

Entorno de los Negocios Internacionales

Liliam
Hermenejildo



Entorno de los Negocios Internacionales

Msc. Liliam Isabel Hermenejildo Pérez



**TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO
EuroAmericano**

Tecnológico Universitario EuroAmericano

DIRECCIÓN:

Quisquis 1317 y Los Ríos
Guayaquil – Guayas - Ecuador
(+593) 04-2288-440
www.euroamericano.edu.ec

RECTOR:

Mgtr. Antonio Manuel Marques Guitiérrez

AUTOR:

Msc. Liliam Isabel Hermenejildo Pérez

CORREO:

lhermenejildo@euroamericano.edu.ec

Primera Edición – mayo 2023

Editorial “R2ICS” | Pichincha | Quito | Ecuador



Datos de catalogación bibliográfica

<p>HERMENEJILDO-PEREZ, L.</p> <p>Entorno de los Negocios Internacionales Primera Edición Quito, Ecuador, 2023 Editorial: Red Internacional de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades “R2ICS”</p> <p>ISBN: 978-9942-8940-9-0 Área: Administración Formato A5: 148 x 210 mm</p> <p>Páginas: 88</p>
--

ISBN: 978-9942-8940-9-0



9789942894090

Diseño y maquetación R2ICS

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación puede reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin permiso previo por escrito del editor. El préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso de este ejemplar requerirá también la autorización del autor o de sus representantes.
Conforme lo establece el Art. 71 y 72 del Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior (Codificación), este texto ha sido sometido a un proceso de revisión de pares disciplinares así como la revisión metodológica. El detalle en anexo evaluación de pares.



Índice

Índice

Diseño y maquetación R2ICS.....	4
Prólogo.....	11
Introducción	15
Capítulo 1.....	17
Nociones Preliminares del Comercio.....	19
La Evolución Histórica del Comercio Internacional	20
Los Negocios Internacionales	21
Análisis de la Importancia del Comercio Internacional.....	23
Importancia del Comercio Internacional	24
¿Cuáles son los Factores que Afectan a los Negocios Internacionales?	25
Participantes en el Desarrollo de los Negocios Internacionales	32
Entorno de los Negocios Internacionales.....	33
Capítulo 2.....	37
Naturaleza y Modalidades de los Negocios Internacionales.....	39
Formas Tradicionales	39
Formas Especiales.....	42
Formas Promovedoras	43
Capítulo 3.....	45
Teorías Económicas del Comercio Exterior.....	47
El Mercantilismo.....	47
Ventajas Absoluta y Comparativa	48
Costos de Oportunidad.....	49
Capítulo 4.....	51
El Transporte, el Seguro Internacional de Mercancías y los Incoterms.....	53
Aspectos del Transporte Internacional.....	53
Transporte Internacional Terrestre	54
Transporte Internacional Aéreo.....	55
Transporte Internacional Ferroviario	56
Transporte Multimodal	56
Ventajas del Transporte Internacional Marítimo de Mercancías.....	57
El Seguro Internacional de Mercancías	58
Modelos de Póliza.....	58
Cobertura del Seguro de Mercancías	59
Características de la Compraventa Internacional y los Incoterms	60
Descripción de los Incoterms 2020.....	61
Capítulo 5.....	63
La Exportación.....	65
Importancia de la Exportación en los Países.....	65
Ventajas de la Exportación.....	65
Personas que Intervienen en el Proceso de Exportación.....	66
Tipos de Exportación	68
Capítulo 6.....	71
El Marketing Internacional y el Mercado Global	73

¿Qué es el Marketing Internacional?	73
Mercado Global	74
Factores Culturales y Sociales del Marketing Internacional	76
Abreviaturas	77
Referencias bibliografía	81



Prólogo

Prólogo

El mundo globalizado en el que hoy vivimos ha permitido que se efectúen las relaciones comerciales entre diferentes países de forma ágil y acelerada. El factor tecnológico juega un papel importante al permitir reducir costos y tiempos en la cadena logística, lo que se ve reflejado en el aumento productivo.

El comercio internacional es la actividad que mueve el mundo, a través de la importación los países pueden compensar las necesidades que su población demanda y, por otra parte, las exportaciones ayudan a que la economía de los países mejore a través de las ventas de productos y servicios en mercados internacionales.

La continuidad exitosa de las relaciones entre países y la estabilidad económica de los mismos son el resultado de buenas prácticas en el mundo del comercio internacional.



Introducción

Introducción

A través de la historia, nos hemos podido dar cuenta que el comercio ha estado presente en todas las etapas del hombre y en todas las zonas geográficas. En principio el comercio se realizaba para satisfacer necesidades, hoy en día podemos decir que compartimos ese objetivo, pero debemos aumentar otro, la obtención de ganancia.

Los países necesitan que sus economías se muestren saludables y que reflejen crecimiento en la producción de bienes y servicios, por lo tanto, los negocios internacionales permiten que las naciones desarrollen diferentes tipos de acuerdos comerciales que conlleven al ganar-ganar; es que ningún país puede sobrevivir solo, necesita estar en alianza y comunicación para negociar sus productos y que estos cubran necesidades que requieren los ciudadanos.



Capítulo 1

Nociones Preliminares del Comercio

La palabra comercio se deriva del latín *commercium* que significa compra y venta de mercancías, y está compuesta por el prefijo *cum* y el sufijo *merx* (con mercancía). El comercio en los primeros años se da para cubrir necesidades básicas de los habitantes de diferentes tribus que se dedicaban a la agricultura y la pesca. El intercambio de mercancías era un medio de subsistencia que, a medida que pasaba el tiempo, se convertía en una necesidad imperante. Las tribus empleaban el trueque (trueque: intercambio de productos) como la manera más usada para el intercambio de mercancías de todo tipo como trigo, maíz, papas, pescado, etc.

El trueque puede ser considerado como la herramienta propicia para conseguir el equilibrio en los mercados de aquella época, ya que así se podía contar con aquellos productos que no se producían localmente e intercambiarlos por aquellos que ya no se requerían, porque existía la suficiente cantidad para satisfacer las necesidades de la población.

Las tribus o comunidades vecinas que cultivaban los mismos productos requerían cada vez más de otros que eran producidos en otros lugares, por lo que, los viajes entre comunidades para conseguir los productos eran cada vez más frecuentes, es así como nace el comercio a largas distancias para llevar y traer las mercancías requeridas por los habitantes de las diferentes zonas.

En la actualidad, podemos comparar esta actividad de intercambio comercial con las importaciones y exportaciones

que los países realizan a diario para complacer las demandas de sus ciudadanos.

Figura No. 1

El trueque



Tomado de <https://historiando.org/origen-del-trueque/>

Nota: La imagen muestra el intercambio de mercancías entre miembros de diferentes poblaciones.

La Evolución Histórica del Comercio Internacional

(Comercio internacional: acción de exportar e importar productos y servicios)

El comercio internacional no solo son las exportaciones e importaciones, a través del tiempo ha ido evolucionando y hoy en día se realizan grandes inversiones en países de todo el mundo, obteniendo así grandes ganancias para los países involucrados.

Los tratados comerciales (tratados comerciales: acuerdos que suscriben dos o más países para determinar preferencias arancelarias y la eliminación de barreras no arancelarias) permiten que el desarrollo del comercio internacional entre países sea cada vez mayor y que las empresas busquen la competitividad y mejoren los canales de comercialización.

“El comercio internacional, por su parte, se define como el conjunto de transacciones comerciales ejecutadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se llevan a cabo entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales” (Sampa Gonzalo N.G, 2009 p. 24).

El mercado donde se desarrolla el comercio es catalogado por el Servicio Nacional al Consumidor de Chile – SERNAC (s.f.), como aquel que “Está comprendido por el conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste” (pág.1).

Existen diversas modalidades del comercio internacional, así podemos encontrar aquella que efectúa una nación con una comunidad económica, como la Unión Europea.

Los Negocios Internacionales

Los negocios internacionales “consisten en transacciones diseñadas y realizadas entre fronteras nacionales para satisfacer los objetivos de individuos, compañías y organizaciones. Dichas transacciones toman varias formas, que a menudo se interrelacionan” (Czinkota y Ronkainen 2007, p.5).

