



# UTPL

La Universidad Católica de Loja

Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

## Comercio Exterior

Guía didáctica





**Facultad Ciencias Económicas y Empresariales**

## Comercio Exterior

### Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
Agronegocios	VIII

#### **Autoras:**

Mayra Janet Ortega Vivanco

#### **Reestructurada por:**

Jesenia Vanessa Torres Blacio



## Comercio Exterior

### Guía didáctica

Mayra Janet Ortega Vivanco

#### Reestructurada por:

Jesenia Vanessa Torres Blacio

### Diagramación y diseño digital

Ediloja Cía. Ltda.

Marcelino Champagnat s/n y París

edilocialtda@ediloja.com.ec

[www.ediloja.com.ec](http://www.ediloja.com.ec)

ISBN digital -978-9942-39-860-4

Año de edición: septiembre, 2023

Edición: primera edición reestructurada en febrero 2025 (con un cambio del 15%)

Loja-Ecuador



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 licenciante. 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

<b>1. Datos de información .....</b>	<b>9</b>
1.1 Presentación de la asignatura.....	9
1.2 Competencias genéricas de la UTPL.....	9
1.3 Competencias del perfil profesional .....	9
1.4 Problemática que aborda la asignatura .....	9
<b>2. Metodología de aprendizaje .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....</b>	<b>11</b>
<b>Primer bimestre .....</b>	<b>11</b>
<b>Resultado de aprendizaje 1: .....</b>	<b>11</b>
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>11</b>
<b>Semana 1 .....</b>	<b>11</b>
Unidad 1. Introducción al comercio exterior .....	12
1.1. Conceptos básicos .....	12
1.2. Barreras al comercio exterior .....	15
1.3. Medidas de defensa comercial .....	17
1.4. Elementos que intervienen en el comercio exterior .....	17
1.5. Esquema operativo .....	20
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	21
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>22</b>
<b>Semana 2.....</b>	<b>22</b>
Unidad 1. Introducción al comercio exterior .....	22
1.6. Riesgos y oportunidades .....	22
1.7. Los cinco pilares del comercio exterior.....	23
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	31
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>32</b>
<b>Semana 3.....</b>	<b>32</b>
Unidad 1. Introducción al comercio exterior .....	32
1.7. Los cinco pilares del comercio exterior.....	32



Actividades de aprendizaje recomendadas .....	43
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>44</b>
<b>Semana 4.....</b>	<b>44</b>
Unidad 1. Introducción al comercio exterior .....	44
1.8. Documentos del comercio exterior.....	44
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	46
Autoevaluación 1 .....	47
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>50</b>
<b>Semana 5.....</b>	<b>50</b>
Unidad 2. Inserción en mercados internacionales .....	50
2.1. Filosofía de marketing .....	51
2.2. La decisión de exportar .....	52
2.3. Marketing mix internacional.....	53
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	59
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>59</b>
<b>Semana 6.....</b>	<b>59</b>
Unidad 2. Inserción en mercados internacionales.....	59
2.4. Formas de entrada en los mercados exteriores .....	60
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	62
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>63</b>
<b>Semana 7.....</b>	<b>63</b>
Unidad 2. Inserción en mercados internacionales.....	63
2.5. Estrategias de exportación.....	63
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	65
Autoevaluación 2.....	66
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>68</b>
<b>Semana 8.....</b>	<b>68</b>
Preparación para examen bimestral .....	68
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	68



<b>Segundo bimestre.....</b>	<b>70</b>
<b>Resultado de aprendizaje 2: .....</b>	<b>70</b>
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>70</b>
<b>Semana 9.....</b>	<b>70</b>
Unidad 3. Investigación de mercados internacionales .....	70
3.1. Elementos básicos de la investigación .....	71
3.2. Etapas de la investigación y selección de mercados .....	75
3.3. Fuentes de información.....	75
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	76
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>77</b>
<b>Semana 10.....</b>	<b>77</b>
Unidad 3. Investigación de mercados internacionales .....	77
3.4. Estructura de una investigación de mercados .....	77
3.5. El plan de marketing internacional.....	78
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	81
Autoevaluación 3.....	82
<b>Resultado de aprendizaje 3: .....</b>	<b>85</b>
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>85</b>
<b>Semana 11 .....</b>	<b>85</b>
Unidad 4. Control de cambios, mercados de divisas y financiación.....	85
4.1. Definición y operativa de los mercados de divisas .....	85
4.2. Riesgos de cambio y cobertura.....	86
4.3. Financiación de importaciones y exportaciones .....	88
Actividad de aprendizaje recomendada .....	89
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>90</b>
<b>Semana 12.....</b>	<b>90</b>
Unidad 4. Control de cambios, mercados de divisas y financiación.....	90
4.4. Instrumentos financieros y organizaciones de apoyo a la exportación .....	90



Actividades de aprendizaje recomendadas .....	93
Autoevaluación 4.....	93
<b>Resultado de aprendizaje 4:</b> .....	<b>97</b>
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>97</b>
<b>Semana 13</b> .....	<b>97</b>
Unidad 5. Código aduanero e incoterms .....	97
5.1. Objeto y ámbito de aplicación del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI .....	98
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	105
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>106</b>
<b>Semana 14</b> .....	<b>106</b>
Unidad 5. Código aduanero e incoterms .....	106
5.1. Objeto y ámbito de aplicación del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI .....	106
Actividad de aprendizaje recomendada .....	110
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>111</b>
<b>Semana 15</b> .....	<b>111</b>
Unidad 5. Código aduanero e incoterms .....	111
5.2. Incoterms 2020 .....	111
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	116
Autoevaluación 5.....	117
<b>Resultado de aprendizaje 2 a 4:</b> .....	<b>121</b>
<b>Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....</b>	<b>121</b>
<b>Semana 16</b> .....	<b>121</b>
Actividades finales del bimestre .....	121
Preparación para el examen bimestral .....	121
Actividades de aprendizaje recomendadas .....	121
<b>4. Autoevaluaciones</b> .....	<b>123</b>
<b>5. Glosario</b> .....	<b>133</b>



6. Referencias bibliográficas .....	178
7. Anexos .....	180







## 1. Datos de información

### 1.1 Presentación de la asignatura



### 1.2 Competencias genéricas de la UTPL

- Vivencia de los valores universales del humanismo de Cristo.
- Orientación a la innovación y la investigación.
- Pensamiento crítico y reflexivo.
- Trabajo en equipo.
- Comportamiento ético.
- Compromiso e implicación social.

### 1.3 Competencias del perfil profesional

Gestiona los recursos agropecuarios y procesos productivos acorde a la normativa comercial, nacional e internacional vigente.

### 1.4 Problemática que aborda la asignatura

Bajos índices de exportación de productos agropecuarios y agroindustriales.



## 2. Metodología de aprendizaje

Estimado estudiante, la metodología de enseñanza utilizada en la modalidad a distancia requiere de un proceso de autoaprendizaje y autodisciplina, el cual se logrará con una adecuada organización y utilización de diferentes técnicas de estudio, para lograrlo, iniciaremos con la comprensión y análisis de los temas preparados para el aprendizaje, para luego aplicar los conocimientos a través de la resolución de problemas y praxis profesional, desde una perspectiva de análisis y aplicación.

Para el desarrollo de los contenidos de esta asignatura, se aplicará el método de aprendizaje basado en análisis de casos de estudio e investigación, mediante la práctica y resolución de problemas, citados en la guía didáctica; mismos que le permitirán adquirir habilidades que demandan los profesionales de la carrera de Agronegocios.





### 3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



#### Primer bimestre

##### Resultado de aprendizaje 1:

Reconoce las principales estrategias de introducción en mercados internacionales.

Por medio de este resultado de aprendizaje, estimado estudiante, usted conocerá y comprenderá el contexto del comercio exterior y la forma de inserción en mercados internacionales. Este resultado se logrará a través del análisis teórico y ejercicios vivenciales para gestionar la internacionalización empresarial.

#### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



#### Semana 1

Para el desarrollo de la unidad 1, Introducción al comercio exterior se estudiarán conceptos, diferencias, operatividad; sujetos, objetos y escenarios del comercio exterior e historia del comercio exterior, temas fundamentales para entender los siguientes procesos de internacionalización. Para su comprensión y aplicación se utilizarán algunos recursos de aprendizaje, como la investigación. Iniciemos el estudio estimados alumnos y éxitos en el presente aprendizaje.



## Unidad 1. Introducción al comercio exterior

Iniciamos el estudio del primer bimestre con el análisis de la unidad 1, contenidos que serán abordados en cuatro semanas. En la semana 1, se analizará los conceptos básicos, los sujetos, objetos y escenarios; y el esquema operativo del comercio exterior; la semana 2, se dedicará al estudio de los riesgos y oportunidades del comercio exterior y al análisis de dos de los cinco pilares del comercio exterior i) gestión comercial y ii) gestión del transporte y logística; en la semana 3, se continúa con el estudio de los tres pilares del comercio exterior: iv) gestión jurídica, v) gestión financiera y vi) gestión aduanera; finalmente en la semana 4, conoceremos los documentos del comercio exterior y la mentalización de la empresa.

**¡Empecemos!**

### 1.1. Conceptos básicos

Para dominar la actividad comercial internacional, enfocarse en algunas definiciones básicas, es primordial.

#### 1.1.1. Diferencias entre el comercio exterior y otros conceptos similares

Para dominar la actividad comercial es necesario diferenciar entre comercio exterior, comercio internacional y comercio intracomunitario. Según Martínez (2020), **el comercio exterior** está basado en el intercambio de mercancías y servicios entre empresas ubicadas en diferentes países (entre residentes y no residentes); mientras el intercambio de bienes, servicios y recursos entre naciones recibe el nombre de **comercio internacional**. Las relaciones de intercambio entre países miembros de la Comunidad Andina de Naciones de la que forma parte Ecuador reciben el nombre de **comercio intracomunitario**.



Los términos de comercio exterior o internacional, en el actual contexto lingüístico, dichas han quedado relativizadas; y se utilizan, de forma indistinta, como terminologías que describen las actividades de transacciones de mercancías y servicios entre empresas, Estados o particulares, desde o hacia países distintos.

La siguiente figura explica las diferencias antes expuestas.

**Figura 1**  
*Diferencias entre comercio: exterior e internacional*



*Nota.* Adaptado de *Negocios internacionales. Cómo competir en el mercado global*, por Hill, C., 2021, Ediciones McGrawHill.



### 1.1.2. Definiendo al comercio exterior

Etimológicamente, el comercio se deriva de merce que significa mercadería, es decir, intercambio de mercadería; y exterior deriva de la raíz extra (del latín exterior), exterus, externo, “fuera de”, es decir, el comercio que se realiza fuera del país.

Arese (2020), define al comercio exterior como el campo de estudio jurídico-económico que se ocupa, por un lado, del análisis y estudio del intercambio comercial de un país con el exterior, profundizando para ello, el análisis y estudio del sujeto principal de dicho intercambio, es decir, la actividad de una empresa en relación con otra ubicada en el exterior.

### 1.1.3. Origen del comercio exterior

El comercio exterior tiene su origen en la necesidad humana de intercambiar bienes y servicios con otras comunidades y regiones más allá de sus propias fronteras. A lo largo de la historia, el comercio exterior ha sido impulsado por diferentes factores y circunstancias. A continuación, se presentan algunos hitos importantes:

- **Comercio antiguo:** desde tiempos remotos, las civilizaciones antiguas participaban en el comercio exterior. Ejemplos destacados incluyen la Ruta de la Seda, que conectaba el este de Asia con Europa y el norte de África y el comercio marítimo entre los fenicios, griegos y romanos en el Mediterráneo.
- **Descubrimientos y exploraciones:** durante la era de los descubrimientos en los siglos XV y XVI, las expediciones marítimas de exploradores europeos como Cristóbal Colón, Vasco de Gama y otros llevaron a un aumento significativo del comercio exterior. Se establecieron rutas comerciales entre Europa, Asia, África y América, con la exportación de productos como especias, sedas, metales preciosos y esclavos.
- **Revolución Industrial:** en los siglos XVIII y XIX, transformó la producción y el comercio a nivel global. El desarrollo de nuevas tecnologías y la



mecanización de la producción permitieron la producción masiva de bienes, lo que llevó a un aumento en el comercio internacional.

- **Globalización:** a partir del siglo XX, el comercio exterior se vio impulsado por la creciente interconexión y globalización de la economía mundial. La reducción de barreras comerciales, los avances en el transporte y las comunicaciones, así como el desarrollo de acuerdos comerciales y organizaciones internacionales, han facilitado el comercio entre países y regiones.

Actualmente, el comercio exterior desempeña un papel crucial en el crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo de las naciones.

Le recomiendo revisar el video: [La historia del comercio internacional](#). Con esta información, comprenderá el inicio de los intercambios comerciales entre las diferentes comunidades y civilizaciones durante la antigüedad, edad media, revolución industrial (siglo XVIII), siglo XX, hasta los actuales momentos en los cuales el comercio exterior desempeña un papel crucial en la economía mundial, con la interdependencia de países y regiones en términos de importaciones y exportaciones.

## 1.2. Barreras al comercio exterior

En los procesos de comercio exterior existen obstáculos que impiden la relación de intercambio internacional. Estas barreras son establecidas por los países en función de sus intereses y objetivos; estas recaudaciones tienen como propósito proteger y salvaguardar la economía del país y recaudar ingresos para el Estado.

A continuación, se analizan los tres tipos de barreras más comunes:



### 1.2.1. Barreras políticas

Impuestas por los gobiernos de una forma unilateral o bajo acuerdos internacionales, pudiendo ser totales o parciales, ejemplos, el bloqueo comercial impuesto por Estados Unidos a Cuba (país dictatorial) o bloqueos a Rusia por los países de la Comunidad Europea (motivo guerra).

### 1.2.2. Barreras económicas y arancelarias

Generalmente se tratan de barreras que incrementan el precio del bien importado para proteger la entrada de mercancías que perjudican a algún sector productivo del país importador. La determinación de esta barra es el arancel.

### 1.2.3. Barreras jurídicas o no arancelarias

El propósito de estas medidas es dificultar el comercio por sanidad pública, defensa de los consumidores, defensa de la naturaleza, medioambiente, entre otros.

Existen cuatro barreras jurídicas:

1. **Contingentes a la importación:** limitaciones a la importación mediante cupos de entrada.
2. **Restricciones voluntarias a la exportación:** cuando los productores extranjeros determinan voluntariamente el volumen de exportaciones enviadas a un país, ejemplo mercado de petróleo.
3. **Barreras técnicas:** estas medidas garantizan la calidad de los productos y el cumplimiento de condiciones mínimas sanitarias y de seguridad técnica, destacan: normas fitosanitarias y vegetarianas (de obligado cumplimiento para productos agrícolas y ganaderos), normas técnicas de producción de productos y exigencias de material de etiquetado.
4. **Barreras fiscales:** son los impuestos que se imponen a la entrada de mercancías a un país como: Impuesto al Valor Agregado (IVA) y los





Impuestos a los Consumos Especiales (ICE) que gravan al tabaco, alcohol, etc.

### 1.3. Medidas de defensa comercial

Son mecanismos que otorgan una protección temporal (medidas de urgencia) a la producción nacional frente a:

- i. Incremento en las importaciones de productos similares o directamente competidores (**salvaguardia**); y,
- ii. Prácticas desleales de comercio internacional en productos idénticos o similares (**derechos antidumping**) y (**derechos compensatorios**); la segunda corrige las prácticas comerciales desleales.

Las medidas de defensa comercial se clasifican:

- a. **Medidas antidumping**: una empresa práctica *dumping* si exporta un producto a un precio inferior a su valor normal. La medida *antidumping*, se aplica para contrarrestar los efectos perjudiciales de las importaciones objeto de *dumping* y restablecer la competencia leal.
- b. **Salvaguardias**: protegen temporalmente la producción nacional frente al incremento imprevisto de importaciones. El tipo de medida es el incremento arancelario.
- c. **Subvenciones**: esta práctica desleal de comercio se produce por ayudas financieras por los gobiernos a las empresas con el fin de abaratar los precios de los productos.

Estas medidas están respaldadas legalmente por la Organización Mundial de Comercio (OMC) y acuerdos entre países.

### 1.4. Elementos que intervienen en el comercio exterior

En el comercio exterior participan tres elementos: sujetos, objetos y escenarios.

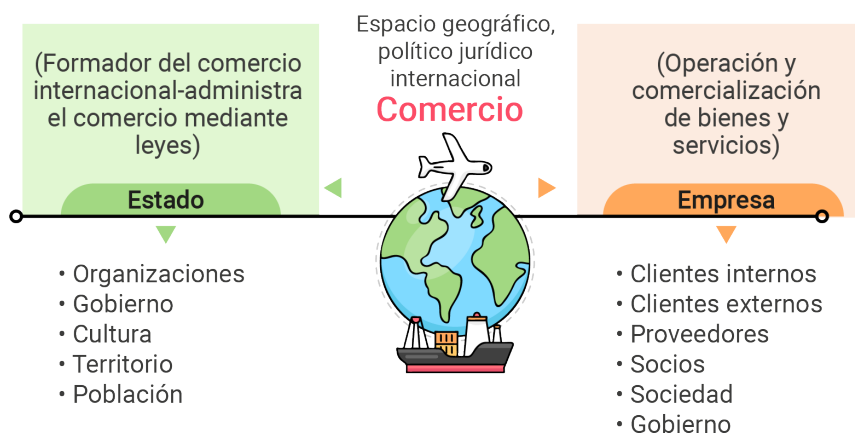


### 1.4.1. Sujetos

Considerando que el comercio exterior es una actividad de compra y venta de mercaderías entre países y/o particulares, se identifican dos sujetos que participan activamente: Estado y empresa.

**Figura 2**

*Sujetos del comercio exterior*



*Nota.* Adaptado de *Introducción al comercio exterior*, por Arese, H., 2020, Ediciones Errepar.

La figura 2 muestra los sujetos del comercio exterior; en el Estado los sujetos integrantes lo conforman:

- Las organizaciones o empresas que activan la economía y productividad del país.
- El gobierno a través de la política.
- La cultura determina las costumbres y estilo de vida de las regiones.
- El territorio que determina la geopolítica y recursos.
- La población.

En la empresa se encuentran los sujetos:

- Clientes internos o activos de la empresa.
- Clientes externos o clientes que demandan el producto.

- iii. Proveedores que abastecen de materia prima e insumos.
- iv. Socios de la empresa, sociedad en donde se desarrolla la empresa.
- v. Gobierno como ente regulador de las operaciones comerciales de las unidades de negocio.

1.4.2. Objetos

Son los bienes, servicios y capital que un país necesita y lo que la empresa o país pueda ofrecer.

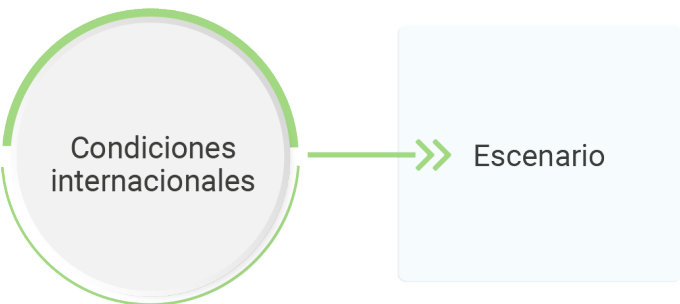
Los bienes son mercancías tangibles, mientras los servicios son prestaciones (destreza intangible) de una empresa a otra empresa ubicada en otro país; mientras que los capitales, con movimientos de dinero (divisas) entre países, se refiere a las inversiones mutuas a corto y largo plazo.

1.4.3. Escenarios

Es el territorio donde se desarrolla el comercio exterior. Los mapas son una gran herramienta para identificar los escenarios y realizar análisis geopolíticos.

El escenario en el que tendrá el comercio surgirá de condiciones internacionales vigentes al momento de desarrollarse.

**Figura 3**  
*Escenario de las condiciones internacionales*



*Nota.* Adaptado de *Introducción al comercio exterior*, por Arese, H., 2020, Ediciones Errepar.



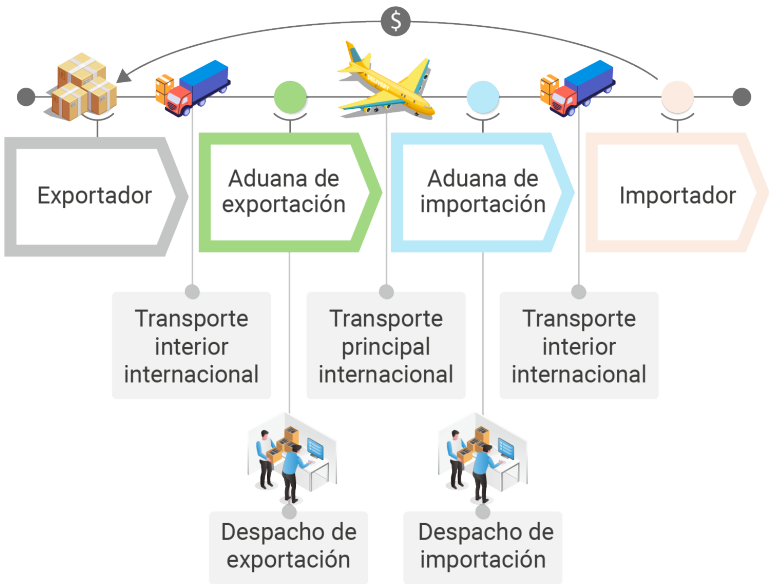
El escenario internacional contiene a los Estados y estos, a su vez, a las empresas.

### 1.5. Esquema operativo

Según Martín (2022), la operativa del comercio exterior es muy simple, pues es la relación de intercambio en donde un vendedor y comprador intercambian bienes y servicios por un monto de dinero o por otros bienes y servicios (trueque). La única diferencia existente entre una relación de intercambio en el mercado doméstico de otra en el mercado internacional, son las aduanas y el transporte internacional de las mercaderías.

La comprensión de esta relación se muestra en la figura 4.

**Figura 4**  
*Esquema operativo del comercio exterior*



*Nota.* Adaptado de *Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior*, por Martín, M., 2020, Editorial FC.

La figura 4 presenta la operación de comercio exterior y relación de intercambio. Los procesos son los siguientes:

- i. El exportador cierra un contrato de exportación con un importador determinando las condiciones.
- ii. La mercancía es transportada.
- iii. La mercancía es embarcada en el medio de transporte.
- iv. La mercancía entra en el recinto aduanero de importación para ser despachada.
- v. La mercancía es transportada hasta las dependencias del importador, a través del transporte interno.

La relación de intercambio se cierra con el pago de compra por parte del importador según la divisa escogida y el medio de pago seleccionado.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Revise el video: [La historia del comercio internacional](#) que ofrece una visión general sobre la evolución del comercio internacional a lo largo de la historia. A través de una narrativa clara y concisa, se exploran los principales hitos y transformaciones que han dado forma al comercio global, desde los primeros intercambios comerciales hasta las complejas redes económicas actuales. Este material es valioso para quienes buscan comprender cómo las interacciones comerciales han influido en el desarrollo económico y cultural de las sociedades.
2. Responda las siguientes preguntas de discusión:

¿Cuándo y cómo inicia el comercio?

¿Cuáles fueron los medios de transporte utilizados en la Edad Media?



¿La Revolución Industrial fue un detonante para el desarrollo del comercio entre países?

¿En el siglo XXI el comercio es el motor de las economías?

¿Qué es la globalización?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Analizando el video, usted comprenderá cómo nació y evolucionó el comercio exterior en la humanidad. La agricultura, la alfarería, la minería, la revolución industrial iniciada en el siglo XVIII fueron los detonantes para su desarrollo; en el siglo XXI, con el progreso de los medios de transporte y perfeccionamiento de las nuevas tecnologías en telecomunicaciones y la revolución informática surge una nueva era del comercio, convirtiéndose en la actividad socioeconómica más importante para el desarrollo y crecimiento de los países.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



## Semana 2

### Unidad 1. Introducción al comercio exterior

Continuando con el análisis de la unidad 1, en esta semana estudiaremos dos temas: riesgos y oportunidades del comercio exterior y los cinco pilares del comercio exterior, del cual enseñaremos los dos primeros pilares: gestión comercial y *marketing*; y, gestión del transporte y logística.

**¡Empecemos!**

#### 1.6. Riesgos y oportunidades

Las operaciones de exportación e importación conllevan riesgos y oportunidades. A continuación, se describen los principales aspectos a considerar.



### 1.6.1. Oportunidades

Según Arese (2020), el comercio exterior constituye un camino para estimular la innovación en forma directa, contribuyendo al crecimiento y desarrollo económico de un país, las cuales se pueden reflejar en cinco formas:

1. Aumento de la competencia.
2. Transferencia de la tecnología.
3. Economía de escala.
4. Globalización de las cadenas de valor.
5. Los derechos de propiedad intelectual.

Una empresa que se proyecta internacionalmente está obligada a innovar, investigar y crear valor, lo cual se convierte en una oportunidad para el crecimiento de la empresa.

### 1.6.2. Riesgos

Para Martín (2020), los riesgos provienen de la empresa, operaciones de comercio exterior y de la financiación. Lo invito a revisar la siguiente infografía para que amplíe su conocimiento sobre los Riesgos en las operaciones de exportación e importación.

[Riesgos en las operaciones de exportación e importación](#)

Para ampliar la información, este tema se retomará en la unidad 4. Control de cambios, mercados de divisas y financiación.

## 1.7. Los cinco pilares del comercio exterior

El comercio exterior es analizado desde diferentes aspectos y temáticas. En este curso se estudiará considerando cinco interconexiones denominadas “pilares” por Martín (2020).



**Figura 5**

*Pilares del comercio exterior*



*Nota.* Adaptado de *Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior*, por Martin, M., 2020, Editorial FC.

La figura 5 muestra los cinco pilares del comercio exterior, estos determinan el grado de relación e interconexión entre los módulos y/o departamentos involucrados en la internacionalización empresarial. El desconocimiento de uno de estos elementos podría influir en el éxito o fracaso en los mercados externos.

### **1.7.1. Gestión comercial y marketing**

El *marketing* es el primer tema y la base de los cinco pilares a considerar en la salida al exterior; por su importancia y profundidad será analizado en la unidad 2: Inserción en mercados internacionales, semanas 5, 6 y 7.



## 1.7.2. Gestión del transporte y logística

El transporte y la logística son fundamentales en el comercio exterior, tienen como finalidad hacer llegar la mercancía en las mejores condiciones de seguridad, de rapidez y económicas posibles. Además, optimiza el flujo de materias primas, productos semielaborados y terminados desde las empresas (suministradores-productores) al consumidor o usuario final.

### 1.7.2.1. La logística

La red logística de una empresa está constituida por los proveedores, las fábricas, los almacenes y los clientes, donde su coordinación depende de la elaboración de un plan logístico que considere entre otras variables: la previsión de la demanda, el sistema de la producción, la situación y dimensionado de centros de producción y almacenes, la organización del aprovisionamiento, el almacenamiento de materias primas, componentes y productos terminados, la organización de transporte, etc. (Martín, 2020).



Lo invito a revisar en los siguientes blogs la importancia y el objetivo de las [plataformas logísticas](#), los [hubs](#), el [hinterland](#), la [terminal intermodal](#) y el [operador logístico](#), todos ellos relacionados con la logística.

Los blogs proporcionados ofrecen una visión integral sobre componentes clave en la logística moderna. Se destacan las plataformas logísticas, definidas como zonas donde se concentran actividades logísticas para optimizar las cadenas de suministro. Dentro de estas, los hubs logísticos actúan como nodos centrales que facilitan la distribución eficiente de mercancías. Por su parte, las terminales intermodales son instalaciones donde se integran diferentes modos de transporte, permitiendo el transbordo ágil de cargas y mejorando la eficiencia en el traslado de bienes. Además, el concepto de hinterland se refiere al área de influencia terrestre de un puerto o terminal, siendo crucial para planificar rutas y estrategias logísticas efectivas.



La comprensión y correcta implementación de estos elementos son fundamentales para el desarrollo de operaciones logísticas eficientes y sostenibles.

### 1.7.2.2. El transporte: eslabón de la cadena logística

El éxito de la cadena de la logística es lograr que la mercancía soporte las agresiones que se experimentan en el transporte en sus diversas fases de manipulación, estiba, traslado o almacenamientos, lo que se lograría con la correcta elección del transporte.

Martin (2022), inicia la clasificación del transporte catalogándola como:

- **Legal:** que cumple las normas de sanidad, seguridad y orden público, provenientes de la autoridad.
- **Ilegal o clandestino:** no cumple las normas.

