplo, el producto interno bruto (PIB) suele ser un indicador macroeconómico importante a la hora de formar los escenarios.

1.3. Evolución histórica del comercio exterior

En este apartado se hace énfasis en la historia del comercio exterior, pero no solo desde los hitos cronológicos sino las consecuencias de la evolución del comercio.

La historia del comercio se remonta a la época feudal, en donde el trueque es el eje central para los intercambios de bienes (productos agrícolas) en el contexto local, es decir, en el mismo país, dado que las fronteras se encontraban cerradas y principalmente fue la técnica utilizada por los fenicios, griegos y romanos.

El comercio exterior nace antes del descubrimiento de América, cuando Europa era un conjunto desorganizado de ciudades y estados, el comercio era entendido como una forma de acumular poder y riqueza, generando una salida hacia el crecimiento económico del sistema capitalista, además, este renacimiento del comercio inicia con la incorporación de nuevas formas de producción que eran consideradas por algunos países de Europa, por ejemplo, Holanda creó el molino de viento como una manera de obtener mayor producción agrícola, posteriormente otros países Europeos también contribuyeron con nuevos descubriendo de herramientas que permitían dar mayor apertura al comercio, se inventó la brújula, las naves y se descubrieron nuevos modos para transportar las mercaderías y acceder a zonas que era imposible llegar.

Para tener un panorama más amplio de la evolución del comercio se ha dividido en cinco etapas, por favor revise la siguiente presentación:

[Historia del comercio exterior](#)

En el recurso anterior se observa la evolución del comercio exterior: la primera etapa se denomina la formación del estado-nación, es decir, la relación monarca y la clase comerciante, al inicio de esta etapa el comercio solo estaba representado por productos agrícolas y se lo realizaba dentro del territorio nacional, en años posteriores tras el descubrimiento de América los productos se empiezan a diversificar; la segunda etapa hace relación a la Independencia de América del Norte y la Revolución Francesa, en esta etapa sobresale el libre comercio, principalmente de bienes manufacturados por productos agrícolas (modelo agroindustrial), además, sobresale un nuevo sistema democrática donde la libertad e igualdad eran las características claves; la tercera etapa hace relación a los cambios en el patrón de comercio mundial-Revolución Industrial, entendiéndose como la expansión del comercio y la incorporación tecnológica y se considera una de las etapas más significativas para impulsar el comercio exterior; la cuarta etapa se denomina de la posguerra a la caída del muro de Berlín, esto significa que luego de la Primera y Segunda Guerra Mundial resultaron algunos problemas económicos y sociales (desempleo y crisis), como solución a ello, se crearon organismos que generen ayudas económicas, técnicas y que regulen el comercio mundial. Finalmente, como última etapa se encuentra la crisis del 2008 (burbuja inmobiliaria), esto condujo a varios factores negativos como el cierre de bancos, disminución de renta, (reducción del poder adquisitivo) y caída del comercio mundial.

Además, es importante mencionar que en años posteriores los gobiernos continúan planteándose estrategias y firmando acuerdos comerciales, con la finalidad de mantener los negocios internacionales y estos a la vez se incrementan; con excepción del año 2020, donde los países atravesaron la crisis sanitaria (covid-19), afectando a todos los sectores económicos y dando como resultado una reducción en las operaciones internacionales (exportaciones e importaciones).

1.4. Formación del escenario internacional: el rol del Estado

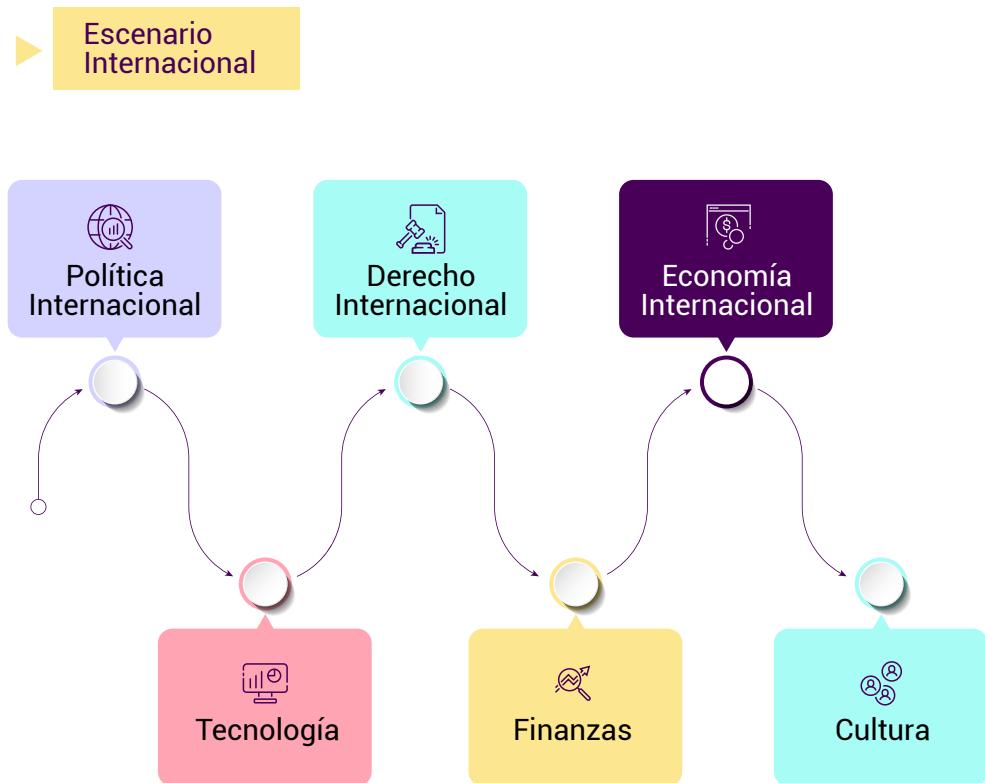
1.4.1. Elementos de la formación del escenario internacional

El escenario internacional se desarrolla, tomando en consideración algunos elementos primarios: economía y la política internacional y, por otro lado, elementos secundarios: cultura, derecho, tecnología y finanzas internacionales. Como ejemplo, de los elementos primarios se puede

citar las políticas económicas (reducción de aranceles) que establecen los Estados para llevar a cabo mejores relaciones comerciales y, por otro lado, dentro de los elementos secundarios, se considera el análisis cultural (las costumbres, tracciones, y el idioma), estos y todos los factores que se muestran a continuación son claves al momento de llevar a cabo una negociación.

Figura 2.

Escenario internacional y sus principales factores.



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 2, se pueden observar los factores que intervienen en la formación del escenario internacional, como es: la política internacional, derecho internacional, economía internacional, tecnología, finanzas y cultura, la combinación de estos factores permiten crear un espacio común entre las naciones o grupo de países, para realizar los intercambios de bienes y servicios, obteniendo ganancias del comercio.

De no tomar en consideración todos los factores antes mencionados, el nivel de actuación del Estado para formar del escenario internacional dependería

del poder que este tenga, por ejemplo, al establecer negociaciones entre países subdesarrollados, en vías de desarrollo y desarrollados, quien tendría el control del escenario son los países desarrollados o potencias mundiales (EE. UU. Y China), dejando a los países en vías de desarrollo desfavorecidos del comercio, entonces para que esto no suceda siempre se debe considerar factores antes mencionados, estos permiten generar espacios comunes entre naciones y obtener ganancias del comercio.

1.4.2. Comercio, innovación y crecimiento

Según Arese (2020), el libre comercio estimula la innovación y contribuyen al crecimiento y desarrollo económico, lo cual se resume en cinco formas:

El comercio aumenta la competencia: El libre comercio (reducción de medidas arancelarias) aumenta la competencia entre países y sobre todo la competencia de los productos nacionales, dado lo anterior, las empresas deben estar constantemente innovando e incluyendo nuevos procesos tecnológicos y con alto valor añadido para realizar operaciones comerciales. Arese (2020) mantiene que la competencia es más fuerte en aquellos países que se encuentran más alejados de la frontera tecnológica, porque tienen que efectuar un mayor esfuerzo para implementar estas tecnologías en sus productos, además de ejecutar ideas innovadoras que les permita ser líderes del mercado. Por ejemplo, en el sector automotriz, el elemento tecnológico clave es la incorporación del sistema de manejo de inventarios justo a tiempo, representando una fuerte competencia entre empresas, dado que no todas las empresas lo han podido implementar.

Transferencia de tecnología: la inversión extranjera directa y la circulación del personal calificado genera transferencia tecnológica, esto conduce a que las organizaciones más pequeñas, con menores recursos, puedan acceder a avances tecnológicos y puedan competir en mercados internacionales. Por ejemplo, cuando Estados Unidos ofrece programas de visas y permite el ingreso de inmigrantes, incrementa en un 2 a 3 % las patentes, especialmente de procesos tecnológicos.

Economías de escala: Las empresas reducen sus gastos al expandir sus mercados, es decir, producen más bienes a menor costo, un gran ejemplo de esto es China, produce bienes en volumen para ser exportados, manejando costos bajos y competitivos.

Comercio intrainustrial y la globalización de las cadenas de valor:

desarrollar estrategias que faciliten el comercio y la especialización de los productores dentro de la cadena de valor, permitiéndoles identificar la ventaja competitiva (bienes o servicios con mayor especialización que el resto de los países) y aprovechando las economías de escala. Es importante que las empresas ajusten sus cadenas de valor a las normas de estandarización internacional, con el fin de que los proveedores puedan solventar los requerimientos por anticipado.

Derechos de propiedad intelectual: constituye una herramienta de gestión de conocimientos, con el objetivo de promover el desarrollo científico, tecnológico, artístico y cultural. El proteger la propiedad intelectual, fortalece la innovación y diseño de nuevos bienes y servicios. Por otra parte, Lombada et al., (2011), afirman que los derechos de propiedad intelectual, es un servicio que puede generar mayor competitividad, porque se pueden exportar licencias para que otros países utilicen la marca y a la vez ganen prestigio a nivel internacional (p.107).

Recuerde:

- **Economías de escala:** es un nivel de producción, es decir, entre más se fabrica, menos le cuesta a la empresa y obtiene un beneficio, pero esto no sucede de la misma forma en economías grandes y pequeñas, por lo general se recomienda que los países grandes que cuenta con diversidad de factores tecnológicos y capital, se especialicen en la producción de bienes diferenciados que les permita aprovechar al máximo las economías de escala, mientras que los países pequeños al no poder influir en los gustos de la competencia y no contar con recursos abundantes, se recomienda generen bienes estandarizados internacionalmente o productos propios de su nación, con la finalidad de aprovechar al máximo las economías de escala (Bajo, 1991, p.71).
- **Ventaja comparativa:** es uno de los conceptos más importantes en el comercio internacional, demuestra que los países deben especializarse en aquellos bienes que los producen a un costo relativamente menor que el resto del mundo.
- **Derechos de propiedad intelectual:** es el derecho de ser conocido como el autor de sus propias creaciones, siendo



estas: obras literarias, pinturas, productos innovadores, por lo tanto, es de uso exclusivo del autor.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la primera actividad recomendada

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 1 (conceptos, antecedentes y desarrollo del comercio exterior) y capítulo 2 (internacionalización del estado: la formación del escenario internacional).
2. Con la finalidad de retroalimentar las temáticas de la unidad 1, le invito a revisar el siguiente recurso educativo abierto (REA): [América Latina frente al nuevo escenario internacional](#), el artículo menciona sobre el nuevo escenario internacional que se desarrolló desde la crisis financiera del 2007.
3. Luego de revisar el REA, le invito a desarrollar la siguiente interrogante:
 - ¿Usted considera que los sujetos del comercio (estados y empresas) utilizarían estas crisis para crear a futuro un óptimo escenario internacional con excelentes estrategias de comercio y así mejorar su apertura comercial?

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Luego del análisis, usted afirmará esta respuesta, recuerde que para determinar la formación del escenario se toma en cuenta algunos factores: económicos, financieros, sociales, etc., entonces al existir una crisis se puede identificar cuáles son estos factores negativos y generar estrategias para determinar el nuevo escenario internacional, se puede mejorar la legislación, crear nuevas políticas comerciales y económicas, automatizar los procesos productivos mediante la incorporación de tecnología más sofisticada e incluso los países pueden crear productos innovadores (valor añadido), volviéndose más competitivos en mercados internacionales.



Semana 2

Estimados estudiantes, en esta semana 2, se analiza los últimos cuatro apartados para culminar el estudio de la unidad 1. Dentro de estas temáticas se estudia la formación del escenario global, y su administración, es decir, el rol que cumple el Estado en el mismo.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 5: escenarios internacionales, globalización y regionalización y capítulo 3: el estado y la internacionalización, la administración del comercio exterior, apartado 1, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

¡Mucha suerte!

1.5. Formación del escenario global: la globalización

Estimados estudiantes en los apartados anteriores se puede analizar los factores que intervienen en la conformación del escenario internacional, esto, cuando existe apertura comercial, pero dada la importancia del tema, en este apartado se analiza algunos elementos claves para la conformación de un escenario más amplio, el escenario global.

1.5.1. Las bases de la globalización

El comercio internacional se dispara luego de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), principalmente por la intervención de algunos ejes claves del proceso global que se exponen a continuación:

Tabla 1.*Ejes principales de la globalización*

Industrialización	Primer cambio notable en la estructura del comercio.
	Antes de 1950, el 25% del comercio mundial consistía en el intercambio de productos agrícolas
	Los países centrales importaban materias primas en un 50%
	A partir de 1950 se empieza a incorporar las manufacturas y el comercio de estos bienes representa el 40%
Dinamismo	El sector manufacturero crece tasas del 8,5% (1955-1973) a diferencia del sector agrícola que crecía a tasas menores del 3% y 4% (1870-1913/1973-1994).
	Crecimiento significativo del sector manufacturero.
Centralización de la producción y del comercio mundial	Utilización de procesos más industriales e incorporación tecnológica (intercambio de bienes con valor añadido).
	Desde 1950, el comercio mundial representa el 70%, es decir, la mayoría de los países se encuentran realizando negociaciones internacionales. El 80% del comercio es de productos manufacturados.
Internacionalización del comercio y la producción	Mayor internacionalización de las empresas.
	Empresas empiezan a salir de territorios nacionales
	Empiezan a surgir las empresas multinacionales o transnacionales.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 1 se puede observar los procesos globales que han experimentado las economías para abrir sus mercados y realizar negociaciones internacionales, entre estos procesos se encuentra: la industrialización, la misma está relacionada con la implementación de maquinaria e instrumentos que las empresas incorporan en sus procesos de producción para obtener bienes manufacturados; el siguiente proceso es el dinamismo, crecimiento del sector manufacturero, permitiendo intercambiar bienes con valor añadido; seguidamente se encuentra la comercialización de la producción y el comercio mundial, es decir, la ampliación de los mercados (el 70 % de los países participan en el comercio) y finalmente, la internacionalización del comercio y la producción, en la cual comprende la diversificación tecnología, el incremento de productos con características de diferenciación y la creación de empresas multinacionales.

1.5.2. Elementos clásicos de la globalización

El análisis realizado en el apartado anterior nos permite comprender que el mundo cambia constantemente y es por ello que las empresas deben incorporar nuevos procesos globales para competir en el mercado y obtener ganancias del comercio.

La selección de estos procesos globales se debe a algunos elementos claves, que se detallan a continuación:

Figura 3.
Elementos de la globalización



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 3 se exponen los elementos de la globalización, estos han permitido que las empresas amplíen sus mercados y tengan mayor

participación en el comercio, entre estos elementos se encuentra: la especialización, es decir, cada país aprovecha sus ventajas comparativas; la cooperación económica, permite que los países establezcan acuerdos comerciales (reducción de barreras); la intervención de organismos (OMC), esto se ha dado con la finalidad de hacer del comercio algo más equitativo entre naciones y favorecer a los países en vías de desarrollo; las empresas transnacionales, permite que las empresas se expandan y se ubiquen en varios países, obteniendo mayores ganancias del comercio; la comunicación, permite comprender los aspectos culturales y estilos de vida de los consumidores; la competencia y competitividad, permite que los países se planteen estrategias de mercado, obteniendo negociaciones exitosas y finalmente, la tecnología, las empresas aprovechan los avance tecnológicos (internet de las cosas) para crear productos y servicios con valor añadido.

1.5.3. Efectos en estructuras nacionales

Al hablar de efectos de la globalización en cuanto a estructuras se refiere a los desplazamientos del comercio, a continuación, se detallan:

Tabla 2.

Efectos en estructuras nacionales

Principales efectos en cuanto a estructuras nacionales			
1. Relocalización de actividades productivas	Las actividades que se realizan en un país, se dirigen a otra nación.	a. Fragmentación de las regiones por producción: división del trabajo por regiones b. Reintegración de la producción: integración de actividades productivas, dado que existe elevada demanda. c. Pérdida de espacios geográficos: se trasladan las actividades productivas-mano de obra barata.	
2. Reemplazo en las formas de intercambio intraindustrial	70% de los productos comercializados son manufacturas. El efecto intraindustrial provocó y provoca cambios.	a. Efecto vertical: a lo largo del sector industrial. b. Efecto horizontal: a lo largo de la rama industrial (autos por autos).	

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Como se puede analizar en la tabla 2, los efectos de la globalización en cuanto a estructuras nacionales son: la relocalización de actividades

productivas y el reemplazo de las formas de intercambio intrainustrial, es decir, las empresas pueden colocar sus actividades comerciales en otros países, con la finalidad de abaratar costos y, por otra parte, importar materias primas del mismo tipo de industria con la finalidad de crear productos con valor añadido (manufacturas).

1.5.4. Efectos en cuanto a procesos

La globalización es un fenómeno pluricultural que conlleva profundos efectos económicos, culturales, sociales, jurídicos, etc., en las empresas y países. A continuación, se detallan:

- **Aumentan la satisfacción de los consumidores:** cuando los países aprovechan las ventajas comparativas pueden competir en precios, ofreciendo precios menores en el mercado y, por lo tanto, se incremente la demanda.
- **Culturales:** La globalización es conocida como un pasaje de culturas, en donde gracias a las herramientas tecnológicas los países pueden estar más actualizados sobre temas culturales, facilitándoles el ingreso a nuevos mercados.
- **Comunicación:** las tecnologías permiten mayor intercambio de información y atender con mayor precisión las características de los productos que desean comprar los clientes.
- **Radiaciones empresariales:** las empresas se pueden posicionar en diferentes mercados, considerando su capacidad productiva.
- **Actividades de acceso a la tecnología:** la globalización ha permitido que las empresas están constantemente innovando e incorporando herramientas tecnológicas en sus procesos productivos.

1.6. Administrador del comercio: Estado

Según (Arese, 2020), el papel del Estado dentro del comercio resulta de la determinación de los factores económicos, políticos, industriales y comerciales, y en cierta forma del modo en que se relacionan con los otros Estados, al establecer las negociaciones internacionales. Por lo tanto, el Estado es un actor clave dentro del comercio entre empresas y naciones (p.55).

1.7. Posicionamiento de los países en el comercio internacional

La posición de los países en el comercio internacional y global depende de los factores estudiados anteriormente, donde el Estado como administrador del comercio es responsable de evaluarlos para crear el mejor escenario internacional. Además, el posicionamiento de los países en el ámbito comercial depende del grado de apertura comercial del país, el mismo es evaluado por el Estado a través de tres factores: exportaciones, importaciones y el PIB, sus efectos se ven reflejados dentro en la balanza de pagos.

1.7.1. Grado de apertura de un país

Para comprender el grado de apertura es importante recordar la definición de comercio internacional, que es entendida como el flujo comercial (exportaciones e importaciones) de bienes y servicios que se establecen entre países o grupos de países.

Por otro lado, también es importante recordar, los conceptos de exportaciones e importaciones, el Servicio de Aduanas del Ecuador (2017) define las exportaciones como un régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio ecuatoriano o una zona especial bajo la normativa legal vigente; por otro lado, menciona que importar es ingresar mercadería del extranjero al país, cumpliendo con formalidades y obligaciones aduaneras.

Las exportaciones, las importaciones y el PIB (producción total del país), son las variables que el Estado evalúa para determinar el grado de apertura y están vinculados con las políticas económicas y comerciales, estas variables se resumen en la siguiente ecuación:

$$\% = \frac{X+M}{PIB}$$

X: Exportaciones
M: Importaciones

Además, es importante mencionar que el principal instrumento para abrir o cerrar la economía de un país, depende básicamente de la aplicación de políticas comerciales (medidas arancelarias o para arancelarias), dado que sus efectos también se reflejan en la balanza.

1.8. Balanza de pagos

Según el Fondo Monetario Internacional (2009), la balanza de pagos es un registro sistemático de las transacciones económicas efectuadas entre los residentes de un país y los residentes en el resto del mundo, durante un período de tiempo.

Según el Banco Central del Ecuador (2011) define a la balanza de pagos como un estado estadístico que resume sistemáticamente, las transacciones de bienes, servicios y renta, así como los activos y pasivos financieros que tiene lugar entre residentes y no residentes, en un período específico dado.

La balanza está compuesta por la balanza por cuenta corriente, la balanza por cuenta de capital, la balanza financiera e incluye las variaciones de reserva y los errores u omisiones. El sistema de anotaciones que se utiliza es por partida doble porque registra los ingresos y pagos de las transacciones, en donde la suma de ambas columnas es igual a 0, por tanto, la balanza siempre debe quedar en equilibrio (Arese, 2020).

Cada una de las balanzas antes mencionadas se encuentran sub-estructuradas, la balanza por cuenta corriente incluye la balanza comercial, la balanza de servicios, los ingresos y rentas, y las transferencias corrientes. La balanza por cuenta de capital incluye las cuentas de capital, las transferencias de capital y las adquisidoras o ventas de activos. La balanza financiera incluye las cuentas financieras y finalmente la balanza de errores y omisiones, incluye el valor de operación no registradas y que permiten cuadrar balanza de pagos (ver [Anexo 1_Estructura de la balanza de pagos](#)).

Los empresarios o cualquier otro actor económico para conocer cómo está la economía interna de un país analizan la balanza de pagos y verifican que esté en equilibrio, es decir, que los pagos sean igual a los ingresos, dado que, en varios países subdesarrollados, los pagos son mayores que sus ingresos, encontrándose en una insolvencia internacional. Además, para establecer negociaciones los Estados suelen revisar la balanza comercial o balanza por cuenta corriente, porque es un primer diagnóstico para determinar cuál es el grado de apertura comercial del país.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la segunda actividad recomendada:

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 3 (apartado 1, el estado y la internacionalización: administración del comercio exterior).
2. Con la finalidad de retroalimentar las últimas temáticas de la unidad 1, le invito a revisar el siguiente REA: [balanza de pagos, en donde se puede visualizar la estructura de la balanza de pagos.](#)
3. Luego de revisar el REA, **analice cada una de las cuentas que conforman la balanza de pagos y argumente porque se utiliza el método contable “por partida doble” para equilibrar la balanza**, puede ampliar la actividad investigando en fuentes secundarias.

Luego del análisis, usted concluirá lo siguiente:

La balanza de pagos se encuentra estructurada por cuatro sub-balanzas:

- La primera es la balanza comercial y es la más importante, se utiliza para conocer la economía de un país, la misma está determinada por cuatro cuentas contables: balanza comercial, balanza de servicios, balanza de rentas y la balanza de transferencias.
- La segunda es la balanza de cuentas por capital, se registra el movimiento de capitales, adquisición de bienes no financieros y las ayudas internacionales, esta balanza está compuesta por cuatro subcuentas: transferencia de capital y compra venta de bienes y servicios no financieros.
- La tercera es la balanza financiera, recoge los préstamos que se piden a terceros países, las inversiones o depósitos que realizan a un país.
- Finalmente, la cuarta balanza recoge los errores u omisiones, dentro de la misma se va a encontrar todas las cuentas que no se pueden categorizar en las balanzas antes mencionadas, estas cuentas permiten cuadrar la balanza encontrando el equilibrio.

En relación con el método contable por partida doble, consiste en registrar cada cuenta dos veces, es decir, en el debe y en el haber, y al final la suma (debe y haber) debe ser igual a 0 y llegar al equilibrio, este método es aplicable en la balanza de pagos dado que cada cuenta se registra en ingreso y gasto, según la operación y la suma de ambos debe ser igual a cero para encontrar el equilibrio.

Para dar respuesta a las siguientes preguntas, le recomiendo revisar la guía didáctica, la unidad 1, el desarrollo de las preguntas le permitirá evaluar su nivel de comprensión, de esta unidad. ***¡Adelante y éxitos!...***



Autoevaluación 1

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. Indique, ¿cuál de las siguientes afirmaciones, relativas a los negocios internacionales, es la correcta?
 - a. Los negocios internacionales solamente hacen relación a las transacciones de servicios.
 - b. Los negocios internacionales son los intercambios de bienes que se realizan entre dos países.
 - c. Al establecer negociaciones internacionales se debe considerar: divisas, los regímenes fiscales, el sistema legal y costumbres, de no tenerlos en cuenta se pueden convertir en barreras comerciales.
2. Los principales sujetos del comercio exterior para formar el escenario internacional son:
 - a. Los bienes y servicios.
 - b. El Estado y la empresa.
 - c. Todas las respuestas anteriores.
3. La definición de ventaja comparativa establece que:
 - a. Un país debe exportar aquellos bienes donde intervengan mayores procesos de innovación tecnológica.
 - b. Un país debe exportar aquellos bienes con economías de escala.
 - c. Un país debe exportar aquellos bienes que presentan mayor especialización y los produzcan a un costo relativamente menor que el resto de los países.
4. La balanza de pagos está compuesta por:
 - a. La balanza comercial: exportaciones e importaciones.
 - b. La balanza por cuenta corriente, cuenta de capital, cuenta financiera y no incluye los errores u omisiones.
 - c. La balanza por cuenta corriente, cuenta de capital, cuenta financiera, e incluye las variaciones de reservas y los errores u omisiones.

5. Los principales ejes del proceso global son:
 - a. Dinamismo, regionalismo y tecnología.
 - b. Industrialización, dinamismo, centralización de la producción y del comercio mundial, y la internacionalización del comercio y la producción.
 - c. Todas las anteriores.
6. De las siguientes etapas de la evolución del comercio ¿cuál no pertenece?
 - a. Independencia de América del Norte y la Revolución Francesa.
 - b. Relación estado-nación.
 - c. Revolución cultural.
7. El saldo de las balanzas de pagos debe reflejar:
 - a. Que los ingresos son mayores a los pagos.
 - b. Que los pagos son mayores a los ingresos.
 - c. Siempre debe estar en equilibrio.
8. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?
 - a. La transferencia tecnológica establece que los países deben ser líderes en procesos de innovación.
 - b. La transferencia tecnológica consiste en producir bienes a gran escala, reduciendo costos.
 - c. La inversión extranjera directa y la circulación del personal calificado generan transferencia tecnológica.
9. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?
 - a. Para analizar el grado de apertura de un país se consideran la inversión extranjera, las exportaciones y el PIB.
 - b. Para analizar el grado de apertura de un país se consideran las exportaciones, las importaciones y el PIB.
 - c. Para analizar el grado de apertura de un país se consideran la inversión extranjera, las importaciones y el PIB.

10. El comercio exterior es:

- a. La actividad de libre intercambio entre un país con otro o la actividad de una empresa con otra.
- b. El intercambio de servicios y de inversión extranjera directa.
- c. Ahorro nacional.

[Ir al solucionario](#)



Semana 3

En esta semana se estudia la política y las teorías del comercio, al finalizar la unidad usted estará en la capacidad de evaluar los diferentes instrumentos de política comercial: medidas arancelarias y para arancelarias. Además, podrá identificar las principales teorías que rigen el comercio internacional.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 3: el estado y la internacionalización, administración del comercio exterior (la política, comercial), apartados 2 y 3, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

Empezamos.

Unidad 2. La política comercial y teorías de comercio exterior.

2.1. Instrumentos de la política comercial

Según Arese (2020), la política comercial es definida como el conjunto de instrumentos (medidas arancelarias, para arancelarias y de competencia internacional) que permiten al Estado, ubicarse, o bien en el libre comercio facilitando las transacciones entre países o por el otro lado, proteger la industria.