Los negocios internacionales permiten satisfacer las necesidades de los habitantes de cada nación, facultando el intercambio de bienes y servicios. Las múltiples empresas han adaptado sus operaciones para que sus funcionarios estén en contacto con organizaciones que se encuentran alrededor del mundo y que dedican su tiempo y dinero en emprender en diferentes tipos de negocios.

Los negocios internacionales permiten que empresas locales puedan difundir sus bienes o servicios a cualquier parte del mundo, compitiendo hoy en día en un mundo de negocios totalmente globalizado, lo que da la pauta para que muchos empresarios se decidan y salgan al mundo a invertir en sus proyectos.

Con un mundo globalizado y la tecnología a la orden del día se nos ha permitido cruzar las fronteras y buscar nuevos nichos de mercado, pero emprender no es tarea fácil, por lo que es necesario tener planes de negocios competitivos que permitan el desarrollo correcto de los nuevos emprendimientos.

Los negocios internacionales no solo se pueden encasillar en exportación (exportación: mercancías que son comercializadas y enviadas fuera del territorio nacional) e importación (importación: mercancías extranjeras que recibe un país de un país del exterior), se debe tomar en cuenta otro

tipo de transacciones que se realizan fuera de las fronteras de un país, como financiamiento e inversiones. Cabe recalcar que para que estas se den, se debe contar con respaldo competitivo y monetario.

Para desarrollar negocios internacionales de manera exitosa, es necesario que exista estabilidad política, jurídica y gubernamental en las naciones. Es importante entender que ningún empresario está dispuesto a jugar con su capital, por lo que necesita garantías de que sus activos (activos: hoy valor económico total que posee una persona natural jurídica) están siendo invertidos en terrenos fuertes y que estos le permitirán obtener frutos.

Análisis de la Importancia del Comercio Internacional

“El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar los activos que producen mejor, para luego intercambiarlos con otros países, que a su vez ellos producen mejor, de eso se trata la actividad comercial” (Garita, 2006). Por tanto, se puede considerar a la compra y venta internacional como la fuente de producción de una nación. “El comercio internacional es considerado como el factor de mayor crecimiento para las economías, debido a las diferentes rutas de intercambio de bienes y servicios entre diferentes países que adquieren del exterior mercancías que serían costosas desarrollar” (Seguro & Ortega 2019, p. 138).

El comercio internacional engloba actividades que

se desarrollan para que las importaciones y exportaciones puedan convertirse en una realidad, así mismo las diferentes modalidades del comercio internacional. El comercio internacional logra que las naciones fortalezcan sus economías y puedan existir negociaciones entre diferentes gobiernos. La importancia del comercio internacional gira alrededor de:

- La salida internacional de mercancías, que han abastecido el mercado y la demanda nacional.
- La generación de divisas entre los países negociantes.
- La creación de nuevas fuentes de empleos.
- De la importación que permite satisfacer la demanda interna de productos.
- El desarrollo económico de las naciones.

Importancia del Comercio Internacional

El comercio exterior para una nación es indispensable, ya que a través de estas operaciones existe una economía estable. Cabe recalcar que un país debe apuntar en mayor magnitud a las exportaciones y así lograr mantener una balanza comercial (balanza comercial: indicador económico que mide las exportaciones y las importaciones de un país) positiva o superávit. Por otro lado, las importaciones generan un ingreso económico al país con el pago de los tributos. El comercio internacional genera empleo en diferentes ámbitos, como en empresas aseguradoras, empresas de transporte y logística, que

además completan el ciclo en una transacción comercial en el extranjero.

“Los gobiernos tienen un papel importante en maximizar la potencial contribución del comercio internacional al desarrollo inclusivo, que incluye la creación de más y mejores empleos ligados directa o indirectamente al comercio exterior. Este papel consiste en el apoyo a los sectores productivos y la formulación de políticas de educación y trabajo, así como de políticas sociales dirigidas a mejorar las oportunidades de aquellos que pueden beneficiarse de la apertura del comercio” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Santiago de Chile, 2013, p.181). Por tanto, para que el comercio internacional se fortalezca en una nación es necesario que el gobierno de cada país respalde a pequeñas, medianas y grandes empresas para que contribuyan a la estabilidad económica, jurídica y política en esa nación, solo así atraerán mayor inversión extranjera.

¿Cuáles son los Factores que Afectan a los Negocios Internacionales?

“Para poder hablar del ámbito que afectan a los negocios internacionales, es necesario describir que es un ambiente propicio para poderlos llevar a cabo y después incluir elementos que afecten ese entorno, ya sea positivamente o negativamente” (Treviño, 2014, p. 6)

Existen múltiples factores que tienen que ver directa o indirectamente con los negocios internacionales y que influyen

sobre ellos. Según (Hernández, 2014) y varios autores, estos factores son la moneda, el idioma, las TIC, el transporte internacional, los tratados de Libre Comercio, la globalización, etc.

La moneda. Según la (RAE, 2001) se conoce como moneda al “instrumento aceptado como unidad de cuenta, medida de valor y medio de pago”. En la antigüedad el intercambio de mercancías se daba a través del trueque, lo que permitía satisfacer las necesidades de los habitantes de las diferentes tribus. La moneda podía estar representada por dientes de ballena, pepas de cacao, cerdos, granos de sal, etc. Con el pasar del tiempo, los negociantes pudieron darse cuenta de que la comercialización de las mercancías se volvía cada vez más fuerte y era necesario que la moneda pudiera ser fraccionada, que tenga respaldo económico y debió encontrar una manera lógica y segura de hacerlo.

Hoy por hoy, gracias a las TIC se pueden hacer transferencias bancarias seguras a nivel local e internacional, lo que favorece de manera directa al comercio internacional.

Idioma. La comunicación es inminente en los negocios internacionales, a través de ella podemos llevar a cabo grandes acuerdos. A nivel mundial hay muchos idiomas, y existen algunos como el inglés, español y el mandarín que lideran en el ámbito de los negocios. Conocer y dominar el idioma nativo del sitio en donde queremos iniciar negocios nos da seguridad y ventaja ante nuestro posible cliente, nos muestra como personas interesadas en su cultura. Hacer uso de su idioma permite que la negociación sea más cálida y fructífera.

El transporte internacional. Un factor de gran importancia en el comercio exterior es la transportación internacional y hoy, existen diversas formas de trasladar las mercancías a cualquier parte del mundo. Se deben considerar las características y naturaleza propia de las mercancías, tiempos de viaje, recursos económicos que se poseen para escoger el tipo de transporte correcto, que puede ser marítimo, aéreo, terrestre, ferroviario o multimodal.

La globalización. A través de la globalización se produce la unión de los mercados. Con su llegada y su total aceptación, se pueden desatacar la existencia de todo tipo de servicios globales en importación y exportación, totalmente capacitados e interconectados para poder brindar servicios de gran valor que ayuden positivamente a todo tipo de negocios.

Los aranceles (aranceles: tarifas legales que se deben pagar al fisco en un país por las importaciones y exportaciones que realiza)

El cobro de aranceles en un país es el pago al fisco por las importaciones y exportaciones que realiza. Este también es fijado como medida de protección para ciertas mercancías que son producidas en un país. Existen tres tipos de aranceles:

- **Ad Valorem.** Es el porcentaje que se cobra sobre el valor de la mercancía.
- **Específico.** Es el arancel que graba el valor a cobrar según el peso, cantidades o el volumen de las

mercancías.

- **Mixto.** Es la combinación del arancel Ad Valorem y el específico.

Según la SENA, los tributos al comercio exterior en el Ecuador corresponden a los aranceles, FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) que es el 0.5% aplicado sobre la base imponible (costo, seguro y flete) en las importaciones al consumo, ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) y el IVA (Impuesto al Valor Agregado).

Las tecnologías de información y comunicación, TIC. El ambiente tecnológico hoy en día permite que las negociaciones internacionales se realicen de manera más rápida y directa. Existen diversas plataformas que acortan los procedimientos en las actividades de comercio exterior. Las TIC permitieron que en estos tiempos de pandemia el mundo entero esté comunicado.

El correcto uso de las diferentes herramientas tecnológicas permite disminuir costos a los negocios internacionales. Una de las plataformas que ayudan a las empresas a nivel mundial es TRADE MAP que muestra estadísticas de importaciones, exportaciones, volúmenes, países que compran y venden, etc.

