

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
P.E. T.A.E.N.G.



MODULO ACTUALIZACIÓN

**ESTRATEGIA DE INCOTEMS PARA LA OPTIMIZACIÓN
DE LA GESTIÓN DE MERCANCIAS EN LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS E IMPORTADORAS DE LA PAZ**

Por: FERNANDO CARLOS CUELLAR NAVARRO

La Paz – Bolivia
Julio, 2024

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con todo cariño y amor a mi familia quienes fueron el motor principal y la fuerza motivadora para alcanzar mi meta, pese a los contras tiempos que tuve en el transcurso de la vida.

AGRADECIMIENTO

Agradecido con Dios y la Virgen “María Auxiliadora” por darme la oportunidad de estar con vida aun, culminando una etapa que quedo pendiente.

INDICE

Contenido

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	1
MARCO INTRODUCTORIO	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	3
1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	3
1.2.3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL	3
1.2.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	4
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS	4
1.4. MARCO TEÓRICO	5
1.4.1. MARCO REFERENCIAL	5
1.4.2. MARCO PRÁCTICO	5
1.4.3. MARCO PROPOSITIVO	5
1.5. DELIMITACIONES.....	5
1.5.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....	5
1.5.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL	6
1.5.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	6
CAPÍTULO II	7
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. COMERCIO	7
2.2. TRIBUTOS E IMPUESTOS	8
2.3. EL COMERCIO INTERNACIONAL	8
2.4. EL TRANSPORTE INTERNACIONAL	9
2.5. INCOTERMS	10
2.5.1. LOS INCOTERMS Y SU USO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL .	11
2.5.2. CLASIFICACION DE INCOTERMS	12

2.5.2.1.	EX WORKS	12
2.5.2.2.	FCA – FREE CARRIER.....	13
2.5.2.3.	FAS – FREE ALONGSIDE SHIP	14
2.5.2.4.	PRINCIPALES OBLIGACIONES Y COSTOS	15
	Obligaciones de la empresa vendedora.....	15
	Obligaciones de la empresa compradora	15
2.5.2.5.	FOB – FREE ON BOARD	16
2.5.2.6.	CFR – COSTO Y FLETE MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL 17	
2.5.2.7.	CPT – TRANSPORTE PAGADO HASTA MEDIO DE TRANSPORTEPRINCIPAL	17
2.5.2.8.	CIF – COSTO, SEGURO Y FLETE.....	18
2.5.2.9.	CIP – COSTO Y SEGURO PAGADO HASTA.....	19
2.5.2.10.	DAT – ENTREGA EN TERMINAL.....	20
2.5.2.11.	DAP – ENTREGA EN LUGAR ACORDADO	21
2.5.2.12.	DDP – ENTREGA DERECHOS PAGADOS	22
2.5.2.13.	DDU – DELIVERED DUTY UNPAID.....	22
2.5.3.	LOS INCOTERMS Y EL CONTRATO DE COMPRAVENTA.....	23
2.6.	ARBITRAJE.....	23
2.7.	RIESGOS COMERCIALES.....	24
2.8.	RIESGOS POLITICOS.....	24
2.9.	RIESGOS DE TRANSPORTE.....	25
2.10.	RIESGOS DE CAMBIO.....	25
2.11.	MERCANCIA.....	25
2.11.1	TIPOS DE MERCANCIAS	26
2.11.1.1.	BIENES DE CONSUMO	26
2.11.1.2.	BIENES INTERMEDIOS:.....	26
2.11.1.3.	BIENES DE CAPITAL	27
2.11.1.4.	SERVICIOS	27
2.11.1.5.	BIENES PERECEDEROS	27
2.11.1.6.	BIENES BÁSICOS	28
2.11.1.7.	BIENES DE LUJO	28
2.11.2.	CLASIFICACION DE LAS MERCADERIAS	28
2.11.3.	ESTRATEGIAS	29
	Estrategias de Precios.....	29

