

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
COMERCIO EXTERIOR
EXAMEN PARCIAL**

Nombre:.....

Fecha: 08/Diciembre/2015

Profesor: Felipe David Álvarez Ordóñez

Compromiso de honor: Yo,, al firmar este compromiso, reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una calculadora ordinaria para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico; que sólo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen; y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte anterior del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo. No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada. Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar. Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior.

Firma: Nro.Matrícula: Paralelo:

Parte I.-Para cada enunciado, encierre la alternativa (s) correcta (s): (2 puntos c/u)

1.Un camión que lleva 300 cajas de banano, desde la Hacienda “La Clementina”, ubicada en el Km 10,5 de la Vía Quevedo-Santo Domingo, hacia el puerto marítimo de Guayaquil, sufre un accidente pocos kilómetros antes de llegar a la ciudad de Babahoyo, lo que provoca que varias cajas de banano se pierdan. Si las cajas de banano fueron negociadas a precio FOB, como ocurre usualmente, entonces el daño provocado sobre la mercadería derivado de esta situación adversa, deberá de ser asumido por:

- a. El Exportador
- b. El Importador
- c. La Naviera
- d. La compañía de transporte terrestre

2. Cadenas Internacionales de Comida Rápida, como Mc Donalds, Burguer King, Pizza Hut y otras, usualmente se expanden en los mercados mediante la estrategia de:

- a. Piggy Back
- b. Joint Venture
- c. Clusters
- d. Franquicias

3. Si varios productores de jeans en el cantón “San Pedro de Pelileo” en la provincia de Tungurahua, deciden asociarse para exportar, de manera conjunta, actuando como un solo brazo exportador, sus producciones de jeans a los principales mercados de destino, entonces la estrategia de internacionalización que se estaría aplicando sería:

- a. Piggy Back
- b. Cluster
- c. Franquicias
- d. Exportaciones Directas

4. Suponga que un grupo de empresarios, representantes de la marca “YUTONG” (una conocida marca china de autobuses que ha logrado posicionarse en el mercado del Ecuador) han decidido realizar una visita a Ecuador para reunirse con los gerentes y socios de las principales Cooperativas de Transporte del país, con el objetivo de “convencer” a dichas cooperativas que al momento de renovar sus unidades, prefieran la marca “YUTONG” antes que cualquier otra marca. En función de ello, se puede afirmar que este caso se refiere a:

- a. Misión Comercial Directa
- b. Misión Comercial Inversa
- c. Misión Comercial Indirecta
- d. Feria Internacional

5. Suponga que una importante empresa que ofrece “Comida Rápida” en diferentes países, toma la decisión de ingresar al mercado del Perú (mediante la estrategia de franquicia), abriendo dos locales en la ciudad de Lima, un local ubicado en el distrito de Miraflores y el otro localizado en el distrito de “San Isidro”. Sin embargo, pese al éxito que esta cadena ha tenido en varios países, en el caso del Perú, las ventas generadas fueron “muy inferiores” a las esperadas, lo cual según información obtenida a partir de la realización de grupos focales conformados por clientes de esta cadena en el Perú, sería explicado por la percepción de una calidad “no adecuada” en el trato o atención al cliente por parte del personal de caja. Este aspecto resulta “sorpresivo” para la cadena, pues en la misma se hace énfasis en el excelente servicio que los trabajadores deben de dar a los clientes. En base a lo expuesto, una causante del fracaso en la implementación de esta Franquicia internacional, puede ser:

- a. Una selección no adecuada del franquiciador.
 - b. Una selección no adecuada del franquiciado.
 - c. Una alta comisión sobre el ingreso de las ventas obtenidas.
 - d. Una baja comisión sobre el ingreso de las ventas obtenidas.
6. ¿Cuál de los siguientes Incoterms aplica sólo para el medio de transporte marítimo?
- a. EXW
 - b. DDU
 - c. CFR
 - d. FCA
7. Los Incoterms se definen como un conjunto de Reglas Internacionales referentes a las condiciones de entrega de la mercadería, publicados por:
- a. La Cámara de Comercio Internacional de Viena
 - b. La Convención de Viena
 - c. La Cámara de Comercio Internacional de París
 - d. La Organización Mundial de Comercio
8. Suponga que la empresa “Blue Jean Inc”, ubicada en el cantón de Cevallos en la provincia de Tungurahua, exporta 2,500 jeans (hechos en Ecuador) a Colombia. EL comprador en este caso, lleva su propio camión para retirar la mercadería en el punto de fabricación (en el cantón Cevallos), realizándose la embarcación de la misma sin problema alguno. Sin embargo, una vez que el camión sale de la fábrica, a escasas dos cuadras, es interceptado por delincuentes fuertemente armados, que roban el camión junto con toda la mercadería. Si los jeans fueron vendidos precio “EXW”, entonces quien asume el riesgo por esta adversidad es:
- a. Exportador
 - b. Importador
 - c. La empresa de transporte terrestre
 - d. El despachador de aduana
9. La Convención de Viena es un conjunto de tratados, que sólo hacen referencia al comercio de mercancías, por lo cual se afirma que dicha convención provee el marco jurídico para la elaboración de los contratos de compra-venta internacional.
- a. Verdadero
 - b. Falso

Justificación:.....
.....
.....