Figura No. 2
Plataforma TRADE MAP



Fuente <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Nota: El gráfico muestra la página web de TRADE MAP y los mayores países exportadores de flores a nivel mundial.

Los Tratados de Libre Comercio. Con mucha frecuencia los países intentan acordar tratados de libre comercio que amplíen los mercados de bienes y servicios que beneficien a más naciones. Para llegar a este tipo de negociación es necesario que los países estén preparados, con economías y políticas estables, que permitan una competencia igual y que ayude a los pequeños empresarios a desarrollar nuevas ideas competitivas.

Ecuador aún no consigue un TLC, pero sí tiene diversos acuerdos comerciales que permiten negociaciones más dinámicas.

Figura No. 3

Acuerdos comerciales de Ecuador

Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Países	Normativa en materia de origen, según acuerdo o régimen preferencial	Sistema de certificación, criterio de origen acceso a mercados de origen.
Acuerdo sobre los procedimientos para implementación del requisito específico de origen del sector automotor	C o l o m b i a , Ecuador y Venezuela	Resolución 336	Entidades Públicas
Acuerdo de Complementación Económica entre Ecuador y Guatemala	Ecuador-Guatemala	Anexo 3A y Anexo 3B, Apéndice I	Entidades Públicas Privadas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Unión Europea	R e g l a m e n t o 1063/2010 Reglamento 2454	Entidades Públicas
Trato Arancelario a las mercancías originarias del Ecuador en el marco de UE	Unión Europea	DECLAMENTO 1284 – 2014 – UE trato a Ecuador R E G L A M E N T O 2913/92	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Canadá	Manual sobre el esquema de Canadá	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Japon	Manual sobre el esquema del Japon	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Suiza	Manual sobre el esquema de Suiza	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Noruega	Reglamento relativo al origen	Entidades Públicas
Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Países	Normativa en materia de origen, según acuerdo o régimen preferencial	Sistema de certificación, criterio de origen acceso a mercados de origen.
Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina)	Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador	Decisión 416 de la Comisión de la Comunidad Andina	Entidades Públicas y Privadas
Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina)	Peru, Colombia, Bolivia y Ecuador	Decisión 417 de la Comisión de la Comunidad Andina	Entidades Públicas y Privadas
Convenio de complementación del sector Automotor	C o l o m b i a , Ecuador y Venezuela	Convenio de Complementación del sector Automotor	Entidades Públicas
Sustitución de las Resoluciones 336 y 462 de la Junta del Acuerdo de Cartagena sobre Requisitos Específicos de Origen para productos del sector automotor	C o l o m b i a , Ecuador y Venezuela	Resolución 323	Entidades Públicas

Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Países	Normativa en materia de origen, según acuerdo o régimen preferencial	Sistema de certificación, criterio de origen acceso a mercados de origen.
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Turquia	SGP-Turquia	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Nueva Zelanda	Reglamento relativo al origen	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Corea del Sur		Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Rusia	Reglamento relativo al origen SGP-Rusia	Entidades Públicas
Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Estados Unidos	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas
Sistema Global de Preferencias comerciales entre países en desarrollo	Países miembros del grupo de los 77	Acuerdo sobre el Sistema Global de Preferencias comerciales entre países en desarrollo	Entidades Públicas
Acuerdo Regional -Apertura de Mercados AR-AM No. 2	Ecuador-Panamá-México	Resolución ALADI Acuerdo de Adhesión	252 Entidades Públicas
Acuerdo de Alcance Parcial No. 29	Ecuador-México	Resolución ALADI Acuerdo de Adhesión	252 Entidades Públicas
Acuerdo de Complementación Económica No. 46	Ecuador-Cuba	Resolución ALADI Acuerdo de Complementación	252 Entidades Públicas
Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial	Países	Normativa en materia de origen, según acuerdo o régimen preferencial	Sistema de certificación, criterio de origen acceso a mercados de origen.
Acuerdo de Complementación Económica No. 66	Ecuador-Chile	Resolución ALADI Acuerdo de Complementación	252 Entidades Públicas
Acuerdo de Complementación Económica No. 59	MERCOSUR-CAN	Acuerdo de Complementación	Entidades Públicas
Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional AR-RAR No. 4	Ecuador - Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay y Cuba, Uruguay, Panamá	Resolución ALADI Acuerdo de Adhesión Panamá	252 Entidades Públicas
Acuerdo de Alcance Parcial entre el Gobierno de la República de Nicaragua y el Gobierno de la República del Ecuador.	Ecuador - Nicaragua	Acuerdo de Alcance Parcial entre Ecuador y Nicaragua Anexo Preferencias arancelarias otorgadas por Ecuador a Nicaragua Anexo Preferencias arancelarias otorgadas por Nicaragua a Ecuador	Entidades Públicas

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones del Ecuador (2018). Tomado de chrome-extension://efaidnbmninnbpcjpcgclefindmkaj/http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf

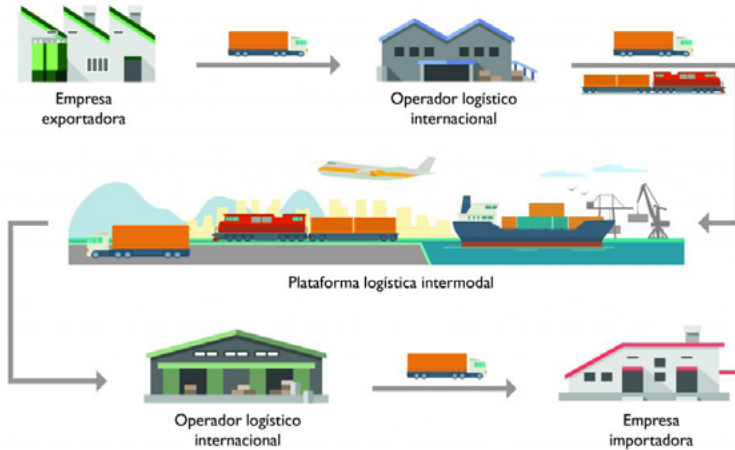
Nota: El gráfico muestra los acuerdos comerciales internacionales en donde interviene Ecuador.

Participantes en el Desarrollo de los Negocios Internacionales

Los actores que se encuentran alrededor de los negocios internacionales son muchos, entre ellos podemos mencionar a: importador, exportador, empresas de seguros (empresas de seguros: personas jurídicas que tienen como misión salvaguardar la pérdida o daños de los bienes que han sido asegurados), y transporte, agentes aduaneros (agentes aduaneros: prestadores de servicios aduaneros actúan como intermediarios entre los exportadores e importadores con la aduana), operadores logísticos (operadores logísticos: empresas especializadas cuya función es gestionar el cumplimiento de los procesos en la cadena de suministro), etc., estos participantes cumplen con una misión específica establecida en la cadena de suministros (cadena de suministro: procesos que se cumplen para que las mercancías lleguen a los mercados establecidos y satisfacer las necesidades de los compradores) del comercio exterior. Toda mercancía que ingresa o sale del país debe ser revisada y cumplir con las formalidades y procedimientos para poder ser nacionalizada.

Figura No. 4

Actores en la cadena de Comercio Exterior



Tomado de <https://www.cargoflores.com/service/logistica-y-distribucion-internacional/>

Nota: El gráfico muestra a los responsables legales de que las mercancías salgan desde su lugar de origen hasta el destino.

Entorno de los Negocios Internacionales

Los negocios internacionales están dirigidos por un sistema mundial de comercio cuyas bases son el GATT que hoy lo conocemos como la Organización Mundial de Comercio “OMC” cuya misión es rebajar aranceles, aumentar el comercio mundial y, por ende, el incremento económico de todos los países que la integran.

Al realizar negocios internacionales, estas organizaciones deben considerar los factores que influyen y que afectan los negocios de forma positiva o negativa, como los sistemas políticos, económicos, legales, los derechos de propiedad intelectual, etc.

Sistemas políticos. Un sistema político corresponde al sistema de gobierno de un país, es por esto por lo que para que se desarrollen los negocios internacionales productivos deben existir sistemas políticos estables.

Sistemas económicos. Se los puede clasificar como: economía de mercado, planificada y mixta.