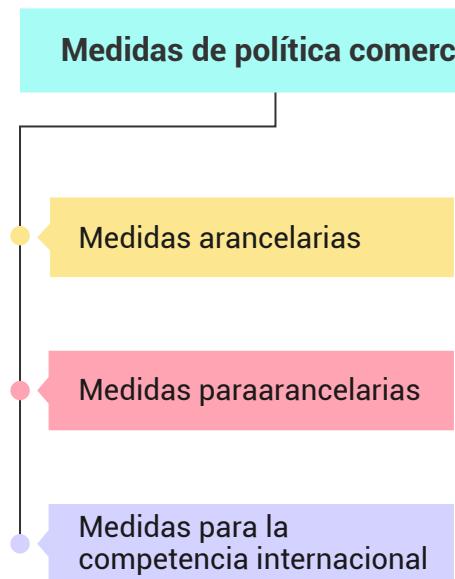
Según Osimani y Estol (n.d.), definen la política comercial como el conjunto de regulaciones unilaterales, que permiten proteger el mercado interno y promocionar las exportaciones, promoviendo los negocios internacionales entre naciones.

2.1.1. Esquema de las medidas arancelarias y para arancelarias

La política comercial es el conjunto de instrumentos o medidas comerciales, de intervención de Estado para favorecer las exportaciones o limitar las importaciones, estas medidas se describen a continuación:

Figura 4.

Medidas de política comercial



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 4 se puede observar la clasificación de la política comercial, entre estas se encuentra las medidas arancelarias, para arancelarias y la competencia internacional, las mismas son aplicadas por el Estado, según el contexto internacional y negociación que se vaya a realizar. A continuación, se estudia más a detalle cada una de las medidas.

2.2. Concepto y desarrollo de medidas arancelarias

Son los gravámenes que se aplica a la importación de las mercancías, los mismos deben ser conocidos por todos los actores que participan en el comercio internacional (exportaciones e importaciones), con la finalidad de poder determinar el valor final (valor del bien +arancel) que se debe pagar y consecuentemente medir la rentabilidad del mismo. Es importante mencionar que el arancel del bien viene determinado por el tipo de producto a importar y son definidos por los Estados.

Tabla 3.**Medidas arancelarias**

Derecho de importación	Tasas
<p>Es un arancel que se cobra a los residentes o no residentes que realizan actividades de importación al Ecuador, estos pagos se los realiza en el SENAE (Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador). Se clasifican en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ad valorem: tipo de arancel que se cobra al valor de la mercancía, flete y seguro. ▪ Específico: tipo de arancel que se cobra por la cantidad a importar del bien. 	<p>Es un impuesto que se grava sobre el bien a importar y es un beneficio que se establece para el país importador.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ FODINFA (fondo de desarrollo para la infancia): se aplica el 0.5 % sobre la base imponible para la importación.
Impuestos al consumo especial (ICE)	Impuesto al valor agregado (IVA)
<p>Son tributos que se gravan a ciertos bienes y servicios y el porcentaje se establece de acuerdo con las políticas de cada país. En Ecuador los porcentajes se recogen en el artículo 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno. Por ejemplo, para importar cigarrillos, se grava 0.16 ctv. por unidad.</p>	<p>Es el impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes y corresponden al 12 % sobre la base imponible +ad valorem +Ice + Iva.</p> <p>La base imponible es el valor en aduanas de las mercancías importadas; por ejemplo, es el valor FOB (franco a bordo) O CIF (costo seguro a flete), que recogen los costos/ beneficios que pactan entre importador y exportador.</p>

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 3, se ha podido observar que existen algunas barreras arancelarias que incrementan el precio de las importaciones, siendo estas, los derechos de importación, las tasas, los impuestos al consumo especial y los impuestos al valor agregado.

2.3. Concepto y desarrollo de medidas para arancelarias

Las rondas que se desarrollaron a lo largo del comercio primero en el GATT y luego en la OMC, tenían el claro objetivo de reducir las medidas arancelarias, pero a raíz de la misma y con el incremento del comercio de servicios se dio lugar a medidas para arancelarias, que son derechos de importación que los Estados emplean para limitar el ingreso de productos extranjeros, las mismas son más difíciles de interpretar y resulta difícil su cumplimiento.

Tabla 4.*Medidas para arancelarias*

Administrativas	Sanitarias y fitosanitarias
Son requisitos comerciales, que hace referencia a los documentos de transporte, trámites aduaneros, las normas comerciales. Estas medidas administrativas se clasifican en:	Son aplicadas con el objetivo de cuidar la salud de las personas, los animales y preservar la vida de los vegetales. Incluye todas las medidas de protección:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Burocráticas: el Estado determina tramitaciones que dificultan la importación e incluso involucran en el proceso de importación a organismos para el control y expedición de documentos. ▪ Aduaneras: formalismos para la introducción de productos (documentos de importación). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificaciones ▪ Pruebas ▪ Inspección ▪ Cuarentena <p>Todos estos elementos se han implementado con la finalidad de frenar las importaciones.</p>
Técnicas mediante la intervención con certificados	Medidas monetarias
Son técnicas aplicadas a los productos, tomando en consideración:	Son aspectos macroeconómicos que influyen en las operaciones comerciales convirtiéndose en barreras no arancelarias. A nivel internacional se debe considerar el tipo de cambio, esto dado que los mercados de divisas son muy volátiles y no se sabe cómo va a fluctuar, por lo tanto, dependiendo del tipo de cambio se va a definir la medida monetaria, las mismas se clasifican en:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La calidad del producto (estandarización a nivel internacional). ▪ La presentación del producto (envases y embalajes). ▪ Certificaciones particulares (dependiendo de las políticas y normativas que se encuentren vigentes en cada país). 	<p>Tipo de cambio real: valor relativo de un bien respecto a otra.</p> <p>Tipo de cambio nominal: cantidad de una cierta moneda en relación con otro.</p>

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 4 se puede observar que existen varias barreras no arancelarias, siendo estas: administrativas, sanitarias y fitosanitarias, técnicas mediante la intervención con certificados y medidas monetarias, las mismas restringen las importaciones de bienes y servicios, además, al hacer relación a las medidas monetarias se debe tomar en cuenta que pueden ser fijadas por las autoridades (cambio fijo) o el mercado de oferta y demanda (cambio

flexible), esto determinará que la moneda nacional se aprecie o deprecie frente a la extranjera.

2.4. Concepto y desarrollo de medidas de comercio internacional

Tabla 5.

Medidas de competencia internacional

Subsidios y derechos compensatorios	Dumping y derechos antidumping
<ul style="list-style-type: none">Los derechos compensatorios se aplican cuando el bien que ingresa a un determinado país ha recibido alguna contribución económica (subsidio), en la cual el país se ha aprovechado de este beneficio para vender a precios menores en el mercado internacional, entonces se aplica un arancel igual al subsidio para contrarrestar el comercio desleal.Los derechos compensatorios se realizan con el fin de eliminar cualquier desigualdad comercial, principalmente cuando los países reciben ayudas y no las utilizan para dicho fin, siendo estas, las compensaciones financieras que otorga el gobierno, las transferencias directas de fondos (garantías) y cuando los gobiernos proporcionan bienes o servicios.	<ul style="list-style-type: none">El dumping es uno de los temas más profundos en el comercio internacional, el dumping es conocido como la venta que realiza una empresa en el mercado internacional a precios menores que su mercado interno, con la finalidad de ganar clientes, pero esto es generalizado como un comercio desleal.Cuando las empresas introduzcan este tipo de bienes con dumping tendrá que estar sujetos aplicarles derechos antidumping para regular los precios del mercado.
Medidas de salvaguardia	
<ul style="list-style-type: none">Estas medidas se establecieron para favorecer a las economías nacionales cuando se ve perjudicada su producción, por lo tanto, no son medidas desleales como en los casos anteriores, más bien es una medida de excepción, que consiste en restringir las importaciones temporalmente de un producto que está dañando la producción nacional.	

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 5 se puede observar algunas medidas de comercio internacional, las cuales son reguladas por el mercado con la finalidad de que no se ejecute un comercio desleal entre naciones, entre estas se encuentran los derechos compensatorios, el dumping y las medidas compensatorias, especialmente estas últimas se aplican cuando los países sienten que su producción nacional se ve amenazada.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la tercera actividad recomendada:

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 3 (apartados 2 y 3, el Estado y la internacionalización: administración del comercio exterior. La política comercial).
2. Con la finalidad de retroalimentar las temáticas de la unidad 2, le invito a revisar el siguiente recurso educativo abierto (REA): [Servicios de Rentas internas](#), en este recurso encontrará toda la normativa tributaria vigente para Ecuador que guarda relación con las medidas arancelarias que se recaudan en operaciones de exportación e importación, para esta actividad deberá prestar mayor atención en los impuestos de consumo especial.
3. Luego de revisar el REA, le invito a desarrollar las siguientes interrogantes:
 - ¿En qué consiste el impuesto al consumo especial (ICE)?
 - ¿Quién debe pagar este tributo (ICE)?
 - ¿Cuál es la tarifa que le corresponde al impuesto de consumos especiales (ICE), cite tres ejemplos?

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Luego de su análisis a la primera interrogante, afirmará que el ICE es un impuesto indirecto que se grava a ciertos bienes y servicios (nacionales o importados), también se los considera como bienes ostentosos o dañinos que causan efectos negativos en la salud de las personas.

En relación con la segunda interrogante, este tributo debe ser pagado por: 1. Personas naturales y sociedades fabricantes de bienes gravados con este impuesto; 2. Contribuyentes que realicen importaciones de bienes gravados con este impuesto; 3. Contribuyentes quienes presten este tipo de servicios (ICE) y 4. Los establecimientos de comercio (sociedades, establecimientos permanentes en el Ecuador y personas naturales obligadas a llevar contabilidad) que comercialicen productos al por mayor o menor y que consten en el Registro Único de Contribuyentes con tres (3) o más establecimientos abiertos; de la misma forma para el franquiciador y sus

franquiciados, independientemente del número de sus establecimientos, que para facilitar el traslado de la mercadería entreguen fundas plásticas que sean o no requeridas por el adquirente o consumidor para cargar o llevar productos.

En la tabla 6 se establecen tres ejemplos de productos que son gravados con el impuesto al consumo especial (ICE), esto responde a la tercera interrogante.

Tabla 6.

Impuesto al consumo especial (ICE)

Bien	ICE	Tarifa ad valorem
Alcohol	7,15 USD por litro de alcohol puro	75,00%
Bebidas alcohólicas	7,18 USD por litro de alcohol puro	75,00%
Cigarrillos	0.16 USD por cigarrillo	75,00%

Nota. Adaptado de: Arese (2020).



Semana 4

Estimados estudiantes, bienvenidos a la semana 4, en la misma se analizan los últimos cinco apartados para culminar el estudio de la unidad 2. Dentro de estas temáticas se estudian las teorías del comercio internacional, es decir, las principales aportaciones de filósofos y pensadores que permitieron entender por qué los países deben optar por el libre comercio.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 3: el estado y la internacionalización, la administración del comercio exterior, apartado 4, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

¡Mucha suerte!

2.5. Introducción a las teorías del comercio internacional

Para continuar con el estudio de la unidad, en esta semana se analiza las teorías del comercio exterior, las mismas permiten identificar los principales factores que permiten a las empresas optar por el libre comercio o por el proteccionismo.

2.6. Teoría de los mercantilistas

La teoría de los mercantilistas es entendida como sistema político económico basado en la idea del capitalismo, es decir, que los países son más ricos mientras mayor acumulación de metales preciosos tengan. Los intercambios agrícolas se efectuaban en mercados internos y estaban a favor del proteccionismo.

Figura 5.
Teoría cuantitativa



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 5 se observa una de las principales teorías de los mercantilistas “Teoría cuantitativa”, mantienen que los intercambios agrícolas y de metales preciosos son claves para la acumulación de riqueza y establecen fuertes restricciones arancelarias, como medidas proteccionistas.

2.7. Teorías clásicas

Entre los principales filósofos de las teorías clásicas se encuentran: Adam Smith y David Ricardo, estos autores sosténían que la división del trabajo y la especialización son importantes para que los mercados se expandan y, por lo tanto, se genere crecimiento en las naciones. A continuación, se exponen sus principales aportes teóricos en relación con el comercio exterior:

Teoría de la ventaja absoluta-Adam Smith

Para que un país opte por el libre comercio es importante que presente ventaja absoluta en la producción de un bien, es decir, que la unidad adicional de ese bien se produzca con menos trabajo que el país de competencia.

Supuestos:

Dos países, dos productos y 1 factor productivo (trabajo).

Ejemplo:

Tabla 7.

Comercio exterior entre Inglaterra y Portugal (ventaja absoluta)

Producto	Inglaterra 	Portugal 
	8	12
	10	6

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 7 se visualiza que existen dos países que participan en el comercio, Inglaterra y Portugal, existen dos productos sweaters y vino, y un factor productivo el trabajo, haciendo énfasis en la teoría de Adam Smith, se puede observar que Inglaterra produce una unidad adicional de suéter con menos uso de mano de obra, es decir, 8 trabajadores y, por otro lado, para que exista comercio, Portugal debe dedicarse a la producción de vino, en la cual utiliza menos mano de obra, 6 trabajadores. Se concluye que ambos países se dedican a la producción del bien en la cual presentan ventaja absoluta.

Pero qué pasa cuando un país presenta ventaja absoluta en ambos bienes, es decir, Inglaterra ocupa menos trabajadores para la producción de suéteres y vino, como se expone a continuación en la tabla 8:

Tabla 8.

Comercio exterior entre Inglaterra y Portugal (ventaja absoluta)

Producto	Inglatera 	Portugal 
	8	12
	10	6

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Bajo este ejemplo, David Ricardo sostiene que el país debe especializarse en aquel producto que tenga ventaja comparativa y utilice menos costos para producirlo, como se demuestra a continuación.

Teoría de la ventaja comparativa- David Ricardo

Cuando un país tiene ventaja absoluta en ambos bienes, como se muestra en el cuadro anterior y para que exista comercio, David Ricardo proponía que se debe comparar los costos del bien.

Supuestos:

Dos países, dos productos y 1 factor productivo (trabajo).

Ejemplo:

Tabla 9.*Comercio exterior entre Inglaterra y Portugal (ventaja comparativa)*

Producto	Inglaterra	Portugal
	8	12
	10	6

Inglaterra:
 $12 - 8 = 4$ Sueter (tejidos)
 $6 - 5 = 1$ Vino

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 9, se puede observar que Inglaterra se debe especializar en la producción de suéteres dado que produce de forma más eficiente y utiliza el factor trabajo en menor cantidad, por lo tanto, para que exista comercio, Portugal debería especializarse en la producción de vino, de esta manera ambos países se benefician del comercio.

Finalmente, David Ricardo concluye que los países exportarán aquellos bienes que su trabajo produce en forma relativamente más eficiente e importa los bienes que su trabajo produce de forma menos eficiente.

2.8. Nuevas teorías del comercio internacional

Teoría de dotación de los factores de producción Heckscher-Ohlin/ Samuelson

Los países son relativamente efectivos en la producción de aquellos bienes cuya producción es intensiva en recursos (Tierra (T), Capital (K) y Trabajo (L)) de los que tiene una oferta relativamente abundante.

Por lo tanto, los intercambios estarán dados por el mejor aprovechamiento de los factores productivos.

Supuestos:

Dos países, dos productos y dos factores productivos (trabajo y Capital).

- Existe competencia perfecta en cada país.
- No existe movilidad de factores
- La calidad de los factores es la misma en ambos países.
- Es posible cuantificar las cantidades de factores en ambos países.
- Las técnicas de producción son idénticas en ambos países.

Ejemplo: Comercio exterior entre Portugal y España

En el ejemplo se puede observar que Portugal posee abundante factor trabajo y lo utiliza intensivamente en la producción de zapatos, mientras que España posee abundante factor de capital y lo utiliza intensivamente en la producción de camisetas. Es importante mencionar que, para determinar la cantidad total del factor y la cantidad del bien a producir, se establece la relación K/T dependiendo los factores y bienes a comparar y se analiza respecto al elemento que se encuentra en el numerador.

Estos autores concluyen que el país que es abundante en un factor, exporta el bien cuya producción es intensiva en ese factor y, por lo contrario, el factor que no posee de forma abundante y no es utilizado de forma intensiva en la producción de ese bien, lo debe importar.

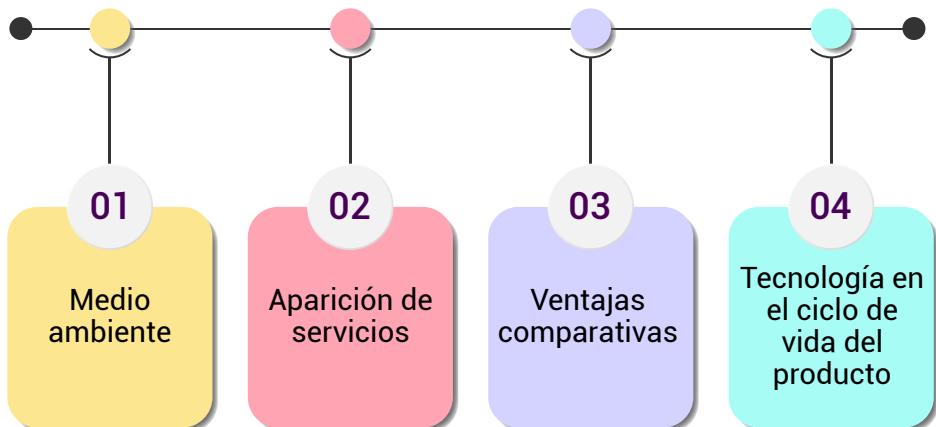
Paul Samuelson dio una contribución a esta teoría de Hecksher y Ohlin y agregó que un aumento en el precio relativo de un bien dará lugar al aumento del factor productivo que se emplea con mayor intensidad en la producción de esa mercancía y, por lo contrario, una caída del retorno en el otro factor, por lo tanto, esto también condiciona la producción de un bien en cada uno de los países.

2.9. Las nuevas tendencias teóricas

Las nuevas modalidades de comercio han ido adquiriendo innumerables variables, a continuación, se exponen:

Figura 6.

Nuevas tendencias teóricas.



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 6 se puede observar que entre las variables que se han venido incorporando en las nuevas modalidades de comercio, se encuentran, el medioambiente, algunos países han establecido acuerdos como el NAFTA para mitigar el daño ambiental, en este acuerdo se crea una comisión que se ocupa de estos temas y lleva una progresiva armonización de las legislaciones ambientales entre los países participantes.

De igual manera, con el tiempo aparece el comercio de servicios, incluyendo todo aquello que no produce bienes físicos, el cual fue un factor importante para que el comercio se expandiría. Es importante mencionar que el desarrollo tecnológico dio paso al comercio de servicios.

Otro factor relevante son las ventajas comparativas y las ventajas competitivas, es decir los atributos nacionales y las estrategias que dan impulso a la capacidad de competir de las empresas. Para que las compañías ganen mercados deben considerar las estrategias competitivas de mercado (liderazgo en costos, diferenciación y segmentación) y el análisis de las cinco fuerzas de Porter (amenaza a nuevos competidores, poder de negociación de proveedores, poder de negociación de clientes, rivalidad o competidores y amenaza de los productos sustitutos).

Finalmente, se considera el ciclo de vida del producto desde la perspectiva tecnológica, en la etapa de introducción los países desarrollados tienden a exportar y los países en desarrollo a importar, en la etapa de crecimiento se lleva la misma dinámica y en la etapa de estandarización o maduración los

países desarrollados exportan nuevos productos y los países en desarrollo empiezan a incorporar más procesos tecnológicos y exportar manufacturas, para que las empresas se mantengan en el mercado deben seguir innovando e incorporando las nuevas tecnologías (internet, transporte) de no hacerlo pueden verse amenazadas y salir del mercado.

Recuerden:

Para que un país abra sus fronteras y opte por el libre comercio se debe considerar lo siguiente:

- Las empresas están en capacidad de producir un bien, utilizando menos factores productivos (tierra, capital y trabajo).
- Las empresas deben especializarse en el bien, en el cual se tienen abundantes factores productivos y de bajo costo.
- Las empresas deben aprovechar las tendencias tecnológicas e innovar constantemente sus productos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la cuarta actividad recomendada:

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 3 (El Estado y la internacionalización: administración del comercio exterior. La política comercial) (apartado 4, teoría del comercio).
2. Con la finalidad de retroalimentar las últimas temáticas de la unidad 2, le invito a desarrollar la siguiente actividad:

Resuelva el siguiente ejercicio y recuerde lo aprendido en la teoría de Adam Smith sobre la ventaja absoluta, que el país debería especializarse en el bien que produce con menor utilización del factor trabajo.

Tabla 10.

Comercio exterior entre Inglaterra y Portugal (ventaja absoluta)

Productos	Chile	Ecuador
	18	12
Café		
	6	10
Vino		

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

3. Tomando en consideración la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y con los datos que se reflejan en la tabla 10, responda a las siguientes interrogantes:
- En la producción de qué bien debe especializarse Chile para participar en el comercio.
 - En la producción de qué bien debe especializarse Ecuador para participar en el comercio.
 - Considera que los países deben abrirse al comercio u optar por el proteccionismo, justifique.

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Luego de analizar el ejercicio y cada una de las interrogantes que se han planteado, usted afirmará, que Chile deberá especializarse en la producción de vino y Ecuador en la producción de café, estos bienes son producidos en grandes volúmenes en cada país y utilizan en menor cuantía el factor trabajo.

Los países que participan en el comercio (Chile y Ecuador) deberían optar por el libre comercio, dado que cada país se especializa en la producción de un bien y exportan productos diferenciados, Chile (vino) y Ecuador (café).

Para dar respuesta a las siguientes preguntas, le recomiendo revisar la guía didáctica, la unidad 2, el desarrollo de las preguntas le permitirá evaluar su nivel de comprensión, de esta unidad. ¡Adelante y éxitos!...



Autoevaluación 2

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. La política comercial es el conjunto de instrumentos que permiten a los estados decidirse por:
 - a. El libre comercio.
 - b. El proteccionismo.
 - c. Todas las respuestas anteriores.
2. Entre las medidas de política comercial, se encuentran:
 - a. Las medidas arancelarias, sociales y paraarancelarias.
 - b. Las medidas paraarancelarias, arancelarias y de competencia internacional.
 - c. Todas las respuestas anteriores.
3. Los subsidios y derechos compensatorios con parte de:
 - a. Las medidas de competencia internacional.
 - b. Las medidas arancelarias y paraarancelarias.
 - c. Las medidas arancelarias.
4. Dentro de las medidas monetarias se encuentra los tipos de cambio real y nominal, estos son parte de:
 - a. Medidas arancelarias.
 - b. Medidas paraarancelarias.
 - c. Medidas de competencia internacional.
5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?
 - a. Las teorías del comercio internacional permiten entender las políticas comerciales que aplican los Estados.
 - b. Las teorías del comercio internacional permiten identificar los principales factores que les permiten a las empresas optar por el libre comercio o por el proteccionismo.
 - c. Todas las anteriores.

6. La teoría cuantitativa, es una aportación teórica de:
- David Ricardo.
 - Los mercantilistas.
 - Adam Smith.
7. La teoría de la ventaja comparativa permite:
- Que un país se especialice en el bien donde se utiliza en menor cuantía el factor capital.
 - Que los países exporten aquellos bienes que su trabajo produce en forma relativamente más eficiente e importa los bienes que su trabajo produce de forma menos eficiente.
 - Todas las respuestas anteriores.
8. Hecksher y Ohlin propusieron la teoría de:
- La ventaja comparativa.
 - Las nuevas tendencias comerciales.
 - La teoría de la dotación de los factores de producción.
9. ¿Cuál de las siguientes teorías no permite explicar el comercio internacional?
- Teoría de la cuantitativa.
 - Teoría de la ventaja comparativa.
 - Teoría del neoclasicismo.
10. Las principales variables que han permitido la nueva modalidad del comercio son:
- Medio ambiente, aparición de bienes y servicios, tecnología y el ciclo del producto.
 - Medio ambiente, aparición de servicios, ventajas comparativas y la tecnología en el ciclo del producto.
 - Aparición de servicios, ventajas comparativas y la tecnología en el ciclo del producto.

[Ir al solucionario](#)

- Resultado de aprendizaje 2**
- Conoce la regulación y reglamentaciones que rigen el comercio exterior.

Con este resultado de aprendizaje el estudiante estará en capacidad de comprender el funcionamiento de la Organización Mundial del Comercio y sobre todo el sistema de preferencias arancelarias que se contempla dentro del mismo, además, el estudiante comprenderá la aplicación de los incoterms, que son reglas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional para ejecutar un mayor control en operaciones internacionales.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 4: El Estado y la internacionalización. La política internacional y capítulo 11: contratos vinculados al comercio exterior: de la compraventa a los contratos auxiliares, apartado 2, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

Empezamos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 5

Unidad 3. Sistemas de preferencias e incoterms

3.1. Introducción

Para comprender el sistema de preferencias es importante mencionar algunos antecedentes de los principales organismos que integran el comercio internacional, siendo uno de ellos la Organización Mundial del Comercio.

El actual sistema multilateral de comercio es fruto de las negociaciones que se han venido desarrollando entre países, los mismos que han participado desde 1947. En la actualidad su centro principal es la Organización Mundial

del Comercio, dado que antiguamente quien era el encargado de regular el comercio era el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y el Comercio (GATT 1947-1994), por tanto, este nuevo organismo nace de las cenizas del GATT (VanGrasstek, 2016, p.14).

Hay que tener en cuenta que el GATT desde 1947 permitió un comercio más liberalizado con reducciones arancelarias, en consecuencia, el comercio mundial creció a tasas del 8 %, pero no todo fue satisfactorio, a medida que pasaba el tiempo se fueron presentando mayores inconvenientes, es así que a partir de 1980 era evidente que el acuerdo no respondía a la nueva realidad del comercio como lo hacían en 1940, se dio la globalización económica, especialmente aparece el comercio de servicios y el GATT no pudo hacer frente a esta nueva realidad y terminó materializando en lo que hoy se conoce como la Organización Mundial del Comercio, representado por siglas OMC quien hizo frente a estos nuevos temas comerciales (Organización Mundial del Comercio, 2018).

Las reducciones arancelarias que se establecen en el GATT y posteriormente en la OMC eran definidas en cada una de las rondas que se celebraban entre países miembros.

Desde 1947 hasta 1961 solo se trataban temas de aranceles; y a partir de 1964 en la Ronda de Tokio se establecen temas de medidas no arancelarias y en la última ronda denominada como Ronda de Uruguay (1986-1994) se crea la OMC, esta fue la ronda más larga que se había efectuado y se incluyeron varios puntos como las normas de origen, la propiedad intelectual, temas más amplios y estrechamente relacionados con el comercio. Además, es importante mencionar que en esta última ronda se estableció la solución de diferencias que permite resolver problemas comerciales que se pueden desarrollar entre dos naciones; es decir, la organización es una agente neutral entre ambas partes. En la tabla que se muestra a continuación, se puede observar las rondas celebradas.

Tabla 11.
Rondas celebradas en el GATT

AÑO	LUGAR/DENOMINACIÓN	TEMAS	PAÍSES
1947	Ginebra	Aranceles	23
1949	Annecy	Aranceles	13
1951	Torquay	Aranceles	38
1956	Ginebra	Aranceles	26

AÑO	LUGAR/DENOMINACIÓN	TEMAS	PAÍSES
1690-	Ginebra (Ronda Dillon)	Aranceles	26
1961			
1964-	Ginebra (Ronda Kennedy)	Aranceles y medidas antidumping	62
1967			
1973-	Ginebra (Ronda Tokio)	Aranceles y medidas no arancelarias	102
1979			
1986-	Ginebra (Ronda Uruguay)	Aranceles, medidas no arancelarias, normas, servicios, propiedad intelectual, solución de diferencias, textiles, agricultura y la creación de la OMC.	123
1994			

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 11 se detallan todas las rondas que fueron celebradas en el GATT, las mismas se creaban para definir principalmente temas sobre aranceles entre los países que la conformaban, en las últimas rondas de Kennedy y Tokio, los países menos adelantados (PMD) comenzaron a argumentar que sus intereses exportadores no estaban contemplados en el GATT, otro argumento fue de la cláusula de la nación más favorecida, no generaba un trato igualitario para todos, los PMD seguían perdiendo del comercio, todos estos puntos permitió que el GATT quede fuera del comercio y de paso en la última ronda de Uruguay a la creación de la Organización Mundial del Comercio.

La OMC tenía una estructura bien definida (ver [Anexo 2_Estructura de la OMC](#)), con funciones y principios claros, entre sus funciones principales se encontraba el establecer ayudas para los PMD y generar un comercio más libre entre naciones, por otro lado, entre los principios se encontraba el comercio sin discriminación, la transparencia y fomento de la competencia leal (ver [Anexo 3_Organización mundial del comercio](#)).