Las condiciones y traslado de una mercancía desde un punto A en un país, a un punto B situado en otro país distinto (**transporte internacional**) presenta implicaciones como:

- Llegar dentro del plazo, usando vehículos adecuados.
- Entregar sin deterioro, con protección física idónea.
- La protección física comprende las siguientes técnicas: envase, embalaje, manipulación, estiba y almacenamiento.

Además, hay que considerar que la gestión del transporte tiene dos fases:

1. **Fase estática** (preparación) que contempla los aspectos de protección física y los de protección jurídico-económica (seguro), para que la mercancía no se deteriore.
2. **Fase dinámica** (ejecución) que implica considerar:
  - i. Aspectos técnicos.
  - ii. Aspectos comerciales.
  - iii. Contratación libre.



- iv. Línea regular.
- v. Consolidación o grupaje.
- vi. Aspectos jurídicos y documentales.

Las personas que participan en el transporte son distintas considerando el tipo de transporte; por ejemplo, en el transporte marítimo intervienen el armador, agente consignatario de buque, capitán, estibador, fletador y autoridad portuaria.

### 1.7.2.3. Clasificación de los transportes

- **Transporte marítimo:** entre las características más notables del transporte marítimo son la gran capacidad y versatilidad, es recomendable para empresas que transportan grandes volúmenes.

Los costos del transporte marítimo se establecen en función de los siguientes apartados:

- a. Gastos previos al embarque (gastos FOB).
  - b. Flete: gravada por peso, volumen, contenedor completo, por carga parcial.
  - c. Factores de ajustes por el combustible, cambio de divisa, congestión portuaria, pesos y descuentos.
  - d. Condiciones de línea: estipuladas por cada naviera en lo relativo a la recepción, traslado, carga y estiba.
- **Transporte aéreo:** uno de los medios más usados para enviar mercancías de envío urgente, productos perecederos, animales vivos, etc. Puede usarse aviones de pasajeros, que transportan pasajeros en cabina, equipajes y carga en las bodegas y/o aviones con cargas exclusivas, dependerá de la gestión comercial: línea regular y de contratación libre o “*charter*” y las tarifas internacionales.

Las principales limitaciones en este tipo de transporte son: peso, tamaño de las puertas, resistencia de pisos, además de las tarifas de carga área y flete calculados en la divisa correspondiente.



Las principales organizaciones que intervienen, estimulando y regulando el control aéreo son: I.C.A.O (*International Civil Aviation Organization*) y I.A.T.A (*International Air Transport Association*).

- **Transporte ferroviario:** caracterizado por la gran capacidad de transporte, lo que le permite competir con el marítimo. Adicionalmente se suma su penetración en los espacios geográficos, pues la mayoría de ellos pasan por los centros urbanos y económicos.

Las limitaciones técnicas y operativas en el uso de este medio están definidas por un modelo internacional y por el ancho de vía.

La tarifa internacional se basa en el tipo de vagón, la masa del cargamento, la naturaleza de la mercancía, el tipo de embalaje y la distancia recorrida; existen las diferentes clases de tarifas: vagón completo, transporte intermodal y paquetería internacional.

Algunos países no cuentan con este tipo de transportación, por lo que necesariamente tienen que recurrir a otras opciones de transporte.

- **Transporte por carretera (terrestre):** es uno de los medios más utilizados por las siguientes ventajas: transporte puerta a puerta, flexibilidad, rapidez y facilidad de coordinación con otros medios de transporte.

Actualmente, se encuentran todo tipo de vehículos como el transporte pesado semirremolque, el tren de carretera, camiones de grandes dimensiones, plataformas para el transporte de contenedores, vehículos, cisternas, etc.

La capacidad de transporte está regulada por el peso máximo autorizado, cuya relación con la capacidad de carga útil y la tara del vehículo es:

$$PMA = CU + T$$

Donde: PMA es el Peso Máximo Autorizado; CU = Carga Útil y T= Tara o deterioro.



Cada país cuenta con las normativas sobre los pesos y dimensiones que determina y delimita la carga para el transporte.

Los transportes por carretera se clasifican:

- **Por su naturaleza:** públicos y privados.
- **Por régimen operativo:** carga completa y carga fraccionada.
- **Por su ámbito:** interior o internacional.

Otra de las decisiones es la gestión comercial, la cual puede realizarse directamente con los transportistas y/o con intervención de agencias de transporte, compañías especializadas en gestión de transportes de carretera.

#### ▪ Transporte multimodal

Consiste en el traslado de unidades de transporte intermodal, podría ser la integración de transporte marítimo, ferroviaria y área; y/o carretera, aérea y marítima, según la operación de comercio exterior.

- a. **La elección del modo de transporte:** no está normada; sin embargo, los principales factores a tener en cuenta son: fiabilidad, disponibilidad y precio.
- b. **Fiabilidad:** combina seguridad y rapidez, lo cual es muy importante para el importador y exportador.
- c. **Disponibilidad:** accesible y de forma inmediata al usuario, lo cual implicaría situarse en las cercanías de los grandes centros de producción o consumo.

La disponibilidad de servicios puede conocerse mediante anuncios de prensa, publicaciones especializadas, del sector transporte de tipo, regional, nacional o internacional, cámaras de comercio, entre otros.

- d. **Precio:** evaluar y valorar las diferentes propuestas del transporte internacional.



#### 1.7.2.4. Seguros de transportes

Martín (2023), define al seguro de transporte como el contrato, en el cual el asegurador obliga, previo cobro de la prima, a indemnizar al asegurado o beneficiario hasta el límite fijado, los daños que, como consecuencia de la ocurrencia de algún riesgo cubierto, sufran las mercancías durante el viaje asegurado y con frecuencia también en períodos anteriores, contemporáneos y posteriores a dicho viaje.

El seguro de transporte tiene carácter:

- Indemnizatorio.
- Bilateral.
- De adhesión.
- Oneroso.
- De buena fe.
- Subrogatorio.

En todo contrato de seguro intervienen el asegurador, asegurado, tomador y beneficiario. Las tres figuras de asegurado, tomador y beneficiario pueden confluir en una sola que cumpla los tres requisitos, pero podría darse situaciones en las que se encuentran personas distintas para cada posición.

Las modalidades del seguro de transporte son:

- **El tipo de transporte:** marítimo, terrestre, fluvial y aéreo.
- **El interés puesto en riesgo:** de los medios o vehículos, de los bienes (mercancías transportadas), de intereses (portes o beneficios esperados) y de responsabilidad (ante terceros).
- **Por la duración del contrato:** temporal y por viaje.
- **Por la amplitud de la cobertura:** más o menos amplia según la póliza que se utilice.





Lo invito a ampliar su conocimiento sobre la logística para trasladar las materias primas, productos semielaborados y terminados desde los suministradores-empresa hasta el consumidor final. Para ello, le recomiendo visualizar el video titulado [Logística, distribución y puntos de venta](#), donde se abordan temas como prácticas agrícolas actuales, innovaciones tecnológicas en el sector, políticas agrarias recientes o noticias relevantes para profesionales y entusiastas de la agricultura.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Utilizando el [simulador de costos del transporte](#), analice el coste de transportar 5 contenedores estándar de 20' de café, a través del transporte desde Guayaquil- Ecuador con destino a Barcelona-España. El propósito es conocer las diferencias de tarifas internacionales con diferentes cantidades y tamaños de contenedor.
2. Realizada la investigación, responda las preguntas de discusión:
  - ¿Cuál es el total del flete marítimo y recargos?
  - ¿Difieren los costos dependiendo del volumen y tipo de contenedor?
  - ¿Se deben pagar otros costos de documentación y manipulación?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Los resultados de la investigación muestran que los costos marítimos están en función del volumen de mercancía a transportar (contenedores) y el país de destino; además, se tienen que considerar otros costos como la documentación y manipulación.





## Semana 3

### Unidad 1. Introducción al comercio exterior

#### 1.7. Los cinco pilares del comercio exterior

Continuando con el análisis de la unidad 1, en esta semana se estudiarán los tres últimos pilares de comercio exterior: gestión jurídica, financiera y aduanera; con estos temas se completan los cinco pilares del comercio exterior, base de estudio de esta asignatura.

**¡Empecemos!**

##### 1.7.3. Gestión jurídica

###### 1.7.3.1. Introducción

A medida que las empresas se internacionalizan requieren dar más peso a la gestión jurídica, pues están sometidas a legislaciones distintas.

###### 1.7.3.2. Peculiaridades de la gestión jurídica

Según Martín (2020), el entorno jurídico internacional se caracteriza por:

- La pluralidad de leyes de diferentes culturas jurídicas.
- Multiplicidad de usos y costumbres.
- Variedad de fueros o jurisdicciones existentes.

Es prioritario que las empresas exportadoras analicen las características principales del contrato internacional; esta información será motivo de discusión y negociación, a continuación, se exponen los temas:

1. El contrato existe desde el compromiso de las partes; ejemplo, en tal fecha le envío el catálogo, tarifa, etc.





2. Crea, modifica y extingue relaciones entre dos o más partes con residencias en países diferentes de naturaleza económica, con ánimo de lucro y habitualidad y que pueden ser de obligado cumplimiento.
3. El contrato vincula a un exportador a entregar y garantizar a un cliente extranjero la entrega de bienes o servicios según lo pactado.
4. Son de libre consentimiento por una pluralidad de partes, personas físicas o jurídicas.
5. Objeto del contrato; identificar si son bienes o servicios.

- Bienes y productos:

- Qué bienes son el objeto del contrato.
- Qué especificaciones técnicas cumplen los bienes.
- Qué normas técnicas cumplen y los certificados o documentación que lo evidencian.
- Políticas de reparaciones y de devoluciones.
- Instalación y puesta en marcha.

- Servicios:

- Cuál es el compromiso del vendedor de prestación.
- Qué tipo de asistencia técnica está vinculada a la prestación del servicio.
- Tecnología vinculada al servicio
- Viajes, manutenciones.

Por otro lado, no olvide considerar **las fases de negociación del contrato**. Son cuatro partes que considerar en cuanto a la propuesta de un negocio o de una compraventa o una prestación de servicios:

- a. La carta de intenciones.
- b. El precontrato.
- c. La opción de compra.
- d. La oferta.



Recuerde, que todo contrato, está estructurado por una serie de **elementos que lo conforman**. Conocer esta estructura, permitirá entender y comprender el contenido del contrato:

- a. Elementos personales.
- b. Elementos reales.
- c. Elementos formales.

Finalmente, se tiene que reflexionar sobre la **extinción y resolución del contrato**. Un contrato se considera extinguido cuando se ha cumplido con todo el contenido y extensión de las obligaciones; mientras que las causas de resolución de un contrato pueden darse por: incumplimiento total, mora de plazo acordado, pérdida del objeto o causa del contrato, quiebra o suspensión de pago; y fuerza mayor (catástrofes naturales, guerras, salud pública, etc.)

### 1.7.3.3. Tipos de contratos internacionales

Martín (2020) señala que los tipos de contratos internacionales están orientados y vinculados con la forma de entrada. A continuación, se presenta los seis tipos de contratos más usuales:

- 1. Compraventa internacional.
- 2. Agencia comercial.
- 3. Distribución.
- 4. *Joint Venture*.
- 5. Franquicias.
- 6. Transferencia de tecnología.

En cuanto a las alternativas de resolución de los conflictos, se exteriorizan la transacción extrajudicial, conciliación y arbitraje.



Señor estudiante, lo invito a ampliar en estos conocimientos leyendo sobre la [Nueva Lex Mercatoria Internacional](#), donde podemos ver ejemplificadas las normas y procedimientos que regulan las relaciones comerciales internacionales.



## 1.7.4. Gestión financiera y medios de cobro

### 1.7.4.1. Introducción

Este tema aborda tres contenidos: Dirección de ventas internacionales, Control de cambios, mercados de divisas y financiación; y Fiscalidad internacional.

La actividad internacional requiere de recursos financieros que hagan posible los intercambios de mercancías y servicios entre empresas. Iniciaremos con el análisis de la dirección de ventas internacionales para luego centrarnos en el control de cambios, mercados de divisas y financiación, por lo que se presentarán algunos lineamientos generales del tema; finalmente se estudiará la fiscalidad internacional.

### 1.7.4.2. Dirección de ventas internacionales

Este capítulo tiene como propósito vender los productos y servicios en el mercado exterior, lo que garantizaría la obtención de ingresos y la gestión financiera; dos temas a analizar a continuación: razones de compra y la hoja de ruta.

#### a. Razones de compra

Cada mercado funciona y responde atendiendo a diferentes motivaciones de compra y necesidades; por lo tanto, esta decisión está relacionada directamente con los diferentes departamentos de la empresa y en forma exclusiva con el área comercial o ventas, cuyo objetivo es conocer las necesidades del cliente extranjero, en qué país se encuentra o qué zonas geográficas abarca.

La dirección comercial internacional debe tener el control de la comercialización de los productos, creando redes de contactos en el extranjero y logrando ventas efectivas que satisfagan las necesidades de los clientes.



Una empresa extranjera comprará los productos de la empresa por diferentes motivos y razones; la empresa exportadora deberá descubrirlo a través del conocimiento interno, mercado y cliente al cual se pretende vender (Martín, 2020).

#### b. Hoja de ruta internacional

Este documento resume y define la información relevante para actuar en el mercado, debe ser socializada por todos los departamentos de la empresa.

La hoja de ruta se realizará por mercado de actuación y estará enmarcado en el plan de internacionalización general de la empresa.

La siguiente infografía muestra un modelo para la realización de una hoja de ruta:

#### [Hoja de ruta internacional](#)

La infografía muestra un modelo de realización de la hoja de ruta; son 2 grandes procesos por considerar en su construcción: estudio de partida o justificación de la hoja de ruta y la operativa promocional en la hoja de ruta.

El primer proceso incluye 5 actividades:

- i. Conocimiento del marco de actuación.
- ii. Conocimiento del mercado.
- iii. Diseño de la actuación en el mercado.
- iv. Mercado y posicionamiento.
- v. Cronograma de seguimiento.

El segundo proceso incluye dos actividades:

- i. Escandallo de exportación de la hoja de ruta.
- ii. Operativa documental de la hoja de ruta.



### 1.7.4.3. Control de cambios, mercados de divisas y financiación

El medio de pago y cobro de las operaciones de comercio internacional determinará la estrategia exportadora y las obligaciones de ambas partes en cuanto a pago de divisas y tiempos determinados. Este tema será estudiado en forma amplia en la unidad 4 del segundo bimestre.

### 1.7.4.4. Fiscalidad internacional

La información relativa a la fiscalidad internacional es amplia; en este apartado el estudio se centrará en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y los Impuestos a los Consumos Especiales (ICE) en las exportaciones ecuatorianas.

Señor estudiante, lo invito a revisar la Ley de Régimen Tributario Interno en la página web del [Servicio de Rentas Internas del Ecuador](#).

- Devolución del IVA a exportadores de bienes: [Devolución del IVA a exportadores de bienes – intersri – Servicio de Rentas Internas](#). Encontrará en forma amplia los mecanismos, procedimientos, requisitos, formatos, guía y la base legal: IVA pagado en actividades de exportación (artículo 72 de la Ley de Régimen tributario Interno); devolución del IVA a exportadores de bienes artículo 172; devolución del IVA en la adquisición de activos fijos, artículo 180 del reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.
- El ICE en las exportaciones. Utilizar la misma página referida.

### 1.7.5. Gestión aduanera (exportaciones)

Es el último pilar de los cinco del comercio, en el cual se determinan todos los trámites, obligaciones y normativas del comercio exterior en el Ecuador; es decir, se tratarán temas como exportar e importar los productos, además de las barreras y los derechos aduaneros.



### 1.7.5.1. Integración económica

Según Martín (2023), el objetivo de la integración económica entre países es eliminar de manera progresiva las fronteras económicas entre países y sus razones son de dos tipos:

#### a. Objetivo económico

##### a.1. Ampliar mercados

- Permite mayor división del trabajo y, por lo tanto, mejor asignación de recursos reales y financieros.
- Obtener economías de escala y mejora del bienestar social.
- Acelerar el ritmo de crecimiento de la economía.

##### a.2. Aumentar la competencia

- Se acelerará la inversión.
- Revitalización de la economía del bloque.
- Acelerar el ritmo de crecimiento.
- Potenciar el bienestar social.

#### b. Objetivo político

##### b.1. Paz y seguridad

- Poner fin a los continuos enfrentamientos entre potencias occidentales.
- Reforzar toda la zona frente a la amenaza soviética.
- Unión de intereses económicos y políticos.

##### b.2. Aumento del peso político internacional.

- El espacio integrado con mayor peso que el de los países miembros por separado.
- Mayor será el efecto a mayor grado de integración.



A continuación, se presentan las ocho formas de integración:

1. **Acuerdo comercial:** nivel básico de integración económica.

Es un acuerdo de libre comercio, formado por uno o más convenios de tipo comercial entre países.

2. **Zona de libre comercio:** los miembros hacen desaparecer, entre sí los aranceles y obstáculos al comercio; pero ante terceros mantienen sus propios aranceles.

3. **Unión aduanera:** los miembros eliminan todos los obstáculos existentes a la libre circulación de bienes y exigen frente a terceros un arancel común al que se añadirá cualquier otra fórmula protectora que será común.

4. **Mercado común:** unión aduanera completada con la libertad de movimientos de capital y mano de obra. Entre los países que integran el bloque económico pueden circular libremente bienes, personas y capital; pueden hacer políticas comunes.

5. **Mercado único:**

- Eliminar fronteras físicas (aduanas).
- Eliminar fronteras técnicas (armonizar normas sobre calidad; abrir mercados públicos).
- Eliminar fronteras fiscales (armonizar una serie de impuestos).

6. **Unión económica:**

- Políticas macroeconómicas coordinadas (inclusión de reglas obligatorias en materia presupuestaria).
- Políticas comunes para favorecer los cambios estructurales y desarrollo regional.

7. **Unión monetaria:**

- Fijar irrevocablemente los tipos de cambio de los países miembros.
- Crear una moneda única.



## 8. Unión económica plena:

- Integrar totalmente las economías de los países miembros y esto exige:
- Un único país.

Todo proceso de integración tiene inconvenientes como aumento de la competencia, los ganadores serán los sectores o empresas más competitivos, se acentúan crestas y valles de producción, las políticas económicas nacionales tropezarán con más restricciones, acentuará los desequilibrios regionales y disparidades sociales; y cesiones importantes de soberanía.

### 1.7.5.2. La Comunidad Andina de Comercio (CAN)

La CAN, integrada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, se creó el 26 de mayo de 1969, cuando se suscribió en Colombia el Acuerdo de Cartagena. Los objetivos se enmarcan en:

1. Promover el desarrollo armónico y equilibrado entre los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.
2. Acelerar el crecimiento y la generación de empleo productivo para los habitantes de los países miembros.
3. Facilitar la participación de los países miembros en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
4. Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los países miembros en el contexto económico internacional.
5. Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los países miembros.
6. Procurar el mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la subregión.





### 1.7.5.3. Otros procesos de integración

Otros procesos de integración relevantes que han surgido con el objeto de beneficiar y crear un cambio económico y político. En la tabla 1, se presentan otros procesos de integración relevantes como: la Comunidad del Caribe (CARICOM), Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA), la Unión Europea (UE) y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).



**Tabla 1**  
*Otros procesos de integración*

La Comunidad del Caribe (CARICOM) - 1958	Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA) – 1994	La Unión Europea (UE)	La Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) - 1967
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Cooperación económica Mercado común.</p> <p>Estrechar las relaciones políticas y económicas entre los Estados.</p> <p>Promover la educación, cultura e industria entre la comunidad.</p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Eliminar obstáculos de comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios.</p> <p>Competencia leal en la zona</p> <p>Aumento de inversión</p> <p>Derechos de propiedad intelectual.</p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Creación de una moneda única (euro)</p> <p>Derechos civiles europeos</p> <p>Coordinación de políticas exteriores y de seguridad</p> <p>Mayor alcance a las funciones del parlamento</p> <p>Supresión de barreras intracomunitarias.</p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Negociaciones transparentes</p> <p>Desarrollo económico, social, y cultural</p> <p>Desarrollo industrial, finanzas, sector bancario, minería, energía, transporte, comunicación y agricultura.</p>
<p><b>Países miembros:</b></p> <p>Antigua y Barbuda – Bahamas – Barbados – Belice – Dominica – Granada – Guyana – Haití – Jamaica – Montserrat – Sait Kitts and Nevis – Santa Lucía – San Vicente – Las Granadinas – Surinam y Trinidad y Tobago.</p>	<p><b>Países miembros:</b></p> <p>Canadá – Estados Unidos y México</p>	<p><b>Países miembros:</b></p> <p>Alemania, Francia, Italia, España, Polonia, Países Bajos, Grecia, Bélgica, Portugal, República Checa, Hungría, Suecia, Austria, Dinamarca, Eslovaquia, Finlandia, Irlanda, Lituania, Letonia, Eslovenia, Estonia, Chipre, Luxemburgo y Malta.</p> <p>Nota.- Reino Unido salió de la UE en el año 2016 (Brexit)</p>	<p><b>Países miembros:</b></p> <p>Indonesia – Malasia – Filipinas – Singapur y Tailandia.</p>



*Nota.* Adaptado de *Introducción al comercio exterior* (pp. 190-200) por Arese, H., 2020, Ediciones Errepar.



Señor estudiante, lo invito a revisar la página web de la [Comunidad Andina de Naciones](#) y analice la normativa andina relacionada con los convenios de los años 2020, 2021 y 2022.

El ordenamiento jurídico comunitario es de carácter supranacional y de obligatorio cumplimiento para los cuatro países que integran la Comunidad Andina (CA) integrada por Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Lo invito a revisar los convenios, decisiones, resoluciones y los tratados y protocolos.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.

1. Ingrese a la página web de la [Comunidad Andina de Naciones](#) en el apartado “temas”.
2. Analizada la información en la página web de la Comunidad Andina, apartados temas, responda las siguientes preguntas:
  - ¿Qué finalidad tienen las normas aduaneras?
  - ¿Qué promueve la legislación aduanera comunitaria en el transporte de pasajeros y mercancías?
  - ¿En qué consiste el estatuto migratorio Andino?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

De manera general, esta información le permitirá conocer las normas aduaneras y su finalidad de intervenir, facilitar y controlar la entrada, permanencia y salida del territorio nacional, de mercancías objeto de tráfico internacional; así como conocer las decisiones referidas a la infraestructura del transporte de pasajeros y mercancías.



En cuanto al estatuto migratorio andino, los ciudadanos andinos que deseen residir en un país miembro, distinto al de su nacionalidad, podrán obtener una residencia temporal de 2 años, luego de este tiempo se tramitará la residencia permanente andina.

## Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



### Semana 4

## Unidad 1. Introducción al comercio exterior

Para finalizar el análisis de la unidad 1, en esta semana se estudiará el tema “documentos del comercio exterior”; aquí se identificarán los documentos que se utilizan en las operaciones comerciales internacionales.

¡Empecemos!

### 1.8. Documentos del comercio exterior

Esta unidad tiene como propósito identificar y mostrar los diferentes documentos que se generan en el comercio exterior.

#### 1.8.1. Documentos comerciales

Son tres los tipos de documentos:

- **Factura proforma:** documento provisional que informa al comprador de las características del producto, precio y las condiciones de venta.
- **Factura comercial:** documento elaborado por el exportador considerando las normativas del país.
- **Lista de empaque:** acompaña a la factura comercial y recoge el contenido de los bultos.



### 1.8.2. Documentos de transporte

Según el tipo de transporte se utilizará las documentaciones.

### 1.8.3. Pólizas de seguros

Se distinguen principalmente dos tipos:

- **Seguro de transporte de mercaderías:** indemnización por la aparición de un siniestro de transporte.
- **Seguro de crédito a la exportación:** indemnización por la aparición de siniestros comerciales o políticos.

### 1.8.4. Certificados

La extensión de los certificados está en función del producto y destino al cual se exporta; pueden ser exigidos una serie de documentos complementarios que deben acompañar a la mercancía como:

- Certificados fitosanitarios.
- Certificado veterinario.
- Documentos de acompañamiento.
- Certificado de origen.
- Certificado de calidad.
- Certificado de circulación.



Para mayor información, lo invito a revisar la [Guía del Exportador – PRO ECUADOR](#); en el cual encontrará ejemplos sobre los certificados de origen para la Comunidad Andina. De igual manera, revise los requisitos del [Certificado Sanitario de Exportación de Alimentos](#); documento que certifica que los productos de uso y consumo humano que se fabrican en el Ecuador, son exclusivamente de exportación y aseguran la calidad, seguridad, eficacia y/o inocuidad de los productos.





## Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Revise los artículos "[Documentos del comercio exterior](#)" y "[Guía del Exportador – PRO ECUADOR](#)". En estos artículos podrá encontrar toda la información correspondiente a documentos que se deban preparar y presentar para poder realizar una exportación de manera correcta, cumpliendo con los parámetros de nuestro país.
2. Analizar los elementos de la siguiente documentación comercial: factura y lista de empaque; y los certificados de origen para la Comunidad Andina y Unión Europea.
3. Luego responda a las siguientes interrogantes:
  - ¿La documentación comercial cumple con los elementos establecidos en las normativas?
  - ¿Cuáles son las diferencias entre las certificaciones de origen entre los dos bloques económicos: ¿Comunidad Andina de Naciones y Unión Europea?

*Nota:* por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

Luego del análisis, usted podrá determinar la similitud en el cumplimiento de los requisitos de la documentación y certificaciones para las operaciones comerciales internacionales, los formatos difieren entre países.

4. La siguiente autoevaluación contiene interrogantes de los conocimientos estudiados en las semanas 1, 2, 3 y 4 que le permitirán autoevaluar su nivel de comprensión. ¡Adelante y éxitos!





## Autoevaluación 1

### **A. Seleccione la opción correcta según corresponda:**

1. La importancia del comercio internacional para los países y empresas radica en \_\_\_\_\_.
  - a. Estar dispuesto a encarar los negocios y compromisos con alto espíritu y buena predisposición para ofrecer las mejores posibilidades y satisfacer las necesidades del importador y exportador en condiciones, tiempo y forma.
  - b. Contribuir con el desarrollo y crecimiento económico de un país a través de acceder a mercados internacionales (balanza de pagos) con la implicación de las empresas, que persiguen satisfacer las necesidades de los consumidores, logrando objetivos económicos y ampliación de mercado.
  - c. Proceder con la mayor buena fe e idoneidad en el cumplimiento de las obligaciones y los compromisos asumidos y en las interpretaciones y esperanzas con las que confía el importador y exportador.
2. Elija la alternativa correcta al relacionar las diferencias entre la conceptualización de comercio exterior y negocios internacionales.
  - a. El comercio exterior regula los intercambios de mercancías y servicios entre dos o más territorios; mientras que, los negocios internacionales realizan transacciones de comercio, inversión extranjera y otros mecanismos en el extranjero para alcanzar posicionamiento económico y satisfacer necesidades humanas.
  - b. Los negocios internacionales regulan los intercambios de mercancías y servicios entre transacciones físicas entre dos o más territorios; mientras que, el comercio exterior realiza transacciones de comercio, inversión extranjera y otros mecanismos en el extranjero para alcanzar posicionamiento económico y satisfacer necesidades humanas.



c. El comercio exterior permite mejorar la rentabilidad, diversificar el riesgo, costos bajos, calidad buena, liquidación de saldos; mientras que, los negocios internacionales se centran en analizar la mezcla de marketing internacional.

3. Identifique los sujetos que intervienen en el comercio exterior.

- a. Estado que administra el comercio internacional a través de políticas y las empresas que operativizan la comercialización de bienes y servicios.
- b. Las diferentes estructuras empresariales entre las que destacan las empresas nacionales, multinacionales, e internacionales.
- c. Bienes y servicios; y escenarios.

4. El Estado como sujeto activo del comercio exterior está conformado por el (las) (los):

- a. Gobierno, organizaciones, ministerios, cultura, territorio y población.
- b. Clientes internos y externos; proveedores, socios, sociedad y gobierno.
- c. Políticas económicas, políticas comerciales e instrumentos de defensa comercial.

5. Las empresas como sujeto activo del comercio exterior están conformadas por las (los):

- a. Gobierno, organizaciones, ministerios, cultura, territorio y población.
- b. Clientes internos y externos; proveedores, socios, sociedad y gobierno.
- c. Políticas económicas, políticas comerciales e instrumentos de defensa comercial.