Las economías de mercado corresponden a la producción de las empresas privadas. Es donde convergen la oferta y la demanda, delimitan la producción y los precios de bienes y servicios.

Las economías planificadas son aquellas lideradas por los gobiernos de cada país, los mismos que determinan los bienes y servicios que se producen, así como sus volúmenes y precios.

“El Gobierno es el órgano encargado de gestionar los planes de producción que van a nutrir la economía, siendo también responsables de asignar los recursos de manera equitativa a la población. La producción se lleva a cabo según las directrices estipuladas previamente por el propio Estado, y se llevarán a cabo estrategias como el control de precios o el racionamiento para garantizar la asignación de recursos equitativa.

La primera gran economía planificada la vimos en el siglo pasado, durante la etapa de la Unión Soviética. A través del llamado “Comunismo de Guerra”, entre los años 1918 y 1921, aplicaron restricciones amplias a la producción y al consumo, nacionalizando empresas y con el Gobierno asumiendo la responsabilidad total en cuanto al desarrollo de la economía. Actualmente, Corea del Norte es el ejemplo más claro de una completa economía planificada, donde su líder Kim Jong-un y su Gobierno son los encargados de gestionar unitariamente los recursos y la producción de todo el país”. Software DELSOL. Recuperado de <https://www.sdelsol.com/glosario/economia-planificada/>

Las economías mixtas son aquellas que intervienen tanto las economías de mercado como las economías planificadas, es decir, la combinación de ambas.

Sistemas legales. El sistema jurídico de un país se sustenta en las leyes, en los derechos y obligaciones que cada persona posee. La Constitución es la máxima ley que existe en un país, la Carta Magna debe ser cumplida por sus habitantes. Un sistema legal e independiente da a los negocios internacionales estabilidad e invita de manera responsable a la inversión de capital extranjero en dicho país.



2

Capítulo 2

Naturaleza y Modalidades de los Negocios Internacionales

Todos los países del mundo necesitan de exportaciones, importaciones y de diferentes tipos de inversiones para mejorar sus economías. Cada una de las naciones se necesitan entre sí para llevar a cabo las diferentes transacciones comerciales que satisfagan las necesidades de sus habitantes. Existen diferentes formas de hacer negocios internacionales. Se resaltan las formas tradicionales como exportación e importación, continuando por las formas especiales y promovedoras de comercio.

Formas Tradicionales

Exportación. Según la (RAE, 2001) exportar es vender bienes en otro Estado que no pertenezca al mismo territorio aduanero. La exportación se da con la comercialización de mercancías o servicios alrededor del mundo, esta puede clasificarse como directa e indirecta.

a) Directa. La exportación directa se realiza entre el país exportador (vendedor) y el país importador (comprador). Se necesita tener conocimientos sólidos acerca de los negocios internacionales como preferencias comerciales y plan estratégico para lograr llevar a cabo las diferentes transacciones y lograr un buen término.

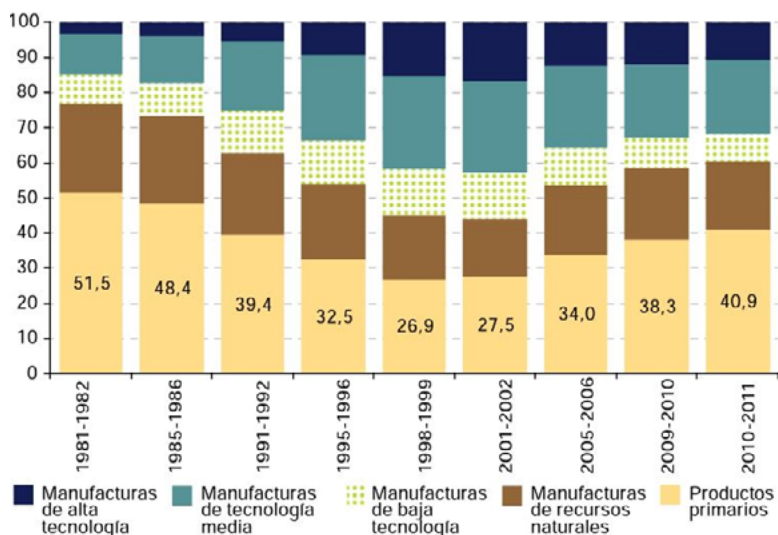
b) Indirecta. La importación indirecta permite a pequeñas y medianas empresas ingresar a mercados internacionales.

les con la ayuda de intermediarios que conocen bien lo que los comparadores requieren. Los agentes intermediarios son quienes se encargan de promocionar bienes o servicios, ya que existen empresarios que no poseen el conocimiento, el recurso económico, etc., para ejecutar una transacción comercial con compradores directos en el extranjero.

América Latina y el Caribe contribuyen al mundo con sus exportaciones de manufacturas de alta, baja y media tecnología, manufacturas de recursos naturales y productos primarios, con lo cual se aporta al dinamismo del comercio internacional. Cabe recalcar que los países latinoamericanos se especializan en las exportaciones de productos procedentes de la agricultura, ganadería, pesca, minería, etc.

Figura No. 5

América Latina y el Caribe: Evolución de la estructura de las exportaciones al mundo, 1981 – 2011 (En porcentajes del total en valor)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Naciones Unidas, Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE). Tomado de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27975/3/S2012927.pdf>

Nota: El gráfico muestra el desarrollo de las exportaciones de diferentes productos de países latinoamericanos desde 1981 – 2011.

- **Importación.** “La importación es la transferencia de la propiedad de los bienes o prestación de los servicios producidos en el exterior a residentes de una economía. Compra de productos (bienes y servicios) a un mercado extranjero”. (Puglla, Andrade, & Vanegas, 2017, p. 2). Cabe recalcar que, dentro de las importaciones, la más conocida y usa es la importación a consumo, es decir, las mercancías serán nacionalizadas y comercializadas

en el país importador; otras mercancías son adquiridas como materia prima para luego transformarlas y venderlas como productos terminados.

- **Directa** Es aquella que se lleva a cabo cuando el país importador realiza la compra sin intermediario al país exportador. Las importaciones se dan porque el importador necesita dicha mercadería o servicio para luego comercializarla entre las personas que habitan en esa nación.
- **Indirecta.** Como en la exportación indirecta, el importador pequeño o mediano se vale de una persona intermediaria para que la asesore y se encargue de todos los trámites que se requieren en la importación de mercancías.

Formas Especiales

Son aquellas diferentes formas de inversiones y operaciones que se realizan entre países y que contienen diferentes tratamientos, ya sea de forma jurídica y económica. *Descubre los tipos de negocios internacionales que existen hoy en día.* (s.f.) Recuperado el 4 de marzo de 2023, de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/descubre-los-tipos-de-negocios-internacionales-que-existen-hoy-en-dia/>

Inversiones internacionales directas. Son las diferentes inversiones de capital que pueden efectuar las empresas fuera de las fronteras de sus países.

Operaciones de compensación. Permite que compra-

dor y vendedor se pongan de acuerdo en la forma de pago, ya que puede que no exista dinero de por medio, sino más bien se puede proceder en forma de trueque.

Operaciones de perfeccionamiento. Las materias primas son manufacturadas y transformadas a producto terminado, esta operación está a cargo de un socio en el extranjero, el cual cobra por esta transformación.

Fabricación bajo licencia. Esta negociación permite que otra empresa compre las licencias (permisos) de nuestros productos y así comercializarlos legalmente. Esta negociación se da sobre todo cuando el exportador no cuenta con el dinero o con productos innovadores para establecerse en mercados en el extranjero.

Franquicia. Este sistema permite vender productos pertenecientes a una firma comercial específica, a diferentes compradores bajo condiciones económicas y políticas de la empresa dueña de la marca. El comprador de la franquicia debe someterse al cumplimiento de todos los acuerdos **y cláusulas que** el vendedor impone.

Cooperación. La cooperación en los negocios internacionales permite tener el apoyo entre dos o **más países** o empresas para lograr desarrollarse en el exterior.

Formas Promovedoras

Agentes comerciales o intermediarios independientes. Son personas naturales o jurídicas que poseen su propia cartera de clientes a quienes ofrecen variedades de

productos o servicios. Se desenvuelven como intermediarios y cobran por sus servicios una comisión recibiendo el porcentaje pactado de la venta realizada.