Dentro de la OMC se fijaron algunas preferencias para los PMD en términos de aranceles, de igual manera un país podrá poner obstáculos cuando evidencie que no está siendo beneficiado o se realice un comercio desleal (Organización Mundial del Comercio, 2018).

Entre los principales temas que se abordaba en la OMC se encuentra las subvenciones, los derechos antidumping, las salvaguardias, obstáculos técnicos del comercio y las ayudas que reciben los PMD, este último punto se lo aborda con profundidad en el sistema generalizado de preferencia que se establecía dentro de la OMC.

3.2. Sistema generalizado de preferencias

El sistema generalizado fue aceptado por todos los países que conformaban la OMC con la finalidad de obtener ventajas arancelarias y principalmente fue considerado por los países desarrollados, con la finalidad de generar ayudas económicas y sociales a las pequeñas economías y puedan aumentar sus beneficios comerciales, principalmente se acordaban ventajas arancelarias (arancel o) en productos manufacturados y productos agrícolas procesados y semiprocesados.

Este sistema de preferencias arancelarias permitía que los países menos adelantados puedan:

- Crecer y alcanzar a futuro el desarrollo económico.
- Promover la obtención de divisas
- Promover la industrialización

El sistema de preferencias arancelarias proponía principalmente dos cláusulas, que se exponen a continuación:

Tabla 12.

Principios del sistema general de preferencias

2 cláusulas	No discriminación: los países desarrollados no deben discriminar a ningún país menos desarrollado (PMD).
	No reciprocidad: los países beneficiados no se ven obligados a retribuir estos beneficios a sus otorgantes, establece ayudas a terceros países.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 12 se puede observar las dos cláusulas principales que se establecen en el sistema de preferencias arancelarias: la no discriminación y la no reciprocidad, el primero hace referencia al trato igualitario en entradas, salidas y tránsito de cualquier producto en territorio aduanero, mientras que el segundo hace referencia a la no reciprocidad, cualquier beneficio (rebaja arancelaria o trato especial) que obtenga un país, este no estará en la obligación de retribuir estos beneficios a sus otorgantes, puede ayudar a otro país que considere oportuno.

Entre los países que han adoptado el SGP, se encuentran: Alemania, Bélgica, Francia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Suecia, Suiza, Bulgaria, República Checa, Checa, Polonia, Hungría y Rusia (Arese, 2020, p.104).

El sistema de preferencias arancelarias se establecía algunas reglas que debían cumplir los países en desarrollados con la finalidad de que no se aprovechen de las ayudas que establecen los países en desarrollo:



Sistema de preferencias arancelarias-reglas comerciales-PMD.

- El producto debe ser elaborado en el país de origen
- Producto que no ha sido elaborado en el país de origen, pero ha sufrido grandes transformaciones y el arancel de exportación es diferente al de importación (salto de arancel).
- El producto a exportar debe tener al menos el 35 al 40% del valor agregado nacional.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Como se puede apreciar en el recuadro los países en desarrollo también deben de cumplir con algunas normas que se encuentran definidas en el sistema de preferencias arancelarias, por ejemplo, para que un país en vías de desarrollo pueda recibir alguna ayuda, el producto que va a comercializar debe ser nacional, propio de su país, o si se importan materias primas para la producción final del bien, el producto debe presentar grandes transformaciones nacionales o contener más inputs nacionales para que se pueda considerar producto nacional, en este caso se aplica un salto de arancel, el arancel de importación puede ser mayor o menor al de exportación, finalmente el producto debe tener al menos de 35 al 40 % del valor agregado nacional.

3.3. Consideraciones generales de los incoterms

En el apartado anterior se pudo evidenciar que la intervención de organismos internacionales ha permitido una mayor regulación del comercio entre países, de tal manera que se pueda cumplir las negociaciones pactadas entre las partes, permitiendo que el comercio sea más justo, siguiendo esta línea, en este apartado se analizan otras reglas para generar un comercio más igualitario entre naciones, estas reglas se denominan incoterms y define las responsabilidades entre comprador y vendedor, de tal manera que todos cumplan con lo pactado. Estos intercambios son definidos y evaluados por la Cámara de Comercio Internacional.

Además, en el capítulo anterior, se observa que luego de la Primera y Segunda Guerra Mundial, las economías empiezan a recuperarse e implementar sistemas tecnológicos que permiten realizar las operaciones de comercio de forma más automatizada, el comercio se torna más libre entre naciones y se ejecutan nuevas legislaciones para garantizar el éxito de la operación comercial.

Los incoterms son parte de estas nuevas legislaciones, son términos empleados en los contratos de compra y venta, y establecen las consideraciones de entrega de las mercaderías entre países negociantes (Berumen y Arriaza, 2004,522).

La dinámica del comercio ha provocado que los incoterms se actualicen cada diez años, la actualización más reciente es efectuada en el año 2020.

Los incoterms se encuentran agrupados en 4 categorías: grupo E, grupo F, grupo C y grupo D, como se muestra continuación:

Tabla 13.

Grupos de incoterms

INCOTERMS		
Grupo E	EXW	Único término, el vendedor debe poner las mercancías a disposición del comprador en su propio local, desde que el comprador recoge las mercaderías debe asumir los costos y riesgos.
Grupo F	FAS-FCA-FOB	El vendedor debe poner las mercaderías en un medio de transporte escogido por el comprador.
Grupo C	CFR-CIF-CIP-CPT	El vendedor debe contratar el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de mercaderías o valores adicionales luego de la carga y despacho.
Grupo D	DPU-DAP-DDP	El vendedor soporta todos los costos y riesgos para llevar las mercaderías al país destino. La entrega se ejecuta una vez que las mercaderías son asequibles por el comprador.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 13 se puede observar que los incoterms se pueden agrupar en cuatro categorías (grupo E, F, C y D) según las obligaciones que deben asumir el exportador e importador, por ejemplo, en el grupo E el comprador debe asumir todas las obligaciones desde que retira las mercaderías del local del vendedor, en el grupo F y grupo C la mayoría de las responsabilidades se reparten entre comprador y vendedor y en el grupo D

los vendedores asumen menos responsabilidades, por lo tanto, la mayoría de costos son asumidos por el país comprador.

3.4. Terminología de los incoterms

La última versión de los incoterms se realizó en el año 2020 y contiene once términos comerciales. Como se detalla a continuación:

Tabla 14.

Costos y riesgos de los incoterms

Incoterms	Significado	Costos y riesgos
EXW	Ex Works/ En fábrica	Vendedor: únicamente asume el riesgo y costo en su propio almacén, es decir, cuando pone las mercaderías a disposición del comprador en su propia empresa. Comprador: asume los costos y riesgos desde que retira las mercaderías del almacén del vendedor.
FAS	Free Alongside Ship/ Libre al costado del buque	Vendedor: asume los costos y riesgos hasta que la mercadería es entregada en el primer puerto y asume los trámites aduaneros. Comprador: asume la mayoría de los costos y riesgos desde que se embarca la mercadería en el puerto, costos de estiba, flete, hasta entrega en destino (todos los costos de importación), también suele asumir el costo del seguro.
FOB	Free On Board/ Libre a bordo	Vendedor: asume todos los costos y riesgos de exportación e incluye la carga de las mercancías en el primer puerto de origen y se encarga de contratar el transporte internacional, pero este costo es asumido por el comprador. Comprador: asume los costos y riesgos de flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino, por lo general también asume el valor del seguro.
FCA	Free Carrier/ Libre t8ransportista	Vendedor: asume riesgos y costos en su país, costos de transporte y trámites de exportación. Comprador: asume costos y riesgos, desde la carga a bordo hasta la descarga en el país destino.

Incoterms	Significado	Costos y riesgos
CFR	CFR Cost and Freight/ Coste y flete	<p>Vendedor: asume todas las responsabilidades hasta que la mercadería llega al puerto del país destino.</p> <p>Comprador: asume riesgos y costos desde que la mercadería se encuentra en el puerto del país destino.</p>
CIF	CIF Cost, Insurance and Freight/ Coste, seguro y flete	<p>Vendedor: tiene las mismas responsabilidades que el incoterm CFR, pero además debe contratar el seguro y asume costos y seguros hasta la transportación de mercaderías en el puerto del país del vendedor.</p> <p>Comprador: asume riesgos y costos desde que la mercadería se encuentra en el puerto del país destino.</p>
CPT	Carriage Paid To/ Transporte pagado hasta	<p>Vendedor: asume todos los gastos hasta la entrega de las mercaderías en el lugar convenido (puerto del comprador), además, se ocupa de los costos de origen, transporte principal y gastos en destino.</p> <p>Comprador: asume los costos de importación y el seguro en caso de contratarlo, el riesgo es asumido por el comprador desde que las mercaderías son cargadas en el puerto del país vendedor.</p>
CIP	Carriage and Insurance Paid/ Transporte y seguro pagados hasta	<p>Vendedor: asume los costos y el seguro hasta que las mercaderías están en disposición del puesto del país comprador</p> <p>Comprador: asume el riesgo hasta que las mercaderías son cargadas en el puerto del país vendedor. Se encarga de los trámites de importación y entrega de las mercancías en el país destino.</p>
DAP	Delivered At Place/ Entregado en un punto	<p>Vendedor: la mayoría de los riesgos y costos son asumidos por el vendedor.</p> <p>Comprador: el comprador solo asume riesgos y costos de los trámites aduaneros y la descarga del producto en el país destino.</p>
DDP	Delivered Duty Paid/ Entregado con derechos pagados	<p>Vendedor: asume todos los costos y riesgos hasta la entrega de las mercaderías en el país destino.</p> <p>Comprador: únicamente asume los costos y riesgos de la descarga de las mercaderías al almacén o lugar convenido del país destino.</p>

Incoterms	Significado	Costos y riesgos
DPU	Delivered at place Unloaded/ Entregada en lugar descarga	Vendedor: asume todos los costos y riesgos hasta la entrega de las mercaderías en el país destino, no se ocupa de los trámites de importación. Comprador: asume los costos de los trámites aduaneros de importación.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 14 se observa que en la actualidad existen once incoterms: EXW, FAS, FOB, FCA, CFC, CFR, CIF, CPT, CIP, DAP, DDP y DPU, estos códigos de tres letras describen las normas que deben asumir los países importadores y exportadores para transportar las mercaderías ([Anexo 4_Incoterms 2020](#)).

Recuerde:

Los incoterms son 11 reglas que determinan las responsabilidades que debe asumir el comprador y vendedor. Entre los incoterms que se utilizan para cualquier modo de transporte se encuentra EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU y DDP y los incoterms que se utilizan para el transporte marítimo se encuentra, FAS, FOB, CFR y CIF.



Estos términos no son siempre los mismos, dado que sufren actualizaciones cada 10 años según las condiciones del mercado, especialmente se modifican aquellos incoterms que no responden a la realidad actual del comercio internacional.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la quinta actividad recomendada:

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 3 (el Estado y la internacionalización: administración del comercio exterior. La política comercial). (apartado 4, teorías del comercio exterior).
2. Con la finalidad de retroalimentar las temáticas de la unidad 3, le invito a revisar el siguiente recurso educativo abierto (REA): [Incoterms](#), en este recurso encontrará una breve explicación del uso de los incoterms en el comercio internacional.

3. Luego de revisar el REA, le invito a desarrollar el siguiente ejercicio:

La empresa Transur se dedica a la fabricación y venta de camisas, esta empresa se encuentra ubicada en Ecuador y recibe una orden de compra por un pedido de 10000 camisas del país importador (Chile), la venta se debe realizar vía transporte marítimo y se debe determinar el incoterm que genere una mayor rentabilidad para la empresa, a continuación, se proporcionan algunos datos adicionales para determinar el valor del incoterm:

Datos:

Precio unitario= \$5,00 por camisa

Rentabilidad esperada=40 %

Costo de origen hasta documentación de exportación: \$700.00

Costo de embarque= \$1000

Flete internacional= \$2500.00

Prima de seguro= \$ 500.00

Solución:

Luego de revisar toda la unidad 3 propuesta en la guía y de analizar el [Anexo 4_Incoterms 2020](#), sus respuestas serán las siguientes:

1. Determinar el costo total

Costo total: $10000 * \$5 = \50000

2. Rentabilidad estimada

Tabla 15.

Cálculo de incoterms

Incoterms	Costos y valor de venta	Valores totales	Valores unitarios	Rentabilidad estimada
CFR	Costo	54200.00	5.42	\$21680.00
	Venta (40 % rentabilidad esperada)	75880.00	7.59	
FOB	Costo	51700.00	5.17	\$20400.00
	Venta (40 % rentabilidad esperada)	72380.00	7.23	
FAS	Costo	50700.00	5.07	\$20280.00
	Venta (40 % rentabilidad esperada)	70980.00	7.09	

Incoterms	Costos y valor de venta	Valores totales	Valores unitarios	Rentabilidad estimada
CIF	Costo	54700.00	5.47	\$21880.00
	Venta (40 % rentabilidad esperada)	76580.00	7.66	

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 15 se puede determinar que lo más conveniente sería hacer la negociación a través de incoterms **CIF** porque al exportador le genera mayor rentabilidad **\$21880.00**, pero no se debe olvidar que una mayor rentabilidad incurre en mayores riesgos para la empresa, la última decisión siempre la tiene el exportador e importador.

Para dar respuesta a la siguiente evaluación, le recomiendo revisar la guía didáctica, la unidad 3, el desarrollo de las preguntas le permitirá evaluar su nivel de comprensión, de esta unidad. **¡Adelante y éxitos!...**



Autoevaluación 3

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?
 - a. La OMC, en la actualidad, desempeña las mismas funciones que el GATT.
 - b. Entre los principales temas que se abordaban en la OMC se encuentran las subvenciones, los derechos *antidumping*, las salvaguardias, obstáculos técnicos del comercio y las ayudas que reciben los PMD.
 - c. El GATT era un ente regulador del comercio de servicios.
2. ¿Cuál es el significado del incoterm CFR?
 - a. *Delivered at place Unloaded*/Entregada en lugar descargada.
 - b. *Cost and Freight*/Coste y flete.
 - c. *Cost, Insurance and Freight*/Coste, seguro y flete.
3. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?
 - a. El sistema generalizado fue aceptado por todos los países que conformaban la OMC, con la finalidad de obtener ventajas arancelarias, principalmente fue considerado por los países desarrollados con la finalidad de generar ayudas económicas y sociales a las pequeñas economías, y así, puedan aumentar sus beneficios comerciales.
 - b. El sistema de preferencia arancelarias genera únicamente incentivos para los países desarrollados.
 - c. Todas las anteriores.
4. En el sistema de preferencias arancelarias, se establecieron dos cláusulas:
 - a. Reciprocidad y competitividad.
 - b. No discriminación y reciprocidad.
 - c. No discriminación y no reciprocidad.

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?
- En el incoterm EXW, los riesgos y costos se reparten en condiciones iguales entre comprador y vendedor.
 - En el incoterm EXW, el comprador únicamente debe asumir el riesgo de transporte en el país destino.
 - El vendedor únicamente asume el riesgo y costo en su propio almacén, es decir, cuando pone las mercaderías a disposición del comprador en su propia empresa.
6. Los incoterms se pueden clasificar en:
- Cuatro grupos (grupo E, F, C, D).
 - Tres grupos (grupo E, F, C).
 - Todas las anteriores.
7. Los incoterms, se actualizan cada:
- 20 años.
 - 10 años.
 - Cuando la Cámara de Comercio Internacional lo considere.
8. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?
- Las rondas fueron celebradas desde el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y el Comercio), estas rondas eran definidas como reuniones entre países para poder establecer acuerdos comerciales.
 - Las rondas se crearon desde la OMC para regular el comercio.
 - Todas las respuestas anteriores.
9. Dentro del sistema de preferencias arancelarias, se establece que los países menos desarrollados para beneficiarse de las ayudas deben de exportar productos nacionales que tengan:
- Al menos del 10 al 20% del valor agregado nacional.
 - El producto a exportar debe tener al menos del 35 al 40% del valor agregado nacional.
 - Todas las anteriores.

10. ¿Cuántos incoterms existen en la actualidad?, según la última actualización del 2020 de la Cámara de Comercio Internacional.
- a. 10
 - b. 9
 - c. 11

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 3

- Analiza los principales procesos de integración y preferencias arancelarias partiendo desde el concepto, integrantes, objetivos y mecanismos.

Con este resultado de aprendizaje el estudiante comprende las distintas formas de integración económica e identifica los acuerdos multilaterales que se han ejecutado entre naciones y sus beneficios.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 6: escenarios internacionales: principales procesos de integración a nivel internacional y capítulo 16: aduanas y comercio exterior, apartados 1, 2 y 3, de igual manera, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

Empezamos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 6

Unidad 4. Proceso de integración y código aduanero

4.1. Introducción

En las unidades anteriores se estudió algunos elementos reguladores del comercio internacional, siendo estos: los aranceles, las restricciones de importación y exportación, la política monetaria y la política fiscal, en esta unidad se analiza como la reducción de estos elementos dan paso al proceso de integración, es decir, los países abren sus fronteras e integran sus economías.

Los procesos de integración se realizan de forma parcial y solo afectan a un grupo reducido de países vecinos o de un mismo ámbito geográfico, lo que se traduce en un proceso de regionalización (Berumen y Arriaza, 2004).

4.2. Niveles de integración económica

Existen numerosos mecanismos que los países pueden utilizar para integrarse, estos se detallan a continuación:

Tabla 16.

Niveles de integración económica

	Eliminación de aranceles y similares	Arancel exterior común	Libertad de movimientos de capital y trabajo	Instituciones económicas comunes	Instituciones políticas comunes
Zona de libre comercio	x				
Unión aduanera	x	x			
Mercado común	x	x	x		
Unión económica y monetaria	x	x	x	x	
Unión política	x	x	x	x	x

Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

En la tabla 16 se observa que existen varios niveles de integración regional, entre estos se encuentra:

- Zona de libre comercio: dos o más países eliminan los aranceles interiores, manteniendo cada país su propia política comercial exterior con países terceros que no forman parte del acuerdo, por ejemplo, Nafta (North American Free Trade Association o TLC (tratado de libre comercio), creada originalmente por Estados Unidos y Canadá y luego se integra otros países como México.
- Unión Aduanera: creación de un arancel exterior común, es decir, la homologación de aranceles externos para países terceros, por ejemplo, la unión europea.
- Mercado común: ampliación de la libertad de movimientos de mercancías propias de una unión aduanera a los factores de capital y trabajo, el libre movimiento de factores se interpreta como vías alternativas para alcanzar eficiencia significativa, cuando un país

tiene abundante un factor puede exportar ese factor o los productos derivados del mismo, por ejemplo, Mercosur.

- Unión económica y monetaria: las políticas económicas de los países que la integran se unifican y adoptan una moneda única y puede continuar con la integración política, por ejemplo, unión monetaria en la Unión Europea.
- Unión política: una vez alcanzada la plena unión aduanera entre los países miembros y la eliminación de aranceles, deciden proceder paulatinamente a homologar los mecanismos de política comercial entre países firmantes, unión política en UE.

4.3. Acuerdos bilaterales

Estos acuerdos por lo general son negociaciones que se establecen entre dos países con el objetivo principal de liberar el comercio, basados en listas de productos.

El TLC conformado por los países de Estados Unidos y Canadá, fue un claro ejemplo de acuerdo bilateral, este permitía la libre circulación de bienes, servicios y capitales, mediante la armonización de políticas y normas jurídicas.

En la actualidad y gracias a los procesos globales los países firman acuerdos con varios países y es una forma de reemplazar estos acuerdos bilaterales por acuerdos multilaterales, como se evidencia en el desarrollo de esta unidad.

4.4. Procesos de integración

Moisés Nain señala en su publicación la magia del punto G, que a medida que la globalización se expande no permite que los consensos entre países sean los más adecuados y por ello las negociaciones fracasan, para contrarrestar este efecto sugiere que los países deben integrarse y definir las reglas con las cuales van a operar en el comercio exterior.

A nivel mundial se han definido algunos procesos de integración: Europa, América y Asia, etc. Estos se detallan a continuación.

4.4.1. Acuerdos regionales

Europa

- Unión Europea (1992)

Los países establecieron negociaciones para definir zonas de libre comercio, está negociación en sus inicios se la llamó comunidad europea del carbón y del acero, años posteriores se actualiza su nombre y se lo conoce como comunidad económica europea: tratado de Roma y finalmente queda posicionada con el nombre de Unión Europea: tratado de Maastricht.

Figura 7.

Unión Europea



Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

En la figura 7 se puede observar que la Unión Europea es una zona de libre comercio con estructura económica fuerte y está integrado por varios países, los mismos se encargan de realizar negociaciones, coordinar sus políticas económicas y comerciales, con el fin de generar crecimiento económico.

Tabla 17.

La Asociación de Naciones de Sudeste Asiático (ASEAN-1967)

ASEAN	Objetivos:
	Reducción arancelaria
	Crecimiento de zona de libre comercio
	Crecimiento económico 1993-2015 (19% - 24%)
	Países: al inicio del acuerdo solo conformaron 5 países: Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia, con el tiempo se fueron incorporando otros Estados comunistas: Vietnam, Laos, Camboya, Brunéi y Myanmar.

Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

En la tabla 17 se observa el proceso de integración ASEAN, cuyo propósito del grupo es favorecer las relaciones en general entre sus miembros y contener la propagación del comunismo de la nación. El bloque ha promovido una zona de libre comercio con una significativa reducción arancelaria.

América

América del norte

Tabla 18.

Tratado de libre comercio de América del Norte (NAFTA-1994)

NAFTA	Objetivos:
	Reducción arancelaria
	Creación de zona de libre comercio.
	Derechos de propiedad intelectual
	Fomentar la actividad económica.
Países: Estados Unidos, México y Canadá, en el 2018 se sustituye el NAFTA por USMCA, esto con la finalidad de que EEUU obtenga ganancias del comercio, el presidente Trump mantenía que EEUU no estaba siendo beneficiado.	

Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

Como se puede apreciar en la tabla 18 el NAFTA buscaba una reducción arancelaria con la finalidad de que sus países miembros se abran al comercio, por ejemplo, para que un vehículo sea comercializado al menos el 75 % de las partes deben pertenecer a los países de Norteamérica.

América del sur

- Asociación Latinoamericana de integración (ALADI-1980)
- Mercado común del sur (Mercosur-1991)
- Comunidad Andina de las Naciones (CAN-1969)

Tabla 19.

ALADI, MERCOSUR Y CAN

ALADI	MERCOSUR	CAN
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">▪ Mercado común▪ Reducciones arancelarias▪ Incremento de la producción agrícola▪ Pertenecer a otros grupos de integración.	Objetivos: <ul style="list-style-type: none">▪ Mercado común▪ Libre circulación de bienes, servicios y factores productivos.▪ Arancel externo común	Objetivos: <ul style="list-style-type: none">▪ Zona de libre comercio entre países miembros.▪ Libre tránsito entre países miembros▪ Impulsar el crecimiento económico de los países miembros.
Países: <ul style="list-style-type: none">▪ Argentina▪ Bolivia▪ Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Uruguay, Perú y Venezuela.	Países plenos: Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Venezuela. Países observadores: Nueva Zelanda, México, Guyana, Surinam, Chile, Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia.	Países: Bolivia, Ecuador, Perú, Colombia Chile y Venezuela eran parte del bloque, pero lo abandonaron.

Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

Se observa en la tabla 19 que dentro de los acuerdos celebrados en América del Sur se encuentra el Aladi, Mercosur y Can, sus objetivos estaban centrados en la cooperación entre países miembros e impulsar el crecimiento.

América central

Tabla 20.

Mercado común centroamericano (MCCA-1961)

MCCA	Objetivos:
	Integrar progresivamente las economías
	Fomentar la producción de bienes y servicios de los habitantes
	Mejorar las condiciones de vida de los habitantes
	Países: Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Costa Rica y Panamá

Nota. Adaptado de: Berumen, S. y Arriaza, K. (2004).

En la tabla 20 se puede observar que el acuerdo MCCA, en la cual sus mejores esfuerzos estaban centrados en impulsar los procesos globales, económicos, comerciales con el fin de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos de Centroamérica.

Acuerdos regionales complementarios

- La comunidad el caribe (CARICON-1958)
- Área de libre comercio de las Américas (ALCA-2005)
- Asociación Europea de libre comercio (EFTA-1960)

Tabla 21.

CARICON, ALCA Y EFTA

CARICON	ALCA	EFTA
Objetivos: Integración económica con el fortalecimiento de relaciones comerciales, económicas y políticas entre países miembros.	Objetivos: ▪ Zona de libre comercio ▪ Reducción arancelaria. ▪ Podrá coexistir con acuerdos bilaterales y subregionales.	Objetivos: ▪ Zona de libre comercio entre países miembros. ▪ Libre tránsito entre países miembros ▪ Impulsar el crecimiento económico de los países miembros.

CARICON	ALCA	EFTA
Países: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Antigua y Barbuda ▪ Barbados ▪ Belice ▪ Dominica ▪ Granada ▪ Guayana ▪ Jamaica ▪ Montserrat San Cristóbal ▪ Santa Lucia, ▪ San Vicente ▪ Trinidad y Tobago. 	Lo integran 34 países de América y se encuentra liderado por Estados Unidos. Al inicio estaba conformada por siete países, Australia, Dinamarca, Portugal, Suecia, Noruega, Reino Unido y Suiza. Luego se unieron: Finlandia, Islandia y Liechtenstein. Actualmente, solo está conformado por 4 países: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.	

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 21 se puede observar que en la actualidad existen otros procesos de integración: CARICON, ALCA Y EFTA, los mismos buscan reducir los aranceles y obtener mayores beneficios económicos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la sexta actividad recomendada

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 6 (escenarios internacionales: principales procesos de integración a nivel internacional).
2. Con la finalidad de retroalimentar las temáticas de la unidad 4, le invito revisar el siguiente REA: [Determinantes para la internacionalización de las Pymes](#), donde se describe cómo las empresas aprovechan los acuerdos comerciales para mejorar su estado de resultados, manteniendo sus fronteras abiertas al comercio.
3. Luego de revisar el REA responda la siguiente interrogante
 - ¿Considera usted, que los acuerdos comerciales entre países permiten mejorar la situación financiera (estado de resultados) de las PYMES?)?

Posterior a su análisis, afirmará esta interrogante y concluirá lo siguiente: las empresas que se encuentran dentro de los países que mantienen acuerdos comerciales se benefician porque obtiene reducciones arancelarias o arancel cero en la comercialización de algunos productos, esto se refleja en el estado de resultados de la empresa de forma positiva, dado que las empresas pueden importar materia prima con aranceles bajos, siendo sus gastos menores y una vez que obtengan el producto final (valor añadido) y este sea exportado sus ingresos se incrementen, obteniendo así, una utilidad positiva al final de la operación.

Es importante mencionar que las PYMES utilizan los acuerdos comerciales como estrategias para internacionalizarse, mejorando su situación financiera y económica.



Semana 7

Estimados estudiantes, bienvenidos a la semana 7, en la misma se analiza los últimos tres apartados para culminar el estudio de esta unidad. Dentro de estas temáticas se analizan los principales efectos de integración, términos aduaneros y la nomenclatura arancelaria.

Antes de continuar con el presente estudio de la unidad, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Arese, capítulo 16: aduanas y comercio exterior, recuerde que el docente estará dispuesto para resolver cualquier inquietud que pueda presentar a lo largo de la unidad.

¡Mucha suerte!

4.5. Principales causas y efectos de integración

Existen algunas causas y efectos que los países deben tomar en consideración al realizar acuerdos de integración con otras naciones, algunas de estas se detallan a continuación.

Tabla 22.*Causas y efectos de integración económica.*

Causas	Efectos
Económicas:	<p>Creación del comercio: surge a través de la reducción de trabas (medidas arancelarias y para arancelarias).</p> <p>Esto genera ganancias del comercio y un mayor bienestar para los consumidores.</p>
Políticas:	<p>Desviación del comercio: según las diferencias entre países miembros de un acuerdo y terceros países.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede generar que unos países crecen a expensas de otros.
Sociales:	Expansión del comercio: se produce por la relación entre la desviación y el crecimiento del comercio, el comercio se expande por la reducción de precios.
Tecnológicos:	Otros efectos: cambio tecnológico, especialización, redefinición del monopolio y redefinición de la localización.

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la tabla 22 se evidencia que existen causas y efectos de los procesos de integración, los mismos que pueden ser positivos y negativos, por ello cada país que desee firmar algún acuerdo deberá analizar todos estos aspectos para abrir sus fronteras con los posibles países miembros.