6. Existe un amplio número de instrumentos y/o medidas con que cuentan los gobiernos para controlar las relaciones comerciales con el





resto de los países. Las medidas que protegen a las industrias nacionales de la competencia extranjera y contribuye a incrementar los ingresos fiscales del país son la (las):

- a. Política comercial.
- b. Medidas Arancelarias (MA).
- c. Medidas no arancelarias (extra arancelarias o paraarancelarias).

7. Las fluctuaciones en la cotización de divisas en una operación de comercio exterior pueden generar incrementos en los beneficios o, por el contrario, disminuirlo; este tipo de riesgo corresponde al:

- a. Ámbito comercial.
- b. Operaciones del comercio exterior.
- c. Financieros.

**B. Analice la siguiente aseveración y responda con verdadero o falso según corresponda.**

8. Los pilares del comercio exterior: marketing; transporte y logística; finanzas y medios de cobro; código aduanero; y, área jurídica, no interactúan entre sí, por lo cual no tienen relación con el cumplimiento de los objetivos empresariales.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

9. La terminal intermodal está ubicada en el interior de un territorio y permite el intercambio de Unidades de Transporte Intermodal entre dos modos de transporte, habitualmente el marítimo y carretera (terrestre).

- a. Verdadero.
- b. Falso.

10. El contrato de compraventa internacional es el contrato de vinculación con la forma de entrada y que se desarrolla en cada país de manera



diferenciada, vinculando las obligaciones del franquiciador y del franquiciado.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

[Ir al solucionario](#)

## Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



### Semana 5

## Unidad 2. Inserción en mercados internacionales

Luego de haber revisado en las semanas anteriores temas introductorios al comercio exterior, se continúa con la unidad 2: Inserción en mercados internacionales, tema que será analizado en tres semanas; en la semana 5, se inicia analizando tres temas relacionados con la filosofía del *marketing*, la decisión de exportar y el *marketing mix* internacional; las formas de entrada en los mercados exteriores serán tratados en la semana 6; y finalmente, en la semana 7, se abordará las estrategias de exportación.



Es necesario revisar el **video titulado** "[Filosofía del marketing](#)" para poder comprender mejor los temas que vamos a estudiar en esta unidad. El video A través de una narrativa clara se invita a reflexionar sobre los principios fundamentales que sustentan el marketing y cómo estos influyen en la relación entre las empresas y sus clientes.

**¡Empecemos!**



## 2.1. Filosofía de marketing

El *marketing* internacional es la parte central y fundamental del comercio exterior. La relación de intercambio, basada en el *marketing*, supone dar protagonismo al comprador y/o consumidor, a quien se le ofrece bienes y servicios para satisfacer las necesidades (Martín, 2020).

Por lo tanto, la filosofía de *marketing* sitúa al consumidor y las empresas en el centro de la actividad comercial. Se fabrican, se producen y se comercializan productos y se prestan servicios para satisfacer necesidades.

Una **necesidad** es una carencia de algo; para saber cuáles son las necesidades es necesario catalogarlas; Abraham Maslow clasifica a las necesidades en cinco niveles:

- i. Básicas.
- ii. Seguridad y protección.
- iii. Aceptación social.
- iv. Reconocimiento.
- v. Autorrealización.

Lo invito a profundizar y caracterizar estos niveles de necesidad que se convierten en motivaciones de vida o compra.

### 2.1.1. Diferencia entre marketing doméstico e internacional

La decisión de ingresar a un mercado internacional es compleja, pues se enfrenta a un entorno económico, político y cultural distinto, lo que requiere una profunda investigación y análisis de esas diferencias para fijar y determinar una estrategia adaptada a ese mercado; por otro lado, la empresa se enfrenta a una competencia internacional, tanto en número, tamaño y fortaleza.

La selección de mercados es un aspecto exclusivo del *marketing* internacional, en la cual la empresa decide en qué mercados va a operar y en qué mercados estratégicos va a establecerse.



La selección de las formas de entrada son acciones que deben pensarse en forma estratégica, considerando un enfoque de crecimiento y potencial de utilidades a largo plazo. La exportación es una buena estrategia.

## 2.2. La decisión de exportar

### 2.2.1. Fases de internacionalización empresarial

Las empresas deben ser quienes establezcan su estrategia de internacionalización para lograr su expansión sin necesidad de esperar cumplir todas las etapas o fases. En la siguiente infografía podrá revisar las cinco fases clave para internacionalizarse a nivel empresarial.

#### [Fases de internacionalización empresarial](#)

La infografía expone información de los cinco mecanismos que tienen las empresas para internacionalizarse:

- i. Exportaciones pasivas o exportaciones tienda.
- ii. Inicio de exportaciones activas.
- iii. Consolidación de las exportaciones.
- iv. Establecimiento de filiales comerciales.
- v. Empresa multinacional.

La selección de uno o varios mecanismos dependerá de las decisiones empresariales, ordinariamente estas fases son secuenciales.

Recuerde, señor estudiante, que la empresa para sobrevivir en el mercado global debe estar plenamente internacionalizada, para lo cual se requiere diversificar riesgos; ser competitiva y defender su cuota de mercado; poder generar el beneficio suficiente para seguir realizando inversiones. Una empresa está internacionalizada cuando está establecida en el exterior o al menos, un 35% de su facturación es de clientes extranjeros (Martín, 2022).



## 2.3. Marketing mix internacional

El *marketing mix* internacional es un instrumento utilizado para satisfacer las necesidades de los clientes y/o consumidores. La combinación de estos instrumentos determinará la oferta y las estrategias para salir al mercado extranjero.

El *marketing* internacional presenta variaciones respecto al *marketing mix* nacional; la empresa tendrá que decidir si mantiene un mix globalizado para todos los mercados o efectúa un *marketing* diferenciado en cada país.

A continuación, se analizan las cuatro variables, conocidas como las “4P” que ofrece la compañía a sus mercados meta.

### 2.3.1. Marketing mix: producto

El producto es el motivo del intercambio y el medio por el cual se satisface las necesidades del consumidor; por lo tanto, un producto no se refiere únicamente a un bien físico o tangible, si no puede ser también un elemento intangible como las ideas, y servicios en general.

Las empresas ofrecen variedad de productos; estos se clasifican en cartera de productos, líneas de productos, profundidad de la línea y longitud de la cartera (gama de productos).

- **Cartera de productos:** cartera total de productos que vende la empresa.
- **Línea de productos:** conjunto de productos homogéneos ofertada por la empresa, ejemplo, línea de condimentos, línea de hierbas aromáticas, etc.
- **La profundidad línea:** es el número de artículos o productos concretos que componen la línea.
- **Longitud de la cartera:** es el número de líneas distintas que componen la cartera de productos.

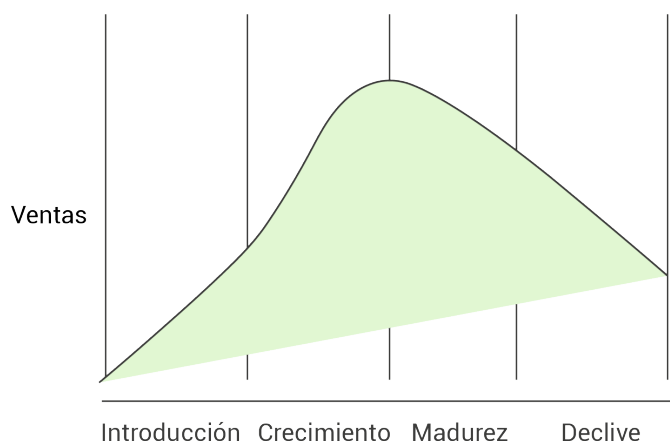


### 2.3.1.1. Ciclo de vida internacional del producto

El ciclo de vida es una herramienta de importancia en el proceso de comercialización internacional; la empresa para exportar requiere conocer en qué fase se encuentran en la fase de productos (ver figura 6).

**Figura 6**

*Ciclo de vida internacional del producto*



*Nota.* Adaptado de *Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior*, por Martín, M., 2020, Editorial FC.

La figura 6 muestra los cuatro ciclos del producto:

- i. **Introducción:** comienza con el lanzamiento del producto al mercado, por lo general las ventas son bastante lentas y los ingresos son bajos. La publicidad es informativa.
- ii. **Crecimiento:** las ventas crecen, las empresas empiezan hacer esfuerzos de diferenciación adicional como añadir mejoras técnicas sensibles al producto, la comunicación de marketing está más centrada sobre las características específicas del producto de la empresa.
- iii. **Madurez:** se llega a esta etapa cuando la mayoría de consumidores potenciales han probado el producto y comienza una recompra del mismo. La publicidad utilizará mucho los mensajes de imagen.

- iv. **Declinación:** aparece en el mercado de productos que satisfacen mejor las necesidades, lo que hace disminuir la demanda del producto, las ventas comienzan a descender y los beneficios tienden a desaparecer.

### 2.3.1.2. Atributos del producto

Todo bien o servicio (producto) se compone de tres atributos:

1. **Atributos intrínsecos:** lo conforma el producto intrínseco y la necesidad que se va a satisfacer, es el nivel fundamental; las empresas deben descubrir las necesidades escondidas bajo cada producto y vender beneficios para satisfacer las necesidades. Los atributos intrínsecos son: las características físicas, composición química, diseño y calidad.
2. **Atributos externos:** son percibidos por el consumidor visualmente. Es el aspecto físico del producto y lo conforman el etiquetado, envase y embalaje.
3. **Atributos intangibles:** son las características que no son percibidas empíricamente por el consumidor como: la marca y el nombre comercial; garantía y servicios.

La política internacional de marcas abarca algunas cuestiones a resolver como: selección de marcas internacionales, utilizar marcas globales, marcas locales o marcas blancas y cómo proteger la protección de las marcas.

### 2.3.2. Marketing mix: precio

El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio un bien o servicio. La importancia de esta herramienta radica en las decisiones sobre el precio, pues este tiene un impacto fuerte sobre las ventas; es un instrumento competitivo y es el único instrumento que proporciona ingresos a la empresa.



### 2.3.2.1. Condicionantes para la fijación de precios

Para la fijación de precios se deben considerar factores internos y externos; el primero hace referencia a los costos y los objetivos de la empresa y el segundo a los factores externos, competencia, demanda, intermediación y restricciones legales.

### 2.3.2.2. Política de precios

Las estrategias de precios pueden agruparse en cuatro clases:

1. Estrategias diferenciales.
2. Estrategias de precios competitivos.
3. Estrategias de precios psicológicos.
4. Estrategia de precios para productos o mercados nuevos en la que destacan las estrategias: descremación y penetración.

### 2.3.2.3. Precio de adquisición

Es el coste real de importación del producto. Para determinarlo se establece la composición final del precio al ser importado.

**Precio de adquisición** = precio de venta o precios EXW (Incoterms) + el coste de transporte interior + el coste de despacho de exportación + el coste de la estiba + el flete + el seguro de transporte de la mercancía + el coste de desestiba + el coste del despacho de importación + la deuda aduanera (aranceles + impuestos indirectos) + el coste de transporte interior en el país de importación.

### 2.3.3. Marketing mix: distribución

El propósito de la distribución internacional es acercar el producto al mercado, lo cual implica decisiones estratégicas como:

- i. Diseño y selección del canal de distribución.





- ii. Localización y dimensión de los puntos de venta.
- iii. Logística de la distribución.
- iv. Dirección de las relaciones internas del canal de distribución.

### 2.3.3.1. Canales de distribución

Son los intermediarios, quienes hacen posible que los productos y servicios exportados estén a disposición de los clientes y distribuidores. Se distinguen los siguientes canales de distribución:

- **Canal largo:** se distingue por la utilización de un gran número de intermediarios:

Exportador -----> importador -----> mayorista -----> minorista-----> consumidor.

- **Canal corto:** el número de intermediación es menor a los utilizados por el canal largo.

Exportador -----> importador/ distribuidor-----> consumidor.

- **Canal directo:** no utiliza intermediarios.

Exportador-----> consumidor.

- **Canal mixto:** combinación del canal directo con el indirecto (corto o largo).

### 2.3.4. Marketing mix: promoción

Son tres temas que se analizarán en la cuarta P “comunicación”; el propósito es incrementar ventas, publicitar el producto y posicionarlo en el mercado exterior.



#### 2.3.4.1. Promoción

La promoción se la realiza a través:

- Venta personal.
- Promoción de ventas.
- Misiones comerciales.
- Ferias y exposiciones.
- Seminarios y conferencias.
- Patricio y mecenazgo.
- *Marketing* directo.

#### 2.3.4.2. Publicidad

Es cualquier forma de comunicación pagada; el número, tipos y características de los medios varían considerablemente de un país a otro; destacándose dos categorías globales de medios internacionales: medios internacionales y medios locales.

- **Los medios internacionales:** revistas, periódicos, televisión, televisión satelital, redes sociales, entre otros.
- Cuando se utilizan los **medios locales** hay que considerar las características de estos y la utilidad que ofrece la promoción de un producto de exportación, pueden ser muy distintas a los medios de un país de origen. Destacan, periódicos, revistas, *marketing* directo, salas de cine, publicidad exterior, radio y televisión.

#### 2.3.4.3. Relaciones públicas

Tienen una importancia mayor en el ámbito internacional. Incluye a todos los agentes que tienen relación con la empresa; ejemplo: clientes, público en general, accionistas, gobierno, prensa, suministradores, empleados, distribuidores, etc.



La importancia de utilizar la publicidad, promoción y relaciones públicas varía según la empresa y país.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Revise el video "[Que es el marketing internacional y las 4P DEL MARKETING](#)".
2. Elija un producto proveniente del exterior y analice los atributos: intrínsecos, externos e intangibles.

Nota: Por favor complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Luego de revisar la sección con el tema correspondiente, seguramente el análisis le llevará a comprender que, los productos de otros países disponibles en casa son diversos y contienen los atributos intrínsecos con respuesta a todo tipo de necesidades; y que los atributos externos de envase, embalaje y etiqueta son diferentes y diferenciados. Finalmente, al igual que los productos locales, tienen los servicios y la garantía.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



### Semana 6

### Unidad 2. Inserción en mercados internacionales

Continuando con la unidad 2, se analizará en esta semana el tema formas de entrada en los mercados exteriores.

**¡Empecemos!**



## 2.4. Formas de entrada en los mercados exteriores

La empresa que se expandirá al mercado internacional elegirá la forma de entrada más apropiada, los cuales tendrán efectos directos sobre los resultados que se obtendrán en los distintos mercados. La selección de formas de entrada también condiciona el plan de *marketing*.

Según Martín (2020), las variables que la empresa debe considerar previamente a decidir las formas de entrada son de dos tipos:

- **Internas:** objetivos, tipos de productos/servicios, recursos disponibles, grado de internacionalización.
- **Externas:** competencia internacional, barreras/incentivos legales, características y riesgos de mercado.

### 2.4.1. Formas de entrada

Son cuatro las formas de entrada, cada una requiere una determinada inversión, grado de compromiso con el mercado y un determinado control sobre las decisiones del *marketing* internacional.

#### 2.4.1.1. Exportaciones directas

Son las más utilizadas para salir al mercado exterior y las que implican menos compromiso para la empresa, con un riesgo bajo y sin necesidad de grandes recursos; en la mayoría de las empresas este proceso es el primero para internacionalizarse, destacan las siguientes:

- Venta directa.
- Subsidiarias de compra.
- Agentes y distribuidores.



Recuerde, señor estudiante, que en este tipo de exportación la responsabilidad y las actividades de venta internacional recaen en la empresa exportadora.



#### 2.4.1.2. Exportaciones indirectas

Esta forma de entrada es realizada por otras empresas u organizaciones; es decir, son intermediarios situados en el mercado objetivo, con una organización propia y se encargan de todas las tareas de marketing internacional.

- Intermediarios.
- *Trading*.

#### 2.4.1.3. Exportación concertada o agrupada

Este tipo de entrada supone la existencia de un contrato de colaboración con otras empresas para introducirse en el mercado externo, destacan las siguientes agrupaciones:

- El “*Piggy-Back*” (operaciones canguro).
- La “*Joint Venture*” internacional.
- Franquicias internacionales.
- Alianzas estratégicas.
- Consorcios de exportación.

#### 2.4.1.4. Producción en mercados exteriores

Esta forma de entrada es seleccionada por empresas con alta experiencia en los mercados exteriores, alta capacidad financiera y/o productos diferenciados, destacan:

- Contrato de fabricación.
- Licencia de fabricación.
- Establecimientos de centros de producción.





## Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Revise el documento titulado “[Estrategias de entrada en comercios internacionales: El papel de la marca](#)” junto con toda la información presentada en la semana 6 de esta guía de estudios. Este documento analiza cómo las empresas pueden expandirse globalmente y el rol fundamental de la marca en este proceso. A través de un estudio cualitativo y cuantitativo, el informe identifica los principales modos de entrada a mercados extranjeros, destacando la importancia de seleccionar estrategias adecuadas, socios confiables y métodos de implantación eficaces.
2. Elija una empresa que utilice la forma de entrada a mercados externos a través de “exportaciones directas” y analice las ventajas que supone este tipo de exportaciones.

Luego de revisar y analizar la empresa, usted identificará las siguientes ventajas que suponen las exportaciones directas:

- Mayor control del mercado.
- Información más directa del mercado.
- Conocimiento más profundo.
- Adquisición del marketing internacional.

Nota: Por favor complete la actividad en un cuaderno o documento Word.





## Semana 7

### Unidad 2. Inserción en mercados internacionales

Para finalizar el análisis de la unidad 2, se estudiará en esta semana el tema de “estrategias de exportación”, donde estudiaremos el enfoque que una empresa utiliza para vender sus productos o servicios en mercados internacionales fuera de su país de origen.

**¡Empecemos!**

#### 2.5. Estrategias de exportación

Martínez (2020), identifica dos tendencias, por un lado, aquella que trata de ajustarse a las características específicas de los mercados extranjeros o política diferenciada, y la segunda, basada en la globalización de los mercados.

##### 2.5.1. Estrategias de diferenciación

Implica el diseño de una estrategia de marketing distinta en cada país, adaptada a sus particulares características económicas, sociales, culturales y legales.

Existen diversas estrategias de diferenciación que pueden ser utilizadas por las empresas de agronegocios para diferenciarse y destacarse en el mercado. A continuación, se presentan algunos referentes:

1. **Calidad superior:** ofreciendo productos de alta calidad en términos de sabor, textura, tamaño, color, aroma, entre otros aspectos.
2. **Producción sostenible:** produciendo alimentos de manera sostenible, utilizando prácticas agrícolas respetuosas con el medioambiente, como la agricultura orgánica, la agroforestería, entre otras.



3. **Origen y trazabilidad:** ofreciendo productos de origen conocido y trazabilidad asegurada, que permitan al consumidor conocer la procedencia del alimento y los procesos a los que ha sido sometido.
4. **Innovación:** ofertando productos innovadores, que cuente con características únicas o que respondan a necesidades específicas del mercado.
5. **Marketing:** considerando una estrategia de *marketing* diferenciadora, destacando aspectos como la historia de la empresa, el enfoque en la salud, la nutrición, la seguridad alimentaria, entre otros.
6. **Marca:** la marca de sus productos puede estar asociada a la calidad, el origen, la sostenibilidad, la innovación, entre otros aspectos.

Cada una de estas estrategias de diferenciación pueden ser utilizadas por las empresas de agronegocios de acuerdo con sus objetivos y recursos, en función de las necesidades y demandas del mercado en el que operan.

### 2.5.2. Estrategia de globalización

Según Hill (2021), la economía se está volviendo más global, cada vez son más los Estados-naciones dinámicos encaminados hacia una economía global más integrada y dentro de los cuales las empresas se están transformando para responder a la economía global.

En el ámbito de los negocios, el proceso de la globalización ofrece un sinnúmero de oportunidades. Las empresas grandes como pequeñas y de cualquier actividad productiva pueden incrementar sus ventas e ingresos al expandirse internacionalmente.

La globalización de los mercados y de la producción favorecen a la empresa y deriva a la creación de productos globales, ante necesidades que son cada vez más homogéneas. Los bienes más difíciles de estandarizar a nivel mundial son los alimentos, bebidas y ropa, explicada por los gustos y hábitos.





Es importante que las empresas de agronegocios evalúen cuidadosamente cada una de estas estrategias y determinen cuál es la más adecuada para sus objetivos y recursos. Además, deben tener en cuenta los requisitos legales, culturales y económicos de los mercados extranjeros en los que deseen operar.

### 2.5.3. Estrategia de penetración

Lograr la mayor penetración y presencia en mercados exteriores, puede ser un proceso complejo y desafiante, pero existen diversas estrategias que las empresas pueden utilizar para lograrlo. A continuación, se presentan algunas estrategias que facilitan a lograr una mayor penetración y presencia en mercados exteriores con la menor inversión; Martín (2020), muestra dos acciones:

- a. Departamento de exportación externo a la empresa.
- b. Emprendedores inmigrantes en el país de exportaciones.



Recuerde que cada mercado extranjero es único y presenta sus propios desafíos y oportunidades. Por lo tanto, es trascendental que la empresa realice una evaluación cuidadosa y adaptada al mercado en cuestión para determinar la mejor estrategia para penetrar y establecer una presencia exitosa en el mercado extranjero.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación.

1. Ingrese al [Guía del Exportador – PRO ECUADOR](#) y analice los propósitos de Pro Ecuador y las asesorías que brinda a las empresas exportadoras ecuatorianas.



2. Luego de revisar y analizar la página web de Pro-Ecuador, responda las siguientes interrogantes:

- ¿Es Pro-Ecuador un consultor especializado en el área de agronegocios?
- ¿Qué propósitos persigue Pro-Ecuador?
- ¿Facilita la negociación y apertura de mercados que benefician al Ecuador?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Seguramente, usted consideró las estrategias de penetración “asesoría externa” para responder los cuestionamientos.

3. Realice una lectura comprensiva de la guía didáctica de las semanas 5, 6 y 7; y desarrolle las preguntas de la siguiente autoevaluación, que evaluarán su nivel de comprensión de los temas propuestos. **¡Adelante y éxitos!**



### Autoevaluación 2

#### **A. Seleccione verdadero o falso según corresponda:**

1. El *marketing mix* internacional es la combinación de cuatro variables: necesidades, comunicación, ventas y mercado.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.
2. La variable de la mezcla de *marketing mix* que analiza la etiqueta, el envase y embalaje es la distribución.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.



3. Los atributos intrínsecos del producto “chocolate de barra” lo conforman el cacao, frutas, especies, azúcares y leche.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

**B. Analice y complete las siguientes aseveraciones.**

4. El precio es la segunda variable de la mezcla de *marketing* definido teóricamente como \_\_\_\_\_; es el único instrumento que proporciona \_\_\_\_\_.
5. Los precios son fijados considerando dos variables: los factores internos conformada por \_\_\_\_\_: y los factores externos que atienden \_\_\_\_\_.
6. La estrategia de precios competitivas es un criterio basado en los precios de la competencia; estos pueden ser precios \_\_\_\_\_, precios superiores y precios \_\_\_\_\_.
7. El canal directo de distribución destaca por no tener \_\_\_\_\_. El exportador vende \_\_\_\_\_; al consumidor final y tiene un control absoluto sobre el \_\_\_\_\_.

**C. Seleccione la opción correcta según corresponda:**

8. La variable promoción incluye el análisis de las siguientes tres variables o temas:
- a. Promoción, publicidad y relaciones públicas internacionales.
  - b. Venta personal, promoción de ventas, ferias y exposiciones.
  - c. Medios internacionales, medios locales y redes sociales.
9. Los actores que intervienen activamente en las relaciones públicas y comunicación, asegurando una imagen y reputación positivas a nivel internacional, son:
- a. Accionistas, clientes, empleados, gobierno, prensa y proveedores.



- b. Mailing, venta por catálogo, seminarios y conferencias.
- c. Medios internacionales, medios locales y redes sociales.

10. En el comercio internacional se estudian diferentes aspectos y temáticas, en donde todos están interrelacionados; el desconocimiento de una de las materias desequilibraría el proceso y no se lograría tener éxito en los mercados externos. Las temáticas en mención son:

- a. Marco de la negociación, personas y variables de la negociación.
- b. Investigación de mercados, administración de recursos humanos, investigación operativa y venta.
- c. *Marketing*, transporte y logística, área jurídica, finanzas y medios de cobro; y código aduanero.

[Ir al solucionario](#)

## Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



### Semana 8

#### Preparación para examen bimestral

En esta semana, dedique tiempo a estudiar los contenidos desarrollados en el primer bimestre y prepárese para rendir el examen. El propósito es evaluar el logro de resultados y competencias planificadas; y a la vez alcanzar la máxima nota en este bimestre. Con el fin de lograr este objetivo, realice las siguientes actividades recomendadas.



#### Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Revise las unidades recomendadas para cada semana de estudio:
  - Unidad 1. Introducción al comercio exterior.
  - Unidad 2. Inserción en mercados internacionales.



2. Desarrolle las tareas recomendadas y autoevaluaciones propuestas en cada unidad.
3. Elabore resúmenes de los temas referidos.
4. Organice el tiempo en función de la distribución de las unidades estudiadas utilizando herramientas como esquemas, resúmenes, las grabaciones y actividades síncronas desarrolladas dentro de la asignatura.

*Nota:* por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

**¡Ánimo y éxito!**





## Segundo bimestre

### Resultado de aprendizaje 2:

Identifica las principales técnicas metodologías y aplicaciones de la investigación de mercados para la gestión de procesos de comercio exterior.

Este resultado de aprendizaje se logrará mediante la comprensión y aplicación de los procesos de investigación en mercados internacionales a través del conocimiento de las cuatro etapas de investigación.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



### Semana 9

Estimado estudiante, iniciamos el segundo bimestre abordando los contenidos de la unidad tres “Investigación de mercados internacionales” que incluye los elementos básicos de la investigación, etapas de la investigación, fuentes de información, estructura de una investigación de mercados y el plan de *marketing* internacional; temas que serán abordados en las semanas 9 y 10. Iniciemos el estudio, éxitos en el presente aprendizaje.

### Unidad 3. Investigación de mercados internacionales

En esta semana comenzamos revisando los elementos básicos y etapas de la investigación.

**¡Empecemos con la semana 9!**



### 3.1. Elementos básicos de la investigación

El proceso de búsqueda de información para solucionar problemáticas relacionadas con el mercado (local o extranjero), se denomina investigación de mercados. Para las empresas es trascendental porque les permite identificar las necesidades del mercado y lograr objetivos empresariales de crecimiento y expansión.

Martín (2020), destaca tres aspectos que diferencian la investigación del mercado doméstico:

- La complejidad.
- Adaptación a cada país en función del nivel de desarrollo y prácticas empresariales.
- La interpretación y fiabilidad de los datos será distinta en cada mercado.



Recuerde que una investigación de mercado internacional está sometida a un mayor número de errores, es más extensa y costosa.

El propósito es identificar y estudiar las variables que afecten a los cuatro componentes del *marketing mix*: demanda, oferta, presencia en el mercado y estrategia comercial que permitan alcanzar los objetivos planificados.

De esta manera, se distinguen 5 elementos que configuran un estudio de mercado de exportaciones (ver figura 7).



**Figura 7**

*Elementos del estudio de mercado para productos de exportación*



*Nota.* Adaptado de *Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior*, por Martín, M., 2020, Editorial FC.

La figura 7 presenta los 5 elementos que configuran un estudio de mercado para productos de exportación:

- i. Demanda (consumidores/usuarios).
- ii. La oferta (competencia interior e importaciones).
- iii. Presencia en el mercado.
- iv. Precios y márgenes comerciales.
- v. Canales de comercialización.

En los siguientes apartados se analizan cada uno de ellos.

### **3.1.1. Entorno político y normativa legal**

Para hacer comercio exterior es necesario conocer el mercado, los cuales tienen diferentes características y comportamientos, así el mercado americano no es igual al mercado oriental o europeo. Dentro del mercado americano existen diferencias entre países de América del Norte y América del Sur, incluso dentro del mismo país habrá regiones, provincias, ciudades etc., que presentan diferentes comportamientos.



Según Martín (2020), las características del entorno a considerar son las siguientes:

- Evolución de las principales magnitudes macroeconómicas.
- Población.
- Infraestructura.
- Riesgos comerciales, políticos, etc.
- Normativa legal que afecte a la importación del producto como: aranceles, etiquetado, envasado, normas sanitarias, etc.

### 3.1.2. La demanda

Los análisis cuantitativos y cualitativos permiten conocer la demanda real y potencial del mercado al que se dirigirá la empresa.