3

Capítulo 3

Teorías Económicas del Comercio Exterior

Los gobiernos deben mantener el equilibrio de nivel económico, jurídico y político, y así lograr que los inversores extranjeros se sientan seguros en los negocios internacionales. El ingreso de capital fresco a las economías de un país permite evolucionar y mantener relaciones comerciales fructíferas, así como la generación de nuevas plazas de empleo.

El Mercantilismo

Según la (RAE, 2001) el mercantilismo es el sistema económico que atiende en primer término al desarrollo del comercio, principalmente al de exportación.

El estado juega un papel preponderante en el desarrollo de la economía nacional, es quien determina el proteccionismo con la implantación de barreras arancelarias y no arancelarias a las importaciones, y diversas medidas que permitan mantener una balanza comercial positiva (exportaciones superiores a las importaciones)

Figura No. 6

Comercio exterior ecuatoriano en millones de USD. Periodo 2010-2018

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo
2010	17,489.93	19,468.65	(1,978.73)
2011	22,322.35	23,151.86	(829.50)
2012	23,764.76	24,205.37	(440.61)
2013	24,847.85	25,888.84	(1,040.99)
2014	25,724.40	26,447.60	(723.20)
2015	18,330.60	20,460.20	(2,129.60)
2016	16,797.70	15,550.60	1,247.00
2017	19,122.50	19,033.20	89.20
2018	21,606.10	22,120.60	(514.50)

Fuente: Banco Central del Ecuador. Información Estadística Mensual Nos. 1966 y 2007. Tomado de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf)

Nota: La tabla muestra la balanza comercial negativa del Ecuador entre el año 2010 y 2018.

Ventajas Absoluta y Comparativa

Según Adam Smith (1817), la ventaja absoluta permite que un país produzca cierta mercancía en particular usando menos insumos que otros productores, la ventaja absoluta radica en ser el mejor fabricante de cierto producto y hacerlo a costos bajos sin perder la calidad de dicho producto.

Según David Ricardo (1817), la ventaja comparativa radica en la especialización de un producto en específico con costos relativamente bajos a diferencia de los otros países.

Costos de Oportunidad

“El valor de un bien concreto [...] es igual a la significación de (la) satisfacción de aquellas necesidades a las que tendría que renunciar en el caso de que no dispusiera de la cantidad del bien [...] correspondiente”. (Menger, 1871, Principios de Economía Política).

Cuando se habla de costo de oportunidad nos referimos al porcentaje de ingreso o inversión que se debe sacrificar para tener mayor productividad en un servicio o bien. **Por ejemplo:** imaginemos, un arquitecto gana \$15 por hora trabajada, pero resulta que también puede cortar la hierba del patio de los vecinos y con esta labor gana \$20 por hora. Si sacrifica el ejercicio de la arquitectura y tiene la oportunidad de cortar hierba o pasto, entonces el costo de oportunidad es ganar \$5 más la hora, por cortar hierba.



Capítulo 4

El Transporte, el Seguro Internacional de Mercancías y los Incoterms

Aspectos del Transporte Internacional

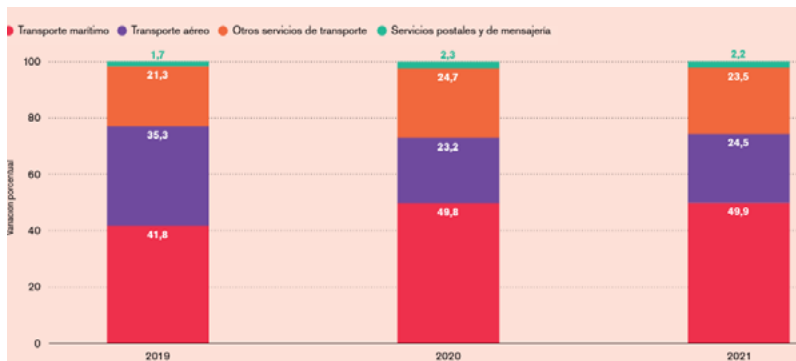
El transporte internacional de mercancías es de vital importancia en el comercio exterior y existen varias vías por las se puede llevar a cabo, cabe recalcar que es necesario considerar las características de las mercancías, los plazos de entrega, el dinero con que se cuenta para la transportación.

Principalmente, los tipos de transporte internacional de mercancías son: marítimo, terrestre, aéreo, ferroviario y multimodal.

Para transportar las mercancías se debe prepararlas, asegurarlas y transportarlas internamente desde el país de origen, luego enviarlas por transporte internacional, recibir las mercancías en el lugar de destino, transportarlas internamente en el país de destino hasta el lugar pactado.

Figura No. 7

*Desglose del comercio de servicios de transporte 2019-2021
(Participación porcentual)*



Fuente: Estimaciones de la OMC y la UNCTAD Tomado de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtsr_2022_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtsr_2022_s.pdf)

Nota: El gráfico muestra la estadística del uso de los medios de transporte internacional de mercancías a nivel mundial entre el 2019 y el 2021.

Transporte Internacional Terrestre

El transporte internacional terrestre permite trasladar mercancías de manera económica. Este tipo de transporte es el más utilizado para el intercambio de productos a nivel mundial, siempre y cuando se cuente con el tiempo necesario y se realice entre países vecinos.

Este transporte se lo puede usar para cargas completas o consolidadas.

Transporte Internacional Aéreo

El transporte internacional aéreo es el más costoso, pero más rápido y permite el envío de cargas a largas distancias. Existen solicitudes de usuarios en donde piden que la llegada de los productos comercializados sea lo más pronto posible; sin embargo, se debe considerar que no todas las mercancías pueden transportarse por este medio, por lo que es necesario el análisis previo de la naturaleza de estas, volúmenes, cantidades y tiempos establecidos para el arribo en el lugar de destino.

Figura No. 8

Exportación de flores por vía aérea



Tomado de <https://www.hangarx.com.ar/2017/02/san-valentin-flores-carga-aerea/>

Nota: Las flores por ser un producto delicado requieren un cuidado especial para mantener su frescura y vida útil, siendo la vía aérea la más indicada.

Transporte Internacional Ferroviario

El transporte internacional ferroviario de mercancías es empleado en largas distancias y corresponde a un transporte económico, la desventaja es que no es lo suficientemente rápido. Una ventaja muy rescatable es que es ideal para transportar carga pesada.

Transporte Multimodal

El transporte multimodal de mercancías es aquel que combina dos o más tipos de transporte internacional. **Ejemplo:** Una empresa en Bolivia importa desde Colombia cierto tipo de mercancías, estos productos llegan por vía marítima hasta Perú, se descargan los productos y para llegar hasta Bolivia se tomará transporte internacional terrestre.

Transporte marítimo y sus operaciones

“El transporte marítimo es el servicio de trasladar de un lugar a otro, pasajeros, o cargamento, utilizando barcos, barcazas, lanchas, entre otros medios, con capacidad de flotar y circular vías marítimas”. Importaciones Ecuador. Recuperado el 1 de enero del 2022 de <https://www.importacionesecuador.com.ec/transito-internacional/transporte-maritimo/>

El transporte internacional marítimo de mercancías más usado a nivel mundial, ya que, una ventaja son sus bajos costos y permite transportar productos en grandes cantidades. Se puede transportar carga a granel, carga consolidada o carga completa.

Los intervinientes en el proceso de transporte internacional de mercancías por vía marítima son:

- **Armador:** Llamamos armador al dueño del buque.
- **Porteador:** Es quien transporta las mercancías. El armador y porteador pueden ser la misma persona.
- **Consignatario:** Se desempeña como agente del armador o porteador.
- **Cargador:** Embarca las mercancías tanto en el puerto de origen y como en el de destino.
- **Estibador:** Carga y descarga de las mercancías en el buque.

Ventajas del Transporte Internacional Marítimo de Mercancías

Entre las principales ventajas del transporte internacional marítimo son:

- Se puede transportar grandes volúmenes de productos.
- El transporte internacional de mercancías marítimo representa un bajo costo, tomando en consideración las largas distancias que viaja.
- Se lo considera como un transporte seguro y muy eficaz.