10. La empresa “Agroficial S.A.” decide exportar fruta deshidratada al mercado Alemán, para lo cual, como un primer paso, ha enviado catálogos informativos sobre el producto acompañados de muestras gratis, a potenciales compradores en dicha nación. Entonces el instrumento de promoción utilizado en este caso es:

- a. Un instrumento de promoción desde aquí.
- b. Un instrumento de promoción utilizado fuera del mercado de origen.
- c. Un instrumento de promoción alternativo.
- d. Un instrumento de promoción novedoso.

11. Una pequeña empresa, que está en pleno proceso de expansión, y después de haber realizado, mediante la ayuda de un empresa de trading, más de 20 exportaciones, cree que es el momento oportuno, de asumir las responsabilidades asociadas al proceso de exportación de su producto, para lo cual decide abrir dentro de sus instalaciones un departamento de exportación. Una vez que este departamento esté en funcionamiento, se puede afirmar entonces que habrá existido un cambio en la estrategia de internacionalización pasando de:

- a. Una exportación directa a una exportación indirecta.
- b. Una exportación indirecta a una exportación concertada.
- c. Una exportación concertada a una exportación directa.
- d. Una exportación indirecta a una exportación directa.

12. Dentro del proceso de internacionalización de una empresa, al momento de promocionar un producto, es pertinente utilizar sólo un instrumento de promoción.

- a. Verdadero
- b. Falso

Justificación:.....
.....
.....

13. Suponga que una empresa ecuatoriana, que pretende exportar un nuevo detergente ecológico a Suecia, país donde está prohibido el uso de detergentes con altas cantidades de fosfato, ha logrado que su producto, se comercialice en dicho país en los locales de una importante cadena de Supermercados bajo la marca de dicha cadena. Este caso, hace referencia a una estrategia de internacionalización, denominada:

- a. Piggy Back
- b. Consorcio de Exportación
- c. Aventura de Riesgo Compartido
- d. Alianza Estratégica Internacional

14. Formalmente, el CIF, Incoterm que sólo aplica para la movilización de la mercadería vía transporte marítimo, es igual a:

- a. FOB + Seguro de Transporte Internacional
- b. FAS + Seguro de Transporte Internacional
- c. CFR + Transporte Internacional
- d. CFR + Seguro de Transporte Internacional

15. La estiba marítima es definida como un conjunto de técnicas que procuran embarcar de la mejor manera posible la mercadería en un buque, con la finalidad de:

- a. Alcanzar la mayor seguridad posible para la tripulación y el buque.
- b. Minimizar posibles daños en la mercadería.
- c. Agilitar el proceso de desaduanización de la mercadería.
- d. Agilitar el despacho aduanero de la mercadería.

16. El B/L es un documento en el cual se detalla:

- a. Puerto de Origen y Puerto de Destino
- b. Descripción de la Mercadería
- c. Nombre de la Naviera
- d. Nombre del Agente de Aduana

17. En general, el exportador de un producto debe de contar con documentación, que en otras cosas, incluye documentos de verificación y control tales como:

- a. Certificado de Peso o Volumen
- b. Certificados Comerciales
- c. Certificado de Origen
- d. Certificado de Calidad

18. El Consorcio “Cuerex Inc” produce 100 cajas que contienen billeteras de cuero natural (elaboradas en el cantón Guano provincia de Chimborazo), las cuales son exportadas a precio FAS a Holanda. Durante la transportación terrestre de dicha mercadería desde el cantón Guano hasta el puerto marítimo de la ciudad de Guayaquil, no existieron novedades, sin embargo, una vez que la mercadería estaba en el puerto a un costado del buque lista para ser embarcada, varias ratas lograron romper algunas de las cajas, deteriorando algunas de las prendas. Entonces el deterioro de la mercadería producto de esta adversidad, tiene que ser asumida por:

- a. Exportador
- b. Importador
- c. Naviera
- d. Agente de Aduana

19. La Convención de Viena es un Conjunto de Tratados que incluye aspectos tales como:

- a. Comercio internacional de mercancías.
- b. Protección de la Capa de Ozono
- c. Señalización Vial
- d. Lucha contra el tráfico de sustancias estupefacientes

20. El uso de Licencias de Fabricación como un mecanismo de internacionalización es catalogado como:

- a. Fabricación Directa en el mercado de destino
- b. Fabricación Indirecta en el mercado de destino
- c. Exportación Indirecta
- d. Exportación Concertada

Parte II.- Ejercicio

Ejercicio 1.-

A continuación se muestra información relevante asociado al proceso de exportación de un contenedor con azúcar blanca desde Curitiba, Río Grande do Sul, Brasil hasta Valencia (España), así:

Datos de Mercadería:

Producto	Azúcar Blanca
Valor EXW	\$400
Embalaje	Sacos-Bolsas de 50 Kilogramos
Planta Vendedor	Curitiba. Rio Grande do Sul, Brasil
Punto de Embarque	Santos, Sao Paulo, Brasil
Distancia Curitiba-Santos	1,500 kilómetros aprox.
Puerto de Destino	Valencia-España
Cotización Real-Dólar	3.45 R/\$
Requerimientos del Comprador	En paletas modelo europeo de una tonelada
Cotización Euro-Dólar	1.33

Costos (en Brasil):

Tarimas/Paletas/Pallets	9 Reales (por paleta)
Mano de Obra Paletizado y Carga	70 Reales (por contenedor)
Flete Curitiba-Sao Paulo	1,380 Reales (por contenedor)
Contenedores a utilizar	De 20” reforzados, carga máxima 24 Toneladas
Agente de Aduanas de Brasil (Honorarios)	1.5% del FOB
Gastos del Puerto: B/L, Armador, etc.	\$900 (por contenedor)
Aranceles de Exportación	0%
Gastos Administrativos	300 Reales

Costos Internacionales:

Flete	\$1,150
Seguro	0.6% sobre 110% del CIF
Comisión de Venta	2.5% del CIF
Aranceles de Importación	15% del CIF
IVA	7%
Gastos Portuarios	100 Euros
Agente de Aduana	1% CIF
Gastos Bancarios (crédito documento)	1.5% del FOB
Gastos Seguro de Cambio	200 Euros
Gastos Generales	0 Euros

Se pide:

- Calcular el Precio FOB. (20 puntos)
- Calcular el Precio CFR. (10 puntos)
- Calcular el Precio CIF. (5 puntos)

Parte III.- Comente

Comente I.- Suponga que la empresa “La Bonita S.A.”, firma dedicada a la producción y exportación de fruta deshidratada (Frutilups), le ha encomendado a usted (Gerente de Exportación) para que, entre otras cosas, lidere el proceso de internacionalización de este producto, el cual por primera vez, pretende ser exportado a Alemania (país muy conocido por el hábito de parte de sus ciudadanos de consumir frutos secos como un snack saludable). En este sentido, usted ha iniciado contactos con los Gerentes de Comercialización de las tres cadenas más grandes de supermercados existentes en Alemania, con los cuales ha logrado programar reuniones para dar a conocer, con más detalle, las bondades del producto y por supuesto detalles asociados con la compra-venta (de concretarse). Por otro lado es importante considerar que la marca de la Fruta Deshidratada (Frutilups) producida por su empresa no es conocida en dicho país. Además, existe una tendencia muy “fuerte” por parte de las grandes cadenas de Supermercados Alemanas, de vender varios de sus productos “bajo la marca” de sus supermercados.

En función de lo arriba expuesto.

- Identifique y explique la estrategia de internacionalización que recomendaría utilizar. Justifique su respuesta. (10 puntos)
- Proponga al menos 3 instrumentos de promoción que puedan ser utilizados en este caso. (5 puntos)

Comente II.- Indicar si cada uno de los siguientes enunciados es Verdadero (V) o Falso (F). (2 pts c/u)

Enunciado	V/F
Para que sea efectivo realizar una alianza estratégica internacional, las empresas que estén dispuestas a formar dicha alianza, deben de tener ventajas competitivas similares.	
Cuando una mercadería se negocia a precios EXW, el importador asume todos los gastos y riesgos asociados a la movilización y manipulación de la mercadería.	
Cuando una mercadería se negocia a precio CFR, el exportador no asume los gastos de seguro internacional.	
El mailing es un instrumento de promoción “desde aquí” que suele tener una alta tasa de efectividad.	
Una de las instituciones que asesora y acompaña a los exportadores en el Ecuador, es PROECUADOR.	