4.6. Aduana (código aduanero)

Aduana es una oficina pública y gubernamental que se encuentra en lugares estratégicos dentro de los países, su principal objetivo es facilitar el comercio exterior, controlando, recaudando y aplicando la legislación vigente que se encuentra establecido dentro del código aduanero.

El código aduanero dispone la aplicación de la legislación relacionado con las importaciones y exportaciones, así como, sus principales sujetos

aduaneros, siendo estos: el servicio aduanero, los exportadores e importadores, los despachantes de aduanas y los agentes aduaneros, a continuación, se detallan:

Figura 8.
Sujetos Aduaneros



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

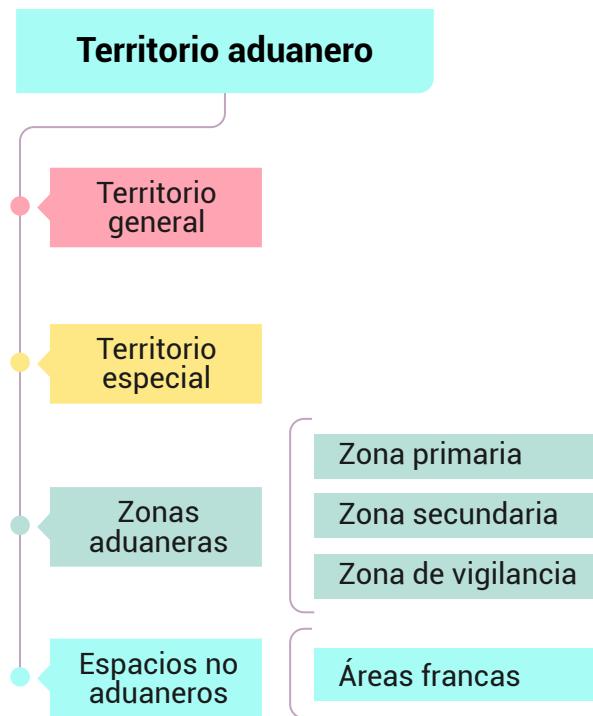
En la figura 8 se puede observar los principales sujetos de aduanas, siendo el principal el servicio de aduanas y es el encargado de administrar y aplicar normas en las exportaciones y exportaciones, controlar el ingreso y egreso de mercancías, y la recaudación de tributos; además, dentro de los sujetos aduaneros se encuentran los importadores y exportadores

que son personas que realizan la compra y venta de mercaderías; en relación con los despachantes, son personas que actúan en nombre del importador o exportador y se encarga de todos los trámites, diligencias y demás operaciones aduaneras; finalmente, los agentes de transporte, son encargados de poner a disposición de aduanas sus medios de transporte para el tránsito de mercancías.

De igual manera, dentro del código aduanero se describen la clasificación del territorio aduanero, a continuación, se detalla.

Figura 9.

Territorio aduanero



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 9 se observa la clasificación del territorio aduanero, el mismo comprende el territorio general y especial, el primero hace referencia a la aplicación de un sistema arancelario general en las importaciones e importaciones, mientras que el segundo hace referencia al sistema arancelario especial y de prohibiciones en las exportaciones e importaciones, en la cual los tributos no deben exceder al 75 %.

De igual manera, se observa que dentro del territorio aduanero se encuentra tres zonas: zona primaria, secundaria y de vigilancia, la primera hace relación a puertos, instalaciones y depósitos, en la cual se encuentra la administración que llevan a cabo el control de las mercancías, la segunda son zonas autorizadas por aduanas para la recepción, almacenamiento y control de mercaderías y para transitar por estas zonas debe existir un documento aduanero y la tercera, se refiere a las zonas de vigilancia que permiten adoptar medidas especiales en el control de mercaderías.

Finalmente, se muestra algunos espacios no aduaneros, como son las zonas francas, estos permiten almacenar las mercaderías en un territorio delimitado por un país, en un tiempo determinado, con el fin de incentivar a la exportación (luego de que estas mercaderías importadas han sufrido una gran transformación, procedan a exportarlas) y no están gravadas con el pago de tributos.

4.6.1. Requisitos de exportación-Ecuador

Se refiere a todo el procedimiento que deben cumplir los exportadores para que finalmente las mercaderías puedan salir a los diferentes destinos, en todo este proceso intervienen funcionarios de aduanas controlando que todo se realice de forma correcta, en el [Anexo 5. Requisitos de exportación e importación](#) se recoge la principal documentación necesaria para exportar y el [Anexo 6. Guía del exportador](#)

Hace relación a la guía del exportador, donde se recoge otros requisitos que deben cumplir los exportadores.

Proceso de exportación

1. Declaración Aduanera de Exportación- [Anexo 5. Requisitos de exportación e importación](#)
2. Canal de aforo: automático, documental y físico intrusivo
3. Ingreso de mercaderías a depósito temporal y/o zona primaria
4. Embarque-Incoterm pactado
5. Solicitud de corrección del DAE y regulación.



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En el recuadro se puede observar el proceso de exportación, siendo estas:

1. Declaración aduanera de exportación;
2. Canal de aforo, es la modalidad de despacho tomando en consideración la experiencia que tiene la empresa exportadora;
3. Ingreso de mercaderías a depósito temporal;
4. Embarque, según el medio de transporte acordado y el incoterm pactado en la operación;
5. Corrección y regulación del DAE, el exportador corrige el DAE y anexa la documentación necesaria.

Es importante mencionar que dentro de la etapa 2 que hace relación al canal de aforo se establece una subdivisión y a continuación se detalla:

- Aforo automático: el sistema asigna de forma automática el estado “Salida autorizada” al momento del registro de ingreso de la carga al depósito temporal.
- Aforo documental: la DAE es asignada a un funcionario de aduanas para la revisión y autorización.
- Aforo físico intrusivo: la DAE es asignada a un funcionario de aduanas para la inspección física de la carga y la comprobación de la documentación electrónica, una vez que todo esté correcto se notifica por correo y cambia el estado a “salida autorizada”.

4.6.2. Requisitos de importación-Ecuador

Se refiere a todo el procedimiento que deben cumplir los importadores para que las mercaderías puedan ingresar al país, en todo este proceso intervienen funcionarios de aduanas, controlando que todo se realice de manera correcta. En el [Anexo 5. Requisitos de exportación e importación](#) se recoge la principal documentación que se requiere para importar.

Proceso de importación

1. Arribo de mercadería
2. Permanencia
3. Descarga
4. Ingreso a depósito
5. Destino



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En el recuadro se puede visualizar todo el proceso que se requiere para importar, entre las mismas se puede destacar: 1. Arribo de mercadería al lugar de procedencia, tal y como se encuentra determinado en el contrato de compraventa internacional y la factura comercial; 2. Permanencia en aduanas del país destino, para posterior inspección de mercaderías; 3. Descarga de la mercadería del transporte utilizado; 4. Ingreso a depósito y finalmente, 5. Destino, dependiendo si es definitivo o temporal.

a. Tributos a pagar en la importación

Según el SENAE (2021), los tributos son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, y tasas que están establecidos por servicios aduaneros.

En Ecuador las importaciones están gravadas con tributos y estas se mencionan a continuación:

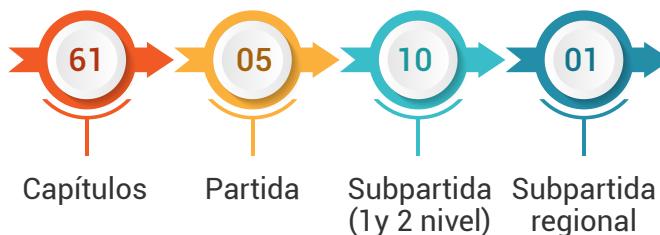
- **AD-VALOREM** (arancel cobrado sobre el valor de mercancías importadas): son establecidos por la autoridad competente, consiste en porcentajes según el tipo de producto y se aplica sobre la suma de Costo, Seguro y Flete (base imponible de importación).
- **FODINFA** (fondo de desarrollo para la infancia): se aplica el 0.5 % sobre la base imponible.
- **ICE** (impuesto al consumo especial): el porcentaje está determinado según el bien o servicio que se importe.
- **IVA** (impuesto al valor agregado): corresponde al 12 % sobre: Base imponible + Ad valorem+ Fodinfa + Ice.

4.7. Nomenclatura arancelaria

Arese (2020) define como el lenguaje internacional, en el cual se asigna un código para cada producto, los mismos se encuentran establecidos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que se maneja a nivel mundial, cada producto codificado se encuentra incluidos en capítulos, partidas y subpartidas como se observa a continuación:

Figura 10.

Codificación de las mercancías



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura 10 se puede observar la codificación de las mercancías, la misma viene determinada por un capítulo que se expresa a través de dos dígitos, de igual manera se encuentran mercaderías que vienen determinadas por cuatro dígitos y hace relación a la partida del producto, es decir, una división del capítulo, de igual manera las subpartidas a 6 y 8 dígitos son subdivisiones de la partida general del producto.

En la actualidad el sistema armonizado está constituido por 97 capítulos, el criterio de organización empieza con los productos menos diferenciados y termina con los más procesados, por ejemplo, el capítulo 1 hace relación a productos agrícolas y vegetales y a partir de este nombre general se establece los códigos de las partidas y subpartidas, es decir la clasificación y subclasiación del capítulo 1.

Recuerde:

- **Acuerdos bilaterales:** son acuerdos que se desarrollan entre dos entidades estatales con el fin de definir algunos temas importantes del comercio, como las fronteras territoriales y alianzas de la política comercial (medidas arancelarias y no arancelarias), entre otros.
- **Acuerdos multilaterales:** Es un acuerdo firmado entre tres o más estados con el fin de negociar asuntos comerciales. Un acuerdo bilateral se puede convertir en un acuerdo multilateral, cuando nuevos países deciden integrarse al mismo.
- **Integración económica:** es la agrupación de dos o más países con el objetivo de eliminar progresivamente las barreras arancelarias y obtener beneficios del comercio.





Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la séptima actividad recomendada (última del primer bimestre)

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 16 (Aduanas y comercio exterior).
2. Con la finalidad de retroalimentar las temáticas finales de la unidad 4, le invito revisar el siguiente REA: [Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador](#), se describe cada uno de los tributos que se deben considerar para determinar el precio total de importación.
3. Luego de revisar el REA realice el siguiente ejercicio,

La empresa Indera (Ecuador) dedicada a la producción y comercialización de café decide importar bolsas biodegradables desde México, el precio del paquete de bolsas (100 unidades) es de 336,21 pesos mexicanos en donde si realizamos la conversión a dólares se tiene el valor de \$16,47 dólares de los estados unidos por cada caja de bolsas biodegradables. En total se requiere importar desde México 200 cajas de bolsas biodegradables. Adicional, se proporciona la siguiente información:

Partida arancelaria: 2306.10.00

Iva México: 16 %

Iva Ecuador: 12 %

Flete: 750.00

Seguro: 1 % del valor del FOB

Costo de almacenaje aproximado: 200.00

Gastos de operación: 100.00

Transporte marítimo: Incoterm-CIF

Ad-valorem: 14.20 %

¿Calcule el precio total de importación?

Solución:

Posterior a su análisis y desarrollo del ejercicio, usted obtendrá el siguiente resultado:

Tabla 23.*Cálculo del precio de importación*

	Cantidad	Precio
IMPORTADOR		Empresa Indera
PARTIDA ARANCELARIA		2306.10.00
MERCADERIA (COSTO)	200	\$16,47 3.294,00
IVA: México		0,16
VALOR FOB		3.294,00
FLETE		750,00
SEGURO (1% Valor FOB)		32,94
A. CIF		4.076,94
ADVALOREN*	14,20 %	578,93
FODINFA	0,50 %	20,38
IVA	12 %	489.23
ICE	0 %	
B. TOTAL Aranceles e impuestos		1.088.54
ALMACENAJE APROXIMADO		200.00
GASTOS DE OPERACIÓN		100,00
C. TOTAL GASTOS OPERATIVOS		300.00
TOTAL IMPORTACIÓN (A+B+C)		5465.48

Nota. Tomado de: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2021). Recuperado de: [enlace web](#)

Costo total de importación: \$ 5465.48

Costo por paquete: \$ 5465.48/200 = \$27.32.

Costo por unidad: \$27.69/100= \$0.28.

Para dar respuesta a la siguiente evaluación, le recomiendo revisar la guía didáctica, la unidad 4, el desarrollo de las preguntas le permitirá evaluar su nivel de comprensión, de esta unidad. ¡Adelante y éxitos!...



Autoevaluación 4

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?
 - a. Los niveles de integración económica son: unión aduanera, mercado común, unión económica y monetaria, unión política.
 - b. Los niveles de integración económica son: zona de libre comercio, unión aduanera, mercado común y unión económica.
 - c. Los niveles de integración económica son: zona de libre comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica y monetaria, y unión política.
2. ¿En qué consiste el mercado común?
 - a. Reducción de aranceles entre países firmantes y cada país mantiene su arancel común con terceros.
 - b. Una vez alcanzada la plena unión aduanera entre los países miembros y la eliminación de aranceles, deciden proceder paulatinamente a homologar los mecanismos de política comercial.
 - c. Ampliación de la libertad de movimientos de mercancías propias de una unión aduanera a los factores de capital y trabajo, el libre movimiento de factores se interpreta como vías alternativas para alcanzar eficiencia significativa, ejemplo, Mercosur.
3. En la actualidad, ¿cuántos países conforman la unión europea?
 - a. 27
 - b. 26
 - c. 28

4. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?
- Los acuerdos bilaterales son negociaciones que se establecen entre dos países y concluyen en acuerdos de integración.
 - Los acuerdos bilaterales son negociaciones que se establecen entre varios países y concluyen en acuerdos de integración.
 - Los acuerdos bilaterales son lo mismo que acuerdos multilaterales.
5. El acuerdo de la Asociación de Naciones de Sudeste Asiático (ASEAN), permitió que los países miembros obtengan un crecimiento económico del:
- 15% al 24% (1993 - 2015).
 - 19% al 24% (1993 - 2015).
 - 27% al 37% (1993 - 2015).
6. La Comunidad Andina de Naciones fue:
- Unión aduanera.
 - Mercado común.
 - Zona de libre comercio.
7. Las principales causas que se despliegan del proceso de integración económica son:
- Económicas, políticas, sociales y tecnológicas.
 - Culturales, políticas, sociales y tecnológicas.
 - Económicas, sociales y tecnológicas.
8. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?
- El código aduanero comprende todos los artículos en relación con el ámbito espacial, económico y político.
 - El código aduanero comprende todos los artículos en relación con el ámbito espacial.
 - Ninguna de las anteriores.

9. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?

- a. En territorio aduanero está conformado por: territorio general, zonas primarias, zonas secundarias, zona de vigilancia y otros espacios como zonas francas.
- b. En territorio aduanero está conformado por: territorio general, especial, zonas primarias y otros espacios como zonas francas.
- c. En territorio aduanero está conformado por: territorio general, especial, zonas primarias, zonas secundarias y zona de vigilancia.

10. ¿Cuál de las siguientes expresiones es la correcta?

- a. La nomenclatura arancelaria es el lenguaje internacional y define el código para cada producto, los mismos se encuentran establecidos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- b. La nomenclatura arancelaria son las preferencias arancelarias que los países desarrollados otorgan a los países en vías de desarrollo.
- c. Ninguna de las anteriores.

[Ir al solucionario](#)



Actividades finales del bimestre

Para culminar con el estudio del primer bimestre, usted debe rendir la evaluación bimestral, para ello le invito a revisar todos los contenidos abordados en estas 7 semanas y desarrollar las siguientes actividades:

1. Revise nuevamente las cuatro primeras unidades abordadas en el primer bimestre, con la finalidad de afianzar todos los contenidos del primer bimestre (guía didáctica y texto básico).
2. Desarrolle todas las actividades y autoevaluaciones propuestas en la presente guía.
3. Desarrolle el examen bimestral.

Muchos éxitos estimado estudiante, todo su esfuerzo y preparación serán recompensados.



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 4

- Comprender los documentos utilizados dentro de los procesos utilizados en el comercio exterior

Estimado estudiante, por medio del presente resultado de aprendizaje usted conocerá cuáles son los documentos más usados dentro de una transacción comercial internacional, incluyendo las modalidades contractuales más aplicadas, así como los aspectos más importantes de los seguros más utilizados en el comercio exterior.

Al término de la presente unidad usted habrá adquirido conocimientos generales sobre la instrumentación comercial de la compraventa internacional de mercaderías. Además, tendrá la oportunidad de complementar su aprendizaje con la revisión de recursos educativos referentes a la temática planteada los cuales se encuentran implementados dentro de la plataforma.

El segundo bimestre está conformado por cinco unidades: Unidad 5: Instrumentos de operación, contratos y seguros usuales en comercio exterior; unidad 6: Trading Companies y consorcios de exportación; unidad 7: Internacionalización de la empresa (estímulos de exportación y parte legal); unidad 8: Etapas del negocio internacional; unidad 9: Logística internacional. Cada unidad contiene actividades de aprendizaje que le permitirán consolidar sus conocimientos sobre esta interesante asignatura. Le motivó a que participen de cada una de ellas.

Empecemos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9

Unidad 5. Instrumentos de operación, contratos y seguros usuales en comercio exterior

Estimado estudiante, damos inicio al segundo bimestre del presente periodo académico con el contenido de la unidad 5, en esta semana se analizará aspectos referentes a la instrumentación de la compraventa de mercaderías en el mercado internacional. Además, conoceremos cuáles son las modalidades de contratos más utilizadas en el comercio exterior.

Antes de continuar con el estudio de la unidad dentro de la guía didáctica, es importante que usted revise el texto básico “Introducción del comercio exterior” de Héctor Félix Arese, capítulo 11: Contratos vinculados al comercio exterior: de la compraventa a los contratos auxiliares.

5.1. La instrumentación de la operación principal: La compraventa internacional de mercaderías

Para comenzar con la revisión de esta unidad, es importante en primer lugar establecer el concepto de un contrato de compraventa.

Según Hill (2020), define que un contrato “es un documento que especifica las condiciones en las que ocurre un intercambio y detalla los derechos y las obligaciones de las partes, siendo el derecho contractual el conjunto de leyes que rige la obediencia de los contratos” (p.47).

Es decir, un contrato de compraventa se considera un mecanismo legal fundamental dentro del comercio internacional que debe contener dentro del mismo, los datos del comprador y vendedor, las especificaciones del producto o servicio adquirido, precio, modalidad de pago, cantidad o calidad de la mercadería, fecha y lugar de entrega entre otros puntos que se consideren importantes dentro del pacto comercial.

Arese (2020), indica que en el año 1980 se llevó a cabo en Viena, la Convención de las Naciones Unidas sobre la compraventa internacional de mercaderías con el objetivo de constituir una norma uniforme que rige el comercio entre países (p.246).

La finalidad de esta convención es contribuir con la seguridad jurídica de las actividades comerciales internacionales, regulando los derechos y

obligaciones de los actores de la negociación, evitando de esta manera, conflictos futuros que se puedan desarrollar en la dinámica comercial.

Es importante señalar que existen ciertos tipos de compraventa que se encuentran excluidas dentro de los ámbitos aplicados en la convención de Viena, para conocer sobre ellos, lo invito a revisar el capítulo 11 del texto básico.

Arese (2020), indica que para que se ejecute el contrato con éxito, la convención de Viena estableció obligaciones contractuales tanto para el vendedor como para el comprador.

Para una mejor comprensión del tema, los invito a revisar la siguiente tabla:

Tabla 24.

Obligaciones contractuales.

VENDEDOR	COMPRADOR
1. Entregar los documentos relacionados con la mercadería	1. Pagar el precio establecido (en el lugar y tiempo convenido)
2. Transmitir la propiedad de las mercaderías:	2. Recibir y especificar mercaderías
3. Entregar la mercadería	

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Arese (2020), también menciona dentro del texto básico cuáles son las sanciones que se aplicaría tanto al vendedor como al comprador, en el caso en el que incumplan con sus respectivas obligaciones.

En la siguiente tabla sírvase encontrar el detalle de lo expuesto:

Tabla 25.

Sanciones Contractuales

SANCIONES CONTRACTUALES (VENDEDOR Y COMPRADOR)	Cumplimiento específico
	Resolución de contrato
	Compensación monetaria
	Reducción de precio Daños y perjuicios

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Para complementar su aprendizaje sobre las obligaciones y sanciones contractuales, le recomiendo revisar el capítulo 11 del texto básico, específicamente lo referente a Ejecución de contrato.

Estimado estudiante, en el siguiente apartado usted podrá conocer y establecer las diferencias entre los tipos de contratos más utilizados en el comercio exterior.

5.2. Otras modalidades contractuales usuales en el comercio: contrato de distribución, agencia, franchising, concesión comercial

- **Contrato de distribución:**

Un contrato de distribución básicamente se define como el contrato en el cual el fabricante provee al distribuidor de determinada cantidad de producto, siendo el distribuidor el encargado de colocarlo en el mercado.

Arese (2020), explica que el distribuidor puede adquirir los productos mediante dos vías diferentes, puede ser, en forma directa, a manera de una importación y en el segundo caso lo obtiene por consignación, siendo su ganancia la comisión por producto vendido (p.267). (Ver ejemplo en [Anexo 7. Ejemplo de contrato de distribución](#))

- **Contrato de agencia:**

“Es el acuerdo por el cual una de las partes “el agente”, asume de manera estable frente a la otra parte “el principal”, el compromiso de representar sus intereses en otro territorio, promoviendo la actividad del empresario principal, procurando atraer clientes y ampliando las contrataciones” (Arese, 2020, p.274). (Ver ejemplo en [Anexo 8. Ejemplo de contrato de agencia](#)).

- **Concesión comercial:**

“Contrato mediante el cual un comerciante denominado “concesionario” coloca su empresa de distribución al servicio de un comerciante denominado “concedente” por un tiempo limitado” (Arese, 2020, pp.270-271). (Ver ejemplo en [Anexo 9_Ejemplo de contrato de concesión comercial](#))

- **Franchising:**

“Acuerdo mediante el cual, una de las partes denominado “franquiciante”, cede a la otra parte llamada “franquiciado” el derecho a la explotación de su empresa y marca” (Arese, 2020, p.277-278). (Ver ejemplo en [Anexo 10_Ejemplo de contrato de franquicia](#))

Hill (2020), por su parte manifiesta, que el franquiciante no solo vende propiedad intangible (marca registrada), sino que exige que el franquiciado cumpla con una serie de reglas estrictas para dirigir el negocio (p.443).

Arese (2020), nos indica que existen dos modalidades de franquicias comerciales: La franquicia comercial de productos, que permite la distribución continua de los productos del fabricante y una segunda modalidad denominada Business Format Franchising también llamada franquicia llave en mano, en donde el franquiciante provee al franquiciado de asistencia técnica permanente, así como también un estricto control sobre el mismo.

Los elementos de este contrato son los siguientes:

- a. El otorgamiento de la facultad de operar un negocio, asociado al uso de marca, símbolo o logotipo.
- b. Control por parte del franquiciante de las operaciones
- c. El pago de una regalía a cargo del franquiciado
- d. La transferencia al franquiciante del know how (como hacerlo) al franquiciado.
- e. Condiciones generales de beneficios y obligaciones.

Estimados estudiantes, ahora que ya conoce cuáles son las modalidades de contrato vinculadas a los negocios internacionales, ya se encuentra listo para realizar las siguientes actividades, las cuales, sin duda, servirán de refuerzo para su aprendizaje.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje recomendada

1. Recuerde realizar la lectura del texto básico, capítulo 11(Contratos vinculados al comercio exterior: de la compraventa a los contratos auxiliares), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Con el objetivo de complementar su aprendizaje, le invitamos a ingresar al siguiente enlace [CONVENCIÓN DE NACIONES UNIDAS](#) y repase los aspectos importantes sobre los contratos de compraventa internacional de mercadería realizados en Viena en el año 1980.
3. Luego de revisar el recurso propuesto, le invitamos a responder la siguiente interrogante:
 - ¿Considera usted que el tratado sobre los contratos de compraventa internacional realizado en Viena dentro de la convención de las Naciones Unidas contribuye a la seguridad jurídica de los intercambios comerciales y a reducir los gastos operacionales?

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Seguramente después de leer sobre el tema, su respuesta será positiva, y efectivamente, el propósito de esta Convención es garantizar un régimen equitativo para los contratos de compraventa internacional de mercancías, por lo que contribuye de forma significativa a dar seguridad jurídica a los intercambios comerciales y a reducir los gastos de las operaciones.



Semana 10

Estimados estudiantes, damos inicio a la semana 10 dentro de la asignatura de Negocios Internacionales, continuamos con la revisión de los dos últimos subtemas de la unidad 5, referente a los seguros usuales en el comercio exterior, para lo cual sugiero se remitan al capítulo 15 de texto básico.

Empecemos

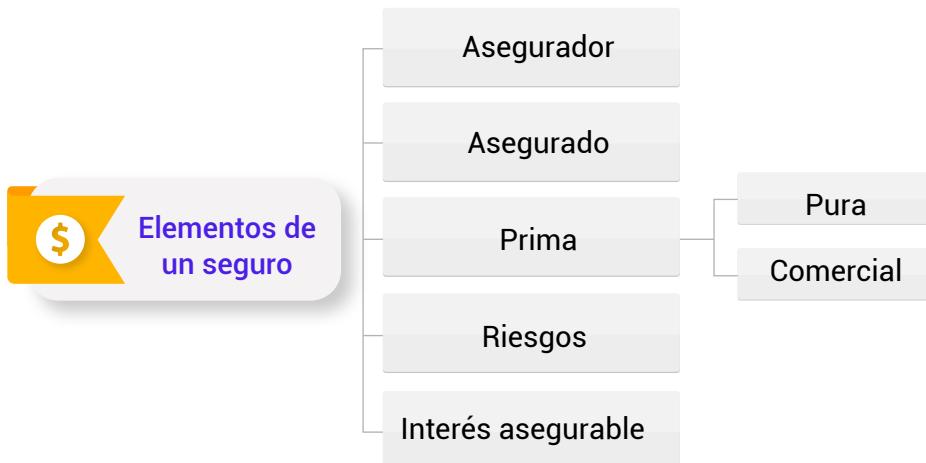
5.3. Aspectos generales de los seguros

Para Arese (2020), un seguro es “un contrato que surge de la necesidad de prevenirse contra las contingencias o riesgos a los cuales estamos expuestos dentro de la actividad comercial” (p.391).

Existen varios elementos que conforman un seguro, los cuales se encuentran detallados en la siguiente figura:

Figura 11.

Elementos del contrato del seguro



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Como puede observar en la figura 11, existen algunos elementos que forman parte de un seguro comercial. Así también, es importante que usted conozca sobre las etapas en la celebración de un contrato de seguro, las cuales son: Propuesta o solicitud, aceptación, obligación y cargas de las partes. Para conocer más sobre las definiciones de cada uno de ellos, los invitamos a que revisen la temática, en el capítulo 15 del texto básico.

5.4. Los seguros y el comercio exterior

Estimado estudiante, después de conocer los aspectos generales sobre los seguros, ahora se analizará los seguros más comunes vinculados al comercio exterior.

Para Arese (2020), los tipos de seguros más utilizados en el comercio exterior según el medio del transporte son los siguientes:

- **Seguro marítimo:** Son contratos cuya finalidad es indemnizar las pérdidas efectuadas dentro de una expedición marítima comercial, donde se hayan afectado el barco y/o la carga. El documento utilizado en este contrato es la póliza, la cual establece las condiciones del seguro, lo cual es indispensable para la negociabilidad de las mercaderías mientras se encuentren en tránsito.
- **Seguro aeronáutico:** Se define como el seguro que tiene por objeto cubrir los riesgos provenientes de la aeronáutica. El seguro aéreo se clasifica en: seguro sobre las cosas, que cubre los siniestros aéreos que recaen sobre las aeronaves; otro tipo de seguro es en relación con las personas, que cubre los daños a los pasajeros y el personal de la aeronave y de responsabilidad civil, que cubre los riesgos relativos a las personas y a la carga transportada, por daños provenientes a una colisión, no incluye daños por fuerza mayor o caso fortuito.
- **Seguro terrestre:** El asegurador asume los riesgos a los que estén expuestos los vehículos de transporte, la mercadería o la responsabilidad del transportador.