- **Análisis cuantitativo:** demanda o consumo por áreas geográficas, demanda por habitante y año, gasto familiar para la compra del producto.
- **Análisis cualitativo:** tipología del comprador, motivaciones de compra, hábitos de consumo, comportamiento del consumidor, segmentación del mercado, importancia del “made in” en el comprador, etc.

### 3.1.3. La oferta

Para realizar estudios de mercado de manera efectiva, considere los siguientes elementos de la oferta.

- Estructura, situación y perspectiva de la industria local.
- Segmentación del mercado cubierto por los competidores nacionales y extranjeros: implica identificar y definir claramente los segmentos de mercado relevantes y comprender las características demográficas, psicográficas y de comportamiento de los consumidores en cada segmento.
- Principales marcas extranjeras presentes en el mercado, lo cual implica identificar a los competidores directos e indirectos, analizar sus fortalezas



- y debilidades y comprender cómo se posicionan en el mercado. Este conocimiento ayudará a evaluar las oportunidades y desafíos existentes.
- Volumen, origen y cuota de mercado que representan las importaciones.

### 3.1.4. Precios y márgenes comerciales

Los precios y los márgenes comerciales en los productos de exportación varían significativamente dependiendo de varios factores, como: el tipo de producto, la demanda y oferta en los mercados internacionales, la competencia, los costos de producción, los acuerdos comerciales, entre otros. A continuación, algunos elementos a considerar:

- **Costos de producción:** incluye los costos directos (materiales, mano de obra, etc.) y los costos indirectos (administrativos, logísticos, *marketing*, etc.). Los costos de producción pueden variar según el país y la industria.
- **Costos de transporte, almacenamiento y distribución.**
- **Precios internacionales:** los precios internacionales de los productos de exportación pueden verse influenciados por factores como la demanda y oferta global, los precios de la competencia, las políticas comerciales y las tasas de cambio de divisas. Es importante realizar un análisis de mercado para comprender los precios actuales y las tendencias en el mercado internacional.
- **Regulaciones y barreras comerciales:** las regulaciones y barreras comerciales, como los aranceles, los impuestos, los requisitos de certificación y las normas técnicas, pueden afectar los precios de exportación y los márgenes comerciales.

### 3.1.5. Canales de comercialización

La demanda y los canales de comercialización constituyen los apartados más importantes en los estudios de mercados de exportación, pues los canales de distribución y la participación de intermediarios influyen en los márgenes comerciales.



Dependiendo del tipo de producto y mercado, será necesario trabajar con agentes, distribuidores o socios locales, lo cual afecta a los precios y márgenes de utilidad. Se recomienda analizar:

- La organización del sistema de comercialización.
- Principales importadores y distribuidores.
- Principales sistemas de promoción y comunicación.
- Presentación del producto, etc.

### 3.2. Etapas de la investigación y selección de mercados

En toda investigación de mercados de exportación, se establecen tres etapas. En la siguiente infografía, podrá revisar la sistematización de las etapas de la investigación y selección de mercados para expandirse a nivel internacional.

[Etapas de la investigación y selección de mercados](#)

### 3.3. Fuentes de información

En la investigación de mercados exteriores, es crucial contar con fuentes de información confiables y actualizadas. A continuación, se presentan algunas fuentes de información que suelen utilizarse en este tipo de investigación:

- Fuentes de tipo personal:** constituyen los distintos grupos de personas con los que la empresa tiene relación; por ejemplo, proveedores, distribuidores, socios, competidores, consultores, entre otros.
- Fuentes de tipo documental:** información escrita interna y externa a la empresa. Internamente, se obtienen datos muy útiles como volumen de ventas por la línea de productos, pedidos, clientes, entre otra clase de información.

Los principales servicios de información externa con los que cuenta el exportador ecuatoriano, son de dos tipos:



**b.1. Privados:** suministrada por empresas privadas especializadas en comercio exterior y asociaciones empresariales o profesionales; ejemplo: [Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR](#).

**b.2. Públicos:** como el [Ministerio de Producción, Comercio, Exterior, Inversiones y Pesca](#). Asociaciones; ejemplo: Cámara de Comercio de Quito; la [Cámara de Comercio Ecuatoriana Americana](#). También se cuenta con organismos internacionales como la [Organización Mundial del Comercio \(OMC\)](#).

Estas son solo algunas de las asociaciones privadas y públicas especializadas en comercio exterior en Ecuador. Cabe destacar que existen otras fuentes de información obtenidas a través de las redes sociales.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Diríjase a la página institucional de la [Federación Ecuatoriana de Exportadores](#) (FEDEXPOR) y analice la información cualitativa y cuantitativa válida a obtener para la investigación de mercados externos.
2. Luego de revisar la actividad propuesta, para una mejor comprensión del material estudiado, responda las siguientes preguntas:
  - ¿Qué información proporciona FEDEXPOR?
  - ¿Cuál es el propósito de esta página web?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Como pudo haber observado, la Federación Ecuatoriana de Exportadores es una importante representación del sector caracterizada por generar importantes aportes para la discusión de las políticas públicas en el ámbito de la producción, comercio exterior e inversiones.





### Semana 10

## Unidad 3. Investigación de mercados internacionales

Continuando con el estudio de investigación de mercados internacionales, en la semana 10 nos centraremos en dos temas relacionados con i) la estructura de una investigación de mercados y ii) el plan de marketing internacional.

**¡Empecemos!**

### 3.4. Estructura de una investigación de mercados

Un estudio de investigación de mercados internacionales sigue una estructura similar a la de un estudio de investigación de mercados local, pero con un enfoque específico en el mercado internacional.

Martín (2020), sugiere dos alternativas sencillas para la investigación: estudio por países y por productos. A continuación, se exponen algunos referentes para preparar la estructura:

#### 3.4.1. Estudio por países

- Diversidad de cada país.
- Datos económicos básicos.
- Medios de transporte y comunicación.
- Datos sobre el comercio exterior.
- Política general de importación.
- Licencia de importación.
- Disposiciones aduaneras especiales.
- Otras disposiciones que influyen.
- Anexos.



### 3.4.2. Estudio por productos

- Importaciones.
- Producción nacional.
- Exportaciones del país.
- Consumo.
- Análisis de la demanda.
- Acceso al mercado.

A continuación, en la siguiente infografía se muestra una estructura para presentar un estudio de investigación de mercados internacionales, considerando los lineamientos de los ítems 3.4.1 y 3.4.2.

[Estructura para comunicar los resultados de la investigación](#)

### 3.5. El plan de marketing internacional

El plan de *marketing* internacional es una herramienta administrativa, derivada de la planificación estratégica y utilizada por el gerente y/o encargado de la internacionalización de la empresa para cumplir con los objetivos planificados.

La finalidad de un plan de *marketing* internacional es la elaboración y puesta en práctica de un programa de *marketing* en los mercados exteriores; contempla cuatro etapas en la planificación.



### 3.5.1. Etapas del plan de marketing internacional

**Figura 8**

*Etapas del plan de marketing internacional*

#### Etapas del plan de marketing



*Nota.* Adaptado de Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior, por Martin, M., 2020, Editorial FC.

La figura 8 muestra las cuatro etapas que requieren una planificación comercial: **la primera etapa**, contempla el análisis de situación competitiva de la empresa y el ámbito internacional, comprende dos partes: i) análisis del entorno propio e ii) investigación de mercados exteriores. Una vez realizado el estudio de la situación del mercado continúa la **etapa 2**, donde se determinan los objetivos estratégicos que se pretenden alcanzar en cada mercado seleccionado. **La etapa 3**, establece las estrategias para cumplir con los objetivos; estas tienen relación con el *marketing mix*: producto, precio, plaza y comunicación; y posicionamiento del producto. Finalmente, la **etapa 4**, relacionado con la puesta en práctica del plan de *marketing*.

### 3.5.2. Esquema de un plan de marketing internacional

Los esquemas del plan de marketing varían según las necesidades y características específicas de cada empresa. Es importante adaptarlo y personalizarlo según la actividad productiva del negocio.

Martín (2020), resume un plan de marketing en cinco fases:

#### a. Descripción y análisis de la situación

##### a.1. Análisis de la situación.

##### a.2. Descripción interna:

Productos.  
Red de distribución.  
Fuerza de ventas.  
Comunicación.

##### a.3. Descripción externa:

Entorno.  
Sector.  
Mercado.  
Competencia.

#### b. Planteamiento de objetivos.

#### c. Definición de estrategias:

c.1. Población objetivo.

c.2. Elementos del *marketing mix*.

c.3. Determinación de las estrategias en función del producto y etapa en el ciclo de vida.

#### d. Elaboración de programas y presupuestos:





d1. Calendarios y plazos.

d2. Designación de responsables y tareas.

d3. Asignación presupuestaria.

**e. Control:**

e1. Fuentes de información.

e2. Elementos sujetos a control.

e3. Análisis de las desviaciones.

e4. Acciones correctoras.

Estos referentes pueden ser colocados en un esquema básico para la presentación del plan de *marketing* internacional: resumen ejecutivo, análisis de la situación, definición de objetivos, segmentación, estrategias de *marketing*, plan de acción, presupuesto, medición y control; y evaluación.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Revise la página web de la empresa [Nielsen](#) para acceder a los procedimientos y herramientas de investigación de mercados.
2. Seguidamente, le invito a revisar qué tipo de investigaciones de mercado se realizan para América Latina y los procedimientos de investigación utilizados por la empresa [Nielsen](#).

La página web presenta información de la compañía Nielsen que elabora y ejecuta investigaciones de mercados internacionales para empresas en distintas actividades productivas en más de 100 países; las oficinas centrales se encuentran en Nueva York y Diemen (Países Bajos).



La información presentada constituye un buen referente a considerar en la aplicación de metodologías en la indagación de mercados.

3. Realice una lectura comprensiva de la guía didáctica semanas 9 y 10 y desarrolle la siguiente autoevaluación para evaluar su nivel de comprensión de los contenidos planificados en estas unidades.

**¡Adelante y éxitos!**



### Autoevaluación 3

#### **A. Seleccione verdadero o falso según corresponda:**

1. El plan de *marketing* internacional como herramienta administrativa derivada de la planificación estratégica de la organización permite planificar, organizar, ejecutar y controlar las acciones relacionadas con el comercio exterior.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.
2. Las variables controlables por el empresario al salir al mercado exterior son el entorno económico, político, legal y cultural, además de la competencia internacional.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.
3. La investigación de mercado conceptualmente es similar al plan de *marketing* internacional.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.

#### **B. Analice los siguientes planteamientos y seleccione la alternativa correcta:**



4. El proceso de obtener información mediante la recolección, procesamiento y análisis de datos, generando resultados que servirá para tomar decisiones de internacionalización, se denomina:
- a. *Merchandising*.
  - b. *Marketing mix*.
  - c. Investigación de mercados.
5. El colofón de segmentar los mercados internacionales es:
- a. Optimizar el ajuste entre el comportamiento de compra de los consumidores en un segmento determinado y la mezcla de *marketing*, maximizando las ventas.
  - b. Obtener información mediante la recolección, procesamiento y análisis de datos, generando resultados que servirán para tomar decisiones de internacionalización.
  - c. Estructurar múltiples segmentos de mercados potenciales, sin injerencia para la mezcla de *marketing*.
6. Los cinco elementos que configuran una investigación para productos de exportación, son:
- a. La política, situación económica, normativa legal, situación ambiental y las relaciones internacionales.
  - b. Clientes, público en general, accionistas, gobierno y grupos de presión.
  - c. Oferta, demanda, precios, canales de distribución; y entorno político, económico y legal.
7. Es uno de los apartados más importantes a investigar, siendo conveniente hacer un análisis detallado, tanto cualitativo como cuantitativo, de la demanda real y potencial del mercado al que se quiere dirigir.
- a. Oferta.
  - b. Demanda.



- c. Precios.
- d. Canales de distribución.

8. Este apartado identifica todas las variables que influyen en la formación de los ingresos para la compañía.

- a. Oferta.
- b. Demanda.
- c. Precios.
- d. Canales de distribución.

**C. Complete los siguientes enunciados:**

9. En toda investigación de mercados de exportación suelen establecerse tres etapas. i) \_\_\_\_\_, ii) investigación de mercados en el país de destino; y, iii) \_\_\_\_\_.
10. Los mercados deben ser seleccionados en función de las oportunidades fijándose al mismo tiempo en las expectativas u \_\_\_\_\_ que se pretende alcanzar en esos mercados.

[Ir al solucionario](#)



### Resultado de aprendizaje 3:

Conoce el mecanismo que permita administrar divisas para la negociación en comercio exterior.

Este resultado de aprendizaje se logrará mediante la comprensión y aplicación de la operatividad de los mercados de divisas a través del conocimiento de los instrumentos financieros de apoyo a las exportaciones e importaciones.

#### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



### Semana 11

En la unidad 4, se estudiarán los temas de control de cambios, mercados de divisas y financiación; este tema será analizado en las semanas 11 y 12, lo invito a revisar los contenidos teóricos de la operatividad de mercados de divisas, riesgo de cambio y cobertura, financiación de importaciones y exportaciones; y los instrumentos de apoyo a la exportación. Iniciemos el estudio estimados alumnos y éxitos en el presente aprendizaje.

#### Unidad 4. Control de cambios, mercados de divisas y financiación

Estimado estudiante, empezamos esta semana con el análisis de tres temas: operatividad de los mercados de divisas, riesgos de cambio y cobertura; y financiación de importaciones y exportaciones.

**¡Empecemos con la semana 11!**

##### 4.1. Definición y operativa de los mercados de divisas

Las operaciones comerciales y financieras son realizadas por las empresas y residentes ecuatorianos con el exterior en dólares o divisas convertibles.



La divisa es cualquier medio de pago cifrado en moneda extranjera; por ejemplo, euros, libra esterlina, peso mexicano, real brasileño, sol peruano, etc. Esta actividad se centra en el mercado de divisas caracterizada por el libre cambio y su objetivo principal es facilitar el comercio internacional y la inversión extranjera.

Las instituciones financieras son las encargadas de la compraventa fundamentada en la libre oferta y demanda. **La oferta de divisas**, según Martín (2023), está dada por: exportadores, inversiones extranjeras, ingresos por turismo, fletes del exterior, transporte, fletes, etc., mientras la **demand de divisas** está centrada en los importadores, inversiones de los países en el exterior, pagos por servicios, préstamos al exterior, entre otras.

## 4.2. Riesgos de cambio y cobertura

Martín (2020), considera que el riesgo de cambio puede ser un factor de distorsión en la gestión financiera y la única forma de eliminarlo es traspasándose al otro contratante, cerrando las operaciones en la moneda de su país o utilizando los diferentes sistemas de cobertura que existan.

Cuanto mayor sea el plazo de liquidación de una operación comercial internacional, mayor será la incertidumbre frente al riesgo.

La elección de la moneda en la que se liquida la transacción es un acto negociable entre deudor y acreedor.

Los instrumentos de cobertura de cambio son variables según el país. España, por ejemplo, hace referencia a cuatro instrumentos: seguro de cambio, opciones sobre divisas, futuro de divisas y autoseguros.

A continuación, se presenta un ejemplo de cambio de divisas en una transacción comercial.



Supongamos que una empresa de Estados Unidos, llamada ABC Inc., desea comprar bienes a una empresa en España, llamada XYZ S.A., y el pago se debe realizar en euros. La empresa ABC Inc., utiliza dólares estadounidenses (USD) como su moneda local. A continuación, se muestra cómo se podría realizar el cambio de divisas en esta transacción:

1. **Cotización de divisas:** ABC Inc., se informa sobre las tasas de cambio actuales entre el dólar estadounidense (USD) y el euro (EUR) a través de un proveedor de servicios financieros o mediante el uso de plataformas en línea especializadas. Supongamos que la cotización actual es  $1 \text{ USD} = 0,85 \text{ EUR}$ .
2. **Cálculo del importe en euros:** XYZ S.A., proporciona a ABC Inc. el monto en euros que debe pagarse por los bienes acordados. Supongamos que el monto es de 10,000 euros.
3. **Conversión a dólares estadounidenses:** ABC Inc., realiza el cálculo para determinar cuánto deberá pagar en dólares estadounidenses. Utilizando la cotización de divisas mencionada anteriormente, el cálculo sería el siguiente:  $10,000 \text{ euros} \times 1 \text{ USD} / 0,85 \text{ EUR} = 11,764,71 \text{ dólares estadounidenses}$ .
4. **Negociación del tipo de cambio:** si ABC Inc., encuentra que el tipo de cambio actual no es favorable, podría intentar negociar con XYZ S.A. para obtener un tipo de cambio más beneficioso. Esto dependerá de las circunstancias y del acuerdo entre ambas partes.
5. **Transacción de divisas:** una vez que ABC Inc., tiene el monto en dólares estadounidenses que debe pagar, procederá a realizar la transacción de divisas. Puede hacerlo a través de un banco, una casa de cambio o utilizando servicios de transferencia de dinero en línea. El monto en dólares estadounidenses se convertirá a euros utilizando el tipo de cambio acordado y se transferirá a XYZ S.A.





Estimado estudiante, tenga en cuenta que las tasas de cambio fluctúa y que existen costos asociados a la conversión de divisas, como comisiones bancarias o tarifas de transacción.

Es recomendable contar con el asesoramiento de expertos en el campo de divisas para obtener el mejor resultado en la transacción.

### 4.3. Financiación de importaciones y exportaciones

Las operaciones financieras internacionales pueden estar ligadas a operaciones de comercio exterior o financiaciones puras; se hará referencia a la primera, donde se distinguen la financiación a las importaciones y exportaciones.

#### 4.3.1. Financiación de la importación

Los productos que se importan desde un determinado país se agrupan siguiendo la clasificación de los productos; el Banco Central del Ecuador-balanza comercial los productos a importar se clasifican en:

- a. Bienes de consumo.
- b. Materias primas.
- c. Bienes de capital.
- d. Combustible y lubricante.
- e. Diversos.

Los sujetos financiadores de la importación pueden ser dos: los propios exportadores y el banco importador y la moneda de financiación es el dólar.

#### 4.3.2. Financiación de la exportación

Los exportadores tienen necesidades financieras de dos tipos: créditos de prefinanciación y créditos para la movilización del cobro aplazado.





Los créditos de prefinanciación a menudo son utilizados para compra de materia prima, fabricar productos y mantenimiento de stock; estos pueden ser puntuales (embarque, mercadería) y genéricos (cualquier actividad exportadora).

El crédito para refinanciar exportaciones tiene como objetivo fundamental financiar el período de fabricación de una mercancía o la adquisición de esta con destino a la exportación.

El tiempo o período crediticio dependerá desde el pedido hasta el embarque de la mercancía y la moneda de financiación podría ser en dólares o divisas.



### Actividad de aprendizaje recomendada

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de la actividad que se ha planteado a continuación.

Realizar el siguiente ejercicio:

Tech Inc., es una empresa con sede en Estados Unidos que fabrica productos electrónicos. Recientemente, han recibido una orden de compra de una empresa en Japón, llamada Reactivos Cía. Ltda., por un valor de 100,000 yenes japoneses (JPY). ABC Inc., debe realizar el pago en dólares estadounidenses (USD) y necesita determinar la cantidad exacta que debe transferir en USD utilizando la tasa de cambio actual.

La cotización de divisas actual es de 1 USD = 110 JPY.

Para realizar la actividad, revise la guía didáctica correspondiente a la semana 11.

Determinar el monto en dólares estadounidenses: utilizando la cotización de divisas de 1 USD = 110 JPY, calcular cuántos dólares estadounidenses se necesitan para pagar los 100,000 yenes japoneses.

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Estimado estudiante, realizada la transacción y una vez que la empresa Tech Inc. ha verificado la tasa de cambio actualizada, puede realizar la transferencia de los 909.09 dólares estadounidenses a la empresa Reactivos Cía. Ltda., utilizando los servicios de transferencia de dinero apropiados.

## Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



### Semana 12

## Unidad 4. Control de cambios, mercados de divisas y financiación

Cerramos el estudio del tema control de cambios, mercados de divisas y financiación, con el desarrollo del ítem instrumentos financieros de apoyo a la exportación. Sírvase revisar el siguiente documento: [Guía Financiera 2021 PROECUADOR](#), guía sobre el uso de los productos financieros existentes en el Ecuador, así como las orientaciones para reducir los desafíos y obtención de financiamiento.

**¡Empecemos!**

### 4.4. Instrumentos financieros y organizaciones de apoyo a la exportación

#### 4.4.1. Instrumentos de financiación

En Ecuador, existen varios instrumentos de financiación del comercio exterior que facilitan las transacciones comerciales internacionales. Algunos de los instrumentos más comunes son:

1. **Carta de crédito:** es un instrumento emitido por un banco, a solicitud del importador, que garantiza el pago al exportador siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones. El banco se compromete a pagar al exportador una vez que se hayan cumplido los términos y condiciones establecidos en la carta de crédito.



2. **Crédito documentario:** similar a la carta de crédito, es un instrumento en el cual el banco se compromete a pagar al exportador una vez que se presenten los documentos de embarque y cumplimiento de las condiciones establecidas en el crédito documentario. Proporciona seguridad tanto al exportador como al importador.
3. **Avales y garantías bancarias:** son instrumentos mediante los cuales un banco garantiza el cumplimiento de ciertas obligaciones financieras o comerciales de una de las partes involucradas en una transacción de comercio exterior. Pueden ser utilizados para respaldar pagos, cumplimiento de contratos u otras obligaciones financieras.
4. **Factoring internacional:** consiste en la venta de facturas o cuentas por cobrar a una entidad financiera especializada. El exportador puede obtener financiamiento inmediato al ceder sus facturas pendientes de pago a cambio de una comisión. La entidad financiera se encarga de cobrar las facturas directamente a los compradores extranjeros.
5. **Financiamiento a la exportación:** los bancos y entidades financieras en Ecuador pueden ofrecer diferentes tipos de préstamos y líneas de crédito destinados específicamente a financiar las actividades de exportación. Estos préstamos pueden cubrir los costos de producción, transporte, *marketing* y otros gastos asociados a la exportación.

Los instrumentos de apoyo financiero varían y están sujetos a cambios en las políticas y regulaciones.

#### 4.4.2. Organizaciones de apoyo financiero a las exportaciones

A continuación, se presentan las organizaciones de apoyo financiero a la exportación que benefician a las empresas ecuatorianas que desean expandir sus operaciones en el ámbito internacional.

1. **Banca de desarrollo:** instituciones como el Banco de Desarrollo del Ecuador (BEDE) y el Banco Nacional de Fomento (BNF), ofrecen líneas de crédito y financiamiento especializado para empresas exportadoras. Estos bancos brindan apoyo financiero a través de préstamos a tasas preferenciales,



garantías y programas de financiamiento específicos para el sector exportador.

2. **Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI):** esta entidad se encarga de promover las exportaciones ecuatorianas y brinda asistencia a las empresas en diversos aspectos, incluido el financiamiento. CORPEI trabaja en conjunto con instituciones financieras y ofrece programas de apoyo financiero para impulsar la internacionalización de las empresas.
3. **Seguro de crédito a la exportación:** la Corporación Financiera Nacional (CFN) ofrece el Seguro de Crédito a la Exportación (SCE), el cual cubre los riesgos comerciales y políticos asociados a las exportaciones. Este seguro brinda protección contra impagos, incumplimientos contractuales, riesgos políticos y otros eventos que puedan afectar las operaciones de exportación.
4. **Fondo de Promoción de las Exportaciones e Inversiones (PRO- ECUADOR):** encargada de promover las exportaciones no petroleras de Ecuador. Además, de brindar asesoramiento y servicios de promoción, trabaja en conjunto con instituciones financieras para facilitar el acceso a financiamiento para las empresas exportadoras.
5. **Programas de garantías y avales:** ofrecidos por instituciones como el Banco Central del Ecuador (BCE) y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Estos programas buscan respaldar a las empresas exportadoras, otorgándoles garantías y avales que faciliten el acceso al crédito y reduzcan el riesgo para los prestamistas.



Las empresas interesadas en acceder a estos instrumentos, deben contactarse con las entidades correspondientes para obtener información actualizada y detallada sobre los requisitos y condiciones de cada programa.





## Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Lo invito a revisar el siguiente documento [Guía Financiera 2021 PROECUADOR](#).
2. Analice los productos financieros ofertados por las entidades públicas y privadas ecuatorianas.

Luego de realizar la actividad propuesta, usted podrá identificar un directorio de productos ofertados para los sectores productivos a quienes se dirigen estos programas de financiamiento.

3. Realice una lectura comprensiva de la guía didáctica de las semanas 11 y 12; y desarrolle la siguiente autoevaluación para evaluar su nivel de comprensión de estas unidades. **¡Adelante y éxitos!**



### Autoevaluación 4

#### **A. Analice y responda con verdadero o falso.**

1. El nuevo sol peruano, moneda utilizada en el Perú, constituye una divisa.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.
2. La divisa cumple varias funciones en una economía, destacan: medio de intercambio, unidad de cuenta, reserva de valor e instrumento de política monetaria.
  - a. Verdadero.
  - b. Falso.



3. La oferta de divisas viene dada fundamentalmente por los exportadores, inversionistas extranjeros, préstamos del exterior e ingresos por turismo.

- a. Verdadero.
- b. Falso.

**B. Analice los siguientes planteamientos y seleccione la alternativa correcta:**

4. El Estado, como administrador de la política comercial, se apoya en principios, instrumentos y normas para regular las relaciones comerciales con el exterior; por lo tanto, la política comercial tiene como principal objetivo:

- a. Orientar la estructura y volumen del comercio exterior.
- b. Establecer las medidas arancelarias, extra arancelarias o paraarancelarias.
- c. Identificar a las empresas que han sido afectadas por la competencia internacional.

5. Las medidas de defensa comercial que protegen temporalmente la producción nacional, frente al aumento imprevisto de las importaciones de productos similares o directamente competidores, causando daño a la industria local, se denomina:

- a. Salvaguardias.
- b. Derechos compensatorios.
- c. Derechos antidumping.

6. Complete la siguiente aseveración: una empresa extranjera practica *dumping* \_\_\_\_\_ .

- a. Si exporta un producto a un precio inferior a su «valor normal» (precio del producto cuando se vende en el mercado nacional, o bien, con el costo de producción + ventas, gastos administrativos).



- b. Si exporta un producto a un precio mayor a su «valor normal» (es el precio del producto cuando se vende en el mercado nacional, o bien, con el costo de producción + ventas, gastos administrativos).
- c. Si importa un producto a un precio real (es el precio del producto cuando se vende en el mercado nacional, o bien, con el costo de producción + ventas, gastos administrativos).

7. ¿Cuál es el objetivo del COPCI (Código orgánico de la Producción, comercio e Integración)?

- a. Transformar la matriz productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basados en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente.
- b. Transformar los insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables; incluyendo las actividades comerciales.
- c. Regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

### C. Analice y complete las siguientes aseveraciones:

8. Existen varios instrumentos de financiación del comercio exterior que facilitan las transacciones comerciales internacionales. Algunos de los instrumentos más utilizados son: la \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_.
9. El instrumento emitido por un banco, a solicitud del importador, que garantiza el pago del exportador siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones se denomina \_\_\_\_\_.
10. Los bancos y entidades financieras en Ecuador ofrecen diferentes tipos de préstamos y \_\_\_\_\_ destinados a financiar las \_\_\_\_\_. Estos préstamos pueden cubrir los costos de \_\_\_\_\_.



producción, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ y otros gastos asociados a la exportación.

Ir al solucionario





## Resultado de aprendizaje 4:

Conoce la regulación y reglamentaciones que rigen el comercio exterior.

Este resultado, estimado estudiante, se logrará a través del conocimiento de dos temas: i) gestión aduanera del comercio exterior, actividad relacionada con el código aduanero que recogen la normativa aplicable al comercio exterior y ii) con los incoterms utilizados en la entrega de mercancías.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



## Semana 13

Para el desarrollo de la unidad 5: Código aduanero e incoterms, se utilizará el [Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI](#) que regula el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio y consumo en el Ecuador.

**¡Éxitos en el presente aprendizaje!**

## Unidad 5. Código aduanero e incoterms

Luego de analizar la operatividad del mercado de divisas y financiación. A continuación, estudiaremos dos temas básicos, el código aduanero y los incoterms, temas que facilitan la comprensión de la operatividad del comercio exterior.



Estos temas serán analizados en las semanas 13 a 15, para lo cual será necesario revisar el documento del [Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI](#). De igual manera, visite la página web de [Arancel Nacional de Aduanas Ecuador](#).