Innovación continua.....	30
Estrategias de Distribución.....	30
Estrategias de Promoción	31
Estrategias de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	31
2.12. IMPORTACIÓN.....	32
2.12.1. GESTION DE IMPORTACIÓN	33
2.12.2. REGULACION DE IMPORTACIÓN.....	33
2.12.3. ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN	33
2.13. EXPORTACIÓN.....	34
2.13.1. GESTION DE EXPORTACIÓN.....	34
2.13.2. REGULACIONES DE EXPORTACIÓN	35
2.13.3. ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN.....	35
2.14. EMPRESAS EXPORTADORAS	35
2.14.1. FUNCIONES	36
2.15. EMPRESAS IMPORTADORAS	38
CAPÍTULO III	41
3. MARCO REFERENCIAL.....	42
3.1. LAS EMPRESAS	42
3.1.1. INTRODUCCIÓN A ESTAS EMPRESAS	42
3.1.2. HISTORIA DE SU COMERCIO EXTERIOR	42
3.1.3. PERFIL DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES.....	42
3.1.4. INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA.....	43
3.1.5. REGULACIONES COMERCIALES.....	43
3.1.6. DESAFIOS Y OPORTUNIDADES	43
3.2. IMPACTO ECONOMICO	44
3.3. ACTORES CLAVE.....	44
3.4. COLABORACIÓN INTERNACIONAL	44
3.5. PROBLEMA DE MALA APLICACIÓN DE INCOTEMS Y MANEJO DE MERCANCIAS.....	45
3.6. CONCEPTOS CLAVE	45
3.6.1. LOS INCOTERMS Y EL CONTRATO DE COMPRAVENTA	45
3.6.2. LOS INCOTERMS Y SU USO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL .	46
3.7. MARCO LEGAL	47
CAPÍTULO IV	54
4. MARCO METODOLÓGICO.....	55

4.1.	ENFOQUE MIXTO	55
4.2.	TIPO DE ESTUDIO	56
4.2.1.	ESTUDIO EXPLICATIVO	56
4.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	57
4.3.1.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL.....	58
4.3.2.	INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL.....	58
4.4.	MÉTODOS.....	59
4.4.1.	MÉTODO INDUCTIVO	59
4.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	60
	CAPÍTULO V.....	61
5.	MARCO PROPOSITIVO.....	61
5.1.	SOLUCION PROPUESTA	61
1.	Capacitación y Educación:.....	62
2.	Asesoramiento Especializado:	62
3.	Creación de Redes de Apoyo:.....	63
4.	Auditoría de Procesos:.....	63
5.	Promoción de la Información:.....	63
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
	BIBLIOGRAFÍA	1
	ANEXOS.....	3
	ENTREVISTA.....	4
	Cuestionario sobre Comercio Internacional en Bolivia	5

RESUMEN

La investigación aborda la optimización de la gestión de mercancías en empresas importadoras y exportadoras de La Paz, Bolivia, a través del uso adecuado de los Incotems, que son términos comerciales estandarizados utilizados internacionalmente. Este estudio tiene como objetivo identificar las causas de las ineficiencias en la aplicación de estos términos comerciales y proponer estrategias efectivas para mejorar la logística, reducir costos y mitigar los riesgos asociados con las operaciones comerciales internacionales.

La relevancia de esta investigación radica en las frecuentes ineficiencias y problemas aduaneros que enfrentan las empresas locales, lo cual impacta negativamente en su competitividad y capacidad de operar en el mercado global. El alcance del estudio incluye un análisis detallado de la comprensión y aplicación de los Incotems en operaciones comerciales internacionales, considerando factores como la capacitación del personal, los procedimientos internos y la comunicación entre las partes involucradas.

Las técnicas de investigación incluyen encuestas, entrevistas y análisis de contenido documental para recopilar datos relevantes.

Los resultados revelan una falta de capacitación adecuada en el uso de los Incotems y problemas recurrentes en la comunicación y procesos internos de las empresas. A partir de estos hallazgos, se desarrollaron estrategias que incluyen programas de capacitación, asesoramiento especializado, creación de redes de apoyo entre empresas y auditorías de procesos.

Las conclusiones destacan la necesidad de una mayor inversión en capacitación y la implementación de mecanismos de apoyo y asesoramiento continuo para las empresas. Las recomendaciones sugieren la adopción de estrategias específicas para seleccionar y aplicar los Incotems de manera óptima, mejorando así la eficiencia y efectividad de las operaciones comerciales internacionales.

SUMMARY

The research addresses the optimization of merchandise management in importing and exporting companies in La Paz, Bolivia, through the proper use of Incoterms, which are standardized commercial terms used internationally. This study aims to identify the causes of inefficiencies in the application of these trade terms and propose effective strategies to improve logistics, reduce costs and mitigate the risks associated with international trade operations.