- Se puede transportar variedad de mercancías en los diferentes tipos de contenedores, es decir, se puede transportar productos peligrosos, al granel, líquidos, perecibles, etc.

El Seguro Internacional de Mercancías

Es aquel contrato que permite proteger las mercancías durante el transporte de estas a diferentes partes del mundo.

La cobertura de las mercancías se da con la firma de la póliza de seguros, lo cual permite la indemnización en caso de siniestros. Es necesario considerar que la indemnización no puede ser mayor al daño sufrido en el siniestro, por lo tanto, la indemnización no es un lucro.

El único documento válido para el cobro de la indemnización en caso de siniestro es la póliza, la misma que puede clasificarse como flotante y específica.

Modelos de Póliza

(Póliza: documentos legales que son usados por empresas de aseguradoras)

Póliza flotante: Es aquella que concede al asegurado una garantía abierta en la que se puede establecer mediante acuerdos previos, aumentos o reducciones de la póliza.

Póliza específica: Permite se aseguren las mercancías

por siniestros específicos, como hurtos totales o parciales, incendios, etc.

Cobertura del Seguro de Mercancías

Existen coberturas que son mayormente escogidas por los contratantes y que son expresadas en las pólizas de seguro, entre estos podemos encontrar coberturas básicas como vuelcos, descarrilamientos, avería, colisiones, hurtos, etc.

Internacionalmente, existen coberturas Institute Cargo Clauses (ICC), elaboradas por el Instituto de aseguradoras de Londres (ILU). Entre ellas tenemos:

ICC tipo A. Son aquellas que cubren daños, excepto aquellos que son producidas por un embalaje de mercancías incorrecto, desgaste, demoras, guerras o huelgas.

ICC tipo B. Son aquellas que cubren daños ocasionados por incendios, explosiones, colisiones, abordajes, vuelcos, averías, pérdida de valor por acciones de olas en carga y descarga, pérdidas durante el transporte y se exceptúan las mismas situaciones que las ICC de tipo A.

ICC tipo C. Las coberturas son similares a las ICC de tipo B, y se excluye Se excluyen, las pérdidas de mercancías producidas por la entrada de agua durante la carga y descarga o por pérdidas o extravío de mercancía.

Características de la Compraventa Internacional y los Incoterms



Para dar paso a un contrato de compraventa internacional es necesario que las partes estén satisfechas con cada uno de los puntos acordados en la negociación, por lo que, es importante conocer las responsabilidades que el comprador (importador) y vendedor (exportador) asumen a la firma de este.

Los Incoterms (incoterms: términos de comercio internacional), manejan un lenguaje universal, el cual permite regular de forma clara y precisa cada transacción:

- El lugar específico de la entrega de mercaderías,
- La transferencia de riesgos,
- El reparto de gastos y
- Los trámites aduaneros.

Figura No. 9

Incoterms 2020

Incoterms® 2020		
Aplicables a cualquier modo de transporte 		
CÓDIGO	SIGNIFICADO	TRADUCCIÓN
EXW	EX Works	En Fábrica
FCA	Free Carrier	Libre transportista
CPT	Carriage Paid To	Transporte pagado hasta
CIP	Carriage and Insurance Paid to	Transporte y seguro pagados hasta
DAP	Delivered at Place	Entregado en punto de destino
DPU	Delivered at Place Unloaded	Entregado en el lugar de descarga
DDP	Delivered Duty Paid	Entregado con derechos pagados
Aplicables al transporte marítimo y fluvial 		
FAS	Free AlongSide Ship	Libre al costado del buque
FOB	Free On Board	Libre a bordo
CFR	Cost and Freight	Coste y Flete
CIF	Cost, Insurance, Freight	Coste, Seguro y Flete

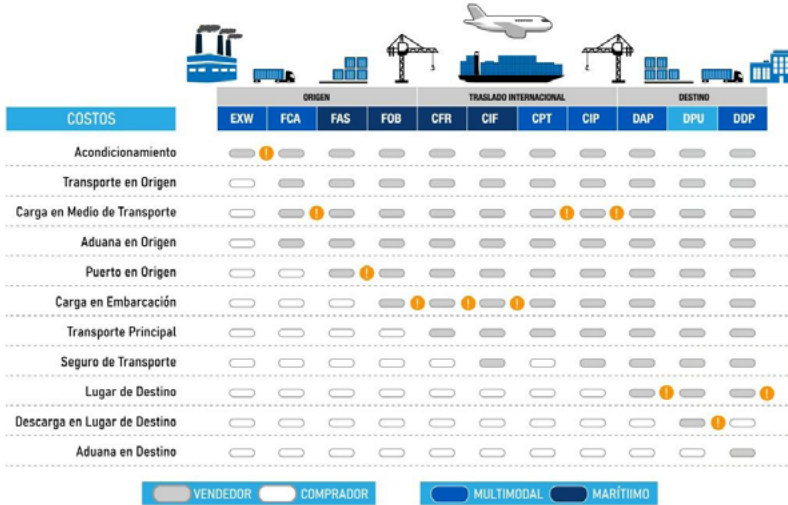
Tomado de <https://www.trafimar.com.mx/blog/incoterms-2020>

Nota: Incoterms 2020 con su respectiva codificación, significado y traducción

Descripción de los Incoterms 2020

La conducción legal del comercio global necesita de reglas internacionales que eviten incertidumbres y malas interpretaciones entre los operadores del comercio exterior, es por ello por lo que a través de los Incoterms 2020 se identifican obligaciones y responsabilidades en cada transacción comercial.

Figura 10
Responsabilidad según Incoterms 2020



Tomado de <https://loinde.com.ec/incoterms-2020/>

Nota: Momento en que vendedor y comprador toman la responsabilidad sobre la carga importada o exportada.



5

Capítulo 5

La Exportación

La exportación es netamente la venta de bienes o servicios en países extranjeros, para que esas mercancías o servicios sean comercializadas de forma legal en aquellos países.

Importancia de la Exportación en los Países

Las exportaciones contribuyen positivamente a la economía de los países, ya que crea fuentes de trabajo, permitiendo a sus habitantes tener una mejor calidad de vida. Cuando existen mayores exportaciones que importaciones se da paso a una balanza comercial en superávit, es decir, la balanza comercial es positiva.

Ventajas de la Exportación

Un país que formaliza sus exportaciones cumple un papel de suma importancia en el desarrollo económico de la nación, ya que a través de estas negociaciones refleja la producción de sus bienes y la cobertura en la demanda internacional. Entre las principales ventajas tenemos:

- Existen mayores ganancias económicas para un país.
- Apertura a mercados internacionales nuevos.
- Equilibrio en la producción nacional.

- Reducción del costo fijo unitario.
- La productividad se incrementa.
- Creación de nuevos productos y servicios.
- Las exportaciones provocan la redistribución o mejor manejo de los costos fijos.

Personas que Intervienen en el Proceso de Exportación

Las personas que intervienen en los procesos de exportaciones son consideradas como figuras protagónicas, que a través de la ejecución de sus actividades legales garantizan que productos nacionales viajen a otros países para que estos puedan cubrir las demandas de los compradores internacionales. Entre ella podemos mencionar:

Exportador: Es la persona que comercializa bienes o servicios desde su lugar de origen hacia el extranjero (RAE, 2014). Cabe recalcar que con el afán de promocionar e incrementar las exportaciones de la región de América del Sur, los gobiernos crean organismos estatales que colaboran con los exportadores a cumplir de forma más eficaz y eficiente esta labor.

Figura No. 11

Organismos de promoción comercial para la exportación, por países en Latinoamérica

País	Organismo	Año de creación	Presupuesto (2007-2009) (en millones de dólares)	Presupuesto/ exportaciones (en porcentajes)
Argentina	Fundación ExportAr	1993	4,5	0,008
Bolivia (Estado Plurinacional de)	Promueve Bolivia (antes CEPROBOL)	1998-2008	0,2	0,004
Brasil	ApexBrasil	2003	120	0,078
Chile	ProChile	1974	33	0,061
Colombia	Proexport	1992	55	0,168
Costa Rica	PROCOMER	1996	11,8	0,136
Ecuador	CORPEI-PRO ECUADOR	1997-2011	6,8	0,049
El Salvador	EXPORTA	2004	2	0,053
Guatemala	Departamento de Promoción Comercial	2000	0,4	0,005
Honduras	FIDE	1984	0,9	0,039
Jamaica	JTI	1990	6,7	0,241
México	ProMéxico	2007	97	0,042
Panamá	Dirección Nacional de Promoción de las Exportaciones	1998	1,8	0,129
Paraguay	REDIEX	2004	1,4	0,044
Perú	PROMPERÚ	2007	29	0,113
República Dominicana	CEI-RD	2003	2,4	0,044
Uruguay	Uruguay XXI	1996	0,6	0,011

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Naciones Unidas, Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE) y Christian Volpe Martincus, *Odyssey in International Markets: An Assessment of the Effectiveness of Export Promotion in Latin America and the Caribbean*, Washington, D.C., Banco Interamericano de Desarrollo (BID), octubre de 2010.