## 5.1. Objeto y ámbito de aplicación del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) de Ecuador, regula las diversas áreas relacionadas con la producción, comercio e inversiones en el país. Se encuentra registrada en el suplemento 351 de 29-dic-2010, modificado: 31-dic-2019. En el artículo 2, se establece el objetivo “regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, **comercio**, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir”.

En el artículo 4, se establecen los fines de esta legislación; a continuación, se hace referencia a los ítems (m, n, o y p) relacionados con el comercio exterior:

- Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador.
- Potenciar la sustitución estratégica de importaciones.
- Fomentar y diversificar las exportaciones.
- Facilitar las operaciones de comercio exterior.

### 5.1.1. El territorio aduanero

Es el territorio nacional en el cual se aplican las disposiciones de este código y comprende las zonas primarias y secundarias.

- Primaria:** constituida por el área interior de los puertos y aeropuertos, recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él.
- Secundaria:** que comprende la parte restante del territorio ecuatoriano, incluidas las aguas territoriales y espacio aéreo (Art. 105 y 106 del COPCI).

### Representación aduanera (agentes de aduana)



La representación aduanera en Ecuador se encuentra regulada en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). A continuación, se mencionan algunos artículos del COPCI que están relacionados con la representación aduanera:

- **Artículo 227:** agente de aduana, persona natural o jurídica, cuya licencia otorgada por el director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo firmar la declaración aduanera. Para efectos de responsabilidad, los agentes de aduana serán considerados como notarios públicos.
- **Artículo 228:** derechos y deberes del agente de aduana. La principal obligación del agente de aduanas es cumplir este código, reglamentos y las disposiciones dictadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y asesorar en el cumplimiento de estas a quienes contraten los servicios.

### 5.1.2. Operador económico autorizado

**Artículo 231:** operador económico autorizado - es la persona natural o jurídica involucrada en el movimiento internacional de mercancías, cualquiera que sea la función que haya asumido, que cumpla con las normas equivalentes de seguridad de la cadena logística establecidas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, para acceder a facilidades en los trámites aduaneros.

Los operadores económicos autorizados incluyen, entre otros, a fabricantes, importadores, exportadores, transportistas, consolidadores, desconsolidadores, agentes de carga internacional, puertos, aeropuertos, depósitos aduaneros, depósitos temporales, *courier*, operadores de terminales y se regularán conforme las disposiciones que para el efecto emita la directora o el director general.

Para ser calificado como un Operador Económico Autorizado (OEA) deberá cumplir con los requisitos previstos en el reglamento del COPCI.



### 5.1.3. Arancel aduanero y clasificación arancelaria de las mercancías

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) de Ecuador regula el arancel aduanero y la clasificación arancelaria de las mercancías. A continuación, se mencionan algunos artículos del COPCI relacionados con estos temas:

- **Artículo 76:** las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (*ad-valorem*), en términos monetarios por unidad de medida (específicos) o como una combinación de ambos (mixtos). Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador.
- **Artículo 77:** modalidades de aranceles. Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como:

Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior; o contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto.

Se reconocerán también otras modalidades que se contemplen en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador. Los aranceles nacionales deberán respetar los compromisos que Ecuador adquiera en los distintos tratados internacionales debidamente ratificados, sin perjuicio del derecho a aplicar medidas de salvaguardia o de defensa comercial a que hubiere lugar, que superen las tarifas arancelarias establecidas.



### 5.1.3.1. El Sistema Armonizado (SA)

El sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, conocido como “Sistema Armonizado” o simplemente SA, es uno de los instrumentos más exitosos desarrollados por la Organización Mundial de Aduanas para facilitar el comercio internacional.

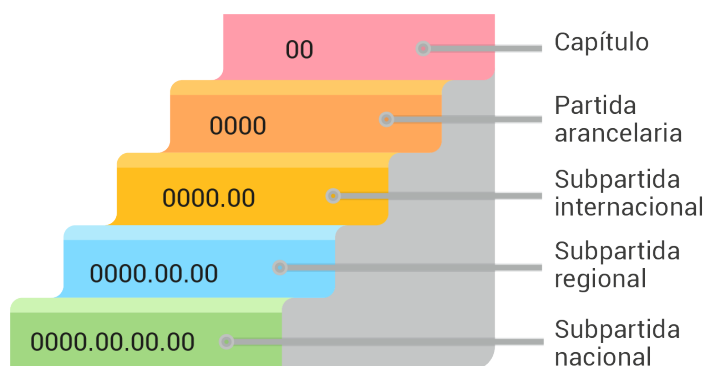
Es una nomenclatura polivalente de mercancías que comprende alrededor de 5000 grupos de productos básicos, cada uno identificado por un código de seis dígitos, empleada por más de 200 países y uniones aduaneras como base para aplicación de los aranceles aduaneros y estadísticas de comercio internacional.

Permite disponer de una terminología y de un código común para registrar categorías de productos identificados con códigos numéricos de seis dígitos.

La figura 9, muestra la estructura del sistema armonizado, estructurada jerárquicamente y dividida en 97 capítulos, agrupados en 21 secciones codificadas con números romanos de I a XXI.

**Figura 9**

*Estructura del sistema armonizado*



*Nota.* Adaptado de *Nomenclatura Arancelaria NANDINA*, por Arancel nacional de Aduanas, 2023, E-Aduana

- **Capítulo:** código de **2 dígitos** de uso universal para los países miembros de la OMC que agrupan un conjunto de mercancías.

- **Partida arancelaria:** código de **4 dígitos** de uso universal para los países miembros de la OMA, los dos primeros indican el capítulo, mientras que los dos últimos revelan la posición de la partida en el mismo.
- **Subpartida arancelaria:** código de **6 dígitos** de uso universal para los países miembros de la OMA, el quinto y sexto dígito identifican las subpartidas de uno y dos guiones; la ausencia de estas subpartidas se indica con un cero.
- **Subpartida arancelaria regional:** código de **8 dígitos** de uso regional, para los países miembros de la región se aplica la nomenclatura NANDINA.
- **Subpartida arancelaria nacional:** código de **10 dígitos** de uso nacional que se designa a una o varias mercancías.

### 5.1.3.2. Nomenclatura arancelaria NANDINA

La Nomenclatura Arancelaria Común de la Comunidad Andina tiene por finalidad facilitar la identificación y clasificación de las mercancías, las estadísticas de comercio exterior y otras medidas de política comercial del bloque.

El código numérico de la NANDINA está compuesto de ocho dígitos expuestos en la siguiente tabla.



**Tabla 2**  
*Estructura del sistema armonizado NANDINA*

Dígitos										Denominación
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	
1º	2º									Capítulo
1º	2º	3º	4º	5º						Partida del sistema Armonizado
1º	2º	3º	4º	5º	6º					Subpartida del sistema Armonizado
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º			Subpartida NANDINA
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	Subpartida Nacional

*Nota.* Adaptado de *Nomenclatura Arancelaria NANDINA*, por Arancel nacional de Aduanas, 2023, E-Aduana.

**5.1.3.3. Tipos de aranceles**

El arancel es una barrera específica al comercio exterior. Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos, tales como:

- a. **Ad-valorem:** términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía.
- b. **Específico:** términos monetarios por unidad de medida.
- c. **Mixto:** un arancel expresado como la combinación de un derecho “ad-valorem” y de derecho “específico según las condiciones, mediante la aplicación de uno de ellos por debajo de un límite y la aplicación del otro por encima de ese límite.
- d. **Compuesto:** un arancel expresado como la combinación de un derecho “ad-valorem” y de un derecho “específico”, sumando, o restando uno del otro.

La tarifa arancelaria corresponde al valor arancelario a aplicar, determinado mediante un arancel ad-valorem, arancel específico o arancel compuesto.



El primer valor expresado en la columna de “Tarifa Arancelaria” corresponderá a un valor porcentual (%), ejemplo:

**Tabla 3**  
*Tarifa arancelaria- valor porcentual*

Código	Designación de Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	Observaciones
0101.21.00	--Reproductores de raza pura	u	15	

*Nota.* Adaptado de *Nomenclatura Arancelaria NANDINA*, por Arancel nacional de Aduanas, 2023, E-Aduana.

Para la aplicación del arancel compuesto, el primer valor expresado en la columna de “Tarifa Arancelaria” corresponderá a un valor porcentual (%), y el segundo corresponderá a un valor específico, ejemplo:

**Tabla 4**  
*Tarifa arancelaria compuesto: -valor porcentual+ valor específico*

Código	Designación de Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	Observaciones
6201.21.00	--De lana o pelo fino	u	10 + USD 5.5. por kg.	

*Nota.* Adaptado de *Nomenclatura Arancelaria NANDINA*, por Arancel nacional de Aduanas, 2023, E-Aduana.

Para ampliar el tema de los aranceles, lo invito a revisar el [Arancel Nacional – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador](#).

Al revisar esta información identificará los tipos de aranceles para las partidas y subpartidas arancelarias. La recopilación de los códigos arancelarios para cada mercancía, con sus respectivas tarifas arancelarias, son indispensables en los procesos de importación y exportación.







## Actividades de aprendizaje recomendadas

Reforcemos el aprendizaje completando las siguientes actividades.

1. Revise el [Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI](#).
2. Analice y realice un resumen esquematizado de:
  - Los servicios aduaneros (Art. 210).
  - Las atribuciones de la aduana (Art. 211).
  - Los servicios de las aduanas del Ecuador (Art. 212).
  - La administración del servicio de aduanas.

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Una vez realizada la actividad, usted identificará los servicios y atribuciones aduaneras: facilitar el comercio exterior y ejercer el control de la entrada y salida de mercancías, unidades de carga y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República, así como quienes efectúen actividades directa o indirectamente relacionadas con el tráfico internacional de mercancías; determinar y recaudar las obligaciones aduaneras causadas por efecto de la importación y exportación de mercancías, conforme los sistemas previstos en el código tributario; resolver los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados; prevenir, perseguir y sancionar las infracciones aduaneras.





## Semana 14

### Unidad 5. Código aduanero e incoterms

#### 5.1. Objeto y ámbito de aplicación del código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI

Continuamos con el estudio del tema: código aduanero, analizaremos en esta semana despachos aduaneros: las exportaciones e importaciones y los regímenes aduaneros, para lo cual lo invito a revisar la [guía del exportador](#). Además, la información de [para Importar](#) del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

**¡Empecemos!**

##### 5.1.4. Despachos aduaneros

Esta gestión tiene como propósito conocer cuáles son los regímenes aduaneros que sustentan las importaciones y exportaciones.

Es importante señalar que no se exportan ni se importan productos, sino que se exportan e importan partidas arancelarias, por lo que lo primero que debe hacerse es la identificación de las mercancías según codificación (nomenclatura arancelaria).

##### 5.1.4.1. Exportación

Es una actividad comercial que consiste en la venta o envío de productos fuera del territorio nacional.

Los regímenes de exportación en el Ecuador son:

- Exportación definitiva (Art.154 COPCI).



- Exportación temporal con reimportación en el mismo estado (Art.155 COPCI).
- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Art. 156 COPCI).

### Requisitos para ser exportador

**Tanto los** ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales y jurídicas, pueden realizar exportaciones.

Para ser exportador se requiere:

1. Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por la [Registro civil](#) y [Security data](#).
3. Registrarse como exportador en Ecuapass, donde podrá:
  - Actualizar su información en la base de datos.
  - Crear usuario y contraseña.
  - Aceptar las políticas de uso.
  - Registrar firma electrónica.

### Etapas de exportación

Se distinguen dos etapas:

#### 1. Etapa pre-embarque - Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

El proceso de exportación 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 (lista de empaque). Esta declaración crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

Los principales datos por registrar en la DAE son:

- Del exportador o declarante.



- Descripción de mercancías por ítem de factura.
- Datos del consignatario.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso.

Revise los siguientes documentos donde encontrará los formatos de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), factura comercial y lista de empaque.

- [Anexo 1: Formato de la Declaración Aduanera de Exportación \(DAE\).](#)
- [Anexo 2: Formato de factura comercial.](#)
- [Anexo 3: Formato lista de empaque.](#)

## 2. Etapa post embarque

A esta etapa corresponde regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación (DAE) ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Realizado el registro, la DAE obtiene la marca regularizada. Para completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

1. Copia de la factura comercial.
2. Copia de la lista de empaque.
3. Copia de certificado de origen.
4. Copias no negociables de documentos de transporte multimodal.

Lo invito a analizar los documentos requeridos para obtener el certificado fitosanitario.



### 5.1.4.2. Importación

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya declarado.

Las importaciones en Ecuador están reguladas por el **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**, el cual establece las normas y regulaciones que rigen el comercio exterior, incluyendo las importaciones, con el objetivo de promover y regular las actividades comerciales en el país.

#### Los regímenes de importación son:

- Importación para el consumo (Art. 147 COPCI).
- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI).
- Admisión temporal para perfeccionamiento activo (Art. 149 COPCI).
- Reposición de mercancías con franquicia arancelaria (Art. 150 COPCI).
- Transformación bajo control aduanero (Art. 151 COPCI).
- Depósito aduanero (Art. 152 COPCI).
- Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI).

#### Pasos previos a la importación

1. Obtención del certificado digital para firma electrónica.
2. Instalación del Ecuapass (sistema aduanero del Ecuador que facilita a todos los operadores de comercio exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Está conformado por diez módulos articulados que permiten realizar todo trámite aduanero).
3. Registro del importador en el sistema informático aduanero (Ecuapass).
4. Conocer restricciones de productos a importar; si los productos importados son de origen vegetal o animal, es necesario obtener el certificado fitosanitario y/o zoosanitario emitido por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad).
5. Trámites de desaduanización de mercancías, lo cual implica: contar con la asesoría y servicios de Agentes de Aduanas autorizadas por la Aduana y la



presentación de la Declaración Aduanera de Importación (DAI). Ver el [anexo 4: Formato de la Declaración Aduanera de Importación \(DAI\)](#).

Señor estudiante, tenga en cuenta que los procedimientos podrían variar según el tipo de producto, los requisitos específicos y los acuerdos comerciales vigentes. Por lo tanto, es recomendable contar con el apoyo de un agente de aduanas y mantenerse informado sobre las regulaciones aduaneras actuales y los requisitos aplicables a la importación específica.

Revise la página oficial de [Agrocalidad - La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario](#). Este organismo regula y controla la sanidad vegetal y animal garantizando la calidad de los productos agrícolas y pecuarios, protegiendo la salud de los vegetales y animales, facilitando el comercio internacional de manera segura y sostenible.



Señor estudiante, esta información le permitirá conocer los requisitos para emitir y obtener las certificaciones y control de calidad: fitosanitaria, buenas prácticas agrícolas, ganaderas y control de residuos de plaguicidas y otros contaminantes solicitados en algunos procesos de comercio exterior.



### Actividad de aprendizaje recomendada

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de la actividad que se ha planteado a continuación:

1. Para realizar esta actividad, visite la página oficial sobre la Ruta del exportador y, una vez allí, visualice el video titulado "[Ruta PRO ECUADOR](#)".

Una vez observado el video, usted identificará las diferentes sugerencias para exportar, así como empresas establecidas. El objetivo de este organismo es fomentar, guiar e internacionalizar.





## Unidad 5. Código aduanero e incoterms

Finalizamos el estudio de código aduanero, analizando los incoterms. Los Incoterms son esenciales para asegurar que las transacciones internacionales se realicen de manera clara, precisa y eficiente, ayudando a las empresas a minimizar riesgos y conflictos. A lo largo de esta unidad, aprenderá a identificar cada uno de los términos, su aplicación práctica y su impacto en el proceso logístico y financiero.

**¡Empecemos!**

### 5.2. Incoterms 2020

Con fecha 1ro de enero de 2020, entró en vigor los incoterms editados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI); esta nueva modificación supone una adecuación más ajustada a la realidad del comercio exterior actual, definiendo con mayor claridad las obligaciones y responsabilidades en cada término internacional de comercio.

#### 5.2.1. Definición y utilización

Los incoterms son un conjunto de reglas establecidas por la CCI, definen las responsabilidades y los riesgos entre el comprador y el vendedor en una transacción comercial internacional. A través de esta, se determinan las siguientes operaciones de compraventa internacional.

El uso de los incoterms es facultativo para los exportadores e importadores; sin embargo, su aceptación ha sido generalizada en el comercio exterior, debido a que determinan quién se hace cargo de los costos de transporte, seguros, aduanas y otros gastos relacionados; así como cuándo y dónde se transfiere la responsabilidad sobre la mercancía.



## 5.2.2. Descripción y relación de los incoterms

- **EXW** (*Ex Works* - **en fábrica**)

El vendedor coloca la mercancía a disposición del comprador en su ubicación y el comprador asume todos los costos y riesgos desde la fábrica o domicilio del vendedor en adelante (destino final).

- **FCA** (*Free Carrier* - **franco transportista**)

El vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador en un lugar acordado. A partir de ese momento, el comprador asume los costos y riesgos.

- **FAS** (*Free Alongside Ship* – **libre al costado del buque**)

El vendedor (exportador) se encarga de los gastos de carga y transporte hasta el puerto de embarque convenido y hasta la entrega de la mercadería, cuando esta es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido, incluyendo descarga en el puerto, almacenamiento, gastos de inspección, gastos de aduana, despachos de aduana para la exportación y el seguro que cubra hasta la carga de la mercancía en el buque.

- **FOB** (*Free On Board* - **franco a bordo**)

El vendedor se encarga de la entrega de la mercancía a bordo del medio de transporte designado por el comprador en un puerto o lugar de embarque especificado. A partir de ese momento, el comprador asume los costos y riesgos.

- **CIF** (*Cost, Insurance and Freight* - **coste, seguro y flete**)

El vendedor se encarga de entregar la mercancía a bordo del medio de transporte designado por el comprador y de contratar un seguro de transporte. El vendedor cubre los costos del transporte y seguro hasta el puerto de destino convenido.





- **CPT (*Carriage paid to* – transporte pagado hasta)**

El vendedor asume los costos del transporte de las mercancías hasta que esta se encuentra en el punto convenido en el país de destino; el comprador asume los riesgos y costos desde este momento.

- **CIP (*Carriage and Insurance Paid to* - transporte y seguros pagados hasta)**

El vendedor pagará todos los gastos que genere el transporte hasta entregar la mercancía en el lugar convenido en el país de destino, el comprador asume los riesgos y costos desde ese momento.

A diferencia del Incoterms CPT, el vendedor debe conseguir un seguro contra el riesgo que soporta el comprador por la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte.

- **DAP (*Delivered At Place* - entregado en lugar)**

El vendedor es responsable de entregar la mercancía en un lugar designado previamente, asumiendo todos los costos y riesgos hasta ese punto.

- **DPU (*Delivered at Place Unloads* – entrega en lugar con descarga)**

El vendedor corre con todos los riesgos que implica llevar la mercancía hasta el lugar de destino designado y descargarla allí. Es un incoterm polivalente, válido para cualquier modo de transporte (terrestre, aéreo, marítimo) o sus combinaciones.

- **DDP (*Delivered Duty Paid* - entregado derechos pagados)**

El vendedor se hace cargo de todos los costos y riesgos, incluidos los impuestos, aranceles y entrega la mercancía en el lugar convenido de destino.

Los documentos que el exportador debe presentar varían en función del incoterm que se utilice, destacan principalmente: factura comercial, packing list, documento de origen, Declaración Aduanera de Exportación (DAE), costes



de transporte, manipulaciones de origen; y en función de la partida arancelaria: licencias, autorizaciones, calidad, fitosanitarios, etc. Lo invito a ampliar estos conocimientos revisando el video sobre [incoterms](#).

5.2.3. Clasificación de los incoterms

Martín (2020), clasifica los incoterms de dos maneras: por el uso del transporte y por las obligaciones y responsabilidades que asume el exportador (ver figura 10).

Figura 10  
Clasificación de los incoterms



Nota. Adaptado de Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior, por Martín, M., 2020, Editorial FC.



La figura 10, muestra la clasificación de los incoterms: i) por el **tipo de transporte principal** que podrá ser única y exclusivamente marítima: 4 incoterms (FAS, FOB, CFR y CIF) a utilizar cuando la mercancía se transporta entre dos puertos o polivalentes: 7 incoterms (EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP) que pueden utilizarse con independencia del modo de transporte y de si se emplean uno o más modos de transporte; y ii) por el **límite de obligaciones y responsabilidades** asumidas por el exportador y por los costes que van incluidos en la factura comercial: términos E (mercancía recogida en), términos F (mercancía transportada desde), términos C (mercancía transportada hasta) y términos D (mercancía entrega en).

#### 5.2.4. Criterios de selección de cada incoterm

Los términos incoterms establecen las responsabilidades y obligaciones de las partes en función de la entrega y transferencia de riesgos. Es sustancial que las partes involucradas en una transacción internacional acuerden y especifiquen claramente el término incoterm que se utilizará en el contrato para evitar confusiones y disputas.

Los criterios de selección están en función:

- a. Del mercado: oferta y competitividad.
- b. De la experiencia o importancia del exportador: para negociar a mejores precios de transporte y seguro.

#### 5.2.5. Direcciones, consulta y ampliación sobre los incoterms

Para consultas y ampliación sobre los incoterms, diríjase a la [Cámara de Comercio Internacional](#), esta cuenta ofrece una introducción detallada para ayudar a los usuarios a seleccionar la regla incoterms apropiada para su transacción de venta e incorpora notas explicativas ampliadas para los usuarios al comienzo de cada regla incoterms.





## Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades.

1. Revise el video sobre incoterms mencionado en esta guía didáctica y visite la página oficial de la [Cámara de Comercio Internacional | CPI](#).
2. Una vez revisada la información responda los siguientes cuestionamientos:
  - ¿Dónde se enumeran los costos en los incoterms 2020?
  - ¿Cuáles son los diferentes niveles de cobertura de seguro en CIF y CIP?
  - ¿Dónde está la información sobre los requisitos relacionados con la seguridad?
  - ¿Es nueva la regla de los incoterms DPU?

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

Estimado estudiante, al realizar el análisis, usted comprenderá:

- a. Que todos los costos asociados a una determinada regla incoterms se encuentran en el artículo A9/B9.
- b. Que las reglas incoterms 2020, establecen diferentes niveles de cobertura de seguro en la regla de Seguro de Costos y Flete (CIF) y la regla de Transporte y Seguro Pagado (CIP), la regla CIF está reservada para su uso en el comercio marítimo y a menudo se utiliza en el comercio de productos básicos, mientras que la regla CIP requiere mayor nivel de cobertura.
- c. No todas las transacciones comerciales del vendedor al comprador son realizadas por un transportista tercero.
- d. Artículos A4 sobre transporte y A7 sobre despacho de exportación/importación de cada regla incoterms. Los costos relacionados con estas necesidades también figuran en el artículo A9/B9.



e. El antiguo Delivered at Terminal (DAT) se ha cambiado a Delivered at Place Unloaded (DPU), para enfatizar que el lugar de destino puede ser cualquier lugar y no solo una “terminal”.

3. Finalmente, para realizar la siguiente autoevaluación realice una lectura comprensiva de los contenidos de las semanas 13, 14 y 15.

**¡Adelante y éxitos!**



## **Autoevaluación 5**

### **A. Seleccione la opción correcta según corresponda:**

1. Para la aplicación de medidas arancelarias y no arancelarias a la importación y/o exportación de mercancías, así como para la elaboración de estadísticas de comercio exterior con fines económicos, comerciales e investigativos, se utilizará la designación y codificación de mercancías denominado:
  - a. Sistema Armonizado (SA).
  - b. Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU).
  - c. Códigos Contables (CC).
2. La política comercial es el conjunto de instrumentos que permiten asegurar la definición del tipo de apertura económica de un país; por lo tanto, su aplicación incide sobre las siguientes transacciones internacionales:
  - a. Exportaciones: promoción de exportaciones, subsidios y subvenciones, restricciones administrativas.
  - b. Importaciones a través de los aranceles, cupos, cuotas, restricciones, cláusulas de salvaguardia, restricciones administrativas, entre otras.
  - c. Exportaciones e importaciones.



3. Identifique el orden del proceso para internacionalizar una empresa:

- a. Reunir información para conocer la dimensión internacional, evaluar las posibilidades comerciales, determinación del mercado y el producto, definición operativa e implementación del negocio.
- b. Implementación del negocio, reunir información para conocer la dimensión internacional, evaluar las posibilidades comerciales, determinación del mercado y el producto; y definición operativa.
- c. Determinación del mercado y el producto, reunir información para conocer la dimensión internacional, evaluar las posibilidades comerciales, definición operativa e implementación del negocio.

4. La nomenclatura que facilita la identificación y clasificación de las mercancías, la identificación y tipos de aranceles, las estadísticas de comercio exterior y otras medidas de política comercial en la Comunidad Andina de Naciones relacionadas con la importación y/o exportación de mercancías es la nomenclatura:

- a. Arancelaria NALADI.
- b. Arancelaria NALADISA.
- c. Arancelaria Común- NANDINA.

5. La subpartida nacional, está conformada por 10 dígitos y presenta la siguiente estructura:

- a. Los dos primeros dígitos constituyen el capítulo, los cuatro dígitos constituyen la partida del Sistema Armonizado; los seis dígitos corresponden a la Subpartida del Sistema Armonizado; los 8 dígitos son la subpartida NANDINA y los 10 dígitos en conjunto corresponden a la subpartida Nacional.
- b. Los dos primeros dígitos constituyen el código de la mercadería, los cuatro dígitos constituyen la partida del Sistema Armonizado; los seis dígitos corresponden a la Subpartida del Sistema Armonizado; los 8 dígitos son la subpartida Nacional y los 10 dígitos en conjunto corresponden a la subpartida NANDINA.



c. Los dos primeros son los ad-valorem, los siguientes dos códigos corresponden al arancel específico; los dos códigos al arancel mixto y los cuatro últimos códigos al arancel compuesto.

6. El siguiente ejemplo, corresponde a la aplicación de:

- a. Un arancel compuesto.
- b. Ad-valorem.
- c. Arancel específico.

*Ejemplo*

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	Observaciones
6201.11.00	-- De lana o pelo fino	u	10+ USD 5.5 por kg.	

7. ¿Qué es una exportación?

- a. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.
- b. Es el documento virtual que certifica la vinculación de la firma electrónica con una persona determinada; es la equivalencia de la firma manuscrita ya que tiene la misma validez legal y está amparada en la Ley de Comercio Electrónico.
- c. Es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías en libre circulación, desde diferentes territorios.

### Verdadero o falso

8. Los incoterms obligan y vinculan a las partes contratantes, comprometen y a la vez marcan y delimitan obligaciones y responsabilidades, no dejando al libre albedrío de los compradores y



vendedores el criterio de la interpretación y el significado de los términos utilizados en la compraventa del exterior.

a. Verdadero.

b. Falso.

9. En el incoterm EXW (Ex Work) el exportador vende la mercancía en la fábrica o almacén; por lo tanto, corresponde al importador (comprador) contratar el transporte flete y seguros hasta el lugar de destino.

a. Verdadero.

b. Falso.

10. En el incoterm Franco a Bordo (FOB) el exportador transporta la mercancía hasta el puerto de carga, reserva espacio en un buque, paga el flete y el seguro de transporte marítimo hasta el puerto de destino.

a. Verdadero.

b. Falso.

[Ir al solucionario](#)



Hemos finalizado el estudio de las temáticas planificadas.

**¡Felicitaciones!**



## Resultado de aprendizaje 2 a 4:

- Identifica las principales técnicas metodologías y aplicaciones de la investigación de mercados para la gestión de procesos de comercio exterior.
- Conoce el mecanismo que permita administrar divisas para la negociación en comercio exterior.
- Conoce la regulación y reglamentaciones que rigen el comercio exterior.

### Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



## Semana 16

### Actividades finales del bimestre

#### Preparación para el examen bimestral

Estimado estudiante, en esta semana dedique todo su tiempo a estudiar los contenidos desarrollados en segundo bimestre y prepárese para rendir su examen presencial, de tal forma que logre alcanzar los resultados de aprendizaje y la máxima nota en este bimestre. Con el fin de lograr este objetivo, realice las siguientes actividades recomendadas.



### Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Revise las unidades recomendadas para cada semana de estudio:
  - Unidad 3: Investigación de mercados internacionales.
  - Unidad 4: Control de cambios, mercados de divisas y financiación.
  - Unidad 5: Código aduanero e incoterms.
2. Apóyese con la guía didáctica y los recursos educativos proporcionados.