The relevance of this research lies in the frequent inefficiencies and customs problems faced by local companies, which negatively impacts their competitiveness and ability to operate in the global market. The scope of the study includes a detailed analysis of the understanding and application of Incoterms in international commercial operations, considering factors such as staff training, internal procedures and communication between the parties involved.

Research techniques include surveys, interviews, and documentary content analysis to collect relevant data.

The results reveal a lack of adequate training in the use of Incoterms and recurring problems in communication and internal processes of companies. Based on these findings, strategies were developed that include training programs, specialized advice, creation of support networks between companies and process audits.

The conclusions highlight the need for greater investment in training and the implementation of continuous support and advice mechanisms for companies. The recommendations suggest the adoption of specific strategies to select and apply Incoterms optimally, thus improving the efficiency and effectiveness of international trade operations.

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional es un motor fundamental para el crecimiento económico de Bolivia, y su epicentro en la ciudad de La Paz demanda una gestión eficiente y estratégica de las operaciones de importación y exportación. En este contexto, en la presente monografía se enfocara en la evaluación y selección de Incotems apropiados, con el propósito de optimizar la gestión de mercancías en empresas exportadoras e importadoras de la ciudad de La Paz-Bolivia.

En un mundo globalizado, las operaciones comerciales se han vuelto más complejas, y el uso adecuado de los Incotems es esencial para garantizar la eficiencia en los intercambios internacionales. Actualmente, las empresas enfrentan dificultades en este ámbito, lo que hace imperativo abordar este desafío de manera integral. Por lo tanto, esta investigación busca identificar las problemáticas comunes en la gestión de mercancías y proponer recomendaciones y ajustes que permitan a las empresas de La Paz operar de manera más eficiente en el mercado internacional.

En las páginas siguientes, exploraremos en detalle la importancia de seleccionar los Incotems más adecuados, las dificultades actuales en las importaciones y exportaciones en La Paz, y las soluciones propuestas para optimizar la gestión de mercancías en el contexto de un comercio internacional cada vez más dinámico y competitivo.

CAPÍTULO I

El primer capítulo de este trabajo aborda la ineficiencia en la gestión de mercancías en empresas importadoras y exportadoras de La Paz, Bolivia, causada por la incorrecta aplicación de los Incotems, dando lugar a demoras, disputas y costos imprevistos en operaciones internacionales. La propuesta de solución se centra en la implementación de capacitación sobre Incotems y la asesoría de expertos en comercio internacional para mejorar la comprensión y aplicación de estos términos, buscando así optimizar la gestión de mercancías y generar ventajas competitivas en el comercio internacional.

La justificación teórica destaca la importancia de la aplicación precisa de los Incotems para fortalecer los fundamentos teóricos del comercio global, mientras que la justificación práctica resalta que la gestión efectiva impacta positivamente en la transparencia, eficiencia y reducción de costos, beneficiando a empresas, consumidores y fortaleciendo el entorno comercial local. Los objetivos generales del estudio incluyen la realización de estrategias de Incotems para optimizar la gestión de mercancías en empresas de La Paz, sin detallar objetivos específicos. La investigación se enfoca en un marco teórico que profundiza en los Incotems y la gestión de mercancías en el contexto de exportación e importación, seguido por un marco referencial que analiza casos de estudio relevantes. La implementación práctica se lleva a cabo en empresas de La Paz, y el marco propositivo propone ajustes para mejorar aún más la gestión de mercancías en operaciones comerciales en la región, delimitando el estudio a mercancías e Incotems en el contexto del comercio internacional, específicamente en La Paz, Bolivia, durante un período de dos meses.

MARCO INTRODUCTORIO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema se basa en la ineficiencia en la gestión de mercancías en las empresas exportadoras e importadoras, al llevar a cabo operaciones comerciales internacionales debido a la incorrecta aplicación de los Incoterms (EXW, FOB, CIF), surge debido a la falta de comprensión y la aplicación errada de los Incoterms por parte de las empresas. Este problema surge debido a la falta de información necesaria para la toma de decisiones adecuada, a la hora de realizar compras y ventas internacionales, donde se concentran gran parte de estas interacciones comerciales en La Paz, Bolivia, sus características principales incluyen la confusión en la asignación de responsabilidades y costos entre comprador y vendedor.