Tomado de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27975/3/S2012927.pdf>

Nota: En el gráfico se muestran las organizaciones gubernamentales que apoyan a los exportadores de América Latina.

Agente Aduanero: Es la persona autorizada por la ley para cumplir la misión de intermediario entre el exportador o importador y la aduana y así agilizar trámites de importación y exportación de mercaderías y demás operaciones legales aduaneras.

Seguridad de Vigilancia Aduanera: Tiene como misión mantener la seguridad de puertos, aeropuertos y pasos fronterizos de un país.

Tipos de Exportación

Las exportaciones son mecanismos que permiten que dinero extranjero refresque las economías de las naciones; sin embargo, se debe establecer que no todas las exportaciones serán destinadas al régimen definitivo, ya que existen casos en donde las mercancías salen temporalmente de las fronteras del país de origen a cumplir propósitos debidamente justificados, para luego de un tiempo determinado regresar al país exportador. Entre los tipos de exportación tenemos:

Exportación Temporal

La exportación temporal permite el envío de diferentes mercancías a otros países con la exoneración del pago de

tributos aduaneros para que cumplan un objetivo específico durante un tiempo estipulado y luego ser regresado al lugar de origen.

Ejemplo: Se realizará una feria internacional en EE. UU en donde una empresa ecuatoriana promocionará una nueva variedad de cacao. La empresa ecuatoriana puede acogerse a una exportación temporal para poder trasladar al lugar del evento lo necesario para el arreglo del stand, muestras para degustación del producto, etc. Luego de terminado el evento se debe regresar al Ecuador todo lo que salió de forma temporal y sin pagar tributos aduaneros.

Exportación definitiva

La exportación **definitiva se** produce cuando los bienes son trasladados a otros países con el objetivo de nacionalizar las mercancías en el país de destino y así ser comercializados.

Exportación concentrada

Existe exportación concentrada cuando las empresas coordinan entre sí para enviar mercancías a un país en común. Ejemplo: La empresa X debe abastecer a la empresa Y en China, pero la empresa X no cuenta con la mercadería suficiente, por lo que busca a la empresa Z para que contribuya y juntas enviar la mercadería requerida en China.

Exportación directa

Es la más utilizada, requiere experiencia e inversión económica. No existen intermediarios para realizar la exportación directa, es la misma empresa la que se encarga de enviar las mercancías al extranjero.

Exportación indirecta

Es aquella que está dirigida a pequeñas y medianas empresas que no cuentan con la capacidad económica, ni con experiencia en trámites de exportaciones, es por esto que necesitan de un intermediario que se encargue del proceso de exportación y así aminorar riesgos que puedan surgir en el proceso de dicho evento.



6

Capítulo 6

El Marketing Internacional y el Mercado Global

¿Qué es el Marketing Internacional?

El Marketing Internacional son las actividades o estrategias que permiten promocionar bienes o servicios en países del exterior. Según la [American Marketing Association](#) “es un proceso multinacional de planeación y ejecución de la concepción, precios, promoción y distribución de las ideas, las mercancías y los servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales u organizacionales”. Para Kotler el marketing internacional es “Aquel que activa los mejores caminos para el desarrollo de los negocios” (Kotler 2003, pág. 302)

Existen beneficios que acarrea el Marketing Internacional, entre estos tenemos:

- Permite expandir el *área de negocios* y llevarlo de lo local a nivel internacional.
- Al posicionar una marca en el exterior, las ventas tienden a aumentar.
- El Marketing Internacional identifica nuevos clientes potenciales.
- Posiciona productos o servicios nuevos en el mercado internacional, esto apunta a atraer nuevas ventas y nuevos ingresos para una nación.

- Busca mejorar la competitividad.

Figura No. 12

Origen y evolución del marketing internacional



Fuente: Álvarez (2012)

Tomado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpc-glcleftindmkaj/http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf

Nota: El gráfico muestra el desarrollo del marketing internacional a través de los años.

Mercado Global

Los mercados de hoy se encuentran globalizados lo que permite que sean competitivos para alcanzar las exigencias mundiales y poder ingresar a mercados internacionales nuevos. El estudio de mercado, la investigación, una campaña de marketing internacional apropiada, en sí, una planeación

estratégica son el camino al éxito para las empresas, es lo que buscan quienes apuesten a diversificar sus mercados en el ámbito internacional.

Figura No. 13

Ventajas de la internacionalización de las empresas



Fuente: Lerma & Márquez, 2010, pág. 42 Tomado de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf)

Nota: El gráfico muestra las ventajas que las empresas tienen en el momento que deciden lanzar sus productos y servicios en mercados internacionales.

Factores Culturales y Sociales del Marketing Internacional

Cada región, cada país, cada ciudad es diferente, cada una posee características particulares y culturas que, aunque se parezcan unas a otras, no son las mismas.

Una empresa que desee ingresar a un mercado internacional debe tomar en cuenta el factor cultural de la nación en donde se encuentre domiciliada dicha empresa. Existen factores que pueden dificultar su entrada al extranjero, como en el idioma, ideologías religiosas, etc., que se deben vencer y dejar a un lado para alcanzar una buena negociación con empresas en el exterior.

Conocer la cultura del país en donde queremos negociar permitirá ingresar de manera más natural y amigable a un nuevo nicho de mercado. Cada nación es amante y respetuosa de sus raíces y para tratar de convertirnos en sus proveedores deberá primar el respeto hacia ellas, lo que, nos llevará a consolidarnos como una alternativa de este cliente potencial.

Es necesario que las empresas incrementen sus negociaciones en el extranjero a través de la:

- Valoración de variables culturales de diferentes naciones.
- Conocimiento de las tendencias de consumo en el exterior.
- Conocimiento del idioma con quien se hace negocios.
- Investigación del mercado meta a partir del perfil del consumidor nacional

Abreviaturas

EXW	En fábrica
FCA	Libre transportista
CPT	Transporte pagado hasta
CIP	Transporte y seguro pagado hasta
DAP	Entregado en destino
DPU	Entregado en el punto de descarga
DDP	Entregado con derechos pagados
FAS	Libre al costado del buque
FOB	Libre a bordo
CFR	Costo y flete
CIF	Costo, seguro y flete
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMA	Organización Mundial de Aduanas
CAN	Comunidad Andina de Naciones
ICC	Institute Cargo Clauses
ONG	Organización No Gubernamental
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
ACE	Acuerdo de Complementación Económica
AAP CE	Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica
AAP R	Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación
ACPR	Arreglos comerciales preferenciales son, en la OMC, preferencias comerciales unilaterales
SGP	Sistema Generalizado de Preferencias
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
ALADI	Asociación Latinoamericana de Integración