3. Desarrollar las tareas recomendadas y autoevaluaciones propuestas en cada unidad.
4. Realice resúmenes o mapas conceptuales de los principales temas.
5. Organizar el tiempo en función de la distribución de las unidades estudiadas, utilizando herramientas como esquemas, resúmenes, las grabaciones y actividades síncronas desarrolladas dentro del componente.

*Nota:* por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

**¡Ánimo y éxito!**





## 4. Autoevaluaciones

### Autoevaluación 1

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El comercio internacional es beneficioso para el gobierno y las empresas (sujetos). El gobierno obtendrá mayores recursos al contar con una balanza de pagos positiva. Las empresas cumplirán sus objetivos económicos al ampliar sus mercados y generar más ingresos al vender al exterior.
2	a	Los negocios internacionales incluyen la actividad de comercio internacional y otras gestiones como empresa a nivel internacional.
3	a	Dentro del estado los sujetos que forman parte son: i) las organizaciones o empresas que activan la economía y productividad del país, ii) el gobierno a través de la política, iii) la cultura que determinan las costumbres y estilo de vida de las regiones, iv) el territorio que determina la geopolítica y recursos; y v) la población. Dentro de la empresa se encuentran los sujetos: i) clientes internos o activos de la empresa, ii) clientes externos o clientes que demandan el producto, iii) proveedores que abastecen de materia prima e insumos, iv) socios de la empresa, sociedad en donde se desarrolla la empresa; y v) gobierno como ente regulador de las operaciones comerciales de las unidades de negocio.
4	a	Dentro del estado los sujetos que forman parte son: i) las organizaciones o empresas que activan la economía y productividad del país, ii) el gobierno a través de la política, iii) la cultura que determinan las costumbres y estilo de vida de las regiones, iv) el territorio que determina la geopolítica y recursos; y v) la población.
5	b	Dentro de la empresa se encuentran los sujetos: i) clientes internos o activos de la empresa, ii) clientes externos o clientes que demandan el producto, iii) proveedores que abastecen de materia prima e insumos, iv) socios de la empresa, sociedad en donde se desarrolla la empresa; y v) gobierno como ente regulador de las operaciones comerciales de las unidades de negocio.
6	b	Las Medidas Arancelarias (MA): las medidas o barreras arancelarias persiguen dos objetivos fundamentales: proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera y contribuir a incrementar los ingresos fiscales del país.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
7	c	Los riesgos financieros están relacionados con el precio financiero de las operaciones de comercio exterior como el cambio e interés.
8	Falso	El desconocimiento de uno de estos pilares hará que no se logre tener éxito en los mercados exteriores; por lo tanto, es falso.
9	Verdadero	La terminal intermodal, conecta con uno o más puertos marítimos a través de un corredor de alta capacidad (vía navegable), dentro de una concepción intermodal (transporte de contenedores).
10	Falso	Existe diferencia entre el contrato de compraventa y el contrato de franquicias; la definición corresponde a un contrato de franquicia. El contrato de compraventa genera derechos y obligaciones para las partes y se aplican a los contratos que tienen por objeto el intercambio de bienes y servicios.

[Ir a la autoevaluación](#)



## Autoevaluación 2

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	Falso	El <i>marketing</i> internacional es un instrumento que utiliza el marketing para satisfacer las necesidades del consumidor. Incluye las 4 P: producto, precio, plaza y promoción.
2	Falso	La etiqueta, el envase y embalaje son estudiados en la primera variable producto. Estos elementos forman parte del atributo externo del producto.
3	Verdadero	Los atributos intrínsecos son los que determinan la esencia misma del producto, lo conforman las características físicas, la composición química, diseño y calidad, los cuales deben dar respuesta a las necesidades del cliente.
4	Completar	El precio es la segunda variable de la mezcla de <i>marketing</i> , definido teóricamente como el valor del producto en términos monetarios; es el único instrumento que proporciona ingresos.
5	Completar	Los precios son fijados considerando dos variables: los factores internos conformada por los costos y los objetivos empresariales y los factores externos que atienden las características de mercado, competencia y situación económicas y legales del gobierno.
6	Completar	La estrategia de precios competitivas es un criterio basado en los precios de la competencia; estos pueden ser precios similares de la competencia, precios superiores de la competencia y precios inferiores a los de la competencia.
7	Completar	El canal directo de distribución destaca por no tener intermediarios. El exportador vende directamente al consumidor final y tiene un control absoluto sobre el <i>marketing mix</i> .
8	a	La variable promoción acoge tres grandes temas: promoción, publicidad y relaciones públicas internacionales. Cada uno de estos elementos utilizan los instrumentos y estrategias adecuadas para lograr posicionar el producto internacionalmente
9	a	Las relaciones públicas y comunicación son uno de los elementos de la cuarta variable P "promoción", que incluye a todos los agentes que de una u otra forma tienen relación con la empresa. El propósito es conocer y posicionar el producto en el mercado internacional.
10	c	El grado de interconexión entre los temas o "módulos" de estudio que determinan el comercio exterior la conforman la gestión: comercial y marketing; transporte y logística; jurídica, financiera; y aduanera.



[Ir a la autoevaluación](#)



### Autoevaluación 3

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	Verdadero	La puesta en marcha del plan de marketing internacional permite a la empresa tener un mayor control sobre las incertidumbres del comercio exterior.
2	Falso	Las variables controlables tienen relación con experiencia y conocimiento de las variables de marketing a nivel interno, así como la capacidad de producción y financiera. El entorno externo y la competencia internacional son ajenas al control.
3	Falso	Son distintos; la investigación de mercado es el proceso de obtener información mediante la recolección, procesamiento y análisis de datos, generando resultados que servirá para tomar decisiones de internacionalización; mientras el plan de marketing es el resultado de la planificación.
4	c	La investigación de mercados internacionales es similar a la investigación de mercados nacionales en los procesos y técnicas utilizadas; sin embargo, está sometida a un mayor número de errores potenciales, además de ser más extensa y costosa
5	a	El objetivo de la segmentación de mercados es satisfacer las necesidades del consumidor, lo cual trae como resultados fidelización del cliente y maximización en los resultados empresariales.
6	c	Estos cinco elementos de estudio de productos de exportación requieren analizar las variables de la demanda (consumidores/ usuarios), la oferta (competencia), precios, presencia en el mercado y la estrategia comercial que permita alcanzar los objetivos previstos.
7	b	El estudio de la demanda (clientes/usuarios) es fundamental para ingresar el producto al mercado exterior, se debe determinar el consumo por regiones, por habitante y año, gasto familiar etc.; además, conocer la tipología, motivaciones de compra, hábitos en fin el comportamiento del consumidor.
8	c	El precio está presente desde que el producto sale de la fábrica hasta alcanzar su precio final para ser competitivo en el mercado de destino.
9	Completar	En toda investigación de mercados de exportación suelen establecerse tres etapas: i) preselección de mercados más favorables, ii) investigación de mercados en el país de destino y iii) selección de mercado objetivo.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
----------	-----------	-------------------

10

Completar

Los mercados deben ser seleccionados en función de las oportunidades comerciales, fijándose al mismo tiempo en las expectativas u objetivos que se pretende alcanzar en esos mercados.

[Ir a la autoevaluación](#)





## Autoevaluación 4

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	Verdadero	Explicación. La divisa es una unidad monetaria utilizada en un país o región como medio de intercambio. Cada país tiene su propia divisa, que es emitida y regulada por el Banco Central u otra autoridad monetaria.
2	Verdadero	La divisa facilita el intercambio de bienes y servicios entre personas y empresas. Se utiliza como referencia para fijar precios, salarios y contratos; es un referente de valor a largo plazo y es un instrumento utilizado por el gobierno para controlar la inflación y estimular el crecimiento económico.
3	Verdadero	La oferta y la demanda son la base del mercado de divisas; las principales fuentes son los exportadores, inversionistas, turistas y préstamos del exterior.
4	a	La política comercial es un conjunto de principios, instrumentos y normas que utiliza un país para regular sus relaciones comerciales con el exterior, los países diseñan y ponen en práctica medidas de política comercial con el objetivo fundamental de incidir, de alguna manera, sobre la orientación, estructura y volumen de su comercio exterior.
5	a	Una salvaguardia se aplicará en la medida necesaria para prevenir o reparar el daño grave y facilitar el reajuste de la industria. Se hace a través del incremento arancelario por encima del establecido.
6	a	La medida <i>antidumping</i> , se aplica para contrarrestar los efectos perjudiciales de las importaciones objeto de <i>dumping</i> y restablecer la competencia leal, en este caso un precio inferior al valor normal.
7	c	El artículo 3 del COPCI, describe este objetivo y el artículo 4 presenta los fines; los literales m, n, o y p se relacionan con el comercio exterior: (m) establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial, (n) potenciar la sustentación estratégica de importaciones, (o) fomentar las exportaciones y (p) facilitar las operaciones de comercio exterior.
8	Completar	Existen varios instrumentos de financiación del comercio exterior que facilitan las transacciones comerciales internacionales. Algunos de los instrumentos más utilizados son: la carta de crédito, crédito documentario, avales y garantías bancarias y <i>factoring</i> internacional.
9	Completar	El instrumento emitido por un banco, a solicitud del importador, que garantiza el pago del exportador siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones se denomina carta de crédito.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
10	Completar	Los bancos y entidades financieras en Ecuador ofrecen diferentes tipos de préstamos y líneas de crédito destinados a financiar las actividades de exportación. Estos préstamos pueden cubrir los costos de producción, transporte, <i>marketing</i> y otros gastos asociados a la exportación.
<a href="#">Ir a la autoevaluación</a>		



## Autoevaluación 5

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	El Sistema Armonizado (SA) permite la catalogación sistemática y uniforme de las mercancías en capítulos, partidas y subpartidas. Para que se pueda realizar la aplicación arancelaria, es necesario saber determinar y definir a los productos sujetos.
2	c	La incidencia de la política comercial recae sobre las exportaciones, importaciones y otras (producción o consumo)
3	a	El proceso de internacionalización inicia con el análisis interno de la empresa, determinando la situación política-económica del país exportador, contexto competitivo, pertenencia a bloques comerciales, análisis macroeconómico, competencia y otras actividades operativas del negocio como la normativa aduanera, transporte, seguros de cambios, para continuar con el resto de los procesos.
4	c	Las mercancías se identificarán en la NANDINA, haciendo referencia a los ocho (8) dígitos del código numérico que corresponda. Si una subpartida del Sistema Armonizado no se ha subdividido por necesidades comunitarias, los dígitos séptimos (7) y octavo (8) serán ceros (00).
5	a	El conjunto de partidas está ordenado sistemáticamente, de menor a mayor grado de elaboración de las materias. Código de <b>10 dígitos</b> de uso nacional que se designa a una o varias mercancías.
6	a	Un arancel compuesto es expresado como la combinación de un derecho " <i>ad-valorem</i> " y de un derecho " <i>específico</i> ", sumado, o restado uno del otro; mientras que, el <i>ad-valorem</i> : términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía. Arancel específico: términos monetarios por unidad de medida.
7	a	Las exportaciones se refieren a la venta de bienes y servicios producidos en un país hacia otro país o territorio extranjero. Son una forma de expandir los mercados y aprovechar oportunidades económicas en el ámbito internacional. Contribuyen al desarrollo económico, la integración global, el intercambio de conocimientos y culturas entre los países.
8	Verdadero	Los incoterms expresan el conjunto de reglas aplicadas a la interpretación de términos comerciales y resuelven: i) el lugar y la forma de la entrega de mercancía, ii) la transmisión de los riesgos y responsabilidades de pérdidas y daños de la mercadería, iii) la distribución de los gastos de operación y iv) realiza los trámites, gestiones y diligencias.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
9	Verdadero	El comprador (importador) soporta todos los gastos y riesgos de retirar la mercancía desde el domicilio del vendedor hasta su destino final.
10	Falso	Este tipo de responsabilidad de incoterms corresponde al Costo, Seguro y Flete (CIF). El incoterm Libre a Bordo (FOB), el vendedor está obligado a transportar la mercancía hasta el puerto de carga acordado y a correr con los gastos de carga en el buque hasta que la mercancía cruce la vertical de la borda del buque.

[Ir a la autoevaluación](#)





## 5. Glosario

Señor estudiante, le invito a revisar el siguiente glosario de términos para profundizar en lo aprendido:

Fuente de consulta: [Glosario](#)

### GLOSARIO DE TÉRMINOS DE COMERCIO EXTERIOR

#### -A-

**Accesión Aduanera:** Incorporación de un Estado al territorio aduanero de otro.

**ACE Acuerdo de Complementación Económica.** Son aquellos convenios suscritos entre países y que están preferentemente orientados a eliminar restricciones que distorsionan y afectan negativamente el intercambio comercial y las inversiones entre ellos.

**ACP:** Países de África, Caribe y Pacífico.

**Acuerdos Comerciales:** Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

**Acuerdos de Nueva Generación:** Tratados comerciales que en sus cláusulas contienen nuevas áreas como los servicios, inversión, propiedad intelectual, compras gubernamentales, normas técnicas, prácticas desleales de comercio entre otras.

**Ad Valorem:** Arancel basado en un porcentaje del valor de la carga.

**Aditivo Alimentario:** Cualquier sustancia que no se consume, normalmente, como alimento por sí misma ni se usa como ingrediente típico del alimento, tenga o no valor nutritivo, cuya adición intencional al alimento para un fin



tecnológico (inclusive organoléptico) en la fabricación, elaboración, tratamiento, envasado, empaquetado, transporte o almacenamiento provoque o pueda esperarse razonablemente que provoque (directa o indirectamente), el que ella misma o sus subproductos lleguen a ser un complemento del alimento o afecten a sus características.

**Admisión Temporal:** Régimen aduanero por el cual se permite el ingreso dentro del territorio aduanero de un país, sin que estas pierdan su calidad de extranjeras, con suspensión de los derechos y tasas a la importación, de mercaderías importadas con un propósito definido y destinadas a ser reexportadas, ya sea en su estado originario o como resultado de determinadas transformaciones o reparaciones dentro de un plazo preestablecido en la normativa que regula este régimen. Se debe constituir una garantía a favor de la aduana que otorga el régimen.

**ADR.:** Acuerdo Europeo sobre Transporte Internacional de Mercancías Peligrosas por Carretera.

**Aduana:** Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones.

**AEIE.:** Agrupación Europea de Interés Económico

**AELC.:** Acuerdo Europeo de Libre Comercio. Desde 1958. Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

**Aforo:** Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera que se compruebe la clasificación de las mercancías, su valuación, la determinación de su origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera.



**Agente de Aduana:** Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

**Agente de Transporte Aduanero (A.T.A.):** Persona de existencia visible o ideal que, en representación de los transportistas, tiene a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante la Aduana.

**ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas):** Acuerdo propuesto en 1994 durante la Reunión de Jefes de Estado del Continente, realizado en Miami, tiene como meta eliminar las barreras aduaneras entre los países de la región.

**Almacén Particular:** Locales o recintos particulares habilitados por el Servicio de Aduanas, por un período determinado, para el depósito de mercancías, sin previo pago de los derechos e impuestos que causen en su importación.

**ANSEA.** Asociación de Naciones del Sudeste Asiático. Desde 1967. Miembros: Brunéi, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia. Papúa Nueva-Guinea, Vietnam y Laos son observadores. Corea del Sur posee un estatuto especial.

**Antidumping:** Derecho que intenta desalentar o prevenir el dumping; normalmente el objetivo es el de imponer un derecho que equivalga a la diferencia entre el precio de venta de los bienes en el país de origen, y el precio de venta en el país del importador.

**ANZUS.** Desde 1951 entre Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda.

**APEC.-** Cooperación Económica en Asia Pacífico. Desde 1989. Miembros: Brunéi, Malasia, Filipinas, Indonesia, Singapur, Tailandia, Australia, Nueva Zelanda, Japón, USA, Canadá, México, Papúa Nueva Guinea, Corea del Sur, China, Taiwán y Hong Kong.

**Aprovisionamiento:** El embarque de mercancías nacionales o nacionalizadas, de rancho, destinadas a las naves o aeronaves, nacionales o extranjeras, que no efectúen transporte internacional.



**Arancel:** Impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

**ARBITRAJE.** Método de resolver disputas que suele obligar a las partes implicadas.

**Área Aduanera:** Es la parte del territorio político limitada por la línea aduanera, en la cual, para que tenga acceso la mercancía procedente del exterior y también para franquear la salida a las del país, se hacen efectivos los preceptos de la legislación específica aduanera y, cuando procede, los derechos o impuestos del arancel o tarifa, que es consecuencia natural de aquella legislación.

**Armador:** Persona bajo cuyo nombre y responsabilidad directa gira la expedición o la gestión de la explotación del buque.

**Arrumaje:** Acondicionamiento de la carga de un buque con el fin de que esta no se dañe o eche a perder.

**ATEIA.** Asociación de Transitarios Internacionales y Asimilados.

**ATP.-** Acuerdo Internacional sobre Transporte Internacional de Mercancías Perecederas y sobre Vehículos Especiales.

**Autorización de Uso y Consumo:** Corresponde al pronunciamiento de la Autoridad Sanitaria a través de una Resolución mediante la cual autoriza el uso y consumo de un alimento importado, el cual cumple con lo establecido en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

**Auxiliares del Servicio Aduanero:** También auxiliares del comercio; son personas de existencia visible o ideal, conocidos como agentes de comercio exterior, para gestionar en nombre y por cuenta de un tercero las registraciones y los trámites de introducción y extracción de mercadería ante el organismo fiscalizador. Encontramos aquí al Despachante de Aduanas y al Agente de Transporte Aduanero.





**Avería gruesa:** Cuando se ha hecho intencionada y razonablemente un daño o sacrificio de la mercancía con el objetivo de preservar un buque y/o las otras mercancías.

**Aviso de Expedición:** Es el documento con que el expedidor comunica al designatario designado en la orden de expedición que se ha llevado a cabo el envío de mercancías.

**-B-**

**Back to back:** Cuando el beneficiario del crédito no es el proveedor final de la mercancía y el crédito recibido no es transferible, el exportador puede solicitar a su Banco que emita un nuevo crédito documentario respaldado por el primer crédito recibido. Son dos créditos distintos (a diferencia del transferible). Son operaciones muy complejas y con elevado riesgo para los bancos.

**BACO:** Barge Container Carrier. Buque

**BAF (Bunker Adjustment Factor):** Factor de Ajuste de Combustible. Influye en el cálculo del flete marítimo.

**BAfD.:** Banco Africano de Desarrollo.

**Balanza Comercial:** Conjunto de transacciones comerciales realizadas por un país con el exterior, en un periodo determinado (un año), consistentes en la importaciones y exportaciones de mercancías consideradas en su conjunto, exteriorizándose el resultado de tres maneras distintas, conforme a los resultados de los valores totales intercambiados, puede ser: Balanza comercial nivelada (cuando la importación y la exportación se equilibran), deficitaria o favorable (exceso de importación sobre exportación) y, favorables o con superávit (exceso de exportación sobre importación).

**Banco aceptador:** Similar al Banco pagador, pero en este caso, acepta un efecto al vencimiento en lugar de pagar o comprometerse al pago.



**Banco avisador:** Es el Banco corresponsal del Banco emisor en el país del exportador. Solo adquiere el compromiso de avisar al beneficiario de la apertura del crédito.

**Banco Confirmador:** Garantiza el pago por parte del Banco emisor. Se usa cuando las garantías que ofrece el Banco emisor no se consideran suficientes. Suele ser el Banco avisador. Dentro de la carta de crédito, es el banco el que da su confirmación a la misma. Puede ser tanto un tercer banco como el banco “corresponsal”.

**Banco Corresponsal:** Dentro de la carta de crédito, es el banco que recibe la notificación de la apertura de una carta de crédito y las condiciones del mismo. Comunica esto al exportador.

**Banco Emisor o Interviniente:** Recibe las instrucciones de su cliente (el importador) para la apertura de un crédito documentario a favor del exportador.

**Banco Negociador:** Compra (descuenta) un efecto al exportador. Aunque el pago suela ser diferido, el exportador cobra a la vista (con o sin intereses).

**Banco Pagador:** Generalmente es un Banco en el país del exportador, que recibe el mandato del Banco emisor para pagar o comprometerse al pago contra presentación de la documentación exigida. Para el exportador es conveniente que exista un Banco pagador en su país.

**BAuD.:** Banco Asiático de Desarrollo.

**BEI.:** Banco Europeo de Inversiones.

**Beneficiario:** Persona a cuyo favor se emite el crédito y que puede exigir el pago al Banco emisor o al pagador una vez ha cumplido las condiciones estipuladas en el crédito. Es el exportador.

**BERD.:** Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo.

**BID:** Banco Interamericano de Desarrollo.



**Bien de capital:** Máquinas, vehículos, equipos, máquinas herramientas y herramientas destinadas, directa o indirectamente, a la producción de bienes o servicios o a la comercialización de los mismos.

**Bill of Lading:** Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía.

**BISE.:** Boletín de Información Selectiva de Exportación. Base de Datos ICEX

**BL a la Orden:** (To the Order). Cuando un BL es a la orden, el propietario de la mercancía (el poseedor del BL), puede convertirlo en nominativo (mediante endoso), ponerlo a la orden de otra firma o dejarlo con el endoso firmado en blanco. Son los más utilizados.

**BL al Portador:** (To the bearer): el poseedor del documento es el propietario de la mercancía.

**BL House:** Cuando el BL lo emite un transitario. Es un documento no negociable, que no da derechos sobre la mercancía.

**BL Nominativo:** Son extendidos a nombre de una persona determinada, que podrá hacerse cargo de la mercancía previa identificación y presentación de uno de los BL originales. No admiten endoso.

**Bodega Destino:** Recinto de depósito que cuenta con autorización sanitaria e individualizado en el certificado de destinación, donde las mercancías extranjeras permanecen almacenadas en espera de obtener la autorización de uso y consumo.

**Bodega de productos cosméticos y artículos de uso médico:** Lugar autorizado por resolución sanitaria para el almacenamiento de cosméticos y artículos de uso médico.

-C-



**Cabotaje:** Transporte por mar de mercancías nacionales o nacionalizadas o la simple navegación entre dos puntos de la costa del país, aunque sea por fuera de sus aguas territoriales, pero sin tocar puerto extranjero.

**CAD.:** Pago contra documentos.

**CAF (Currency Adjustment Factor):** Factor de Ajuste de Moneda. Influye en el flete.

**CAG.**Pago contra mercancías.

**Call Option:** Opción de compra. Contrato que ofrece a su poseedor el derecho, no la obligación, de comprar una cantidad de divisas a un tipo de cambio predeterminado durante un período de tiempo o bien en la fecha de vencimiento del contrato.

**Cámara de Comercio:** Asociación o institución que, a nivel local, provincial, nacional o internacional, agrupa a los comerciantes (sean importadores, exportadores, industriales, mayoristas, minoristas, etc.) con el objeto de proteger sus intereses, mejorar sus actividades comerciales sobre la base de la mutua cooperación y promover su prosperidad, así como también la de la comunidad en la cual se halla asentada.

**Carga:** Se denomina así a aquellas mercaderías que son objeto de transporte mediante el pago de un precio. También se puede denominar carga a las mercaderías que un buque, un avión u otro tipo de vehículo transportador tiene en su bodega o depósito en un momento dado.

**Carga unitarizada:** Cabe entender por unitarización de una carga a la reunión o agrupación de cierto número de artículos o bultos en un solo conjunto con el propósito de facilitar su manipulación, estiba, almacenamiento, transporte o utilización posterior de su contenido.

**Cargador:** Se entiende por tal a la persona física o jurídica que entrega una o más carga a un transportista. Es el usuario del servicio de transporte.



**CARICOM:** Comunidad y Mercado Común del Caribe. Desde 1973. Principalmente países anglófonos: Antigua- Barbuda, Bahamas, Belice, Dominica, Granada, Montserrat, Sta Lucía, San Vicente y las Granadinas, St. Kitts y Nevis.

**Carrier:** Transportista

**Carta de Crédito Documentario:** Medio de pago por el cual el Banco Emisor se compromete, por petición del importador, a pagarle al exportador una suma de dinero, previamente establecida, a cambio de que éste haga entrega de los documentos de embarque dentro de un período de tiempo dado.

**Carta de Garantía:** Documento, expedido por una compañía de aeronavegación, que constituye la prueba de un contrato de transporte de carga, siendo, al mismo tiempo, el comprobante de la recepción de las mercancías a ser transportada, con indicación del importe correspondiente en concepto de flete.

**Carta de Porte:** Documento que las partes en un contrato de transporte otorgan, para acreditar la existencia y condiciones del contrato, y la entrega de las mercaderías al porteador.

**Carta de Porte Aérea:** ver Guía aérea

**CCI.:** Cámara de Comercio Internacional.

**CEAO.:** Comunidad Económica del África Occidental. Se fundó en 1.973, con sede en Ouagadougou (Burkina Faso). Son miembros: Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil, Malí, Mauritania, Níger y Senegal. Guinea y Togo son observadores.

**CEDEAO.:** Comunidad Económica de los Estados de África Occidental. Desde 1977, sede en Lagos (Nigeria). Miembros: Benin, Burkina Faso, Cabo Verde, Costa de Marfil, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Liberia, Malí, Mauritania, Níger, Senegal, Sierra Leona y Togo.



**CEI Comunidad de Estados Independientes.** Desde 1991. Miembros: Rusia, Bielorrusia, Ucrania, Moldavia, Azerbaiyán, Georgia, Armenia, Kazajistán, Turkmenistán y Tayikistán.

**Certificado Consular:** Documento de autenticidad, expedido por las autoridades consulares de un país, sobre los contratos, precios y otros extremos de interés para los despachos de aduana.

**Certificado de Análisis:** Documento que certifica que la naturaleza, composición, grado, etc. de la mercancía corresponde a la calidad contratada

**Certificado de Depósito:** Se exige en los casos en que la existencia de depósito previo obligue a haberlo realizado antes de despachar la mercancía.

**Certificado de Destinación Aduanera (CDA):** Corresponde al documento, emitido por la Autoridad Sanitaria o por el Servicio Agrícola y Ganadero según corresponda, que autoriza para retirar las mercancías desde los recintos aduaneros y almacenarlos en una bodega destino, a través de medios y rutas de transporte definidos, hasta que se emita la autorización de uso y consumo.

**Certificado de Inspección:** Certificado que indica que las mercancías han sido examinadas y encontradas conformes con la mencionada en un contrato o una proforma. Lo realizan compañías especializadas. SGS, Bureau Veritas, Lloyd's, etc. Generalmente se inspecciona el 10%.

**Certificado de origen:** Es un documento oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que el bien es originario del país o de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías.

**Certificado de Peso:** Es un documento en el que se hace constar el peso de la mercancía (neto y bruto) bulto por bulto.

**Certificado de Sanidad o Fitosanitario:** Documento que certifica que la mercancía ha sido examinada y se encuentra en perfectas condiciones para el consumo humano. Documento normalmente exigido en exportaciones de



productos silvoagropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador

**Certificado de Seguro:** Documento que prueba que se ha contratado el seguro de una expedición concreta.

**CFR.Cost And Freight.** (inglés). Incoterm. "**Coste y flete**" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. El vendedor debe pagar los costes y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido, pero el riesgo de pérdida o daño de la mercancía corren por cuenta del comprador (Transporte Marítimo).

**CFS.:** Container Freight Station. Estación de Flete de Contenedores.

**CGC.:** Consejo de Cooperación del Golfo. Desde 1979. Agrupa a Arabia Saudí, Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar.

**CIF (Costo, Seguro y Flete):** Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado y también debe contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador. (Transporte marítimo)

**CIM.:** Carta de Porte Internacional para Ferrocarril.

**CIP (Transporte y Seguro pagado hasta):** Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado y también debe contratar un seguro para la mercancía del comprador.

**Cláusula de la nación más favorecida:** Cláusula insertada en los acuerdos o tratados de comercio, en la cual se estipula que todos los beneficios, ventajas o franquicias de cualquier género (en materia de aranceles, transportes, tasas, etc.) que conceda en el futuro a cualquier tercer país uno de los contratantes, se harán automáticamente extensivo a los otros contratantes.



**Cláusulas de Salvaguardia:** Tienen por finalidad posibilitar a los países la adopción con carácter transitorio de medidas de diversa naturaleza tendientes a contrarrestar consecuencias indeseables para su economía.

**Cláusula roja:** Permite al exportador disponer total o parcialmente del importe del crédito antes de presentar los documentos en él requeridos y aún antes de expedir la mercancía. Es una financiación del importador al exportador.