Arese (2020), también nos manifiesta que existen otros tipos de seguros relacionados con el comercio exterior, los cuales se explican a continuación:

- **Seguro de crédito a la exportación:** Al momento de exportar, existen numerosos riesgos para el vendedor, como por ejemplo el pago diferido de la mercadería, la insolvencia o el incumplimiento por parte del comprador o la quiebra del mismo, así como otro tipo de riesgos en los cuales no tienen influencia el comprador o el vendedor como, por ejemplo, catástrofes, asuntos políticos o fenómenos monetarios.

Por esta razón, se vuelve muy importante contratar un seguro de crédito a la exportación, cuyo objetivo es cubrir los riesgos que se puedan generar en una exportación por los motivos antes mencionados.

- **Seguro de caución:** El beneficiario de este tipo de seguro es la Aduana y cubre las siguientes operaciones del comercio exterior: Diferencias de derechos, faltantes de documentación complementaria,

destinaciones de tránsito, destinaciones temporales, depósitos aduaneros.

- **Seguro de cambio:** Este seguro permite reducir los riesgos que el cambio de moneda puede ocasionar, entendiendo dicho riesgo como la diferencia de cotización de una divisa, ya que, dentro del comercio exterior, como es de esperarse, muchas de las veces se realiza la negociación con divisas extranjeras.

Estimado estudiante, culminamos el contenido de la unidad 5 en la presente guía didáctica, por lo que ahora usted ya tiene conocimiento de los aspectos generales de los contratos y seguros más utilizados en el comercio exterior. Lo invito a efectuar la actividad de aprendizaje de esta semana y también a reforzar sus conocimientos con la autoevaluación.

¡Éxitos!



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje recomendada.

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 15 (seguros usuales en el comercio exterior), así como también revisar el contenido en la guía didáctica.
2. Luego de revisar los documentos señalados, le invito a efectuar un ensayo que le permita determinar cuáles son los beneficios al contratar un seguro al momento de efectuar una negociación internacional.
3. Una vez realizado el ensayo le invito a responder las siguientes interrogantes.
 - ¿Creé usted que es prioritario para las organizaciones adquirir un seguro en el comercio internacional?
 - Como profesional en formación de la carrera de contabilidad y auditoría, ¿considera usted que los seguros comerciales

forman parte de los gastos deducibles al momento de realizar la declaración de impuesto a la renta de la empresa exportadora?

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Después de analizar la temática, estamos seguras de que es consciente de la importancia de contratar un seguro comercial dentro del comercio internacional, ya que las ventajas de adquirirlo son muy importantes.

Los seguros son una herramienta efectiva para la protección de las empresas exportadoras, partiendo del hecho de que la mercadería es propensa a numerosos riesgos dentro del proceso de comercialización, y el exportador al no tener un seguro que cubra estos gastos, estaría expuesto a grandes pérdidas que conlleva a un fracaso en la negociación.

En todo el mundo, los seguros de exportación son ampliamente utilizados en las relaciones comerciales gracias a su importante contribución a crear un clima de estabilidad y seguridad en las partes involucradas en las relaciones comerciales.

Para concluir el tema, podemos determinar, que la adquisición de un seguro dentro de los negocios internacionales es fundamental para la operación comercial, ya que es preferible pagar un determinado precio (prima) para prevenir cualquier riesgo o imprevisto que pueda presentarse durante la movilización de la mercadería hacia el exterior.

Por otro lado, es importante analizar que para que un gasto sea considerado como deducible debe ser tanto ordinario como necesario. Los gastos ordinarios son aquellos que son comunes dentro del giro del negocio y que con la falta del mismo el negocio no pudiera subsistir, como por ejemplo el pago a empleados. Un gasto necesario por su parte, es aquel que es útil y apropiado para su comercio.

Para dar respuesta a la siguiente evaluación, le recomiendo revisar la guía didáctica, la unidad 5, el desarrollo de las preguntas le permitirá evaluar su nivel de comprensión, de esta unidad.

¡Adelante y éxitos!...



Autoevaluación 5

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿Dónde se llevó a cabo la convención de las Naciones Unidas sobre la compra-venta internacional de mercaderías?
 - a. Paris.
 - b. Viena.
 - c. New York.
2. La compensación monetaria dentro de las cláusulas contractuales es considerada como:
 - a. Obligación contractual.
 - b. Derecho contractual.
 - c. Sanción contractual.
3. Se define como el contrato en el cual el fabricante provee al distribuidor de determinada cantidad de producto, siendo el distribuidor el encargado de colocarlo en el mercado.
 - a. Contrato de distribución.
 - b. Contrato de agencia.
 - c. Concesión comercial.
4. ¿Cuál de las siguientes opciones es considerada como una modalidad de franquicia?
 - a. Franquicia por tipo de negocio.
 - b. Franquicia llave en mano.
 - c. Franquicia multilateral.
5. ¿A qué tipo de contrato corresponde este elemento? El otorgamiento de la facultad de operar un negocio, asociado al uso de marca, símbolo o logotipo.
 - a. Seguro.
 - b. Contrato de agencia.
 - c. Franquicia.

6. La prima es un elemento de un seguro que se clasifica en:
- Pura y comercial.
 - Comercial y financiera.
 - Bancaria y comercial.
7. Son contratos cuya finalidad es indemnizar las pérdidas efectuadas dentro de una expedición marítima comercial, donde se hayan afectado el barco y/o la carga. Esta definición corresponde a:
- Seguro marítimo.
 - Seguro aéreo.
 - Seguro de crédito a la exportación.
8. ¿A qué tipo de seguro corresponde la siguiente definición? El asegurador asume los riesgos a los que estén expuestos los vehículos de transporte, la mercadería o la responsabilidad del transportador.
- Seguro naviero.
 - Seguro terrestre.
 - Seguro de vida.
9. ¿En cuál de los siguientes tipos de seguros el beneficiario es la Aduana?
- Seguro de crédito a la exportación.
 - Seguro de crédito a la importación.
 - Seguro de caución.
10. El seguro de cambio permite:
- Cambiar la mercadería en el caso de existir inconformidad.
 - Reducir los riesgos que el cambio de moneda puede ocasionar.
 - Cambiar las cláusulas del contrato.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 5

- Identifica un posible producto potencial para colocarlo en el mercado externo desde el enfoque de la empresa.

A partir de la semana 11 en adelante se pretende lograr el resultado de aprendizaje # 6, con el cual usted estimado estudiante adquirirá los conocimientos básicos necesarios para colocar un producto en el mercado extranjero, descubriendo las formas de cómo una empresa puede internacionalizarse.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 11

Estimados estudiantes, hemos finalizado el tema de los contratos y seguros usuales en el comercio exterior y con eso damos inicio a la unidad 6 con el tema ***Trading Companies y Consorcios de exportación.***

Unidad 6. Trading companies y consorcios de exportación

Más adelante, en la unidad 7, se aborda de manera amplia cuáles son las formas de salir al exterior que tienen las empresas que buscan internacionalizarse, sin embargo, debido a la importancia del tema se ha planificado para la presente unidad exponer exclusivamente dos modalidades que las empresas aplican para exportar. Estamos hablando de las trading companies y los consorcios de exportación. Para una mejor comprensión de esta temática, los invitamos a revisar el capítulo 8 del texto básico.

Para lograr colocar la mercadería en el mercado extranjero, los exportadores cuentan con varias alternativas; lo pueden hacer de manera directa, indirecta o conjunta. A continuación, se define a las trading companies que forman parte de la exportación indirecta.

6.1. Trading companies (Exportación indirecta)

Arese (2020), señala que “Las trading, también denominadas compañías de comercialización internacional son empresas cuyo objetivo es comprar productos en el mercado local, para su posterior venta en el mercado internacional” (p.210).

Si bien es cierto, que una de las ventajas de comercializar a través de las trading es que brindan asesoría a los exportadores, también existen algunas desventajas como por ejemplo el hecho de que las empresas exportadoras pierden el control de la variable del precio y de los canales de distribución.

En otras palabras, las trading companies se dedican a comprar productos en determinado país y distribuirlos en el extranjero. Por lo general comercializan volúmenes elevados.

Pero ¿cuáles son las funciones que realizan las trading companies?

1. Identificar proveedores
2. Realizar la negociación de las condiciones del contrato comercial
3. Tramitar el seguro
4. Gestionar la logística
5. Gestionar con la Aduana
6. Comercialización y distribución de la mercadería

6.2. Consorcio de exportación (Exportación conjunta)

Existe otra modalidad para poder comercializar en el extranjero y se denomina exportación conjunta al cual pertenecen los consorcios de exportación.

Arese (2020), indica que en este tipo de exportación la empresa se internacionaliza de la mano de otra empresa, siendo los consorcios de exportación la forma más utilizada de salida conjunta al exterior (p.211).

Los consorcios de exportación se dividen en dos tipos.

Estimado estudiante, por favor sírvase revisar la siguiente figura donde se detalla cada uno de ellos.

Figura 12.
Tipos de consorcios de exportación



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Estimado estudiante, después de que haya revisado la temática en el texto básico, lo invito a que realice las siguientes actividades que servirán para que refuerce su aprendizaje sobre esta unidad. Adelante.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Ahora estará en capacidad de desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje recomendada.

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 8(Cómo y por qué se internacionaliza la empresa. El camino desde y hacia el exterior), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Determine a través de un cuadro sinóptico los aspectos positivos y negativos de las trading companies.

3. Analice en el cuadro sinóptico realizado las desventajas de las trading companies y como futuro/a contador-auditor, establezca cuán necesario es realizar una auditoría interna periódica dentro de este tipo de empresas.

Los aspectos positivos de este tipo de empresa son: 1. Promueven el desarrollo de las pequeñas, medianas y microempresas que no cuentan con la capacidad de exportar. 2. Comercializan grandes volúmenes de productos. 3. Financiamiento a las MIPYMES. 4. Intermediación solvente conocida internacionalmente. 5. Nivel de riesgo bajo para el productor, pues la compañía maneja las negociaciones en cada país

Dentro de los aspectos negativos de las trading companies tenemos. 1. Dependencia de los productores nacionales. 2. Falta de comunicación entre productores y trading companies. 3. Bajas ventas con respecto a las proyecciones. 4. Baja legislación que especialice a las compañías en el área internacional. En atención a esta problemática, se considera factible realizar periódicamente auditorías Internas de los Procesos Operativos; con el fin de verificar el cumplimiento de los estatutos internos, normas y leyes, monitorear los procesos, corrección de errores presentados o implementación de mejoras que permitan ofrecer un servicio eficiente.

Ahora sí es momento de medir su nivel de aprendizaje a través de la siguiente autoevaluación.

¡Éxitos!



Autoevaluación 6

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿Cuáles son las formas que tiene una empresa para vender en el extranjero?
 - a. Directa, indirecta, conjunta.
 - b. Directa, indirecta, bidireccional.
 - c. Unidireccional, bidireccional, directa.
2. ¿A qué tipo de exportación pertenece las *trading companies*?
 - a. Exportación directa.
 - b. Exportación indirecta.
 - c. Exportación conjunta.
3. Las empresas exportadoras que deciden comercializar a través de una *trading company* pierden el control de la variable del precio y de los canales de distribución.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
4. ¿Gestionar con la Aduana forma parte de las funciones de las *trading companies*?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
5. ¿A qué tipo de exportación pertenece el consorcio de exportación?
 - a. Exportación directa.
 - b. Exportación indirecta.
 - c. Exportación conjunta.
6. ¿Cuántos tipos de consorcios de exportación existen?
 - a. Cinco.
 - b. Tres.
 - c. Dos.

7. ¿A qué tipo de consorcio de exportación pertenece la siguiente definición?

"Son aquellos donde las empresas solo comparten el gerenciamiento y desarrollo de la venta internacional pero no los esquemas de calidad ni de producción".

- a. Consorcios de promoción de exportadores.
- b. Cooperativa conjunta.
- c. Consorcios de exportación mediante integración productiva.

8. Los Consorcios de exportación mediante integración productiva no integran todas las estrategias empresariales, tanto comerciales como productivas.

- a. Verdadero
- b. Falso

9. ¿Cuál de las siguientes opciones es una ventaja de las *trading companies*?

- a. Brindan asesoría a los exportadores.
- b. Ofrecen promociones.
- c. Manejan la variable del precio.

10. ¿Vender el seguro es una función que cumplen las *trading companies*?

- a. Verdadero
- b. Falso

[Ir al solucionario](#)



Estimados estudiantes, dentro la unidad 7, se analiza la relevancia de que las empresas alcancen la internacionalización y se analiza el mercado competitivo en el cual se desenvuelven.

Los invitamos a realizar una lectura comprensiva del capítulo 8 del texto básico “Cómo y por qué se internacionaliza la empresa. El camino desde y hacia el exterior”.

Unidad 7. Internacionalización de la empresa (estímulos de exportación y parte legal)

7.1. Internacionalización de la empresa

“Las empresas diseñan estrategias comerciales para generar más utilidades a partir de la expansión internacional” (Hill, 2020, p.476).

La disminución gradual de las barreras comerciales y los diferentes acuerdos comerciales entre países, gracias a las alianzas estratégicas regionales, han facilitado la actividad de exportación.

Las empresas que tengan previsto dedicarse a la exportación, deben identificar las oportunidades que ofrece el mercado internacional.

Para Hill (2020), la exportación permite que una empresa alcance economías a escala y reduzca sus costos. (p.476).

Sin lugar a duda, el operar en mercados internacionales, permite ampliar la gama de proveedores y la mano de obra de una empresa, con mejores costes, lo que se reflejaba en una reducción de costos y un incremento en el nivel de competitividad.

7.2. Por qué salir del mercado nacional hacia otros mercados

En el presente apartado se analiza la siguiente interrogante: ¿Por qué las empresas buscan salir del mercado nacional hacia otros mercados?

La razón principal para dar contestación a la pregunta anterior es que las empresas con fines de lucro buscan expandirse hacia mercados extranjeros para incrementar su rentabilidad, así como también lograr un importante posicionamiento de su marca fuera del territorio nacional.

Sin embargo, existen otros motivos tanto internos como externos que impulsan a las empresas a buscar mercados internacionales para comercializar su mercadería. A continuación, en la siguiente figura, sírvanse encontrar lo expuesto anteriormente.

Razones para la internacionalización

- 
1. Saturación del mercado interno del país de origen
 2. Enfrentamiento a competidores internacionales
 3. Búsqueda de mercados menos competitivos
 4. Aparición de mercados atractivos
 5. Incentivos gubernamentales
 6. Búsqueda de mercados amplios – economías de escala
 7. Diversificación del riesgo de operar en un mismo mercado
 8. Búsqueda de fácil acceso a avances tecnológicos y materias primas:

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Como puede observar en el recuadro, existen varios motivos que fomentan la internacionalización, que se resume en:

- Crecimiento económico
- Diversificación de mercados
- Competitividad
- Posicionamiento de la imagen

De acuerdo con Arese (2020), el primer paso que una empresa debe tomar para iniciar su camino hacia la exportación es determinar su mercado de destino, eligiendo el que tenga mejor oportunidad de venta al cliente y/o facilidad de acceso al mercado, sin olvidar considerar los acuerdos comerciales que existan con el país de destino.

En otras palabras, es esencial que previo a lanzarse a competir en escenarios internacionales, se realice una investigación de mercados del territorio en donde se desea comercializar, tanto de la cultura del país de origen, posibles clientes, posibles competidores, entre otros factores que puedan influir directa o indirectamente en el proceso comercial de la empresa.

7.3. Competencia y competitividad

La competitividad es un atributo de las organizaciones esencial para la producción de bienes y servicios, derivado del manejo eficiente de los factores de producción, cambio tecnológico y la innovación, con influencia sobre los costos, que permite tener un mejor precio y calidad en los productos, lo que impulsa un mejor posicionamiento en el mercado (Arese, 2020, p.198).

Dicho en otras palabras, las empresas necesitan diseñar e implementar estrategias que le permitan sobresalir en el mercado y diferenciarse de la competencia, manteniendo la calidad de sus productos, pero disminuyendo sus costos, lo que le facilitará el desarrollo de una ventaja competitiva.

Estimado estudiante, ¿usted conoce qué es una ventaja competitiva? A continuación, vamos a presentar su definición.

Una ventaja competitiva es el valor que los clientes están dispuestos a pagar y es un valor superior que deriva de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o en su defecto ofrecer beneficios únicos que compensen un precio alto (Arese, 2020, p.199).

Previamente, se habla de la importancia de que la empresa implemente estrategias competitivas, para lo cual es necesario que se realice un análisis del entorno empresarial, para determinar cómo las fuerzas que lo componen afectan el funcionamiento de la organización.

Según Porter (1982), señala que “la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medioambiente”. El principal elemento de este entorno es el sector industrial, el cual depende de cinco fuerzas competitivas, las cuales las podrá observar en la siguiente figura.

Figura 13.

Las cinco fuerzas de Porter

Amenaza de nuevos competidores



Poder de negociación de los proveedores



Amenaza de productos sustitutos



Poder de negociación de los clientes



Rivalidad entre competidores



Nota. Tomada de: Porter (1982).

Como pueden observar en la figura anterior, las cinco fuerzas descritas por Michael Porter son fundamentales al momento de diseñar la estrategia competitiva empresarial, sin embargo, si lo que la empresa busca es que su ventaja competitiva perdure en el largo plazo, deben enfocarse en las siguientes estrategias:

- **Liderazgo absoluto en costos:** Consiste en vender a precios más económicos que la competencia. Ejemplo: En línea de teléfonos celulares la marca Xiaomi aplicó esta estrategia para ganar cuota en el mercado frente a otras marcas como Samsung.

- **Diferenciación:** Consiste en vender productos con atributos únicos que los diferencien de la competencia. Ejemplo: La Universidad Técnica Particular de Loja, se diferencia de sus competidores por ofrecer educación de calidad a distancia para niveles de grado y posgrado a nivel nacional e internacional, convirtiéndose en una de las instituciones líderes dentro de su rama.
- **Especialización:** Consiste en enfocarse en un segmento de clientes en específico o un producto específico, no hay diversificación. Ejemplo: CARTER'S, empresa dedicada exclusivamente a la fabricación y comercialización de ropa de niño/a.

Para poder conocer más detalles sobre estas tres estrategias, lo invitamos a que se remita al capítulo 8 del texto básico, donde podrán identificar la importancia de que las empresas desarrollen al menos una de las tres estrategias genéricas para que puedan mantenerse vigentes en el competitivo mercado internacional.

Muy bien estimado estudiante, una vez que hemos analizado las razones por las cuales las empresas buscan comercializar en el extranjero y definido qué es competitividad y a través de qué estrategias las empresas pueden alcanzar una ventaja competitiva, los invito a que realicen la siguiente actividad que hemos preparado para ustedes, con el objetivo de complementar su aprendizaje.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje recomendada.

1. Realizar la lectura del texto básico, capítulo 8(Cómo y por qué se internacionaliza la empresa. El camino desde y hacia el exterior), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Con el objetivo de retroalimentar su aprendizaje, le invito a ingresar al recurso educativo abierto (REA) [PROYECTO INTERNACIONALIZATE](#), impulsado por la Federación de Exportadores del Ecuador, escoja una empresa exportadora que forme parte de este proyecto y realice un informe que contenga una breve reseña sobre la empresa e investigue la estrategia de expansión implementada para internacionalizarse.

Una vez que haya revisado el REA, podrá concluir que existen varias empresas ecuatorianas que con el apoyo de FEDEXPOR han logrado internacionalizarse, diseñando y aplicando estrategias comerciales como liderazgo en costos, especialización, diferenciación, innovación, utilizando también la responsabilidad social como estrategia para posicionarse en el mercado extranjero.



Semana 13

Estimados estudiantes, una vez analizadas las razones por las cuales las empresas se internacionalizan, es momento de conocer cuáles son las alternativas que los exportadores utilizan para salir al exterior.

7.4. Formas de salir al exterior

Si una empresa decide vincularse a las exportaciones, cuenta con varias opciones para lograr colocar su mercadería en el mercado extranjero.

Existen tres tipos de exportación los cuales son: Directa, indirecta y conjunta.

A continuación, les presentaremos una figura que sintetiza esta temática. Revísela con atención.

[Formas de salir al exterior.](#)

Como pudieron observar en la figura anterior, el exportador puede decidir la forma de cómo salir al exterior que más se ajuste a sus necesidades.

Ahora es necesario que revise este apartado en el capítulo 8 del texto básico, esto le proporcionará una perspectiva más amplia del tema que le permitirá comprender los aspectos relevantes de la internacionalización de las empresas.

Luego de haber analizado las diferentes formas de salir al exterior con las que cuentan las empresas, es necesario ponerlo en práctica, para ello lo invito a desarrollar la siguiente actividad.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice una lectura comprensiva del texto básico, capítulo 8 (Cómo y por qué se internacionaliza la empresa. El camino desde y hacia el exterior), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Estimado estudiante, le invito a revisar el recurso educativo [SERVICIO DE RENTAS INTERNAS](#), para que conozca sobre las devoluciones de impuestos aplicadas al sector exportador.
3. A continuación, conteste las siguientes interrogantes:
 - a. ¿Qué le parecieron los incentivos tributarios para exportadores en el Ecuador?
 - b. ¿Creé usted que es suficiente?
 - c. ¿Qué otro tipo de incentivo a las exportaciones implementaría usted si formara parte del Estado?

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Después de realizar un análisis sobre el recurso propuesto, se concluye que sin lugar a dudas es importante el apoyo brindado por parte del estado a las empresas exportadoras de bienes en cuanto a la devolución de impuestos. Sin embargo, no es suficiente, el estado debería aportar con más incentivos a este tipo de empresas ya que contribuyen con la economía nacional, generando fuentes de trabajo, fomentando el movimiento de capital, etc., por lo que el gobierno debe enfocarse en gestionar acuerdos comerciales con la finalidad de disminuir las trabas y las barreras que existen en el comercio exterior.



Autoevaluación 7

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿La búsqueda de mercados más competitivos es una de las razones por las cuales las empresas buscan internacionalizarse?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
2. ¿Cuál de las siguientes opciones es una razón para que una empresa desee comercializar en el extranjero?
 - a. Saturación del mercado interno del país de origen.
 - b. Saturación del mercado externo.
 - c. Saturación del mercado interno del país de destino.
3. ¿Qué es una ventaja competitiva?
 - a. Es el valor que los clientes están dispuestos a pagar por obtener beneficios únicos que compensen un precio, o es ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes.
 - b. Es el valor que los clientes pagan por productos de baja calidad.
 - c. Es cuando se ofrece precios bajos por mercadería sin importar la calidad.
4. ¿Cuál es el principal elemento del entorno de una organización?
 - a. Sector mercantil.
 - b. Sector económico.
 - c. Sector industrial.
5. ¿Cuál de las siguientes estrategias se debe aplicar dentro de la empresa si se quiere que la ventaja competitiva perdure en el tiempo?
 - a. Liderazgo absoluto en compras.
 - b. Liderazgo absoluto en costos.
 - c. Liderazgo absoluto en gastos.

6. ¿Cuáles son los tipos de exportación que existen?
 - a. Directa, indirecta, conjunta.
 - b. Directa, indirecta, variable.
 - c. Directa, indirecta, mixta.
7. ¿El comprador extranjero forma parte de la exportación directa?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
8. ¿Cuál de las siguientes opciones forma parte de la exportación directa?
 - a. Bróker.
 - b. *Trading*.
 - c. Departamento de exportación.
9. ¿A qué tipo de exportación pertenece la Joint Venture?
 - a. Directa.
 - b. Indirecta.
 - c. Conjunta.
10. ¿A qué tipo de exportación pertenece un distribuidor?
 - a. Indirecta.
 - b. Directa.
 - c. Conjunta.

[Ir al solucionario](#)



Estimados estudiantes, hemos culminado con la revisión de los contenidos de la asignatura y es momento de conocer cuáles son las etapas que existen en el negocio internacional, así como la promoción a los exportadores y la también se estudia qué son las zonas francas, para lo cual lo invitamos a leer con detenimiento el capítulo 9 del texto básico, así como también el capítulo 10 donde se analiza el proceso que abarca desde la preparación, a la negociación y hasta el cierre del negocio. Empecemos.

Unidad 8. Etapas del negocio internacional

8.1. Etapas del desarrollo de la exportación, expansión o internacionalización de una empresa

Estimado estudiante, es importante que usted conozca que toda empresa que deseé vincularse con el comercio exterior debe recorrer por determinadas etapas que le permitirán alcanzar su objetivo de internacionalización. A continuación, se explican cada una de estas etapas:

- **Comprensión de los distintos elementos que intervienen en la dinámica internacional:** En primer lugar, debemos enfatizar el hecho de que la empresa, antes de aventurarse a lanzar un producto al mercado internacional, debe previamente realizar un análisis situacional que le permita conocer el entorno del país en el que desea operar, así como también debe analizar los factores internos de la empresa, es decir, debe verificar si cuenta con las herramientas y los recursos necesarios para competir en el mercado extranjero, como por ejemplo, recursos humanos, recursos tecnológicos, capacidad de producción y capital, entre otros.

Para poder realizar el análisis del entorno, la empresa debe recopilar la información relevante del país de destino, como variables económicas, políticas y legales, tecnológicas, sociales, ambientales y demográficas, así como también información del mercado seleccionado que afecta directamente a la empresa como la competencia, proveedores, clientes e intermediarios.

La elaboración de este análisis permitirá a la empresa reconocer las oportunidades que ofrece el mercado, corregir las debilidades de la empresa y diseñar estrategias que permitan competir en un escenario internacional.

- **Evaluación de la empresa:** Una vez recopilada la información necesaria que permitirá a la empresa comprender la dinámica del mercado en el cual desea ingresar, se procede con la evaluación de la empresa, que va más allá del conocimiento de los factores intrínsecos. En esta etapa, la empresa busca apoyo estatal, legal, incentivos y acuerdos comerciales que le permitan desarrollar el negocio internacional, basándose en los resultados que determine la investigación previa realizada.
- **Diseño del marketing mix internacional:** Si la empresa después del análisis situacional, la investigación de mercado y la evaluación determina que es factible iniciar la comercialización en el extranjero, entonces el siguiente paso a seguir es el diseño de estrategias comerciales basadas en el marketing mix que le permitan competir en el mercado internacional. Estas estrategias deben potenciar el producto, precio, promoción y plaza (canales de distribución), de tal manera que la empresa logre colocar el producto en el extranjero, generando rentabilidad e impulsando una ventaja competitiva que permita posicionar la imagen de la empresa en el nuevo mercado y diferenciarse de la competencia.
- **La implementación y búsqueda de permanencia internacional:** Si bien es cierto, sin lugar a dudas, el ingresar a un mercado extranjero se convierte en un gran logro para la empresa, sin embargo, lo más complicado es mantenerse en el medio, para ello, tal y como se mencionaba en la unidad 7, es fundamental que para que los objetivos de la empresa a largo plazo se cumplan se debe implementar estrategias comerciales como el liderazgo en costos, la diferenciación y la especialización que permitirá perdurar en el tiempo.

8.2. La promoción a exportadores

Los gobiernos a través de acuerdos otorgan beneficios o incentivos a las empresas que busquen dedicarse a la exportación, esto es conocido como la promoción a los exportadores.

Para Arese (2020), “La promoción a exportaciones constituye el conjunto de mecanismos que el país pone al servicio de los empresarios con el fin de ayudarlos en la tarea de colocar sus productos en otros mercados del mundo” (p. 218).

El objetivo de estos incentivos es apoyar y fomentar las exportaciones de un país. Los incentivos de acuerdo con su naturaleza se clasifican en: Tributarios, comerciales, laborales, productivos, aduaneros.

En la siguiente figura, sírvase encontrar los incentivos más comunes que se otorgan a la exportación:

Figura 14.
Incentivos a la exportación



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

8.3. Zonas Francas

La zona franca es un área delimitada en un territorio nacional donde la mercadería no está sometida a un control de Aduanas, por lo tanto, no tiene la obligatoriedad de pagar tributos o aranceles y cuyo objetivo es fomentar el comercio entre países (Arese, 2020, p. 229).

Arese (2020), también manifiesta que las zonas francas empezaron a desarrollarse a partir de la Segunda Guerra Mundial, destacándose los casos de Irlanda, Taiwán, Corea del Sur, Singapur y Hong Kong. Las zonas francas deben cumplir algunos requisitos tales como estar localizadas en zonas desfavorables para fomentar el desarrollo, así como también deben ubicarse en zonas alejadas donde se puede ejercer el control de la mercadería.

Existen algunos tipos de zonas francas entre las cuales tenemos:

- **Comerciales:** Promueve la comercialización de productos y servicios en mercados extranjeros
- **Industriales tecnológicas:** Promueve la comercialización de productos basados en desarrollo tecnológico orientadas a la exportación
- **Turismo:** Promueve la prestación de servicios turísticos dirigidos a personas extranjeras
- **Almacenamiento:** Solo recibe la mercadería hasta que la misma sea movilizada a su lugar de destino final.