Se manifiestan a través de demoras en la entrega de mercancías, problemas de calidad, disputas contractuales y costos imprevistos en el proceso de importación y exportación, propone la implementación de una capacitación adecuada sobre los Incoterms y sus aplicaciones en el comercio internacional, así como la consideración de la utilización de expertos en comercio internacional o asesores para guiar a las empresas en su aplicación correcta.

Busca mejorar la comprensión y aplicación de los Incoterms por parte de las empresas, para optimizar la gestión de mercancías en sus operaciones internacionales, reduciendo problemas, retrasos y costos. Para generar ventajas competitivas en el comercio internacional, permitiendo transacciones más eficientes, la reducción de costos, la prevención de disputas y la mejora en el servicio a los clientes.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo optimizar la gestión de la mercadería en las empresas importadoras y exportadoras del comercio internacional?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La aplicación precisa de los Incotems en el comercio internacional desempeña un papel fundamental al reducir los conflictos y ambigüedades en las transacciones comerciales. Esto, a su vez, contribuye a fortalecer los fundamentos teóricos del comercio global y promover la confianza mutua entre las partes involucradas.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La implementación de una metodología de capacitación y asesoramiento brinda a las empresas importadoras y exportadoras de La Paz la oportunidad de adquirir habilidades esenciales en el uso de los Incotems. Esta estrategia mejora significativamente la transferencia de conocimientos y habilidades, lo que, a su vez, les permite operar de manera más efectiva en el ámbito internacional.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La gestión efectiva de los Incotems tiene un impacto positivo en la transparencia y eficiencia de las transacciones comerciales, fortalece las relaciones comerciales y, al

mismo tiempo, reduce costos. Estos beneficios no solo repercuten en las empresas, sino que también redundan en ventajas para los consumidores y contribuyen al fortalecimiento del entorno comercial local.

1.2.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La aplicación eficiente de los Incotems resulta en un aumento significativo de la competitividad de las empresas locales al agilizar las operaciones, minimizar las pérdidas y permitir una competencia eficaz en los mercados internacionales. Esto, a su vez, impulsa el crecimiento y la eficiencia económica en la región, beneficiando tanto a las empresas como a la comunidad en su conjunto.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar estrategias de Incotems para la optimización de la gestión de mercancías en las empresas importadoras y exportadoras de La Paz.

1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

En esta etapa, procederemos a la implementación práctica de las estrategias basadas en los Incotems en las empresas importadoras y exportadoras de La Paz.

1.4. MARCO TEÓRICO

El enfoque se centra en una investigación exhaustiva y una revisión de la literatura relacionada con los Incotems y la gestión de mercancías en el contexto de la exportación e importación. Esto proporcionará una base sólida de conocimientos que nos permitirá comprender los conceptos clave de manera integral.

1.4.1. MARCO REFERENCIAL

Se llevara a cabo un análisis y evaluación de casos de estudio y ejemplos relevantes de otras empresas que hayan implementado con éxito estrategias basadas en los Incotems.

1.4.2. MARCO PRÁCTICO

1.4.3. MARCO PROPOSITIVO

Finalmente, propondré recomendaciones y ajustes con el propósito de optimizar aún más la gestión de mercancías en el contexto de las operaciones comerciales en La Paz.

1.5. DELIMITACIONES

1.5.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA

Este estudio se centra en el ámbito de las mercancías y los Incotems en el contexto del comercio internacional.

1.5.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se llevara a cabo específicamente en La Paz, Bolivia, considerando las particularidades de esta región en relación con el comercio internacional y el uso de los Incotems.

1.5.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El período de estudio abarcara un lapso de un trimestre aproximadamente, durante los cuales se analizarán y evaluarán los desafíos relacionados con los Incotems y el comercio de mercancías en La Paz, Bolivia.

CAPÍTULO II

El presente capítulo tiene como objetivo proporcionar un sólido marco teórico que sustente la comprensión y aplicación de estrategias de Incotems para la optimización de la gestión de mercancías en las empresas exportadoras e importadoras de La Paz.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. COMERCIO

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes o servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor o ya sea por dinero. Por actividades comerciales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda. (De Lourdes Marquina Sánchez, 2012, p.149.).