**CMR.:** Carta de Porte Internacional para transporte por Carretera.

**Coefficiente de Estiba (Ce)** =  $V / P$ ; Siendo V= Volumen (m<sup>3</sup>) y P = Peso (Tn<sup>3</sup>).

**COFIDES.** Compañía de Financiación del Desarrollo.

**Collect Surcharge:** Recargo por cobro del flete en destino. (Inglés): Porte debido, pagadero en destino.

**Collection Credits.:** En realidad no es un crédito documentario, sino que son créditos emitidos en la forma habitual pero disponibles para pago en las cajas del Banco emisor, es decir, el Banco emisor es el pagador. Es desaconsejable para el exportador, que le conviene más que el Banco pagador esté en su propio país.

**Comercio Clearing:** Convenio entre dos países para saldar sus intercambios comerciales mediante la compensación de determinadas mercancías.

**Comercio de compensación:** También denominado trueque o intercambio, donde el comprador se compromete a adquirir la mercadería solo con la condición de que el vendedor utilice parte de las ganancias para comprar productos o materias primas del país del comprador que en otras circunstancias no serían comercializables.

**Commodities (inglés):** Término muy usado en tráfico internacional, a cuyos efectos significa materia a granel o, más bien, materia prima, cuyo concepto incluye también a los productos semielaborados, base de algún proceso industrial más complejo.





**Consejo del Mar Báltico:** Creado en marzo de 1992. Miembros: Alemania, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Letonia, Lituania, Noruega, Polonia, Rusia y Suecia.

**Consenso OCDE.:** Es un acuerdo entre los países más desarrollados para limitar las condiciones financieras de sus ofertas internacionales, evitando competencias financieras.

**Consolidación:** Sistema de expedición de diversos paquetes de diferentes consignadores bajo un agente a un destino común. (GRUPAJE)

**Conocimiento de embarque:** Es un instrumento típico del transporte marítimo de carga cuya función primordial es constituir la prueba del contrato de fletamento, como recibo de las mercancías cargadas y al mismo tiempo, el título representativo de ella con todas las características de un documento negociable. Puede estar extendido a la orden de determinada persona o empresa o ser al portador. Puede ser negociable o no negociable

**Conocimiento de Embarque Limpio a Bordo:** Hace referencia al estado de la mercadería a bordo del buque. Limpio a bordo (clean on board) significa que en apariencia la carga no presenta deficiencia del embalaje, faltas de números u otras marcas.

**Conocimiento de Embarque a la Orden:** (To The Order) Cuando un BL es a la orden, el propietario de la mercancía (el poseedor del BL), puede convertirlo: en nominativo (mediante endoso), ponerlo a la orden de otra firma o dejarlo con el endoso firmado en blanco. Son los más utilizados.

**Conocimiento de embarque nominativo:** Son extendidos a nombre de una persona determinada, que podrá hacerse cargo de la mercancía previa identificación y presentación de uno de los BL originales. No admiten endoso.



**Conocimiento de Embarque:** Documento que prueba la existencia de un contrato de transporte marítimo, y acredita que el transportador ha tomado a su cargo o ha cargado las mercancías y se ha obligado a entregarlas contra la presentación de ese documento a una persona determinada, a su orden o al portador.

**Consignatario:** Persona designada por el expedidor del producto para que se haga cargo de ella y la entregue al importador; el consignatario y el importador podrán ser la misma persona física o ideal, si así lo determina el remitente de la misma.

**Consolidación:** Combinación de varias cargas pequeñas en un embarque unitario para aplicar las tasas portuarias correspondientes a los recipientes completos de carga.

**Contenedor:** Embalaje metálico grande y recuperable, de tipos y dimensiones acordados internacionalmente.

**Contingente:** Un Contingente es la eventual limitación para exportar o importar una determinada cantidad o durante un tiempo determinado, una mercancía.

**Contingente Arancelario:** Durante un período de tiempo las exportaciones o las importaciones, no están gravadas por los aranceles aduaneros.

**Contingente Cuantitativo:** Cuando se prohíbe exportar o importar: una determinada cantidad de mercancía, o durante un tiempo determinado un tipo de mercancía, o ambas prohibiciones juntas.

**Cooperación Económica del Mar Negro:** Desde 1991. Miembros: Armenia, Azerbaiyán, Bulgaria, Georgia, Grecia, Moldavia, Rumania, Rusia, Turquía y Ucrania.

**Costes Bancarios Cred. Doc.:** Estos gastos bancarios son: preaviso, notificación y confirmación, comisiones de pago, pago diferido, aceptación o negociación, los costes de las modificaciones, la no utilización del crédito, los intereses de la negociación y los costes de los mensajes.



**CPA.:** Código de Procedimiento Aduanero.

**Courier:** ver Empresas de envíos de entrega rápida.

**CPT (Transporte pagado hasta):** Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado. Esto significa que el comprador asume todos los riesgos y cualquier otro coste contraído después de que la mercancía haya sido entregada.

**Crédito a la exportación:** Crédito destinado al financiamiento de exportaciones. Las modalidades más frecuentes son: pre financiación, post financiación y la financiación de inversiones para exportar.

**Crédito Documentario contra Aceptación:** El crédito es disponible contra aceptación de documentos y de un efecto librado a plazo (giro) contra un Banco designado por el crédito (Banco aceptador) que puede ser el propio emisor. El Banco aceptador asume el compromiso de pago al vencimiento independientemente si ha confirmado el crédito o no. El efecto puede ser descontado si el Banco lo considera oportuno. Los gastos de descuento son por cuenta del beneficiario, a menos que el crédito especifique lo contrario.

**Crédito documentario irrevocable:** El crédito no puede ser modificado o cancelado sin el acuerdo del Banco emisor, Banco confirmador (si lo hubiese) y del beneficiario. Es un compromiso en firme por parte del Banco emisor en favor del exportador. A falta de una indicación clara en el crédito, éste será considerado como irrevocable.

**Crédito Documentario Contra Negociación:** El crédito es disponible contra presentación de los documentos y de un efecto, a la vista o a plazo, librado contra el Banco emisor o contra el ordenante del crédito. El Banco negociador se limita a financiar al beneficiario por cuenta del Banco emisor. El Banco negociador compra por cuenta del emisor los derechos del beneficiario sobre el crédito. Puede ser negociado por cualquier Banco.



**Crédito Documentario Contra Pago:** Se paga al beneficiario contra presentación de los documentos indicados en el crédito. El crédito es disponible sin efectos. En el caso de pago a la vista puede exigir un efecto librado por el beneficiario contra el Banco determinado en el crédito. Debe designar un Banco pagador que puede ser el propio emisor. Si es pagadero A LA VISTA y confirmado por el Banco pagador designado, éste no puede demorar el pago en espera de los fondos, previa comprobación de los documentos. Si es pagadero a PLAZO y confirmado, el Banco confirmador se compromete contra entrega de documentos a pagar al vencimiento. Si no fuese confirmado, el Banco puede comunicar que toma los documentos sin compromiso. El vencimiento puede estar fijado mediante: un plazo, fecha recepción mercancía, fecha embarque mercancía, fecha entrega de documentos, etc.

**Crédito Documentario Irrevocable:** El crédito no puede ser modificado o cancelado sin el acuerdo del Banco emisor, Banco confirmador (si lo hubiese) y del beneficiario. Es un compromiso en firme por parte del Banco emisor en favor del exportador.

**Crédito documentario revocable:** Pueden ser anulados o modificados por el Banco emisor en cualquier momento y sin tener que avisar al beneficiario. Sin embargo, el Banco emisor queda obligado por todos los pagos, compromisos, aceptaciones o negociaciones efectuadas con anterioridad al recibo de la notificación de modificación o cancelación. Se desaconseja absolutamente su uso, ya que no es un compromiso de pago en firme. En la práctica no se emplean nunca, salvo contadas excepciones.

- **NOTA IMPORTANTE:** a falta de una indicación clara en el crédito, éste será considerado como irrevocable. El Crédito Documentario Irrevocable, puede ser confirmado o no confirmado.

**Crédito documentario transferible:** Un Crédito Documentario Transferible es emitido a favor de un beneficiario que no es quien produce la mercancía sino un intermediario, que ha establecido un contrato de venta con un comprador, pero depende de una tercera parte (el exportador), para suministrar la



mercancía a su cliente. Especialmente indicado para las Trading Companies. El beneficiario puede dar instrucciones al Banco pagador, aceptador o negociador para que el crédito sea utilizable, parcial o totalmente, por uno o más beneficiarios de su país o de otro país. Si se quiere que un Crédito Documentario sea Transferible, hay que especificarlo en las condiciones del crédito, indicando la mención transferible.

**Crédito documentario:** Es un convenio en virtud del cual un Banco (Banco Emisor), obrando a petición de un cliente (ordenante) y de conformidad con sus instrucciones, se obliga a efectuar un pago a un tercero (beneficiario) o autoriza a otro Banco a efectuar dicho pago, contra presentación de los documentos exigidos dentro del tiempo límite especificado, siempre y cuando se hayan cumplido los términos y condiciones del crédito.

**Crédito Stand-by:** (inglés) Un crédito Stand-by es usado como un sustituto de un aval. Es un aval de ejecución documentaria sujeto a los URU's (Usos y Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional). Se pueden usar en cualquier tipo de transacción y están basados en el concepto de incumplimiento de contrato por parte del ordenante del crédito Stand-by. El documentario Irrevocable, puede ser confirmado o no confirmado.

**CS.:** Congestion Surcharge.

**CTBL.:** Combined Transport Bill of Lading. Documento de transporte multimodal.

**CY.Container Yard:** Almacén de contenedores

**Charter Party:** Si un exportador contrata un buque tramping el documento emitido es el BL Charter Party. No está regido por los mismos criterios que un BL normal.

**-D-**

**DACON:** Base de Datos del Banco Mundial sobre Consultores.



**DAF.Delivered at Frontier:** (inglés) Incoterm 2000. "Entregadas en frontera" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y no descargados, en el punto y lugar de la frontera convenidos, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante, debiendo estar la mercancía despachada de exportación, pero no de importación.

**DAT.Delivered at Terminal:** (inglés) Incoterm 2010. Entregado en la Terminal o en el Puerto o lugar convenido con el importador. El vendedor tiene la obligación de descargar la mercadería en el puerto de destino, pero no tiene obligaciones respecto al despacho aduanero para la importación en el país de destino. (Sustituye a DEQ en los Incoterms 2000)

**DAP.Delivered at Place:** (inglés) Incoterm 2010. Entregado en lugar designado, convenido previamente entre exportador e importador. El vendedor no tiene la obligación de descargar la mercadería en el punto de destino designado. Si incurre en gastos de descarga en destino no podrá recuperar dichos gastos del comprador a menos que lo haya acordado previamente. (Sustituye a DAF, DES y DDU en los INCoterms 2000)

**DDP.Delivered Duty Paid:** (inglés) Incoterm 2010. "Entregada derechos pagados" significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte, a su llegada al lugar de destino convenido. El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo DDU, pero además paga los derechos de la importación de la mercancía. Supone la mayor obligación y riesgos para el vendedor dentro de los Incoterms. No debe utilizarse si el vendedor no puede cumplir con los requisitos legales para la importación.

**DDU.Delivered Duty Unpaid:** (ingles) Incoterm 2000. "Entregada con los derechos no pagados" significa que el vendedor realiza la entrega de mercancía al comprador, no despachada de aduana para la importación y no descargada de los medios de transporte, a su llegada al lugar de destino convenido. El vendedor debe asumir todos los costes y riesgos contraídos al llevar la mercancía hasta aquel lugar.



**Declaración de Aduana:** Se denomina así al formulario impreso, debidamente cumplimentado por el importador/exportador que tiene como objetivos principales: permitir la liquidación y el cobro de los derechos, impuestos u otros gravámenes que se deba pagar por las mercancías, y fiscalizar la importación/exportación de mercancías sujetas a limitaciones y/o protecciones (flora, fauna) y/o prohibiciones y/o exenciones (derechos).

**Declaración de Ingreso (DIN):** Documento mediante el cual se formaliza una destinación aduanera, el que deberá indicar la clase o modalidad de la destinación de que se trate.

**Depósito Aduanero:** Lugar habilitado por la ley bajo el control de la Aduana donde se almacenan mercancías bajo su potestad hasta el momento del retiro para su importación, exportación u otra destinación aduanera, con exclusión de los almacenes particulares.

**Depósito de Productos Farmacéuticos de Uso Humano:** Es la bodega destinada a almacenamiento de productos farmacéuticos importados terminados, y que ha sido autorizada para distribuir directamente dichos productos a otros establecimientos autorizados sanitariamente, para su uso o expendio.

**Depósito de Productos Farmacéuticos Dentales:** Es aquel que mantiene para su distribución o expendio, productos farmacéuticos de uso exclusivo dental. Podrá, además, importar y distribuir dichos productos a otros establecimientos farmacéuticos autorizados o venderlos al público.

**DEQ.Delivered Ex Quay.** (inglés). (Incoterm 2000). "Entregada en muelle" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador, sin despachar de aduana para la importación, en el muelle (desembarcadero) del puerto de destino convenido.



**Derechos de Aduana:** Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o en la legislación nacional, que gravan a las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él. Estos pueden consistir en:

- a. **Derecho Ad-Valorem:** Tributo que grava la importación de mercancías y que se fija en proporción a su valor aduanero;
- b. **Derecho Específico:** Tributo que grava la importación de mercancías en una cantidad fija de dinero, que se determina en base a una unidad de medida, ya sea kilogramo, tonelada, litro, docena, metro, etc.

**DEG.-** Derecho Especial de Giro

**Depósito Aduanero:** Son unos recintos, bajo el control de la Aduana en el que las mercancías no abonan derechos de importación. Se usan sobre todo cuando un importador no sabe cuál será el destino final de la importación. Se permiten las mismas operaciones que en las Zonas Francas.

**DEQ.-** Incoterm 2000. Entregado junto al muelle. (antes EXQ).

**DES.Delivered Ex Ship.:** (inglés) Incoterm 2000. "Entregada sobre buque" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador a bordo del buque, no despachada de aduana para la importación, en el puerto de destino convenido.

**Desaduanamiento:** Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar, importar o para realizar cualquier destinación aduanera.

**Despachador de Aduana:** Los Agentes de Aduana y los consignantes o consignatarios con licencia para despachar.

**Despacho de Mercancías:** Gestiones, trámites y demás operaciones que se efectúen ante el Servicio en relación con las destinaciones aduaneras.

**Desplazamiento de Rosca:** Es el peso del buque construido, pero sin combustible, equipajes, tripulación ni carga.





**Destinación Aduanera:** Manifestación de voluntad del dueño, consignante o consignatario que indica el régimen aduanero que debe darse a las mercancías que ingresan o salen del territorio nacional.

**Destinación Aduanera:** Manifestación de voluntad del dueño, consignatario o remitente de la mercancía que, expresada mediante la Declaración, indica el régimen aduanero que debe darse a las mercancías que se encuentran bajo la potestad aduanera.

**DIN:** ver Declaración de Ingreso.

**Divisa:** Medio de pago internacional representado por una moneda extranjera emergente de los créditos que un país tiene contra otro por el suministro de mercancías, capitales o servicios, o por las autorizaciones que éste le haya conferido para efectuar pagos girando temporalmente en descubierto.

**Documento Único de Salida (DUS):** Es el documento mediante el cual se presentan las mercancías, ante el Servicio Nacional de Aduanas, para su posterior embarque al exterior.

**DOD.Derecho de Obtención de Divisas.** Son los gastos y comisiones bancarias para el pago del flete marítimo. Aprox. 1% del flete.

**Drawback:** Restitución o devolución, total o parcial, de los derechos de importación u otros impuestos internos sobre materias primas o mercancías importadas, cuando son reexportadas, ya sea con un mayor grado de elaboración o formando parte, en mayor o menor proporción, de otros artículos que se exportan.

**Droguería:** Es el establecimiento autorizado por resolución sanitaria, destinado a la importación, fraccionamiento, distribución y venta de drogas a granel, sustancias químicas, reactivos, colorantes permitidos, aparatos de física y química y accesorios médicos y quirúrgicos.

**Dumping:** Venta de productos de un país a otro a precios inferiores a los de exportación establecidos o por debajo de los costos de producción en el país de origen.



-E-

**ECU.European Currency Unit:** Unidad de Cuenta Europea.

**EDI.:** Intercambio Electrónico de Datos.

**EEE.:** Espacio Económico Europeo. Desde 1992 agrupa a los países de la Unión Europea y a los de la AELC.

**EFTA.:** Asociación Europea de Libre Comercio. (AELC)

**EIP.European Investment Partners:** Programa europeo que subvenciona la creación de empresas mixtas o inversiones en los países mediterráneos, Asia y Sudamérica.

**ELS (Extra Lenght Surcharge):** Recargo por longitud en el flete.

**Embalaje:** Protección de las mercaderías durante todas las operaciones de transporte y manejo que supone el proceso de exportación, de modo que lleguen a manos del cliente final, en el extranjero, en las mejores condiciones.

**Embarque:** Carga en un vehículo o nave.

**Empresas de envíos de entrega rápida:** Denominadas normalmente empresas de correo rápido, courier o de transportes expresos, son aquellas personas naturales o jurídicas, legalmente establecidas en el país, cuyo giro o actividad principal es la prestación de los servicios a terceros, para la expedita recolección, transporte, entrega, localización y mantenimiento del control de los documentos, material impreso, paquetes u otras mercancías durante todo el suministro del servicio.

**Enclaves:** Territorios que no forman parte del área política de un país, y que por conveniencia de administración se incorporan al sistema aduanero de éste. Los enclaves pueden, por consiguiente, ser exclusiones o exclaves de otros países o áreas políticas independientes.

**Envase:** Continente interior o exterior con que normalmente se presentan las mercancías, siempre que éste sea común o usual en el comercio internacional.



**Envíos Postales:** Envíos de documentos y mercancías por intermedio de la Empresa de Correos de Chile, efectuados de acuerdo a las convenciones postales internacionales.

**Equipaje de Viajeros:** Se comprenderá en este concepto:

- a. Los artículos nuevos o usados que porte un viajero para su uso personal o para obsequios, con exclusión de mercancías que por su cantidad o valor hagan presumir su comercialización;
- b. Los objetos de uso exclusivo para el ejercicio de profesiones u oficios, usados, y;
- c. hasta una cantidad que no exceda, por persona adulta, de 400 unidades de cigarrillos, 500 gramos de tabaco de pipa; 50 unidades de puros y 2.500 centímetros cúbicos de bebidas alcohólicas.

**ERM.:** Exchange Rate Mechanism. Mecanismo de Cambios e Intervención

**Estacionalidad:** Período de tiempo asociado a determinadas actividades productivas, que se repite cíclicamente todos los años.

**EUR.1:** Documento que sirve como justificante del trato preferencial entre dos países. Sirve para exportar e importar.

**Eurodivisa:** Son divisas convertibles, fuera del control de las autoridades monetarias del país de origen.

**Euromarkets Rate:** Tasas de interés en el mercado internacional de capitales para la contratación de préstamos o inversiones en distintas monedas.

**EWS.Extra Weight Surcharge:** Recargo por sobre peso en la contratación del flete.

**Examen físico:** Reconocimiento material de las mercancías efectuado por el Servicio.

**Exclaves:** Son aquellas partes del área política de un país administradas, por convención, como parte del sistema aduanero de otro Estado.



**Exportación:** Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

**EXW.EX Works:** (inglés) Incoterm. En fábrica significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, taller, fábrica, almacén, etc.), sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.

-F-

**Factoring:** Cesión que la empresa exportadora hace a un intermediario financiero sobre el derecho de cobro de los créditos otorgados, a un interés preestablecido, pudiendo este asumir o no el riesgo de la operación.

**Factura Proforma:** Es una prefactura entregada por el exportador al importador, con el objetivo de dar a conocer al importador con exactitud el precio que pagará por las mercancías y la forma de pago. Cuando el importador la remite firmada al exportador da aceptación a la misma.

**FAD.:** Fondos de Ayuda al Desarrollo (créditos a países en vías de desarrollo).

**FAS.Free Alongside Ship (Franco al costado de la nave):** Incoterm 2000. Significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado de la nave en el muelle o en las barcasas, en el lugar indicado en la cotización.

**FBL.:** Conocimiento FIATA negociable para transporte multimodal.

**FCA (Franco en el medio de transporte):** Incoterm 2010. Significa que el vendedor debe entregar la mercancía despachada para la exportación al transportista nombrado por el comprador, en el lugar indicado en las condiciones de embarque. El vendedor está obligado a cargar la mercadería en el medio de transporte del comprador si éste lo recoge de la empresa, por lo contrario, no está obligado a descargar si el lugar elegido es otro y debe usar su transporte propio.



**FCL Full Container Load.:** Contenedor de carga llena.

**FCLA (Full Container Load Allowance).** Rebaja en el flete por uso de container completo.

**Fecha de Embarque:** Es aquella que se estipula en la declaración de exportación. Se registra también en el Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte emitida por la respectiva empresa de transporte. A partir de esta fecha se establecen los plazos dentro del proceso de exportación.

**Feder Vessel:** Buques alimentadores.

**Ficha técnica o monografía:** Descripción o tratado sobre un alimento en particular, que incluye a lo menos la composición química y nutricional del producto, la descripción de procesos, los estándares de calidad y las condiciones de almacenamiento que requiere.

**FILO.Free in Liner Out:** Cláusula contratación flete. La totalidad de las operaciones portuarias son por cuenta de la mercancía, excepto la desestiba en destino.

**FIOS.Free in and out stowed:** Cláusula contratación flete. La totalidad de las operaciones portuarias son por cuenta de la mercancía. El flete sólo cubre el transporte marítimo.

**Flete:** Coste del transporte marítimo. (Freight)

**FOB.Free on Board:** (inglés). Incoterm 2010. "Franco a bordo" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de pérdidas o daño de la mercancía desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.

**FORFAITING:** Compra de letras de cambio aceptadas, créditos documentarios u otras promesas de pago, renunciando el adquiriente de estos efectos a cualquier derecho o demanda frente al exportador y los anteriores titulares.



**Formulario A - Certificado de Origen del SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas):** Es un documento de importación. Demuestra el trato preferencial otorgado a los países en vías de desarrollo.

**Forwarder:** (inglés) Expedidor, remitente, transitario.

**FPA.Free of Particular Average:** Franco de Avería Particular. Esta cláusula protege a las mercancías contra pérdida, daños totales y averías gruesas.

**FRA.Forward Rate Agreement:** Es un acuerdo entre dos partes sobre el tipo de interés a aplicar en un depósito en una fecha futura.

**Franquicia:** Exención total o parcial del pago de tributos, dispuesta por ley

**Fuerza mayor:** Cláusula que limita las responsabilidades de los proveedores y transportistas bajo ciertas circunstancias.

**-G-**

**Garantía de Indemnización:** Documento que garantiza al agente o expedidor de la indemnización de cualquier riesgo o reclamación originado por el uso indebido de un B/L

**Gastos FOB.** Gastos de recepción, arrastre y carga de una mercancía desde que se recibe en el puerto hasta que se carga a bordo

**GATT.General Agreement on Tariffs and Trade:** Este organismo intergubernamental, al que ha sucedido la Organización Mundial del Comercio (OMC) y que organizaba las negociaciones para la liberalización del comercio mundial, velaba por el sistema comercial multilateral y, en particular, por el principio de no discriminación, que rige las relaciones comerciales de las Partes Contratantes, principio comúnmente denominado "cláusula de la nación más favorecida" (NMF).

**Giro bancario:** Cheque extendido por un banco a otro banco pagadero a un tercero.



**Grupaje:** Sistema de expedición de diversos paquetes de diferentes consignadores bajo un agente a un destino común. (= Consolidación)

**Guía Aérea:** Documento que acredita en el transporte aéreo de mercancías, la celebración de un contrato, las condiciones de transporte, la recepción de la mercancía por el transportador, su peso, volumen, embalaje, así como el número de bultos.

**Guía Courier:** Documento que acredita la consignación de la mercancía que llega o sale por este tipo de despacho, permitiendo a las empresas courier y a los Agentes de Aduana en su caso, la confección y presentación de los documentos de destinación aduanera.

**Guía de Correos:** Lista de los efectos postales entregados o recibidos por la Empresa de Correos.

-H-

**HAWB.**House Air Waybill. Es el AWB emitido por un transitario en lugar de una compañía aérea regular.

**Hedging:** Cobertura. Cubrirse contra la pérdida eventual por especulación mediante transacciones compensatorias en otras divisas.

-I-

**IATA:** Asociación de Transporte Aéreo Internacional.

**IFC.:** Corporación Financiera Internacional

**Importación:** Introducción legal de mercancía para su uso o consumo en un territorio aduanero.

**Importador:** Persona natural o jurídica que realiza o solicita, personalmente o a través de terceros, el trámite de importación.



**Incoterm:** Son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales. Son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Durante la última revisión, en el año 2010 se determina la existencia de 11 términos: EXW, FAS, FOB, FCA, CFR, CIF, CPT, CIP, DDP, DAT, DAP. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable. Su uso no es obligatorio.

Intended **Port:** Puerto previsto

Intermodal **Transporte:** Acarreo por varios medios de transporte (aéreo, marítimo, carretera o ferroviario). (= Transporte Multimodal).

-J-

**JETRO. Japan External Trade Organization.:** Organización Japonesa de Comercio Exterior

**Joint Venture:** (inglés) Asociación temporal de empresas para desarrollar un proyecto; sociedad mixta con riesgo compartido.

**Jurisdicción Aduanera:** Porción del territorio aduanero dentro del cual las mercaderías están sujetas a la vigilancia y reglamentación aduanera. Ella comprende, no sólo los puertos u otros lugares donde están situadas las aduanas, sino también el radio de vigilancia costera o terrestre hasta donde se extiende esa jurisdicción. El área o territorio aduanero se confunde generalmente con el territorio político, siendo la jurisdicción aduanera el lugar o recinto concreto donde se cumplen las formalidades de índole arancelaria u otro tipo.

-L-





**LASH.Lighter Aboard Ship:** Barcazas Lash

**LCL (Less Container Load):** Contenedor de Carga menos llena.

**Legalización:** Acto por el cual el Director Regional, el Administrador o los funcionarios en quienes éstos deleguen esta facultad, constatan que el respectivo documento ha cumplido todos los trámites legales y reglamentarios, otorgándole su aprobación y verificando además, la conformidad de la garantía rendida, en aquellas declaraciones en que sea exigible.

**Letra de cambio:** Documento o título valor mediante el cual una persona física o jurídica (librador) ordena a otra (librado) pagar una cantidad a favor de un tercero, a su vencimiento.

**Levante de una Mercancía:** La puesta a disposición por parte de la Autoridad Aduanera, de una mercancía a los fines previstos, en el régimen aduanero a que esté sometida.

**Licencia de Exportación:** Autorización aduanera que concede permiso bajo requisitos específicos para exportar mercancías.

**Licencia de Importación:** Es la autorización oficial que permite la entrada de las mercancías en el país del importador. Si las mercancías no están sometidas a restricciones aduaneras se expiden automáticamente.

**LIFO.Liner in Free out:** Cláusula contratación flete. La totalidad de las operaciones portuarias son por cuenta de la mercancía, excepto la estiba en destino. El flete sólo cubre el transporte marítimo.

**Líneas de crédito:** Se refiere a los créditos que los bancos ponen a disposición del usuario para determinados fines.

**Liner Terms:** Términos de línea. Cuando el buque es de servicio regular.

**Loaded on Board:** Indica que la mercancía ha sido cargada a bordo.



**Logística Integrada:** Control del flujo de productos desde los insumos hasta el producto final que llega al consumidor, incluyendo los flujos informativos y financieros asociados.

**Lote:** Cantidad de un alimento, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico, producida en condiciones esencialmente iguales.

**Loteo:** Es la operación que realiza la Aduana consistente en el reconocimiento físico, pesaje, medición, conteo, descripción, valoración y clasificación arancelaria de las mercancías en condiciones de ser subastadas en remate aduanero.

**-M-**

**Manifiesto:** Relación detallada de todo el cargamento de un transporte, que debe ser presentada por el transportista a las autoridades competentes que se le requiera. Este documento contiene detalle de marca, número, especie de mercadería, kilos, cargadores, consignatario o cualquier otra información que pueda ser requerida por la autoridad aduanera o consular en los países de exportación y/o importación.

**Manifiesto de Carga:** Documento suscrito por el conductor o por los representantes de la empresa de carga, que contiene la relación completa de los bultos de cualquier clase a bordo del vehículo con exclusión de los efectos postales y de los efectos de tripulantes y pasajeros.