8.4. De la preparación a la negociación y cierre del negocio

Para abordar el siguiente apartado, previamente remítase al capítulo 10 del texto básico y realice una lectura comprensiva del mismo.

¿Qué le pareció la temática? El autor del texto básico menciona argumentos muy interesantes sobre la parte final de una negociación.

A continuación, se presenta un resumen que ayudará a complementar sus conocimientos sobre el tema.

8.4.1. La preparación

Se menciona en los apartados iniciales de esta unidad, sobre la importancia de realizar previamente una investigación de mercados del país de destino, de aprender a reconocer las oportunidades que el mercado ofrece, de lo fundamental que es saber diseñar la estrategia de marketing idónea e implementarla, pero también es importante tratar sobre uno de los aspectos más complicados como es lograr la venta de los productos en el nuevo mercado, para lo cual la empresa debe contar con actitud y aptitud. Para reconocer las diferencias de estos dos términos, remítase al texto básico.

Para evitar inconvenientes futuros, la empresa debe estar preparada con el stock disponible y con capacidad de producción suficiente que le permita cubrir la demanda, ya que la escasez de los elementos antes mencionados, sin lugar a dudas generaría un deterioro de la confianza y fidelidad del cliente internacional.

8.4.2. La negociación y cierre del negocio

Continuando con este proceso del comercio internacional, tenemos la siguiente fase que es la negociación, la misma que puede ser por venta, por intermediación o de representación. Una vez realizada la negociación entre ambas partes, la misma debe ser plasmada a través de un contrato, tema que se desarrolló en la unidad 5.

Para poder pactar una negociación, los interesados deben tener claros algunos criterios tales como: Dimensión espacial (dónde se llevará a cabo la negociación), dimensión temporal (cuándo se va a realizar la negociación y la duración de la misma), dimensión causal (por qué se lleva a cabo la negociación), dimensión metodológica (cuáles son las técnicas o métodos que se van a aplicar en la negociación).



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice una lectura comprensiva del texto básico, capítulo 9 (Etapas del Negocio Internacional), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Complemente su aprendizaje sobre la temática de la unidad revisando el recurso educativo propuesto en el EVA sobre las **ZONAS FRANCAS**.
3. Una vez que haya visualizado el recurso educativo, analice las ventajas de que existan zonas francas dentro de un país.

Seguramente ahora ya tiene conocimiento de que las zonas francas proveen ventajas tributarias, arancelarias, aduaneras a organizaciones que se establezcan en ellas. Son herramientas que resultan indispensables para atraer la inversión extranjera y, por la ubicación espacial de algunas, para promocionar la exportación de diferentes productos nacionales hacia mercados en otros países.

Ahora si estimado estudiante, se encuentra preparado para realizar la siguiente autoevaluación:



Autoevaluación 8

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. ¿Cuál de las siguientes opciones es una etapa del desarrollo de la exportación?
 - a. Diseño del *marketing mix* internacional.
 - b. Productos y servicios.
 - c. Diseño del *marketing mix*.
2. ¿Para comprender los distintos elementos que intervienen en la dinámica internacional, la empresa debe realizar un análisis situacional que le permita reconocer amenazas y corregir oportunidades?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
3. ¿Cuál de las siguientes opciones es un tipo de incentivo según su naturaleza?
 - a. Industrial.
 - b. Aduanero.
 - c. Social.
4. ¿La devolución de tributos pagados previamente forma parte de los incentivos a la exportación que otorga el estado?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
5. ¿Qué es la zona franca?
 - a. Un área del territorio nacional destinado para que funcione la Aduana.
 - b. Un área donde el gobierno no ejerce control.
 - c. Un área delimitada en un territorio nacional donde la mercadería no está sometida a un control de Aduanas.

6. ¿Las zonas francas deben estar localizadas en zonas desarrolladas para tener más acceso a la comercialización?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
7. ¿Cuál de las siguientes opciones es un tipo de zona franca?
 - a. Almacenamiento.
 - b. De Aduana.
 - c. Exterior.
8. ¿Para evitar inconvenientes futuros, la empresa debe tener la capacidad de producción suficiente que le permita cubrir con la demanda?
 - a. Verdadero
 - b. Falso
 - c. No necesariamente, puede ir resolviendo conforme avance la negociación.
9. La fase de negociación puede ser por:
 - a. Venta, negociación e intermediación.
 - b. Compra, negociación y venta.
 - c. Venta, intermediación y representación.
10. ¿Cuál de las siguientes opciones forma parte de un criterio de negociación?
 - a. Dimensión causal.
 - b. Dimensión comercial.
 - c. Dimensión social.

[Ir al solucionario](#)



Estimados estudiantes, hemos llegado a la última unidad de la asignatura de Negocios Internacionales, donde se analizará sobre la logística aplicada al comercio internacional, el almacenamiento de la mercadería y el transporte de la misma.

Unidad 9. Logística internacional

9.1. Logística aplicada al comercio internacional

Al hablar de logística, se refiere a todas aquellas actividades concernientes al transporte, almacenamiento y distribución de la mercadería, operaciones que se vuelven relevantes dentro del comercio internacional, ya que, si la empresa falla al escoger uno de estos factores, el negocio puede convertirse en un fracaso, pues se podría generar costos excesivos, lo que representaría pérdidas para la exportadora.

Arese (2020), manifiesta que "la logística es un conjunto de operaciones tendientes a asegurar el correcto envío de la mercadería, desde el punto de origen al punto de consumo" (p. 283).

En la siguiente tabla 26 podrá encontrar los aspectos más destacados dentro de la logística internacional:

Tabla 26.

Aspectos destacados de la logística internacional

Aspectos destacados de la logística internacional	
Suministro	Asegura el proceso logístico que abarca toda la cadena de suministro hasta que llega a las manos del consumidor final, que percibe el producto integral, es decir producto físico más garantía, más financiación, más entrega.
Producción	Las actividades de la logística de la producción son: <ul style="list-style-type: none">▪ Abastecimiento de productos▪ Almacenamiento▪ Mantenimiento▪ Gestión ambiental

Aspectos destacados de la logística internacional

Almacenaje	Tener almacenado elimina complicaciones de la cadena de suministro, pues tener disponibilidad de stock se vuelve una ventaja para la empresa, reduce costos y regula desequilibrios entre la oferta y la demanda.
Manejo de inventarios	Los inventarios son bienes tangibles de la empresa que sirven para manejar y controlar las existencias con las que se cuenta y registrar las entradas y las salidas de la mercadería.

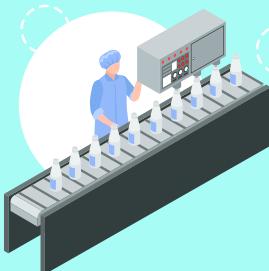
Nota. Adaptado de: Arese (2020).

9.2. Acondicionamiento de la mercadería

El traslado de la mercadería de un país a otro la expone a deterioros y pérdidas, por esta razón el acondicionamiento de la mercadería se convierte en uno de los elementos más importantes de la logística. Debido a esto, los exportadores deben prestar atención al envase, rotulado, etiquetado y embalaje del producto que vayan a comercializar en el exterior para evitar inconvenientes futuros y evitar gastos innecesarios. A continuación, en la siguiente figura, se describe cada uno de estos elementos:

Figura 15.

Acondicionamiento de la mercadería



Envase

Tiene la funcionalidad de contener, proteger e identificar el producto además facilita su manipulación.

Rotulado y etiquetado

Contiene información del producto y debe ajustarse a la normativa de cada país.



Embalaje

Protege el producto desde que es envasado hasta que llegue a manos del cliente, el cual debe ajustarse al tipo de producto, tipo de transporte, clima, tiempo, manipulación, aplicando las normas establecidas.



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Estimado estudiante, lo invitamos a que profundice la temática de logística aplicada al comercio internacional y el acondicionamiento de la mercadería, realizando una lectura comprensiva del capítulo 12 del texto básico.

9.3. Transporte

Para Arese (2020), "el transporte es el medio que hace posible culminar el proceso de producción-consumo, el cual debe ser analizado en términos de costo y tiempo" (p.301).

En la siguiente figura sírvase encontrar los elementos que intervienen en el transporte:

Figura 16.
Elementos del transporte



Nota. Adaptado de: Arese (2020).

En la figura anterior, puede observar que existen tres tipos de elementos que intervienen en el transporte. En primer lugar, los agentes que a su vez se subdividen en cargador, que es quien, disponiendo legalmente de la mercadería, desea su traslado, el transportista, que es quien efectúa el traslado de la mercadería y el destinatario, que es a quién va dirigida la mercadería. Por otro lado, tenemos a los elementos reales que lo conforman

la mercancía que es el objeto a transportar y el precio o flete que es la compensación económica que recibe el transportista. Por último, están los elementos formales que se clasifican en contrato, guía aérea, conocimiento de embarque, carta porte, según sea el caso (documentación legal)

9.3.1. Clases de transporte

Existe un sinnúmero de clasificaciones del transporte, ya sea según su naturaleza, objeto, ámbito geográfico, medio utilizado y formas de utilizar los vehículos, por lo que hemos creído conveniente resumir la información en una tabla que le facilitará la comprensión de este tema.

Tabla 27.

Clases de transporte

Tipos de transporte	
Según su naturaleza	Públicos Privados
Según su objeto	De personas de mercancías mixto
Según su ámbito geográfico	Urbanos Interiores internacionales
Según el medio	Terrestre Marítimo aéreo
Según la forma de utilización de los vehículos	Sucesivo Superpuesto Combinado multimodal

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

9.3.2. Ventajas y desventajas de los medios de transporte

Es conocido que el medio de transporte más utilizado en el comercio internacional es el marítimo, sin embargo, es importante que conozcan a través de la siguiente tabla cuáles son las ventajas y desventajas de cada medio de transporte.

Tabla 28.

Ventajas y desventajas de los medios de transporte.

Medio de transporte	Ventaja	Desventaja
Marítimo	<ul style="list-style-type: none">▪ Transporta volúmenes grandes de mercadería.▪ Tarifa económica con relación a la capacidad de carga que ofrece	<ul style="list-style-type: none">▪ Tiempos elevados de entrega
Aéreo	<ul style="list-style-type: none">▪ Cobertura geográfica amplia▪ Tiempos de entrega cortos.▪ Menores costos de seguros de embalajes	<ul style="list-style-type: none">▪ Tarifas elevadas con relación a los otros medios.
Terrestre	<ul style="list-style-type: none">▪ Flexibilidad operativa (servicio puerta a puerta)▪ Tiempos de entrega entre cortos a medios▪ Tarifa económica▪ Beneficioso para países limítrofes	Poca cobertura geográfica

Nota. Adaptado de: Arese (2020).

Sírvase revisar el capítulo 13 del texto básico para que consolide sus conocimientos sobre el transporte del comercio internacional.

Lo invitamos a realizar las siguientes actividades de aprendizaje que hemos preparado para usted, con la finalidad de contribuir a su formación académica sobre esta asignatura.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice una lectura comprensiva del texto básico, capítulo 13 (Transporte Internacional de la Mercadería), así como también revise el contenido en la guía didáctica.
2. Revise la tabla 28 dentro de la presente guía didáctica y analice las ventajas y desventajas de los medios de transporte.
3. Después de realizar el respectivo análisis de la temática, defina qué medio de transporte elegiría usted para movilizar su mercadería al exterior y por qué.

Nota. conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Estimado estudiante, estoy segura de que tiene claro que el tipo de transporte se lo debe escoger de acuerdo con sus necesidades, por ejemplo, si desea movilizar grandes volúmenes y a bajo costo, el transporte ideal sería el marítimo, siempre y cuando no tenga prisa en efectuar la entrega del producto, ya que la desventaja de este medio, son sus elevados tiempos de entrega. Por otro lado, si desea que su mercadería llegue a su destino de forma rápida y cuenta con el recurso económico suficiente puede optar por el transporte aéreo.

En caso de que la exportación sea a países fronterizos, puede elegir el medio terrestre, que cuenta con flexibilidad operativa y su tiempo de entrega varía entre corto y mediano plazo.

Ahora es tiempo de evaluar los conocimientos aprendidos en esta semana con la siguiente autoevaluación.

¡Éxitos!



Autoevaluación 9

Por favor, seleccione una sola respuesta.

1. Seleccione el concepto de logística.
 - a. Es un conjunto de operaciones tendientes a asegurar el correcto envío de la mercadería, desde el punto de origen al punto de consumo.
 - b. Es el medio que hace posible culminar el proceso de producción-consumo, el cual debe ser analizado en términos de costo y tiempo.
 - c. Promueve la comercialización de productos basados en desarrollo tecnológico, orientadas a la exportación.
2. ¿Cuál de las siguientes opciones es un aspecto importante de la logística internacional?
 - a. Tecnología.
 - b. Almacenaje.
 - c. Garantía.
3. El envase, rotulado y etiquetado y el embalaje forman parte de:
 - a. Transporte.
 - b. Logística.
 - c. Acondicionamiento de la mercadería.
4. ¿A cuál de las siguientes opciones pertenece el siguiente concepto? “Tiene la funcionalidad de contener, proteger e identificar el producto, además facilita su manipulación”.
 - a. Envase.
 - b. Etiquetado.
 - c. Embalaje.

5. El rotulado y etiquetado contiene:
- Información del producto y debe ajustarse a la normativa de cada país.
 - Información contable.
 - Información logística.
6. ¿El transporte debe ser analizado en términos de costo y tiempo?
- Verdadero
 - Falso
7. ¿Cuál de las siguientes opciones forman parte de los elementos formales del transporte?
- Flete.
 - Destinatario.
 - Carta Porte.
8. Los tipos de transporte, según su naturaleza, se clasifican en:
- Grandes y pequeños.
 - Públicos y privados.
 - Terrestre, aéreo y marítimo.
9. La flexibilidad operativa es una ventaja del medio de transporte:
- Marítimo.
 - Aéreo.
 - Terrestre.
10. Una ventaja del medio de transporte marítimo es el tiempo de entrega de la mercadería.
- Verdadero
 - Falso

[Ir al solucionario](#)



Actividades finales del bimestre

Estimado estudiante, se ha llegado al final de los contenidos de la guía didáctica de Negocios Internacionales, seguramente ha desarrollado todos los resultados de aprendizaje propuestos.

Dedique esta semana a prepararse para la evaluación final, repasando los contenidos de la asignatura tanto en la guía didáctica como en el texto básico. No olvide realizar las autoevaluaciones para reforzar sus conocimientos y le sugerimos poner en práctica las actividades de aprendizaje recomendadas, que sin lugar a duda contribuirá con su formación académica.

Muchos éxitos estimado estudiante, todo su esfuerzo y preparación serán recompensados.



4. Glosario

Ad valorem: porcentaje calculado sobre el valor del producto importado.

Aduanas: son oficinas públicas gubernamentales, situadas en puntos estratégicos con el fin controlar las mercaderías que entran y salen de territorios nacionales, así también se encarga de recaudar el cobro de impuestos.

Arancel común: también se lo conoce como el arancel regional y este arancel es definido en el grupo de países con los cuales se tiene firmado algún acuerdo y se aplica a mercaderías provenientes de terceros países.

Balanza comercial: registró económico, donde se registran las operaciones de exportación e importación de bienes y servicios.

Carta Porte: Es un documento jurídico de carácter declarativo que prueba la existencia de un contrato de transporte.

Competitividad: es la capacidad que tienen las compañías para generar estrategias innovadoras que los hagan diferentes de la competencia y les permita expandir sus mercados.

Contrato: Documento que especifica las condiciones en las que ocurre un intercambio y detalla los derechos y las obligaciones de las partes.

Dumping: se refiere a la competencia desleal que se puede realizar entre países, cuando uno de ellos ingresa a vender sus productos por debajo del precio normal o nacional.

Empresas transnacionales: son empresas que se encuentran establecidas en un país, pero se internacionalizan a diferentes partes del mundo, las ganancias se registran en el país de origen de la empresa.

Exportación: producción de bienes y servicios para posteriormente ser comercializados en mercados internacionales, de tal manera que permita satisfacer las necesidades de los consumidores.

GATT: Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio, es un contrato internacional que tenía como objetivo principal el establecer reglas entre países miembros y que estas sean cumplidas al 100 %, entre las principales reglas se encontraba la reducción de aranceles.

Globalización: es un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas.

ICE: es el impuesto al consumo especial, este tributo se paga sobre ciertos bienes y servicios ya sean nacionales y extranjeros, estos tributos se encuentran fijados en el artículo 82 de la ley de régimen tributario.

Importación: compra de bienes y servicios en mercados extranjeros, con el fin de satisfacer una necesidad.

Incoterms: son reglas que definen las responsabilidades que debe asumir el comprador y vendedor en relación con las condiciones de entrega de la mercadería.

IVA: es una carga fiscal que se debe pagar sobre el consumo, en el caso del comercio internacional, este tributo se paga sobre el producto que se va a importar.

Libre comercio: eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, que permiten la libre circulación de bienes y servicios entre naciones.

Marketing mix: Es una estrategia que aplican las organizaciones y que abarca las variables de un proceso comercial, las cuales son: Producto, precio, promoción y plaza.

Organización Mundial del Comercio-(OMC): es la única organización que se encarga de poner reglas y normas para llevar un comercio más equitativo entre países.

Proteccionismo: cierre de fronteras para favorecer la producción nacional frente a la competencia.

Seguro: Contrato que surge de la necesidad de prevenirse contra las contingencias o riesgos a los cuales estamos expuestos dentro de la actividad comercial.

Servicio de Rentas Internas: Institución pública del estado ecuatoriano, encargada de la recaudación de impuestos y de hacer cumplir la normativa tributaria en el país, combatiendo la evasión de impuestos.

Ventaja competitiva: Es el valor que los clientes están dispuestos a pagar y es un valor superior que deriva de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o en su defecto ofrecer beneficios únicos que compensen un precio alto.

Zona franca: es un territorio delimitado en el país, con beneficios tributarios, como la exención al pago de aranceles en la importación.



5. Solucionario

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	Al establecer negociaciones internacionales se debe considerar: las divisas, los regímenes fiscales, el sistema legal y costumbres, de no tenerlos en cuenta se puede convertir en barreras comerciales.
2	b	El comercio comprende algunos actores importantes para formar el escenario internacional, entre estos encontramos el Estado y las empresas (sujetos) y los bienes que se comercializan (objetos).
3	c	La ventaja comparativa determina que los países deben especializarse en aquello que se produce a un costo relativamente menor que el resto del mundo.
4	c	La balanza está compuesta por la balanza por cuenta corriente, por cuenta de capital, la balanza financiera e incluye las variaciones de reserva y los errores u omisiones.
5	b	En el proceso global se consideran 4 ejes principales: industrialización, dinamismo, centralización de la producción y del comercio mundial, y la internacionalización del comercio y la producción.
6	c	La evolución del comercio exterior comprende cinco etapas: formación del estado-nación, independencia de América del Norte y la Revolución Francesa, Revolución Industrial, de la postguerra a la caída del Muro de Berlín y la crisis del 2007.
7	c	El sistema de anotaciones que se utiliza en la balanza de pagos es por partida doble, porque registra los ingresos y pagos de las transacciones, en donde la suma de ambas columnas es igual a 0, por tanto, la balanza siempre debe quedar en equilibrio.
8	c	La inversión extranjera directa y la circulación del personal calificado generan transferencia tecnológica, esto se produce con el fin de que las organizaciones más pequeñas, con menores recursos, puedan acceder a avances tecnológicos y poder competir en mercados internacionales.
9	b	El grado de apertura responde a tres elementos: exportaciones, importaciones y PIB.

Autoevaluación 1

Pregunta Respuesta Retroalimentación

- 10 a El comercio exterior es la actividad de libre intercambio entre un país con otro o la actividad de una empresa con otra.
-

[Ir a la
autoevaluación](#)

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	La política comercial es definida como el conjunto de instrumentos (medidas arancelarias, paraarancelarias y de competencia internacional) que permiten al Estado, ubicarse, o bien en el libre comercio facilitando las transacciones entre países o por el otro lado proteger la industria.
2	b	La política comercial aborda las medidas paraarancelarias, arancelarias y de competencia internacional.
3	a	Las medidas de competencia internacional son: los subsidios y derechos compensatorios, dumping y derechos antidumping y medidas de salvaguardia..
4	b	Las medidas paraarancelarias son: administrativas, sanitarias y fitosanitarias, técnicas mediante la emisión con certificados y monetarias..
5	c	La política comercial estudia los instrumentos que los estados optan para abrir sus mercados al libre comercio o bien hacia el proteccionismo, la inclinación por alguno de ellos viene explicada por la aplicación de las diferentes teorías o escuelas del comercio exterior. Estas teorías permiten entender y explicar los modelos del comercio, desde el modelo agropecuario, que se han desarrollado desde el mercantilismo hasta la actualidad.
6	b	La teoría cuantitativa es un aporte de los mercantilistas y es entendida como sistema político-económico basado en la idea del capitalismo, es decir, que los países son más ricos mientras mayor acumulación de metales preciosos tengan. Los intercambios agrícolas se efectuaban en mercados internos y estaban a favor del proteccionismo.
7	b	David Ricardo concluye que los países exportarán aquellos bienes que su trabajo produce en forma relativamente más eficiente, e importará los bienes que su trabajo produce de forma menos eficiente.
8	c	Heckscher-Ohlin crearon la teoría de dotación de los factores de producción y años más tarde Paul Samuelson da una contribución adicional a la teoría en relación con los precios relativos.
9	c	Las principales teorías que explican el comercio internacional son: teoría mercantilista, teoría clásica y nuevas tendencias del comercio (nuevas aportaciones teóricas).
10	b	Las variables que se han venido incorporando en las nuevas modalidades de comercio son: medioambiente, el comercio de servicios, la ventaja comparativa y la tecnología (ver figura 9).

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 3

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Entre los principales temas que se abordaba en la OMC se encuentran las subvenciones, los derechos antidumping, las salvaguardias, obstáculos técnicos del comercio y las ayudas que reciben los PMD, este último punto se lo abordó con profundidad en el sistema generalizado de preferencia que se establecía dentro de la OMC.
2	b	CFR Cost and Freight/Coste y flete.
3	a	El sistema de preferencias arancelarias fue aceptado por todos los países que conformaban la OMC, con la finalidad de obtener ventajas arancelarias, y principalmente fue considerado por los países desarrollados, con la finalidad de generar ayudas económicas y sociales a las pequeñas economías y puedan aumentar sus beneficios comerciales, principalmente se acordaban ventajas arancelarias (arancel o) en productos manufacturados y productos agrícolas procesados y semiprocesados.
4	c	Dentro del sistema de preferencias arancelarias se contemplan dos cláusulas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ No discriminación: no debe existir discriminación entre países desarrollados y en desarrollo. ▪ No reciprocidad: los países beneficiarios no se ven en la obligación de retribuir a sus otorgantes.
5	c	Vendedor: únicamente asume el riesgo y costo en su propio almacén, es decir, cuando pone las mercaderías a disposición del comprador en su propia empresa.
6	a	Los incoterms se pueden agrupar en cuatro categorías (grupo E, F, C y D), según las obligaciones que deben asumir el exportador e importador.
7	b	La dinámica del comercio ha provocado que los incoterms se actualicen cada diez años, la más reciente es en el año 2020 y son definidas por un grupo de expertos de América, África y Asia.
8	a	Las rondas fueron celebradas desde el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y el Comercio), estas rondas eran definidas como reuniones entre países para poder establecer acuerdos comerciales.
9	b	El producto a exportar debe tener al menos del 35 al 40% del valor agregado nacional.

Autoevaluación 3

Pregunta Respuesta Retroalimentación

- 10 c En la actualidad existen once incoterms: EXW, FAS, FOB, FCA, CFR, CIF, CPT, CIP, DAP, DDP y DPU, estos códigos de tres letras describen las normas que deben asumir los países importadores y exportadores para la entrega y transporte de las mercaderías.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	Los niveles de integración económica son: zona de libre comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica y monetaria, y unión política.
2	c	El mercado común se refiere a la ampliación de la libertad de movimientos de mercancías propias de una unión aduanera a los factores de capital y trabajo, el libre movimiento de factores se interpreta como vías alternativas para alcanzar eficiencia significativa, ejemplo, Mercosur.
3	a	En la actualidad la Unión Europea está conformada por 27 países.
4	a	Los acuerdos bilaterales son negociaciones que se establecen entre dos países y concluyen en acuerdos de integración.
5	b	El acuerdo de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), permitió que los países miembros obtengan un crecimiento del 19 al 24%, desde 1993 al 2015.
6	c	La Comunidad Andina de las Naciones es una zona de libre comercio entre países miembros, que permite el libre tránsito de mercaderías entre países miembros e impulsa el crecimiento económico.
7	a	Las principales causas del proceso de integración son: económicas, políticas, sociales y tecnológicas.
8	b	El código aduanero comprende todos los artículos en relación con el ámbito espacial.
9	c	El territorio aduanero está conformado por: territorio general, especial, zonas primarias, zonas secundarias y zona de vigilancia.
10	a	La nomenclatura arancelaria es el lenguaje internacional y define el código para cada producto, los mismos se encuentran establecidos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

**Ir a la
autoevaluación**

Autoevaluación 5

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	La convención de las Naciones Unidas sobre la compraventa internacional de mercaderías se llevó a cabo en Viena, en el año de 1980.
2	c	Las sanciones contractuales, tanto para los vendedores como los compradores, son el cumplimiento específico, la resolución de contrato y la compensación monetaria.
3	a	El contrato de distribución se define como el contrato en el cual el fabricante provee al distribuidor de determinada cantidad de producto, siendo el distribuidor el encargado de colocarlo en el mercado.
4	b	Se conocen dos modalidades de franquicias: franquicia comercial de productos y franquicia llave en mano.
5	c	El otorgamiento de la facultad de operar un negocio, asociado al uso de marca, símbolo o logotipo forma parte de los elementos que conforman un contrato de franquicia.
6	a	La prima es un elemento que forma parte del seguro y se clasifica en dos tipos: pura y comercial.
7	a	Un seguro marítimo es un contrato cuya finalidad es indemnizar las pérdidas efectuadas dentro de una expedición marítima comercial, donde se hayan afectado el barco y/o la carga.
8	b	En el seguro terrestre el asegurador asume los riesgos a los que estén expuestos los vehículos de transporte, la mercadería o la responsabilidad del transportador.
9	c	En el seguro de caución el beneficiario es la Aduana.
10	b	El seguro de cambio permite reducir los riesgos que el cambio de moneda puede occasionar.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Para lograr colocar la mercadería en el mercado extranjero, los exportadores cuentan con varias alternativas; lo pueden hacer de forma directa, indirecta o conjunta.
2	b	Las trading companies forman parte del tipo de exportación indirecta porque se dedican a comprar productos en determinado país y distribuirlos en el extranjero.
3	a	Existen algunas desventajas para las empresas al momento de trabajar con un trading company, como por ejemplo, perder el control de la variable del precio y de los canales de distribución.
4	a	Las funciones de las trading companies son las siguientes: 1. Identificar proveedores. 2. Realizar la negociación de las condiciones del contrato comercial. 3. Tramitar el seguro. 4. Gestionar la logística. 5. Gestionar con la Aduana. 6. Comercialización y distribución de la mercadería.
5	c	Los consorcios de exportación forman parte del tipo de exportación conjunta, porque dos o más empresas se unen para poder exportar.
6	c	Existen dos tipos de consorcios de exportación: consorcios de promoción de exportadores y consorcios de exportación mediante integración productiva.
7	a	Los consorcios de promoción de exportadores son aquellos donde las empresas solo comparten el gerenciamiento y desarrollo de la venta internacional pero no los esquemas de calidad ni de producción.
8	b	Los consorcios de exportación mediante integración productiva integran todas las estrategias empresariales tanto comerciales como productivas.
9	a	Una de las ventajas de trabajar con una trading company es que brindan asesoría y capacitación a la empresa que va a exportar.
10	b	Una de las funciones de las trading companies es tramitar el seguro con la compañía aseguradora pero no venderlo.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 7

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Las empresas buscan mercados menos competitivos para comercializar sus productos, por esta razón optan por la internacionalización.
2	a	Las empresas buscan expandirse hacia el mercado internacional, porque el mercado interno o nacional se encuentra saturado por el exceso de competencia.
3	a	Una ventaja competitiva es el valor que los clientes están dispuestos a pagar, y es un valor superior que deriva de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes, o en su defecto, ofrecer beneficios únicos que compensen un precio alto.
4	c	El principal elemento del entorno de una empresa es el sector industrial, el cual se debe analizar para formular la estrategia comercial.
5	b	Si la empresa busca que la ventaja competitiva perdure a largo plazo debe aplicar las estrategias de liderazgo en costos, diferenciación y especialización.
6	a	Los tipos de exportación que existen son: directa, indirecta y conjunta.
7	b	El proceso de comercialización queda a cargo del importador o comprador extranjero, quien será el encargado de controlar las variables aplicables a la venta internacional, por tal motivo forma parte de la exportación indirecta.
8	c	El departamento de exportación es directo, porque es cuando la empresa cuenta con un departamento o área que se encarga de la exportación de sus productos hacia los países de destino.
9	c	La Joint Venture es conjunta, porque es la asociación entre dos o más personas o empresas con un negocio internacional en común, donde comparten las pérdidas o ganancias que ocasione el mismo.
10	b	En el tipo de exportación denominado "Distribuidor", la empresa exporta y distribuye el producto sin intermediarios en el mercado de destino, por tanto, se trata de exportación directa.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 8

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Las etapas del desarrollo de la exportación, expansión o internacionalización de una empresa son: comprensión de los distintos elementos que intervienen en la dinámica internacional, evaluación de la empresa, diseño del marketing mix internacional, la implementación y búsqueda de permanencia internacional.
2	b	El análisis situacional permitirá a la empresa reconocer las oportunidades que ofrece el mercado, corregir las debilidades de la empresa y diseñar estrategias que permitan competir en un escenario internacional.
3	b	Los incentivos de acuerdo con su naturaleza se clasifican en: tributarios, comerciales, laborales, productivos, aduaneros.
4	a	Los incentivos más comunes que el estado otorga a los exportadores son: extinción de determinados tributos, devolución de tributos previamente pagados, facilidades para la promoción en el exterior, mediante algunos mecanismos como ferias.
5	c	Un área delimitada en un territorio nacional donde la mercadería no está sometida a un control de Aduanas.
6	b	Las zonas francas deben cumplir algunos requisitos tales como estar localizadas en zonas desfavorables para fomentar el desarrollo.
7	a	Los tipos de zonas francas son: comerciales, industriales, tecnológicas, de turismo y almacenamiento.
8	a	Para evitar inconvenientes futuros, la empresa debe estar preparada con el stock disponible y con capacidad de producción suficiente que le permita cubrir la demanda, ya que la escasez de los elementos antes mencionados, sin lugar a duda, generaría un deterioro de la confianza y fidelidad del cliente internacional.
9	c	La fase de la negociación puede ser por venta, por intermediación o representación.
10	a	Para poder pactar una negociación, los interesados deben tener claros algunos criterios tales como: dimensión espacial (dónde se llevará a cabo la negociación), dimensión temporal (cuándo se va a realizar la negociación y la duración de la misma), dimensión causal (por qué se lleva a cabo la negociación), dimensión metodológica (cuáles son las técnicas o métodos que se van a aplicar en la negociación).