**Referencias
Bibliográficas**

Referencias bibliografía

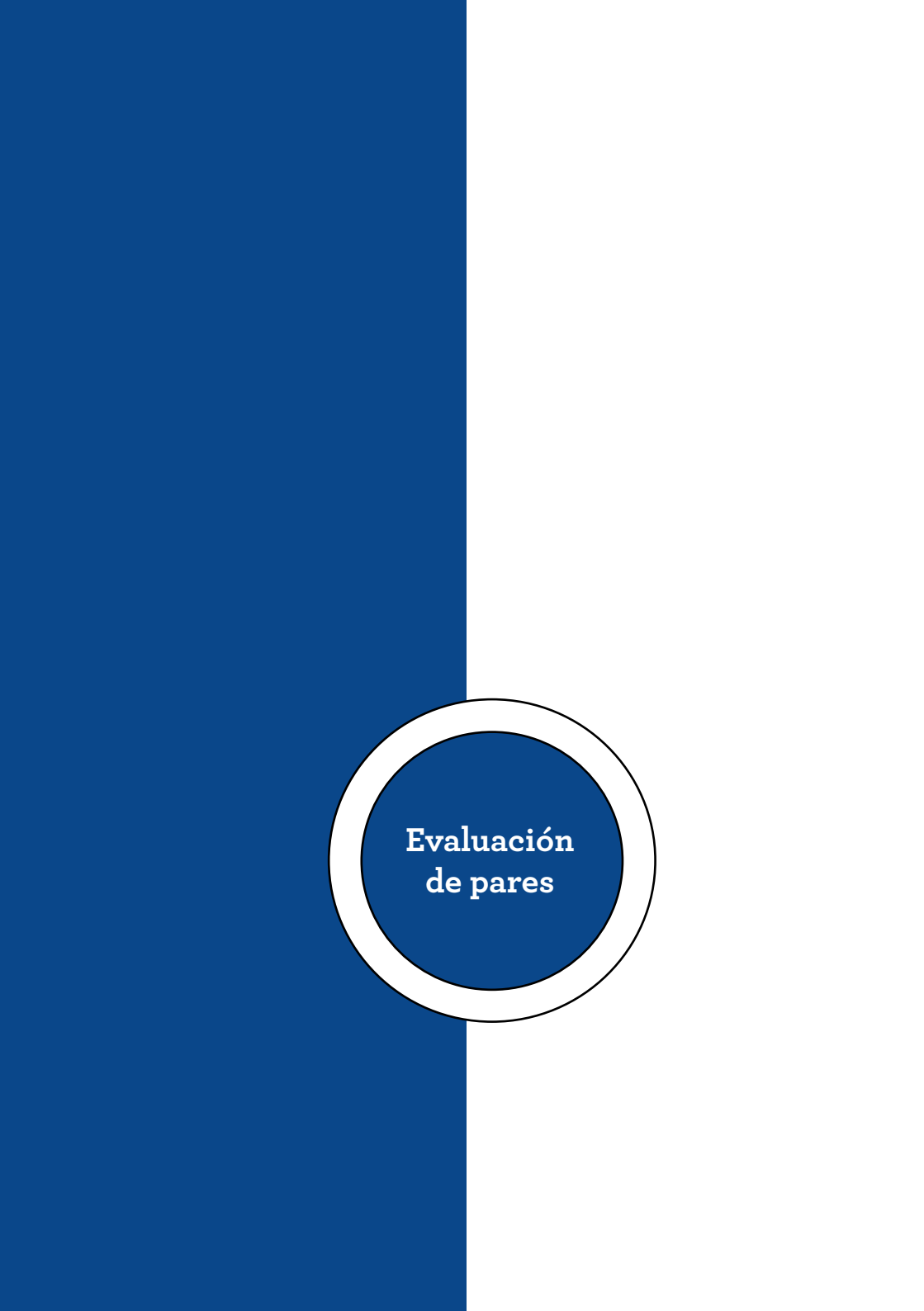
- Bocanegra, C. & Vázquez, M. (2012). Teoría y modalidades de la Integración Económica (1era Edición). México: Pearson.
- Brue, S. & Grant, R. (2009). Historia del pensamiento económico (7ma Edición). México: Cengage Learning.
- Caballero, I., & Padin, C. (2006). Comercio Internacional: Una visión general de los instrumentos operativos del comercio Exterior. Ideas Propias.
- Cantos, M. (1999). Introducción al Comercio Internacional. Barcelona: Edivoc.
- Czinkota, Michael R y Ronkainen, Ikka. (2007). Negocios Internacionales.
- Daniels, John D.; Radebaugh, Lee H. Sullivan, Daniel P. Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones. Pearson Educación, 2004, Capítulo 1. Negocios internacionales: una perspectiva general.
- Hernández Contreras, Fernando. Introducción a los Negocios Internacionales
- Kotler, P. (2003). Marketing Insights from A to Z. New Jersey: John Wiley & Sons Limited.
- Landín, S. (2018) Marketing, comercio internacional y las TIC'S. Editorial UTMACH
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). Comercio y marketing internacional (Cuarta ed.). México: CENGAGE Learning.
- Mc Daniel, C., & Gates, R. (2005). Investigación de Mercados. Thomson.

- Menger, Carl (1871), Principios de Economía Política.
- Osorio Arcilla, Cristóbal, (1995). Diccionario de Comercio Internacional. México, Grupo Editorial Iberoamérica.
- Puglla, R., Andrade, D. & Vanegas, J. (2017). Comparative analysis of exports and imports 2013-2016 in implementing the new ecuadorian productive matrix. Killkana sociales.
- Ricardo, David (1817). Principios de Economía Política y Tributación.
- Sampa Gonzalo, N. G. (2009). El arbitraje internacional. Cuestiones de actualidad. JM Bosh Editor, 2009.
- Smith, Adam (1817) On the Principles of Political Economy and Taxation.
- Stoner, James A. F.; Freeman, Edward y Gilbert Jr., Daniel R. (1996). Administración. Pearson Educación.
- Diccionario de la lengua española (2001) 22ª edición
- Diccionario de la lengua española (2014) 23ª edición
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador <https://www.aduana.gob.ec/>
- Economía planificada. (s.f.) Recuperado el 1 de enero del 2023 de <https://www.sdelsol.com/glosario/economia-planificada/>
- Transporte marítimo. (Enero 1, 2023) Recuperado el 1 de enero del 2023 de <https://www.importacionesecuador.com.ec/transito-internacional/transporte-maritimo/>
- Descubre los tipos de negocios internacionales que existen hoy en día. (s.f.) Recuperado el 4 de marzo de 2023, de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/descubre-los-tipos-de-negocios-internacionales-que-existen-hoy-en-dia/>

Comercio internacional y desarrollo inclusivo Construyendo sinergias

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Santiago de Chile, abril de 2013. Recuperado el 25 de marzo del 2023, de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27975/3/S2012927.pdf>

Boletín informativo de integración monetaria y financiera junio 2019. Subgerencia de Programación y Regulación Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera. Boletín 31.- Ecuador y los acuerdos comerciales. Recuperado el 27 de marzo del 2023, de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf>



**Evaluación
de pares**



Quito, 19 de mayo de 2023

Señor Magister
Renato Esteban Revelo Oña
Presidente "R2ICS"
Presente,

De mi consideración:

Una vez realizada la valoración metodológica para la **evaluación par** de la obra **Entorno de los Negocios Internacionales**, del autor: Msc. Liliam Isabel Hermenejildo Pérez; se certifica que la obra cumple con los criterios de relevancia y pertinencia que especifica el respectivo reglamento de Educación Superior, por lo tanto, la misma es recomendable como una **OBRA RELEVANTE**.

Cabe indicar que los contenidos cumplen con estándares de calidad para los procesos de enseñanza y aprendizaje, es inédita y contribuyen al conocimiento y formación de los estudiantes universitarios, de tal manera que resultan fundamentales y sustanciales en la Educación Superior.

Informe que pongo a vuestra consideración para los fines pertinentes.

Atentamente,



Mgtr. Pedro David Rodríguez Salazar
CC: 1715610463
DOCENTE AGREGADO
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR



CERTIFICADO DE REVISIÓN METODOLÓGICA (PAR EVALUADOR)

Quito, 19 de mayo de 2023

Una vez realizada la valoración metodológica para la **evaluación par** de la obra **Entorno de los Negocios Internacionales**, del autor: Msc. Liliam Isabel Hermenejildo Pérez; se certifica que la obra cumple con los criterios de relevancia y pertinencia que especifica el respectivo reglamento de Educación Superior, por lo tanto, la misma es recomendable como una **OBRA RELEVANTE**.

Cabe indicar que los contenidos cumplen con estándares de calidad para los procesos de enseñanza y aprendizaje, es inédita y contribuyen al conocimiento y formación de los estudiantes universitarios, de tal manera que resultan fundamentales y sustanciales en la Educación Superior.

Atentamente,

Mgr. Anita Lucía Mata Velasteguí
CC: 1712685831
Revisor Metodológico



www.euroamericano.edu.ec