**Manifiesto Courier:** Documento que debe contener la individualización de cada una de las Guías Courier que transporta un vehículo o un mensajero internacional, sea por vía aérea o terrestre, mediante el cual las mercancías se presentan y entregan a la Aduana a fin de acceder al sistema de despacho courier.

**Maquila:** Empresas internacionales, generalmente fronterizas, que operan por subcontratación por parte de empresas de otro país donde los productos finales son reimportados sin el pago de derechos de aduana.



**Marca:** Denominación amplia que puede referirse a un nombre, un término, un símbolo y/o un diseño especial con el que se tratan de identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores. Una marca diferencia un producto de sus competidores. Una Marca Registrada es aquella que ha recibido protección legal debido a que, de acuerdo con la ley, se ha convertido en propiedad de quién la registra.

**Mate's Receipt:** Es un documento firmado por el capitán del buque acusando recibo de la mercancía a bordo. En base a este documento, las navieras extienden el B/L.

**MCCA.:** Mercado Común Centroamericano. Formado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

**Materia prima:** Materia no transformada, utilizada para la producción de un bien. Los procesos productivos alteran su estructura original.

**Materia prima alimentaria:** Sustancia que para ser utilizada como alimento precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica.

**Medio de pago internacional:** Se emplea en el comercio internacional como consecuencia de operaciones del exterior. Los medios de pago resultan insustituibles en el mercado internacional.

**Mercancía Extranjera:** La que proviene del exterior y cuya importación no se ha consumado legalmente, aunque sea de producción o manufactura nacional; o que, habiéndose importado bajo condición, ésta deje de cumplirse.

**Mercancía Nacional:** Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas.

**Mercancía Nacionalizada:** Es la mercancía extranjera cuya importación se ha consumado legalmente, esto es cuando terminada la tramitación fiscal, queda a la libre disposición de los interesados.



**Mercosur:** Mercado común de América del Sur. Agrupación regional formada por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. El día 26 de marzo de 1991, en la ciudad de Asunción del Paraguay se firma el “Tratado de Asunción” para la constitución de un Mercado Común entre estos países. Bolivia y Chile son países socios del MERCOSUR.

**MOMS.IVA** en Dinamarca.

**MTD.Multimodal Transport Document:** Son los documentos de transporte multimodal, normalmente emitidos por las líneas navieras de contenedores para cubrir el despacho de mercancías de un lugar de toma de carga a un lugar de entrega.

**Muellaje:** Las tasas pagadas por usar un muelle o servicios de muelle (Derechos de muelle)

**Muestra comercial:** Artículo representativo de una categoría determinada de mercancías ya producidas, o que sea modelo de mercancías cuya fabricación está contemplada.

**-N-**

**NAFTA:** (North American Free Trade Agreement) Acuerdo comercial que abarca Canadá, México y los Estados Unidos, implementado el 1 de enero de 1994, con un período de transición de 15 años. Las mayores previsiones agrícolas incluyen: eliminación de barreras no arancelarias - inmediatamente a la implementación, generalmente a través de la conversión de éstas a aranceles; eliminación de tarifas (aranceles), algunos de manera inmediata, la mayoría dentro de 10 años y algunos otros productos sensibles gradualmente a más de 15 años; previsiones de salvaguardias especiales; y reglas de origen para asegurar que México no sirva como una plataforma para exportaciones de terceros países hacia los Estados Unidos.

**Naladisa:** Nomenclatura de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.



**Nomenclatura arancelaria:** Lista o nómina de mercancías, objetos del comercio internacional, ordenadas sistemáticamente a base de determinados principios, su naturaleza, origen, destino, etc. Si frente a cada una de las mercancías de una nomenclatura hacemos figurar los derechos de importación, esta se transforma en un arancel.

-O-

**OCDE.-** Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

**OCE Organización de Cooperación Económica.** Desde 1985. Miembros: Turquía, Irán, Pakistán, Azerbaiyán, Kazajistán, Uzbekistán, Kirguizistán, Turkmenistán y Tayikistán.

**OEA Organización de Estados Americanos.** Desde 1948. Agrupa a los 34 estados americanos independientes, con excepción de Cuba.

**OMC:** Organización Mundial de Comercio.

**Orden de pago:** Instrumento de pago por el cual el comprador internacional transfiere al vendedor por intermedio de un banco, los fondos necesarios para el pago de la exportación.

**Ordenante:** Persona o entidad que solicita la apertura del crédito a su Banco comprometiéndose a efectuar el pago. Es el importador.

**Organización Internacional de Normalización. En inglés International Organization for Standardization - ISO:** Organización internacional especializada en normalización, que agrupa a un conjunto muy importante de centros nacionales de normalización de distintos países. El objeto de la I.S.O., según su Constitución, es favorecer el desarrollo de la normalización en el mundo con miras a facilitar los intercambios de mercancías y las prestaciones de servicios entre las naciones, y de desarrollar la cooperación en los dominios intelectual, científicos, técnicos y económicos. Esta organización fue instituida en 1946, su sede está en Ginebra, Suiza.

**OTM.** Operador de Transporte Multimodal.



**Outright Forward:** Futuros a plazo. Todas las transacciones de compra/venta de divisas, con valoración superior a 2 días hábiles.

**Outsiders:** (en inglés) Buques que no pertenecen a una Conferencia Marítima.

**-P-**

**PA (Pallet Allowance).** Rebaja en la contratación del flete por mercancía paletizada.

**Packing credit:** Crédito documentario en el cual el banco emisor autoriza al banco corresponsal a efectuar, por su cuenta, orden y riesgo, un anticipo a cuenta de la negociación definitiva del crédito, con sujeción a determinada condición.

**Packing List:** (inglés) Es una lista en que se especifica el contenido de cada bulto de una operación de exportación.

**País de Origen:** Por tal se entiende, si se trata de productos naturales, allí donde son producidos, y si de manufacturas, el lugar donde se ha efectuado la transformación para darles la condición con que son introducidas en el país importador.

**País de procedencia:** Se entiende el país del cual llega directamente la mercadería, sin considerar si fue producida o manufacturada en él.

**Pallet:** Plataforma constituida por dos pisos unidos por largueros. Medidas: Universal= 1200 x 1000 mm. Europalet=1200 x 800 mm. Altura máxima= aprox. 1,70 m.

**Perímetro Fronterizo de Vigilancia Especial:** Parte de la zona secundaria en la cual se establecen prohibiciones y restricciones especiales para las existencias y tráfico de mercancías.

**PIB.**Producto Interior Bruto



**Plafond. Límite Máximo Arancelario:** Es una combinación de contingente cuantitativo y arancelario. Se establece un tiempo determinado para la suspensión o prohibición de importaciones o exportaciones.

**PNB (= Producto Nacional Bruto).** Comprende la suma del total de la inversión privada y pública y del consumo público y privado que se ha realizado en un país durante un año.

**Póliza de Seguro:** Documento en que constan las condiciones estipuladas entre asegurador y asegurado con respecto al contrato de seguro. Las primas aplicables se calculan en función del tiempo de vigencia de los contratos, del valor asegurado y de los riesgos propios de la carga y de los riesgos corridos durante su manipulación y transporte.

**Posición Arancelaria:** Permite incorporar la posición arancelaria del producto o servicio. Utiliza el sistema internacional de 6 cifras. El código internacional de 6 dígitos en distintos países se agrega entre 4 y 6 adicionales para una mejor especificación del producto o servicio.

**Post Panamax:** Buques que no pueden pasar por el Canal de Panamá.

**Potestad Aduanera:** Conjunto de atribuciones que tiene el Servicio para controlar el ingreso y salida de mercancías hacia y desde el territorio nacional y para hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las actuaciones aduaneras. Quedan también sujetas a la potestad aduanera las personas que pasen por las fronteras, puertos y aeropuertos, y la importación y exportación de servicios respecto de los cuales la ley disponga la intervención de la Aduana.

**Precinto:** Hilo, bramante, banda o artículos similares, destinados a ser utilizados en combinación con un sello.

**Precios de referencia:** Fijación por parte de la autoridad gubernamental de un precio a un producto con el objeto de aplicar un arancel.

**Preentrada:** El proceso de presentación de documentos en la aduana antes de la expedición o llegada de la mercancía.



**Premium:** Prima. Es la cantidad que cobra el emisor de una opción y que le compensa el riesgo de cambio que asume.

**Prima al Comisionista:** La garantía del agente ante el principal de la solvencia de las partes a las que efectúa ventas. Se incluye en los acuerdos de agencia.

**Protesta de Mar:** Puede ser por averías, naufragio, abordaje o incumplimiento de la presentación de la carga.

**Puerto Franco:** Es un territorio que goza de exenciones y bonificaciones de derechos aduaneros. Se pueden cargar y descargar mercancías.

**Puerto Libre:** Concesión hecha por un Estado para disponer de un puerto en otro país como si fuese propio, es decir, embarcar y desembarcar mercancía y transportarla, sin interferencia o derechos aduaneros.

**PVD.:** Países en Vías de Desarrollo.

**PVD-ALA.:** Países en Vía de Desarrollo de Asia y América Latina.

**-R-**

**Rancho:** Los combustibles, lubricantes, aparejos y demás mercancías, incluyendo las provisiones destinadas al consumo de pasajeros y tripulantes que requieren las naves, aeronaves y vehículos destinados al transporte internacional y en estado de viajar para su propio mantenimiento, conservación y perfeccionamiento.

**Reconocimiento:** Operación por medio de la cual el despachador con mandato para despachar o el interesado, revisa o inspecciona las mercancías en los recintos de depósito aduanero antes de someterlas a una destinación aduanera. Como consecuencia de este reconocimiento se pueden realizar las operaciones materiales de reembalaje y división, como asimismo la extracción de muestras.





**Redestinación:** Envío de mercancías extranjeras desde una Aduana a otra del país, para los fines de su importación inmediata o para la continuación de su almacenamiento.

**Reexpedición:** Envío de mercancías extranjeras desde una zona franca a otra, al extranjero, a depósitos francos o a una zona primaria.

**Reexportación:** Retorno al exterior de mercancías traídas al país y no nacionalizadas.

**Reexportación:** Cuando una mercadería proveniente del exterior se despacha a plaza a un país, para luego volverla a embarcar con cualquier destino. Se dice que esa mercadería ha sido “reexportada”, porque ha sufrido dos exportaciones: Desde su país de origen hacia el territorio de tal o cual país y desde ahí hacia un tercero después.

**Régimen Aduanero:** Tratamiento aplicable a todas las mercaderías sujetas al control de la aduana, respecto de las leyes y reglamentos aduaneros y de conformidad a su naturaleza y al objetivo de cada operación.

**Régimen de Libertad Comercial Total:** Dentro de este régimen se realizan la mayoría de las operaciones con el exterior. No se necesita ningún requisito previo a la exportación o importación.

**Reimportación:** Respecto de mercaderías que se exportaron, cuando vuelven, por cualquier causa, al país de donde son originarias, o con respecto a mercaderías extranjeras introducidas al país, si son exportadas para volver a importarlas nuevamente por cualquier motivo más tarde.

**Reintegro:** Es el régimen por el cual se restituyen total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores por la mercadería o servicio que se exporta definitivamente.

**Restricciones o prohibiciones aduaneras:** A las franquicias aduaneras se les suele oponer numerosos procedimientos de restricciones del comercio de importación y exportación; estas prohibiciones pueden ser generales,



limitadas, permanentes o temporales, se explican por diversas finalidades: fiscales, protección industrial o comercial, protección de la salud pública, defensa de la propiedad intelectual o artística, etc.

**Retorsión:** Hay retorsión cuando un Estado aplica a otro Estado la misma restricción o prohibición que éste, en uso de un derecho, ha aplicado en detrimento de los intereses de aquél.

**Revolving (ROTATIVO).** Un CD revolving es aquél utilizable por un importe que permanece constante por un período especificado de tiempo. De esta forma cuando es utilizado resulta disponible por la totalidad del importe, ya sea de forma automática o tan pronto como se recibe aviso del emisor de haber recibido conformes los documentos de la utilización precedente.

**Roll on Roll off:** Buques para transporte de carga rodada.

**Ronda Uruguay:** La última de las grandes negociaciones celebrada bajo los auspicios del GATT con el fin de liberalizar el comercio mundial de bienes y de servicios. Se inició en Punta del Este (Uruguay) en 1986 y concluyó en Marraquech en 1995. Fue mucho más ambiciosa que sus antecesoras (Ronde Dillon, Ronda Kennedy, Ronda Tokio), puesto que superó con creces el objetivo tradicional y primordial del desmantelamiento arancelario y procuró, por otra parte, una mayor integración de los países en desarrollo en el sistema comercial multilateral dio nacimiento a la OMC.

**Ruptura de Carga (Breaking Bull):** Es la descomposición total o parcial del container en sus elementos para proceder a su almacenaje o transporte al receptor de la carga.

-S-

**SAARC:** Asociación de Asia del Sur para Cooperación Regional. Desde 1983 entre Bangladesh,

Bhután, India, Maldivas, Nepal, Pakistán y Sri Lanka.



**SACU.-** Unión Aduanera del África Austral. Desde 1979, sede en Pretoria (Rep. Sudafricana), Miembros: Botswana, Lesotho, Rep. Sudafricana y Swazilandia.

**SADC.-** Comunidad de Desarrollo de África Meridional. Desde 1980, sede en Gaborone (Botswana), Miembros: Angola, Botswana, Lesotho, Malawi, Mozambique, Swazilandia, Tanzania, Zambia y Zimbabwe.

**Salida temporal/ Exportación temporal:** Régimen suspensivo de derechos, al amparo del cual determinadas mercancías, nacionales o nacionalizadas, pueden salir temporalmente del país sin incurrir en las obligaciones que causaría su exportación, siempre que sean perfectamente individualizables e identificables, y que los interesados se comprometan a retornarlas dentro de los plazos reglamentarios.

**Salvaguardas:** Medidas excepcionales de protección que utiliza un país para proteger temporalmente a determinadas industrias nacionales que se encuentran dañadas o que se enfrentan a una amenaza de daño grave, debido a un incremento significativo de las mercancías que fluyen al mercado interno en condiciones de competencia leal.

**SDT.-** Declaración de cargadores para el transporte de mercancías peligrosas.

**Sello:** Pieza de metal o de otro material adecuado que sirve para unir los dos extremos de un precinto, que ofrecen seguridad de que cualquier violación pueda ser detectada.

**Short Form BL (Blank Back).** Se trata de un documento que no incluye todas las condiciones del contrato de transporte marítimo en el reverso del documento. Siempre ha de ser aceptado, a no ser que un crédito documentario especifique que no se acepta este tipo de BL.

**Sistema armonizado:** Sistema armonizado de designación y clasificación de las mercancías. Nueva nomenclatura universal de las mercancías adoptada por el Consejo de Cooperación Aduanera y aplicada por la mayoría de los países del mundo.



**Sistema de franjas de precios:** Es un mecanismo de estabilización de los precios internos a través de la fijación de un precio de referencia (piso) y un precio de referencia (techo) entre los cuales se desea mantener el costo de importación de un determinado producto. La estabilización se logra aumentando el arancel ad-valorem (general) cuando el precio internacional cae por debajo del nivel piso, y rebajando dicho arancel, hasta cero, cuando dicho precio aumenta por encima del techo.

**SME.-** Sistema Monetario Europeo.

**SMI.-** Sistema Monetario Internacional.

**Sobrestadía:** El dinero pagado por el exportador por los retrasos en la carga, descarga o por ocupar espacio en un puerto o almacén más allá de un plazo especificado.

**SPG.-** Sistema de Preferencias Generalizadas.

**SPOT.-** Contado. Es el cambio de compra venta de una moneda respecto a otra (generalmente USD).

**Spread:** Diferencial. Diferencia entre tasa de interés tomadora y prestadora.

**Strike Price:** Precio de Ejercicio. Es el tipo de cambio prefijado en una opción en divisas.

**Swap:** Transacción de cambios en divisas que consiste en una compra "spot", contra una venta a plazo o viceversa.

**SWIFT:** Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication. Mensajes de intercambio electrónico de datos entre bancos.

**-T-**



**Tasa:** Derecho que percibe el Estado como persona soberana, por servicios o prestaciones especiales o individualizables, de carácter jurídico-administrativo, organizados con fines colectivos y que le paga el usuario a su solicitud. (Tasa de Estadísticas, Tasa de Comprobación, Tasa de Almacenaje, Tasa de Servicios Extraordinarios, etc.).

**Taken in Charge:** Indica que la mercancía ha sido tomada para carga.

**TEEM.:** Trans Europe Express Merchandise.

**Through B/L.:** Si el transporte marítimo lo efectúa más de un transportista uno de los documentos que podrá cubrir la totalidad de la expedición en el Through BL

**Tipo de cambio:** El precio de una divisa con relación a otra.

**TIR.:** Convention Douanière au Transport International de Merchandises par Route.

**TLC / NAFTA.:** Tratado de Libre Comercio. Desde 1-1-1994 entre EEUU, México y Canadá.

**TLO.Total Loss Only:** El asegurador paga si el cargamento queda tan dañado que resulta antieconómica su recuperación.

**TLVO.Total Loss of Vessel Only:** Pérdida Total Efectiva. El asegurador paga el cargamento solamente si el buque queda destruido. Es la mínima garantía.

**To The Bearer:** AL PORTADOR

**Tonelada Corta. Short Ton** = 2000 libras = 907,18 Kg.

**Tonelada Larga. Long Ton** = 2240 libras = 1016,16 Kg.

**Tonelada Métrica. Metric Ton** = 2204 libras = 1000 Kg.

**Tonelaje de Peso Muerto:** Incluye el peso de la carga y de los consumibles de un buque.



**Tramp:** (inglés) Barco que atraca en un puerto cualquiera donde espera recoger carga (lo contrario de barco de línea regular).

**Transbordo:** Traslado directo o indirecto de mercancías, de un vehículo a otro, o al mismo en diverso viaje, incluso su descarga a tierra con el mismo fin de continuar a su destino, y aunque transcurra cierto plazo entre su llegada y su salida.

**Tránsito:** Paso de mercancías extranjeras a través del país cuando éste forma parte de un trayecto total comenzado en el extranjero y que debe ser terminado fuera de sus fronteras. Igualmente se considerará como tránsito el envío de mercancías extranjeras al exterior que se hubieren descargado por error u otras causas calificadas en las zonas primarias o lugares habilitados, con la condición de que no hayan salido de dichos recintos y que su llegada al país y su posterior envío al exterior se efectúe por vía marítima o aérea.

**Transporte multimodal internacional:** Porte de mercancía por dos o más modos diferentes de transportes (camión, vagón, buque, aéreo), en virtud de un contrato de transporte multimodal, plurimodal o combinado, desde un lugar situado en un país en que el operador del transporte multimodal toma las mercancías, bajo su responsabilidad y custodia, para entregarla posteriormente en otro lugar situado en un país diferente. Las características esenciales de este sistema que lo distingue del transporte segmentado tradicional son, en primer lugar, que se trata de un sistema basado en un “contrato único” y, el segundo lugar, que el operador del transporte multimodal que asume la responsabilidad del cumplimiento del contrato, actual como “principal”, y no como agente del usuario o expedidor, o de los porteadores que integra los diferentes modos de transportes. Este principio se basa en el servicio de transporte de la mercadería de “puerta a puerta” reduciendo notablemente la documentación y el cumplimiento de otras formalidades como son de prácticas en el transporte tradicional.



**Transbordo:** Transferencia de la carga de un vehículo a otro, pertenezca o no a un mismo modo de transporte (vía férrea, ruta, vía de agua, oleoductos, etc.). Se distinguen los transbordos hechos bajo el régimen de contrato de transporte o fuera de ese régimen.

**TVA.-** IVA de Francia

**-U-**

**UDEAC.:** Unión Aduanera y Económica de África Central. Desde 1964. Sede en Bangui (Rep. Centroafricana). Miembros: Camerún, Congo, Gabón, Guinea Ecuatorial, Rep. Centroafricana y Chad. Desde 1994 se crea la: CEMAC Comunidad Económica y Monetaria de África Central, cuyo Banco Central es el BEAC (Banco de los Estados del África Central). Zona del Franco CFA.

**UEMOA:** Unión Económica y Monetaria del África Occidental. Sustituye desde 1994 a la UMOA Unión Monetaria del África Occidental. Miembros: Benin, Burkina Faso, Costa de Marfil, Malí, Níger y Senegal. Su banco central es el BCEAO (Banco Central de los Estados de África Occidental). Zona del Franco CFA.

**UMA.-** Unión del Magreb Árabe. Desde 1989. Miembros: Argelia, Libia, Marruecos y Túnez. En graves problemas debido a la situación de Argelia.

**UN.-** Naciones Unidas.

**UNCTAD.** Conferencia sobre Comercio y Desarrollo de Naciones Unidas.

**Unión Aduanera:** Es una forma de integración económica en la que se transforman dos o más territorios aduaneros en uno solo, dentro del cual los aranceles u otras restricciones al comercio son eliminados; se aplican, en general, idénticos aranceles y regulaciones al comercio con terceros países.

**Unión Europea:** Constituida por el Tratado de la Unión Europea (TUE), entró en vigor el 01/11/93. Forman parte de la Unión 15 países: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia.



**URU:** Usos y Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional.

**-V-**

**Valor Aduanero:** Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponda.

**Valor en Aduana:** Para calcular los derechos aduaneros que hay que aplicar, la Aduana define el concepto de Valor en Aduana, que es el de la mercancía más todos los gastos (seguro, transporte, etc.) que se hayan producido hasta el momento de pasar la aduana. Sobre este valor en aduana, se aplicará el tipo de arancel a que esté sometida la mercancía. El arancel a aplicar depende de la mercancía y el país de origen. Al resultado de aplicar el arancel al valor en aduana, se aplica el IVA correspondiente. Este valor es el Valor de la Mercancía.

**Ventanilla Única de Comercio Exterior:** Sistema que permite a los agentes de comercio exterior proporcionar en forma electrónica, información a un solo organismo público, para cumplir con todas las autorizaciones o exigencias que se requieren para la tramitación de las destinaciones aduaneras, de acuerdo a las normas legales y reglamentarias.

**-W-**

**Warehouse to Warehouse Clause:** (inglés) Cláusula del seguro prevista en el Institute Cargo Clauses, por la que los aseguradores cubren la mercancía a partir del momento en que sale del almacén en el lugar indicado en la póliza para el comienzo del transporte hasta el almacén de destino. Almacén a almacén.

**Warrant:** Palabra de origen inglés cuyo significado es “garantía”. En materia comercial se entiende por “warrant” un certificado de depósito emitido por los administradores del almacén o depósito, ya sean fiscales o privados, en el cual se detallan los artículos o mercancías de cualquier género que está





depositados en ellos, pudiendo ser transmitido y con él la propiedad de los efectos, de uno a otro comerciante, conforme a los recaudos que fija cada legislación sobre el particular.

-Z-

**Zona de libre comercio:** Forma de integración económica que elimina todas las barreras arancelarias al comercio de bienes entre los países miembros.

**Zona Franca:** Áreas del territorio nacional extra-aduaneras, previamente calificadas, sujetas a un régimen especial, donde podrán establecerse y funcionar empresas, nacionales o extranjeras, que se dediquen a la producción o comercialización de bienes para la exportación, directa o indirecta, así como a la prestación de servicios vinculados al comercio internacional y a las actividades conexas o complementarias a ellas.

**Zona Franca de Extensión:** Ciudad o región situada adyacente a la Zona Franca delimitada por el Presidente de la República en uso de sus facultades.

**Zona Primaria:** Espacio de mar o tierra en el cual se efectúan las operaciones materiales, marítimas y terrestres de la movilización de las mercancías el que para los efectos de su jurisdicción es recinto aduanero y en cual han de cargarse, descargarse, recibirse o revisarse las mercancías, para su introducción o salida del territorio nacional.





## 6. Referencias bibliográficas

- Arancel Nacional de Aduanas (2023). Nomenclatura Arancelaria NANDINA. Recuperado de [Arancel de Aduanas - E-Aduana](#)
- Arese, H. (2020). Introducción al comercio exterior. Ediciones Errepar. 1era. ed. Buenos Aires.
- Cámara de Comercio Internacional CCI (2023) <https://www.iccwbo.org>
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI) (2023). Recuperado CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES COPCI.pdf ([www.gob.ec](http://www.gob.ec))
- Hill, C.W.L. (2021). Negocios internacionales. Cómo competir en el mercado global. Ediciones McGraw Hill. Decimotercera edición. México.
- Martín, M. (2020). Comercio Exterior. Manual práctico para saber cómo vender en el exterior. Editorial FC. 6ta edición. España. [Nomenclatura Arancelaria NANDINA - E-Aduana \(eaduana.com\)](#)
- Ortega-Vivanco, M. (2023). Guía didáctica de Comercio Exterior. Ediloja. Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.
- PROECUADOR (2023). Ruta del Exportador. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023). ¿Qué es una importación? Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>



Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023). ¿Qué es una exportación? Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar>

Servicio de Rentas internas (2023). [Devolución del IVA a exportadores de bienes - intersri - Servicio de Rentas Internas](#)





---


## 7. Anexos

---




# Anexo 1. Formato de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

## Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE		026-2013-40-00005727	
Información de general			
Código del distrito	GUAYAQUIL - MARÍTIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de despacho	DESPECHO 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 RUÍZ		
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	GLORIA S.A.		
Dirección del	VII SAN MARTÍN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENORIZADA
Almacén de lugar de	JOSE00023 CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARÍTIMO
País de destino final	ARGENTINA		
DOLAR ESTADOUNIDENSE			
Totales			
Código de moneda	DOLAR 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	

## Anexo 2. Formato de factura comercial

<b>EMPRESA EXPORTADORA</b> Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597960 Email:..... <a href="mailto:exportadora@ecuador.com.ec">exportadora@ecuador.com.ec</a>		RUC: 120244753001 <b>FACTURA</b> Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:.. GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°:.....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 Via: MARITIMO País de origen: ECUADOR				
PARTIDA ARANCELARIA			VALOR	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	
1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750,00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO: US\$ 33,750,00	

## Anexo 3. Formato lista de empaque

<b>EMPRESA EXPORTADORA</b> Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-1-2597980 Email:.....exportadora@ecuador.com.ec		RuG: 123244753001 <b>FACTURA</b> Mercado Exportación			
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:.. GLOPI S.A. Dirección:.....VIA / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°:.....001002004954		Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15169 N° Orden de pedido:..... PID 720			
La mercancía ha sido enviada etc: Dimensiones de Embalaje: Peso Bruto: 1,515,25 KG Peso Neto: 1,505,35 KG Marcas: SIN MARCA Via: MARITIMO País de origen: ECUADOR Fecha:..... Enero / 2013					
PARTE ARANCELARIA		DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604.14.00		ATÚN EN CONSERVAS	67,960 UNDS	US\$ 0.50	US\$ 33,780.00
INCOTERM:		TOTAL FACTURADO:			US\$ 33,780.00
FOB					

## Anexo 4. Formato de la Declaración Aduanera de Importación (DAI)



REPUBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION



### Consulta de detalle de la declaración

#### Información de ítems

No.	Subpartida	Código complementario	Código suplementario	Descripción	País de origen	Peso neto	Cantidad de unidades comerciales
1	8411990000	0000	0000	PARTES PIEZAS	ESTADOS UNIDOS	31	1

#### [Autoliq. Total]

##### Valor en aduana

Fob total	569.05	Felte total	301.87
Seguro total	6.7	Valor de ajustes	0
Total de otros ajustes	0	Valor en aduana	879.62
Total de tributo	110.47		

#### Tributo de declaración de importación (común)

Código de tributo	Monto de tributo	Valor de liberación	Cantidad a pagar
01	0	0	0
03	0	0	0
04	4.39	0	4.39
05	0	0	0
07	106.08	0	106.08
08	0	0	0

#### [Autoliq. Por Ítem]

Número de ítem	Arancel Advalorem	Arancel Específico	Antidumping	Fondinfa	ICE Advalorem	ICE Específico	IVA	Salvaguardia	Salvaguardia específica
1	0	0	0	4.39	0	0	106.08	0	0

#### [Documentos]

Número de ítem	Número de documento	Tipo de documento	Fecha de emisión	Fecha de fin
0	233193224U987383N	FACTURA COMERCIAL	12/03/2013	21/05/2013
0	SIN NUMERO DE REFERENCIA	OTROS	21/05/2013	21/05/2013