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 9		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	La logística es un conjunto de operaciones tendientes a asegurar el correcto envío de la mercadería, desde el punto de origen al punto de consumo.
2	b	Los aspectos más destacados dentro de la logística internacional son: suministro, producción, almacenaje y manejo de inventarios.
3	c	El envase, rotulado, etiquetado y embalaje del producto son aspectos importantes del acondicionamiento de la mercadería.
4	a	El envase tiene la funcionalidad de contener, proteger e identificar el producto, además facilita su manipulación.
5	a	El rotulado y etiquetado contiene Información del producto y debe ajustarse a la normativa de cada país.
6	a	El transporte es el medio que hace posible culminar el proceso de producción-consumo, el cual debe ser analizado en términos de costo y tiempo.
7	c	Los elementos formales del transporte son: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contrato. ▪ Guía aérea. ▪ Conocimiento de embarque. ▪ Carta Porte.
8	b	Los tipos de transporte según su naturaleza se clasifican en: públicos y privados.
9	c	Flexibilidad operativa (servicio puerta a puerta), es una ventaja del medio de transporte terrestre.
10	b	Los tiempos de entrega elevados para entregar la mercadería son una desventaja del medio de transporte marítimo.

[Ir a la
autoevaluación](#)



6. Referencias bibliográficas

- Ángela María Sandoval. (14 de abril de 2021). *Las zonas francas en el mundo*. YouTube. <https://bit.ly/33Eiu4a>
- Arese, H. (2020). *Introducción al comercio exterior* (2^aed.). Errepar.
- Asociación Ecuatoriana de Franquicias. (s.f.). *Franquicias en Ecuador*. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3lyLSr1>
- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional* (1^aed.). Antony Bosch.
- Banco Central del Ecuador. (2011). *Análisis trimestral de la balanza de pagos*. Recuperado el 30 de octubre de 2021, de <https://bit.ly/3GYKBsY>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Boletín trimestral de la balanza de pagos 2021*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3fNJnVC>
- Berumen, S. y Arriaza, K. (2004). *Negocios internacionales en un mundo globalizado* (1^aed.). Cecsa.
- Federación de Exportadores del Ecuador. (s.f.). *Proyecto Internacionalízate*. Recuperado el 16 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3qRfqKI>
- Fondo Monetario Internacional. (2009). *Manual de Balanza de Pagos y Posición de Inversión*. Recuperado el 21 de noviembre de 2021, de <https://www.imf.org/~/media/Websites/IMF/imported-publications-loe-pdfs/external/spanish/pubs/ft/bop/2007/bopman6s.ashx>
- Hill, C. (2015). *Negocios Internacionales* (10 ed.). México: McGrawHill Education.
- Lombada, J., Rozas, S., Corredor, C., Silva, H., Castellanos, A. y Gonzalez, J. (2011). *Negocios Internacionales*. Ecoe ediciones.
- Organización Mundial del Comercio. (2018). *Estructura de la OMC*. Recuperado el 15 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3FUD9ha>

Organización Mundial del Comercio. (2018). *Los años del GATT: de la Habana a Marrakech*. Recuperado el 15 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/340CvSi>

Organización Mundial del Comercio. (2018). *Los principios del sistema del comercio*. Recuperado el 20 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3GVjRJT>

Organización de Naciones Unidas. (s.f.). *Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías*. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3HaWBbf>

Osimani, R. y Estol, R. (s.f.). *Política comercial, comercio y crecimiento: el caso de Uruguay*. Recuperado el 23 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3qSXfui>

Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva- Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. (1 ed). México: Compañía Editorial S.A. de C.V.

PRO ECUADOR. (2021). *Guía del exportador*. Recuperado el 19 de diciembre de 2021, de <https://bit.ly/3fPlk8H>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) . (2021). *Para exportar*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021, de <https://bit.ly/3lweyku>

Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador. (2017). *¿Qué es una exportación?* Recuperado el 22 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3KxzFFb>

Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador. (2017). *Clasificación Arancelaria*. Recuperado el 21 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3qUHkph>

Solar. (2021). *Guía práctica de las reglas Incoterms 2020. Derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Marge books. Obtenido de <https://bit.ly/3fNZVwG>

VanGrasstek, C. (2016). *Historia y Futuro de la Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 23 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3rLJtTc>

Viceministerio de Comercio Exterior. (s.f.). Proyecto de inversión “Fomento al sector exportador”. Recuperado el 20 de noviembre de 2021, de <https://bit.ly/3tTSKvc>



7. Anexos

Anexo 1. Estructura de la balanza de pagos

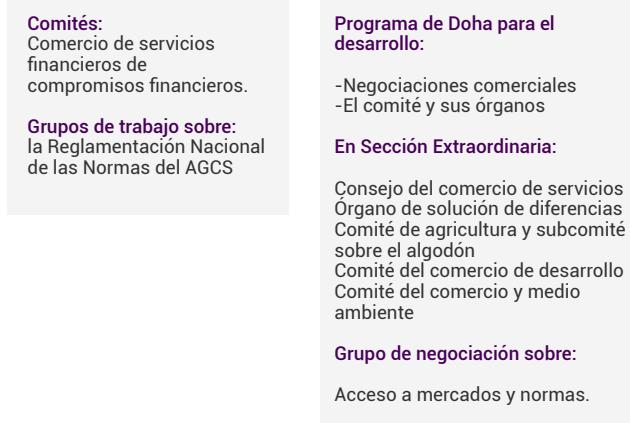
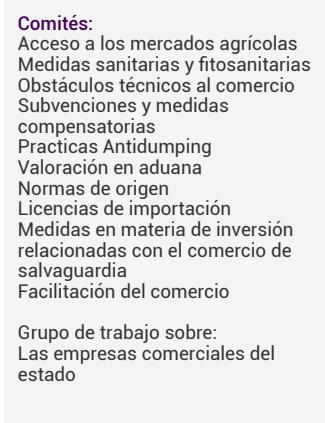
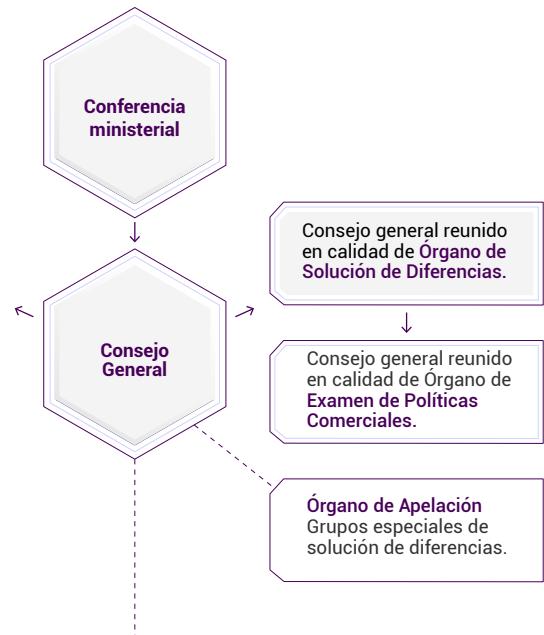
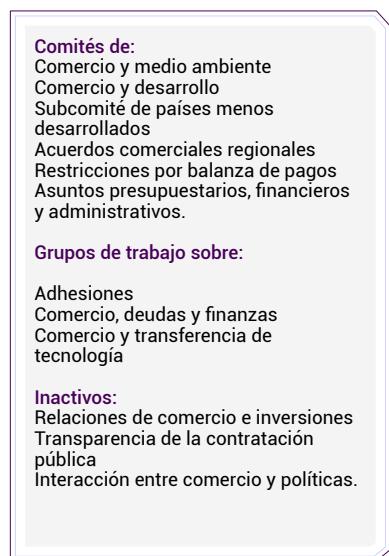
Cuenta		Ingresos	Pagos	Saldos
Cuenta corriente	Balanza comercial	Exportaciones (X)	Importaciones (M)	SC
	Balanza de servicios	X	M	SS
	Balanza de rentas	Entrada de divisas (ED)	Salida de divisas (SD)	SR
	Balanza de transferencias	ED	SD	ST
Saldo cuenta corriente (cc), saldo (1, M)				SC+SS+SR+ST
Cuenta capital	Capital	ED	SD	CK
	Transferencia de capital			
	Compra o venta de activos no financieros			
Saldo cuenta de capital (CK), saldo (2, CK)				CK
		Variación neta de pasivos (VNP)	Variación neta de activos (VNA)	
Cuenta financiera	Inversiones directas	ED	SD	ED-SD
	Inversiones en cartera	ED	SD	ED-SD
	Otras inversiones	ED	SD	ED-SD
	Derivados financieros	ED	SD	ED-SD
Saldo cuenta financiera (CF), saldo (3, CF)				SALDO CF
Variación de reservas		Saldo 4	+ED -SD	Movimiento neto de reservas SD-ED-SALDO.
Suma ingresos/ pagos. Saldo final (1+2+3)	Total, ingresos	Total, pagos	0	

Si Ingreso > pagos, superávit por cuenta corriente

Si ingresos < pagos, déficit por cuenta corriente

Tomado de: Banco Central del Ecuador (2021). Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/>

Anexo 2. Estructura de la OMC



Tomado de: Organización Mundial del Comercio (2018). Recuperado de: <https://www.wto.org/indexsp.htm>.

Anexo 3. Organización mundial del comercio

Qué es la OMC

Funciones	<ul style="list-style-type: none">• Administra un sistema mundial de normas comerciales.• Funciones como foro para la negociación de acuerdos comerciales.• Se ocupa de la solución de las diferencias entre sus miembros y atiende a las necesidades de los países en desarrollo.
Qué hace	<p>Todas las decisiones importantes son adoptadas por los gobiernos miembros de la OMC.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Por sus ministros (suelen reunirse una vez cada dos años)■ Por sus embajadores y delegados (que se reúnen regularmente en Ginebra). Consejo General.
Qué propugnan	Una serie de principios que constituyen la base el sistema multilateral de comercio (no discriminación, reciprocidad y la transparencia).
Finalidad	Abrir el comercio en beneficio de todos

Tomado de: Organización Mundial del Comercio (2018). Recuperado de: <https://www.wto.org/indexsp.htm>.

Anexo 4. Incoterms 2020

Incoterms	Costes y riesgos	Embalaje y recepción	Carga	Transporte	Trámites de exportación	Carga a bordo	Flete	Descarga de buque	Trámites de importación	Transporte hasta destino	Descargar hasta destino
		País, ciudad, lugar de origen				Transporte	País, ciudad, lugar de destino				
EXW	Costes Riesgos										
FCA	Costes Riesgos										
CPT	Costes Riesgos										
CIP	Costes Riesgos Seguro										
DAP	Costes Riesgos										
DPU	Costes Riesgos										
DDP	Costes Riesgos										
Reglas para el transporte marítimo											
CFR	Costes Riesgos										
FOB	Costes Riesgos										
FAS	Costes Riesgos										
CIF	Costes Riesgos Seguros										

vendedor
 comprador

Fuente: Solar (2021).



Anexo 5. Requisitos de exportación e importación

Requisitos de
exportación

1. Registrarse como exportador:

<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

2. Luego de que se encuentre registrado como exportador, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), puede ser realizada por el Exportador, agente de aduana o agente de Carga de Exportaciones.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

Exportador o declarante.

Descripción de mercancía por ítem de factura (ver anexo 2)

Datos del consignante.

Destino de la carga

Cantidades

Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

3. Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original (ver anexo 5, guía del exportador).
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

-
- | | |
|---------------------------|--|
| Requisitos de importación | <ol style="list-style-type: none">1. Registrarse como importador:
https://www.aduana.gob.ec/para-importar/2. Luego de que se encuentre registrado como importador, debe realizar los trámites de desaduanización de mercancías, para ello es necesario la asesoría y el servicio de un Agente acreditado por el SENAE. |
|---------------------------|--|
- La Declaración Aduanera de Importación (DAI) deberá ser transmitida por un proveedor de Software o en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en ese plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
-
3. De acuerdo al tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación.

Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la DAI a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 del Reglamento al Libro V del Copci).

Documento de Transporte

Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial
Certificado de Origen (cuando proceda)
Documentos que el SENAE o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.
Transmitida la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le otorgará el número de la declaración aduanera de importación y el canal de aforo que corresponda.

Tomado de: SENAE (2021). Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Guía del Exportador



Ministerio de Comercio Exterior - PRO ECUADOR - Dirección de Balcón de Servicios

GUÍA DEL EXPORTADOR

REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR 6

- Organismos que intervienen en operación de exportación
 - ¿Quién puede exportar?
 - Registro de exportador en el Ecuapass
 - Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)
-

ETAPA DE PRE-EMBARQUE 9

- Ejemplo declaración aduanera de exportación
 - Ejemplo factura comercial
 - Ejemplo de lista de empaque
 - Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina
 - Ejemplo de certificado de origen para la Unión Europea
 - Herramientas de negociaciones internacionales
 - Ejemplo de cotización de exportación
 - Flujograma para la apertura de una carta de crédito
 - Ejemplo de solicitud para la apertura de una carta de crédito
-

ETAPA DE POST-EMBARQUE 19

- Ejemplo de documento de transporte marítimo
 - Ejemplo de documento de transporte aéreo
 - Ejemplo de documento de transporte terrestre
-

INFORMACIÓN ADICIONAL 23

- Acuerdos comerciales
- Registro como operador de exportación en Agrocalidad y obtención de certificado fitosanitario
- Ruta PRO ECUADOR



INTRODUCCIÓN

Esta guía está dirigida a usted, que se encuentra en la etapa previa a la exportación. En este documento, le presentamos una lista detallada de aspectos necesarios para asegurar la transparencia y solidez en la negociación con su comprador; la salida de la mercancía, su traslado, recepción y pago de manera exitosa y eficiente.

Adicionalmente, para poder ser competitivo en los mercados internacionales, es necesario conocer los procedimientos que se requieren cumplir en las operaciones comerciales.

Es importante destacar que al final de cada tema, se colocará información referencial de sitios en internet, documentos e instituciones, donde podrá encontrar información más detallada.



Organismos que intervienen en una operación de exportación



¿Quién puede exportar?

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas.

Requisitos para ser exportador:

1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

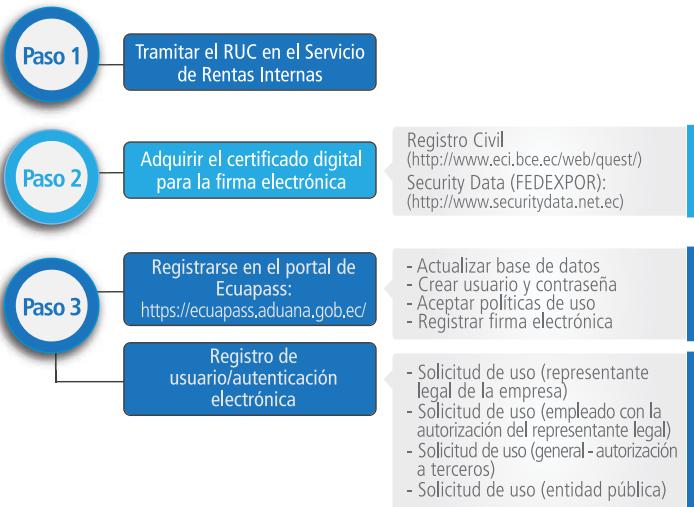
- Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

Para mayor información de cómo obtener la firma digital o TOKEN, deberá ingresar al siguiente sitio:
<http://bit.ly/12XP9LZ>

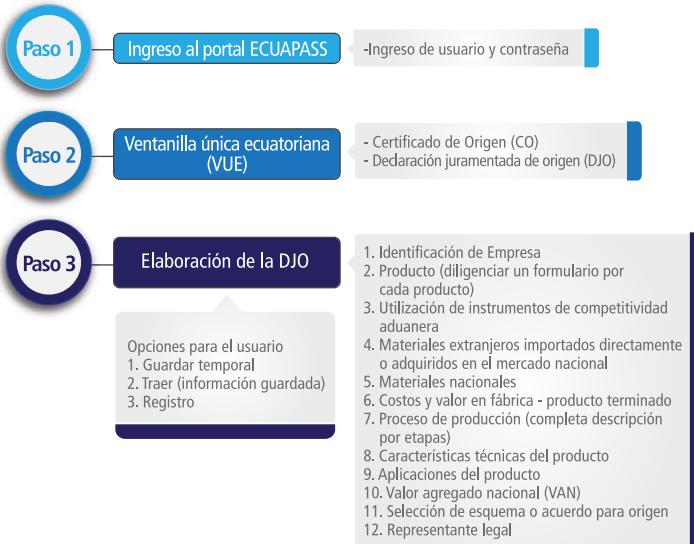
3.- Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

- Actualizar su información en la base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

Registro de exportador en el Ecuapass



Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)





ETAPA DE PRE-EMBARQUE

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:



Cabe indicar que dependiendo del tamaño de su empresa y de la actividad económica de la misma, donde se involucren más de un encadenamiento productivo, se sugiere contratar los servicios de un agente de aduanas para que lo asesore en la apertura y cierre de la exportación.

Reiteramos que usted no está en la obligación de contratarlo.

Para mayor información puede visitar el sitio web:
<http://www.aduana.gob.ec>

En el siguiente vínculo <http://bit.ly/Z8AsDn> también puede encontrar los pasos a seguir en las diferentes entidades públicas para la obtención de certificados, registros y demás documentos usualmente requeridos en el proceso de exportación desde Ecuador.



Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-40-00005727
---------------	----------------------

Información de general

Código del distrito	GUAYAQUIL - MARÍTIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIIU	CAFÉ EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIAS.A		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de Lugar de	I05090925 CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DÓLAR ESTADOUNIDENSE

Totales

Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Ejemplo de factura comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec		RUC: 120244753001 <hr/> FACTURA <hr/> Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA... GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)Nº.....001002004954		Nombre de Contacto:.....SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15160 N° Orden de pedido:..... P/O 720		
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: Fecha:....., Enero / 2013 Peso Bruto: 1,618,25 KG Peso Neto: 1,520,35 KG Marcas: SIN MARCA Vía: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR				
VALOR				
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750,00
INCOTERM:			TOTAL FACTURADO:	US\$ 33,750,00

Ejemplo de lista de empaque

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA					
EMPRESA EXPORTADORA					
Dirección:.....Calle Sur e Intersección					
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980					
E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec					
COMPRADOR					
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN					
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678					
E-mail:..... smartin@gloriosa.com					
DETALLE DEL EMBALAJE					
Nº DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS		
			NETO	BRUTO	
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70	
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120	
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170	
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360	
MARCAS: SIN MARCAS					
EMBALAJE: 3 PALETAS					
VÍA: MARÍTIMO					
FACTURA COMERCIAL: 001-002-00000XXXX					

Guía del Exportador 13

Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina

Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

Nº del Certificado

16936059201300000023P

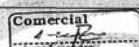
PAÍS EXPORTADOR :		PAÍS IMPORTADOR :	PERU
Nº de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS	PERU
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR	
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA	
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA	

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-000008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CAETAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

Nº de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal I)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal I)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal I)

FECHA: 10 JUNIO 2013
RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
Sello y firma del exportador o productor

Comercial


OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firme en la ciudad de GUAYAQUIL, a los diez días del mes de junio del 2013.	
 <i>Sellos: Victor Osvaldo Almendro</i> A N A L I S T A Nombre, sello y firmado la Unidad Certificadora	

NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares sucesivos de este certificado, numerando correlativamente.
 (2) Revisarificar si se trata de un Acuerdo de Alance Regional Parcial, indicando número de registro.
 (3) En esa columna se individualizar la norma de origen con que engloba cada mercadería individualizada por su número de orden.
 (4) El formato no podrá presentar espacios, tabulaciones o enteradas.

Ejemplo de certificado de origen para la Unión Europea

2170

ES

Diario Oficial de la Unión Europea

21.12.2012

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCIAS

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A 000.000		
Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso.			
2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre y <i>(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)</i>			
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (opcional)	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos		
6. Información relativa al transporte (opcional)		7. Observaciones	
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los buitres ⁽¹⁾ ; designación de las mercancías		9. Masa bruta (kg) u otra medida medida (litros, m ³ , etc.)	10. Factura (opcional)
11. VISADO DE LA AUTORIDAD COMPETENTE O LA AUTORIDAD ADUANERA ⁽²⁾ Declaración certificada conforme Documento de exportación ⁽³⁾ Modelo N° De Autoridad Competente o Autoridad Aduanera País o territorio de expedición Lugar y fecha (Firma)		12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. Lugar y fecha (Firma)	

⁽¹⁾ En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escribase «a granel», según sea el caso.

⁽²⁾ Las Partes aceptarán los certificados EUR.1 que no hagan referencia a «autoridad competente» en la casilla 11.

⁽³⁾ Rellíñese únicamente si la normativa del país o territorio de exportación lo exige.

Herramientas de negociaciones internacionales

Cotización de exportación.- La cotización es el documento en el cual se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador, con la finalidad de evitar riesgos en una operación comercial. La cotización debe contemplar lo siguiente:



Ejemplo de cotización de exportación



PROFORMA No. 001/2013 EXP

GUAYAQUIL, 23 DE AGOSTO DE 2013

PARA: EMPRESA IMPORTADORA S.A.
ATT: SRTA. ISABEL REYES
BOGOTA – COLOMBIA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
700,000 ENVASES CON PRODUCTO LOMITOS EN ACEITE, REF: CAPACIDAD 180 GRAMOS CON TAPAS ABRE FÁCIL, A US\$ 150 EL MILAR FCA GUAYAQUIL.

TOTAL VALOR FCA GUAYAQUIL	US\$ 105,000.00
FLETTE TERRESTRE (7 CONT. 40' HC)	US\$ 14,000.00
<hr/>	
VALOR CPT BOGOTÁ – COLOMBIA	US\$ 119,000.00

TOLERANCIA: +/- 10% EN CANTIDADES Y MONTO

TÉRMINOS: CPT (INCOTERMS 2010)

PARTIDA ARANCELARIA: 1604.14.10

FORMA DE PAGO: EL PAGO SE HARÁ CON TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA CORRIENTE # XXXXX DEL BANCO DEL PACÍFICO ABA # XXXXX BENEFICIARIO: EMPRESA EXPORTADORA S.A.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 DÍAS

EMBARQUES PARCIALES: PERMITIDOS DE ACUERDO A SUS INSTRUCCIONES
TRANSBORDOS: PERMITIDOS

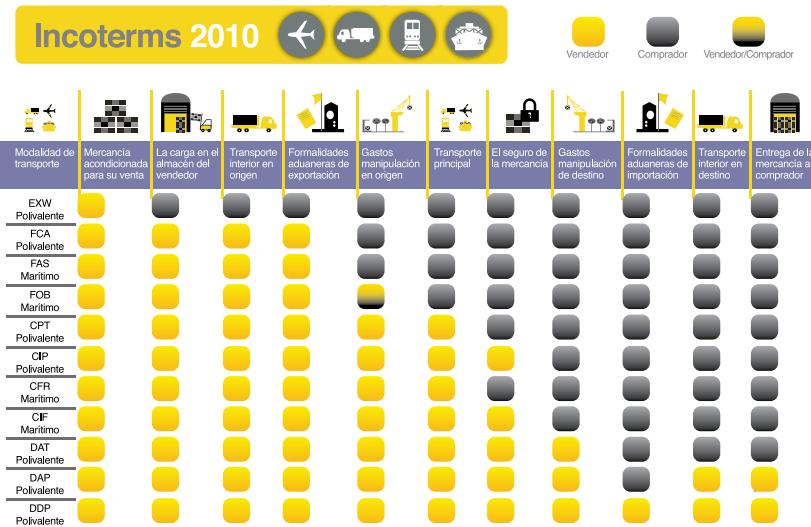
TIEMPO DE ENTREGA: 30 DÍAS LUEGO DE RECIBIDA LA TRANSFERENCIA

SEGURO: POR CUENTA DEL COMPRADOR. EN CASO QUE NO SE ASEGURE LA MERCADERÍA, ÉSTA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL COMPRADOR, ENTENDIÉNDOSE QUE EL CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA S.A. TERMINA EN LA ENTREGA DE LA MERCADERÍA AL TRANSPORTISTA.

ATENTAMENTE,

SR. JOSÉ LÓPEZ
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

Para mayor información de los INCOTERMS, visite el siguiente sitio web:
<http://bit.ly/12ttDvS>



Incoterms 2010

The infographic illustrates the responsibilities of the Seller (Yellow) and the Buyer (Grey) under various Incoterms. Icons at the top represent different modes of transport: Airplane (Air), Truck (Land), Train (Land), and Ship (Sea). Below the icons, a legend indicates: Vendedor (Seller) represented by a yellow square, Comprador (Buyer) represented by a grey square, and Vendedor/Comprador (Seller/Buyer) represented by a yellow square with a grey border.

Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
FCA Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
FAS Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
FOB Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
CPT Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
CIP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
CFR Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
CIF Marítimo	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey
DAT Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey	Grey
DAP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey	Grey
DDP Polivalente	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Grey

Instrumentos y condiciones de pago:

Usted como exportador cuenta con instrumentos financieros y además de poder especificar la condición de pago durante las negociaciones con su cliente. A continuación los más importantes:

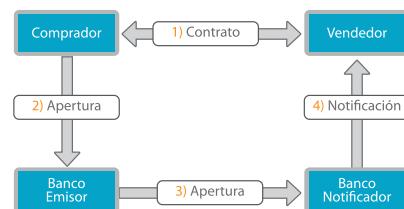
a) Cartas de crédito: Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo y transferible.

Es la forma de pago más segura y recomendable para

el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

Flujograma para la apertura de una Carta de Crédito:

Carta de Crédito - Apertura



Ejemplo de solicitud para la Apertura de una Carta de Crédito



OVERSEAS BANK

SOLICITUD Y ACUERDO DE CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE

FORMA	Irrevocable <input type="checkbox"/>	Transferible <input type="checkbox"/>	FECHA:
SOLICITANTE		Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____	
BENEFICIARIO		Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____	
BANCO AVISADOR DEL BENEFICIARIO		MONTO Y MONEDA	
LUGAR Y FECHA DE VENCIMIENTO		TOLERANCIA _____ %(+/-)	Cantidad <input type="checkbox"/> Mercancía <input type="checkbox"/>
DISPONIBLE POR		<input type="checkbox"/> A la vista <input type="checkbox"/> Aceptación de letras a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Pago Diferido a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Otros	
EMBARQUES PARCIALES		Transbordos <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido	EMBARQUE DESDE _____ HASTA _____
ULTIMO DIA EMBARQUE		PERIODO DE EMBARQUE	
MERCANDISE		INCOTERMS <input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> FAS <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CPT <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> DDP <input type="checkbox"/> _____ DOCUMENTOS REQUERIDOS: <input type="checkbox"/> Factura originales y _____ copias <input type="checkbox"/> Conocimiento de Embarque <input type="checkbox"/> Lista de Empaque <input type="checkbox"/> Certificate of Origin <input type="checkbox"/> Certificado de Inspección <input type="checkbox"/> Certificado Calidad <input type="checkbox"/> Poliza o Certificado de Seguro <input type="checkbox"/> Otros _____	
FLETE		SEGURIDAD A SER AFECTADO POR	NOTIFICAR AL COMPRADOR
<input type="checkbox"/> En Destino <input type="checkbox"/> Pre pagado <input type="checkbox"/> Embaixador <input type="checkbox"/> Comprador			
INSTRUCCIONES ESPECIALES			
Todo cargo bancario que no sea un cargo del Banco Emisor se por cuenta de: <input type="checkbox"/> Beneficiario <input type="checkbox"/> Applicant Documentos deben ser presentados dentro de _____ días luego del embarque <input type="checkbox"/> Carta de Crédito <input type="checkbox"/> Confirmada <input type="checkbox"/> No Confirmada			
Comisión por la emisión de la Carta de Crédito: _____ % del monto nominal de la Carta de Crédito. La comisión será pagadera por adelantado. Le autorizamos a debitar nuestra cuenta _____ por concepto de los gastos relacionados con esta Carta de Crédito. <small>El abajo firmante solicita a Santander Overseas Bank, INC. (el Banco) que emita esta Carta de Crédito sustancialmente de acuerdo con las instrucciones establecidas en la presente solicitud. El abajo firmante autoriza al Banco a suscribir la Carta de Crédito en su nombre y autorizado a hacer arreglos para la emisión de la Carta de Crédito solicitada o una garantía en lugar de la misma, por otra institución de su elección, como la cuenta garantía o Carta de Crédito en apoyo emitida por el Banco. El abajo firmante acusa recibo de los Términos y Condiciones aplicables a la Carta de Crédito y la garantía emitida por el Banco, una vez el Banco emita su Carta de Crédito, garantía bancaria o contra-garantía en apoyo. Nada en este documento obliga al Banco a emitir su Carta de Crédito o garantía bancaria o a renegociar los arreglos para que se emita una Carta de Crédito o garantía emitida por otra institución.</small>			
Fecha: _____		Firma(s) Autorizada del Solicitud	

b) **Cuenta abierta:** El exportador le envía los documentos de embarque directamente al importador. Al tenerlos en su poder, le transfiere el pago correspondiente al exportador, realizando una transferencia bancaria. Esta forma de pago es sólo recomendable cuando se conoce al cliente y se tiene completa seguridad del pago.

c) **Cobranza bancaria internacional:** Orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma, contra la entrega de documentos enviados. Esta forma de pago implica mucho menos costo que la carta de crédito, sin embargo, el banco del comprador no se hace responsable del pago, salvo que reciba la firma del comprador internacional.

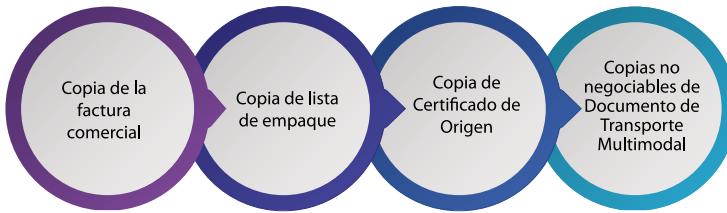
d) **SUCRE:** El Sistema Unitario de Compensación Regional de Pagos, es un mecanismo que sirve para la canalización de pagos internacionales resultantes de las operaciones de comercio recíproco entre sus países miembros (Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Nicaragua, San Vicente y las Granadinas, Uruguay y Venezuela). Este sistema se basa en la utilización de una moneda virtual para el registro de las operaciones, exclusivamente entre los bancos centrales, en tanto que la liquidación local (pagos a exportadores y cobros a importadores) se efectúa con las respectivas monedas locales de los países miembros (en el Ecuador se realizará en dólares).

Para mayor información del SUCRE visite el siguiente sitio web: <https://www.bce.fin.ec/index.php/direccion-nacional-de-sistemas-de-pago/itemlist/category/45-direccion-nacional-de-sistemas-de-pago>

ETAPA DE POST-EMBARQUE

Regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación (DAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENAIE y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:



Ejemplo de documento de transporte marítimo - Bill of Lading (B/L)

Marine Transport Corp.		ORIGINAL		BILL OF LADING	
Shipper COMPANY THAT SOLD THE COTTON		Booking No. KXGBY8625H		Expedited by YMLWU12302XXXXX	
Consignee TO THE ORDER OF BUYERS BANK		Contract Reference No., INVOICE NO. 1234 L/C NO. 98H20457			
Port of Loading LUBBOCK, TX		Port of Discharge INC. RFF 2686 CNE-16044 TN 38120			
Notify party BUYER		Port of Discharge TR-D.E.A.		FMC-1410	
Port of Discharge LUBBOCK, TX		Port of Discharge LONG BEACH, CA		4,301 MT/MT	
Port of Discharge TAKAO, TAIWAN		Port of Discharge TAKAO, TAIWAN		DRAFTS Dated	
EXPLANATION OF MARKINGS AND CODES					
CONTAINER NO. 118U	1X40'	ONE (1) 40' CONTAINER RAID TO COSTINE EIGHT-EIGHT (88) BALE OF ADDED 100% COTTON COMPRESSED TO U.D.-100% C.		WEIGHT 44,391 LBS 20,133 KGS	
FREIGHT PREPAID CV TO CY SHIPPER'S LOAD, STCWN & COUNT ON BOARD VESSEL: RAINBOW BRIDGE V/91N EX-3042-B07 DATE: JUNE 23, 1999 SERVICE CONTRACT NO.: ET-3042-H00 NO. OF CONTAINERS: ONE (1) 40' STCWN TECHNOLOGY OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE U.S. IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED.					
This document is issued in Spanish. It is valid only if signed in Spanish. Este documento es emitido en español. Es válido únicamente si firmado en español. Print and Date of Issue On Shipped Date 06/23/99					
Item No.	Date	Arrival No.	Port	Rate	Challan No.
I/ET 3062-H00 L/ET-3042-B07 (INCI CV, OA) O.F. \$1733.00/40' AS	1X40'			\$1,725.00	BL NO. YMLWU12302...
DF/NTD 300 DTNC/NT 300/40+				NTD 3,000 NTD 3,000	
Rate of exchange		Rate	\$9,150.00	NTD 3,300	
Name of Original Bank		Bank		NTD 3,300	
THREE (3)		Bank		NTD 3,300	
Bills of Lading or "Shipping Order" may be presented to the carrier for delivery.					

Ejemplo de documento de transporte aéreo - Guía aérea (Air Way Bill - AWB)

PNA 6672 1082		075- 6672 1082					
IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPAÑA							
S E M I C , S . A .							
Pol. Ind.Comarca,1 (Agustinos)							
CALLE. "D" - "parcela."H-5"							
E-31013, PAMPLONA (NAVARRA) "España"							
MONTE Y DIRECCION DEL ENVIO/ANALOGO							
CIA. M.F.R.A. DE CALZADO EMYCO SA DE CV							
Monte Elbruz,124, 1er. piso							
Col.Palmates Palacio Chapultepec							
11560,MEXICO DF							
"RFC MCE-821119-MV"							
SANTO SEBASTIAN TRANSPORTACIONES, HOMBRE Y CIUDAD							
ATR NEX GROUP, S.L.							
Ofic.Nº 5 APERTURODE DE PAMPLONA							
E-31100, NOAIN/NAVARRA "ESPAÑA"							
SOLICITA ENVIO AL AGENTE/ Agente IATA Code		N.F. DE CUENTA / Asiento No.					
78-9 5018/2010							
PROPIEDAD DE SALIDA DIRIGIDA DEL 125. TRANSPORTISTA Y RUTA SOLICITADA.							
PAMPLONA (Spain) - (Euro) Cash and Requested Routing:							
MAD IB		MEX IB					
MEXICO DF (MEX) IB-6403/13							
NOTIFICAR:		CIA. M.F.R.A. DE CALZADO EMYCO S.A. DE C.V. BB1vd.Adolfo Lopez Mateos # 3427 OTE. 37290 LEON GTO. (MEXICO)					
PESO BRUTO Gross Weight		CLASE TAMAÑO Size Category	PESO A COBRAR Chargeable Weight	TARIFA Rate	GARDO Charge	Total	MATERIAL Y CONTENIDO DE LA MERCANCIA (pus. dimensiones y volumen) Nature and Content of Goods (pus. Dimensions or Volume)
7	224	K C-9715	224	444		99.456.-	MOLDES PARA SUELAS DE CALZADO.
PNA/MEX							MEDIDAS/CAJA 40x26x18. - CMS..
7.	224	K C-9715				99.456.-	
PRIMEROS / Freight CARGOS PRIMOS/Freight Charge		SEGUNDOS / Other CARGOS SEGUNDOS/Other Charge					
99.456.-		CHA 10.000 --					
CARRETERA / Road							
TITULOS OTROS CARGOS A PAGAR AL AGENTE / Total Other Charges Due Agent							
10.000 --							
TOTAL OTROS CARGOS A PAGAR AL TRANSPORTISTA / Total Other Charges Due Carrier							
TOTAL PAGADO / Total Paid		TOTAL DEBITO / Total Debito					
109.456 --							
EXP/PNA-13666/99		AIR NEX GROUP					
PUNTA DEL ESTE/URUGUAY		17-FEBRERO-1999 Noain Aeropuerto "PNA" JU					
FORMULARIO PI Documento de Envio		FIRMAS En Por En Por En Por				FIRMA DEL TRANSPORTISTA PAGO DE DI ASIENTO Signature of Shipping Carrier or its Agent	

ORIGINAL 3 (FOR SHARPER / Baca, et al. Expedited)

474 3A - Section 13 - 2000 - Intermediate - English

Guía del Exportador 21

Ejemplo de documento de transporte terrestre - Carta de porte transporte internacional

Emisor		CARTA PORTE	
Correspondiente		Húmero de Carta Porte	Agenzia Despacho
Notificar a		CONTACTO:	
Otro		Lugar de la mercancía	
Punto Colección	Lugar de Carga		
Lugar de Descarga	Destino Final		
Número de contenedores MARCAS Y NÚMEROS		DESCRIPCIÓN DE MERCADERÍAS	PESO BRUTO (Kg)
			Cubicaje
<small>Los destinatarios son responsables de inspección buro administrativa y controlar cualquier cosa sujeta al transporte. Basta a los destinatarios de este documento o a la dirección del despacho indicada en la recta correspondiente a este documento que se realice todo lo que sea necesario en su virtud y acuerdo con las leyes y regulaciones de su país y de la República Dominicana. Los destinatarios de este documento que no sean buro administrativa y controlar, tienen la obligación de informar a su autoridad competente sobre el envío de mercancías que no cumplan con las normas establecidas en la legislación de su país y de la República Dominicana. De acuerdo con lo establecido en la legislación de su país y de la República Dominicana, se considera que las mercancías que no cumplen con las normas establecidas en la legislación de su país y de la República Dominicana, se considera que las mercancías que no cumplen con las normas establecidas en la legislación de su país y de la República Dominicana, se considera que las mercancías que no cumplen con las normas establecidas en la legislación de su país y de la República Dominicana.</small>			
Item n°	Freight charges	Charges	Prepagado
			Collect
		NETTOTAL	EXCHANGE rates TOTAL
Rate	By	ITEMS	ITEMS
PAGO TOTAL DE BASE		IMPUESTAS Y DEDUCCIONES	
DETALLE DE LA CARGA		DETALLE DEL DESTINO	
DETALLE DE LA CARGA		DETALLE DEL DESTINO	

Registro como operador de exportación en Agrocalidad y obtención de certificado fitosanitario

Registro en Agrocalidad: El usuario debe solicitar el registro de operador en la página web de Agrocalidad (www.agrocalidad.gob.ec) a través del Sistema GUIA: <http://www.agrocalidad.gob.ec/> programas-servicios/->Sistemas Internos-> Sistema guía. Aquí debe registrar información del sitio de operación (lugar de producción, centro de acopio, centro de procesamiento, etc.) y la información de los proveedores.

<https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/ingreso.php>
Inspección: Un auditor de Agrocalidad realiza la inspección del lugar detallado y prepara un reporte, el cual debe ser aprobado. Una vez aprobado el reporte se emite al usuario un certificado y un código de registro, los cuales avalan el registro como operador en Agrocalidad (Este registro es reconocido internacionalmente).

Solicitud de certificado fitosanitario: El Certificado Fitosanitario se lo requiere por cada exportación

y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de la misma. Se solicita una inspección o pre-inspección (si el lugar de acopio o cultivo es fuera del lugar de salida de la carga),v esto se realiza en el punto de control (aeropuertos, Puertos Marítimos, Pasos Fronterizos) o en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad en el caso de una pre-inspección.

Los documentos requeridos son los siguientes: registro como operador, copia del manifiesto de embarque, factura proforma u otro documento que indique información del envío. En el caso de pre-inspección se emitirá un certificado provisional que se canjeará por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. En el caso de una inspección una vez aprobada, se otorgará el Certificado Fitosanitario para el envío a realizarse.

- Registro en sistema guía de agrocalidad: <http://www.agrocalidad.gob.ec/requisitos-para-registro/>
- Datos públicos de consulta: <https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/productos1/consultaRequisitoComercio.php>
- Normativas sobre exportación: <http://www.agrocalidad.gob.ec/normativas-sobre-exportacion/>





Tomado de: PRO ECUADOR (2018). Recuperado de: <https://www.proecuador.gob.ec/>

Anexo 7. Ejemplo de contrato de distribución

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

Mediante el presente documento se celebra un contrato de distribución. Por una parte, se encuentra la empresa Luna miel, a quien en adelante se le llamará proveedor con documento de Identidad N° xxxxxxxxxxxx, domiciliado en Cuenca- Ecuador y, por otra parte, el Sr. Juan Esteban Uribe Sánchez, a quien en adelante se le llamará distribuidor con documento de Identidad N° xxxxxxxxxxxx, domiciliado en Bogotá- Colombia.

DECLARACIONES

Ambas partes declaran que es su voluntad celebrar el presente contrato. Que cuentan con capacidad jurídica para celebrarlo. Las partes declaran estar de acuerdo con las siguientes cláusulas. Que es voluntad del proveedor entregar la mercancía al distribuidor.

CLÁUSULAS

PRIMERA. - Ambas partes acuerdan que el presente contrato entre en vigor el día 21 del mes diciembre de 2021 a las 09h00 en Cuenca -Ecuador.

SEGUNDA. - El producto a distribuir es el siguiente Granola con las siguientes características

Granola de canela

Granola de frutos rojos

Granola de vainilla

TERCERA. - El territorio asignado para la distribución del producto es en los siguientes territorios.

Bogotá

Cali

Medellín

CUARTA. - El distribuidor actuará por cuenta propia responsabilizándose de pagar por los productos adquiridos.

Así como también asumirá los gastos que posteriormente se generen y no involucren al proveedor.

QUINTA. - Los precios que el proveedor cobrará y los precios sugeridos se enviarán como anexo en una lista de precios.

SEXTA. - El distribuidor se compromete a promover la venta de los productos mediante redes sociales.

SÉPTIMA. - El pago se hará de la siguiente manera:

El 60 % como anticipo para cerrar la negociación

EL 40 % restante cuando el producto se haya despachado al distribuidor

OCTAVA. - Obligaciones

Distribuidor:

- Pagar por los productos adquiridos al proveedor según las formas de pago acordadas.
- Cumplir con la compra mínima.
- Contribuir con la publicidad de la marca.
- No copiar el producto para beneficio propio.
- Informar si el producto tiene defectos.

Proveedor:

- Entregar los productos acordados en tiempo y forma.
- Entregar al distribuidor muestras de su producto.
- Instruir al distribuidor para poder vender el producto.

Firmado en _____ a los ____ días del mes _____ de _____.

Fuente: Mil Formatos (19 de julio de 2019). Contrato De Distribución. Recuperado el 21 de diciembre de 2021 de <https://milformatos.com/contratos/contrato-de-distribucion/>

Elaborado: Torres y López (2021).

Anexo 8. Ejemplo de contrato de agencia.

REUNIDOS De una parte Don/Doña Erazo Alexis Daniel, con documento de identidad número xxxxxxxxxxxx, domiciliado en Quito- Ecuador actuando como representante legal de Maganaflor, en nombre y representación de la entidad. De otra parte Turbay Villegas Tania Soledad con número XXXXXXXXXX, ubicado en Bogotá- Colombia.

ESTIPULACIONES

1. La empresa Magnaflor nombra a Doña Turbay Villegas Tania Soledad agente, la cual será su representante conforme las instrucciones del presente contrato:
2. Don/Doña Turbay Villegas Tania Soledad se obliga frente a la empresa Magnaflor a promover y concluir por cuenta ajena las obligaciones a las cuales se compromete.
3. La actuación por medio de subagentes requerirá autorización expresa del empresario.
4. El agente no podrá desarrollar su actividad profesional por cuenta de varios empresarios durante la vigencia del presente contrato.
5. El agente se obliga a actuar lealmente y de buena fe velando por los intereses del empresario por cuya cuenta actúa, en el ejercicio de la actividad encomendada.
6. Don/Doña Turbay Villegas Tania Soledad se obliga a comunicar a la empresa Magnaflor toda la información de que disponga, cuando sea necesaria para la buena gestión de los actos u operaciones cuya promoción y conclusión se le encomienda por el presente contrato.
7. El agente se obliga a desarrollar su actividad conforme a las instrucciones señaladas en el apartado primero del presente contrato y aquellas recibidas de la empresa Magnaflor, siempre que no afecten a su independencia.
8. El agente se obliga a recibir en nombre del empresario toda clase de reclamaciones de terceros sobre defectos de calidad o cantidad de los bienes vendidos y de los servicios prestados como consecuencia de las operaciones promovidas.

9. La empresa Magnaflor se obliga a poner a disposición del agente, los muestrarios, catálogos, tarifas y demás documentos necesarios para el ejercicio de la actividad encomendada.
10. La empresa Magnaflor abonará al agente como remuneración la cantidad de xxx\$ más una comisión consistente en el 5% de las cantidades obtenidas por la empresa como consecuencia de las operaciones concluidas como consecuencia de la intervención del agente durante la vigencia del presente contrato con personas, respecto a las cuales se hubieran promovido.
11. La empresa Magnaflor se obliga a abonar al agente los gastos que le originen el desempeño de la actividad encomendada, siempre que medie factura o recibos justificativos.
12. El presente contrato de agencia se pacta con una duración de un año a contar desde la fecha de hoy. Si tras la finalización del plazo de duración, las partes siguen ejecutando el presente contrato, se entenderá que se transforma él mismo en contrato de duración indefinida.
13. El presente contrato se extinguirá por muerte o declaración de fallecimiento del agente. 14. Para la resolución de cualquier problema que surja en la interpretación o aplicación del presente contrato será competente el juez del domicilio del agente. Manifestando su conformidad, firman Don/Doña Erazo Alexis Daniel como gerente de la empresa Magnaflor y Don/Doña Turbay Villegas Tania Soledad, el presente contrato de AGENCIA, en

Quito, 21 de diciembre de 2021

Firmas:

Fuente: Mil Formatos (26 de marzo de 2015). Contrato De Distribución. Recuperado el 21 de diciembre de 2021 de <https://www.milejemplos.com/contratos/ejemplo-de-contrato-de-agencia.html>

Elaborado: Torres y López (2021).

Anexo 9. Ejemplo de contrato de concesión comercial

De una parte “CAÑADA AUTOS”, sociedad de responsabilidad limitada, constituida por contrato social inscripto en el Registro Público de Comercio de la Primera Nominación a Tomo 155 Folio 18063 N° 1400 en fecha 28 de octubre de 2005, domiciliada en Cañada de Gómez calle Córdova N°.3002, que en lo sucesivo será denominada el CONCESIONARIO, y de otra RENAULT ARGENTINA, sociedad anónima constituida por escritura pública otorgada ante Escribano don Osvaldo Menairas inscripta en Registro Público de Comercio en fecha 21 de junio de 1991, domiciliada en Ciudad Autónoma de Buenos Aires calle Ravignani N.º 1564, que en lo sucesivo se denominará CONCEDENTE, han convenido un contrato de concesión mercantil de acuerdo con las siguientes estipulaciones.

PRIMERA: CAÑADA AUTOS S.R.L. es nombrado CONCESIONARIO en exclusiva a partir de esta fecha de la entidad RANULT ARGENTINA S.A. en la localidad de Cañada de Gómez y para la venta de todos los productos fabricados por RENAULT S.A. (detallan los productos).

SEGUNDA: El CONCESIONARIO se compromete a realizar ventas, servicios de posventa y asistencia técnica de los productos descritos en la cláusula primera, objeto de este contrato de concesión comercial.

TERCERA: El CONCESIONARIO se obliga a realizar un mínimo de ventas anuales de \$ 100.000

CUARTA.- Duración: El presente contrato tendrá una duración de 2 años contados desde la suscripción del presente contrato. Este término no será prorrogable salvo acuerdo previo de las partes expresado por escrito.

QUINTA.- Remuneración: EL CONCESIONARIO pagará a EL CONCEDENTE, como contraprestación por las ventas y los demás derechos de explotación entregados en concesión, una retribución fija por valor de xxxx.

Para constancia se firma xxxx., en dos (2) copias de igual valor y contenido, el _____ (____) de _____ de 202____

EL CONCEDENTE EL CONCESIONARIO

Fuente: Mil Formatos (26 de marzo de 2020). Contrato De Concesión Comercial. Recuperado el 21 de diciembre de 2021 de <https://www.milejemplos.com/contratos/ejemplo-de-contrato-de-concesion-comercial.html>

Elaborado: Torres y López (2021).

Anexo 10. Ejemplo de contrato de franquicia

Que se celebra entre _____, a quien en lo sucesivo para fines de este contrato se le denominará “EL FRANQUICIANTE”; y por “_____” a quien en lo sucesivo se le denominará “EL FRANQUICIAATARIO”. Ambas partes están sujetas a las siguientes declaraciones y cláusulas.

CLÁUSULAS

CLÁUSULA PRIMERA: EL OBJETO Y MATERIA DEL CONTRATO

EL FRANQUICIANTE, en nombre y representación de (nombre de la marca objeto del contrato), concede el uso de dicha marca y todo lo que esta involucra (nombre comercial, emblema, modelos, diseños y know how) para ser explotada por EL FRANQUICIAATARIO, en un local ubicado en (la dirección) de la ciudad de (_____) del estado de_____.

CLÁUSULA SEGUNDA: CANON DE ENTRADA, USO DE MARCA y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS.

EL FRANQUICIANTE concede el uso de su marca y comercialización de sus productos para el local señalado en la Cláusula 1 del presente contrato por la suma de \$_____

CLÁUSULA TERCERA: CANON PERIODICO y CANON PUBLICITARIO:

EL FRANQUICIAATARIO a los fines de garantizar la logística por concepto de asistencia técnica y operativa que prestara EL FRANQUICIANTE, deberá pagarle a este último un monto equivalente al _____ por ciento (____%) de la facturación trimestral. Así mismo, deberá aportar a la campaña publicitaria de la red de franquicias una cantidad estipulada en _____ por ciento (____%) del costo de la mencionada campaña publicitaria.

CLÁUSULA CUARTA: DEBERES DE EL FRANQUICIANTE:

1. Conceder a EL FRANQUICIAATARIO el uso de los derechos de propiedad intelectual e industrial, entre los que se enumera la marca comercial, la imagen o emblema, patentes y productos, así como la transferencia tecnológica y de procesos que dan razón de ser a la marca y a este contrato.
2. Mantener la misma línea de adquisición de inventario con los mismos proveedores y distribuidores de los demás puntos operativos de la red de franquicias.

3. Mantener actualizado a EL FRANQUICIATARIO sobre todas las innovaciones o adquisiciones que generen o puedan generar cambios en las políticas publicitarias, técnicas, administrativas, legales en todos los puntos operativos de la red de franquicias

CLÁUSULA QUINTA: DEBERES DEL FRANQUICIATARIO

1. Comercializar con carácter exclusivo los productos y/o artículos generados por EL FRANQUICIANTE de la forma y condiciones que indican los manuales operativos de la franquicia.
2. Mantener la confidencialidad de la operación de la franquicia utilizada durante la vigencia del contrato.
3. Cumplir los procedimientos, actualizaciones, usos de licencias y símbolos distintivos, mejoras de procesos, establecidos en los manuales de operaciones de la franquicia.

CLÁUSULA SEXTA: VIGENCIA

La vigencia de este contrato será de ____ (____) años y comienza a regir desde el día____ del mes de _____ de _____. El mismo podrá ser objeto de una prórroga, siempre que las partes así lo acuerden, una vez cumplidos (las características que determinen las partes).

CLÁUSULA SEPTIMA: CAUSAS DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO ANTES DE SU VENCIMIENTO.

Puede EL FRANQUICIANTE dar por culminado este contrato cuando: a) EL FRANQUICIATARIO por insolvencia en las erogaciones determinadas por concepto de este contrato; b) Operar la franquicia en contravención de los Manuales Operativos, y c) violación a cualquiera de las cláusulas del presente contrato.

CLÁUSULA OCTAVA: PENALIZACIÓN

Novena. Cláusula penal: La parte que incumpla sus deberes deberá compensar a la otra por un monto equivalente a \$_____

CLÁUSULA NOVENA: COMPETENCIA

Se aplican a este contrato las leyes correspondientes a su objeto y en caso de disputa serán competentes los tribunales de CIUDAD, ESTADO, renunciando al fuero que por razones de su estado de residencia pudiera otorgarles.

En virtud de lo cual ambas partes declaran haber leído este contrato, haciéndose conocedoras de sus obligaciones y derechos expresados en el mismo, para lo cual firman este contrato las partes involucradas:

EL FRANQUICIANTE

EL FRANQUICIATARIO

Fuente: Mil Formatos (23 de mayo de 2019). Contrato De Concesión Comercial. Recuperado el 21 de diciembre de 2021 de <https://milformatos.com/contratos/contrato-de-franquicia/>

Elaborado: Torres y López (2021).

Comercio exterior entre Portugal y España



Portugal



España

Factor	Cantidad disponible
Trabajo (L)	200
Capital (K)	800

Factor	Cantidad disponible
Trabajo (L)	600
Capital (K)	200

$$L/K = 600/200 = 3 \text{ Trabajo}$$

$$K/L = 200/600 = 0,33 \text{ Capital}$$

$$L/K = 200/800 = 0,25 \text{ Trabajo}$$

$$K/L = 800/200 = 4 \text{ Capital}$$

Bien	Cantidad de factor de producción por unidad de producto	
	Trabajo (L)	Capital(k)
1 unidad camiseta	6	12
1 unidad zapatos	10	4

Bien	Cantidad de factor de producción por unidad de producto	
	Trabajo (L)	Capital(k)
1 unidad camiseta	6	12
1 unidad zapatos	10	4

$$L/K = 6/12 = 0,5 \text{ camisetas}$$

$$L/K = 10/4 = 2,5 \text{ zapatos}$$

$$K/L = 12/6 = 2 \text{ camisetas}$$

$$K/L = 4/10 = 0,4 \text{ zapatos}$$

Nota. Adaptado de: Arese (2020).