2.2. TRIBUTOS E IMPUESTOS

Se define como “las prestaciones obligatorias comúnmente en dinero, exigidos por el Estado en virtud de su poder de imperio a las personas que se encuentran sometidas al ámbito especial de una ley, con la finalidad de cubrir los gastos públicos” (Moya Millán, 2006, p.83) Esto implica que los tributos representan una obligación dineraria a la que se encuentran sometidos los ciudadanos, que permite al Estado obtener ingresos que serán gastados en la prestación de los servicios públicos.

De la misma manera, "los tributos son las prestaciones pecuniarias que el Estado, o un ente público autorizado al efecto por aquel, en virtud de su soberanía territorial, exige de sujetos económicos sometidos a la misma” (Blumenstein & Navarro, 2007, p.1), lo cual confirma que los tributos serán reclamados por el Estado a través de un ente público, a quienes se encuentren sometidos al pago de los mismos por disposición expresa en la Ley.

2.3. EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio exterior es fuente de riqueza y empleo para las empresas, las ciudades y los países. Las empresas que participan en los mercados internacionales y realizan actividades de comercio exterior son menos vulnerables a las fluctuaciones del mercado interno y cuentan con mejores condiciones para realizar negocios y aprovechar las

oportunidades que ofrecen los negocios internacionales.

La disponibilidad de un recurso humano capacitado en el manejo de los términos requeridos para presentar ofertas a potenciales clientes, es una de las fortalezas que han construido numerosas empresas que han logrado éxito en su internacionalización.

La Cámara de Comercio Internacional, ha desarrollado los denominados Términos del Comercio Internacional o Incotems, con el objetivo de facilitar la comprensión de las obligaciones y condiciones de la compraventa internacional de mercancías.

Los Incotems son un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de las condiciones y responsabilidades en que se vende o se compra a un cliente o proveedor extranjero. El empresario, que conoce su significado cuenta con mejores herramientas para superar inconvenientes culturales que pueden surgir en una negociación, en la medida en que con ellos se definen con precisión las responsabilidades del comprador y el vendedor en una operación de intercambio internacional de mercancías con relación al costo de la transacción y las responsabilidades (Incotems 2000, 1999).

2.4. EL TRANSPORTE INTERNACIONAL

El transporte en el comercio internacional se refiere al movimiento de mercancías o

productos desde un lugar de origen a un destino en otro país o región. Implica la utilización de diversos modos de transporte, como marítimo, terrestre, aéreo o ferroviario, y desempeña un papel crucial en la logística global, permitiendo el intercambio de bienes entre diferentes mercados internacionales (Journal of Economics, 2013).

2.5. INCOTEMS

Los INCOTEMS son un conjunto de reglas que establecen de forma clara y sencilla las obligaciones que en una compraventa internacional corresponden tanto al comprador como al vendedor en aspectos relacionados con el suministro de la mercancía, las licencias, autorizaciones y formalidades que se deben cumplir en una compraventa internacional. También explican a quién corresponden las operaciones aduaneras en el país de exportación o importación; quien debe ser el responsable de la contratación del seguro y el transporte de las mercancías; lugar y responsabilidades de quien entrega y recibe la mercancía; momento de la transferencia de riesgos y gastos del vendedor al comprador. La forma de dar aviso a los involucrados en la negociación; el suministro de documentos para la reclamación de las mercancías y lo relativo a comprobaciones, embalajes y marcado entre otros aspectos.

Los INCOTEMS son por tanto expresiones del precio de una mercancía en diferentes situaciones y momentos a lo largo del proceso de distribución de una mercancía objeto

de comercio internacional. Se debe tener en cuenta que, aunque los precios son diferentes en momento y lugar, siempre suponen el mismo beneficio para el vendedor, excepto cuando este puede hacerse acreedor a descuentos por volumen, regularidad de la carga y otros aspectos que los intermediarios pueden considerar para el exportador, lo cual sólo es posible cuando el exportador domina el proceso de distribución de la mercancía tanto en su país como en el del importador (CCI/UNCTAD/ OCCI, 1995).

2.5.1. LOS INCOTEMS Y SU USO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

La globalización de los mercados y el rápido crecimiento de los intercambios comerciales mundiales han incrementado la velocidad y complejidad de las operaciones comerciales. Para simplificar el desarrollo de operaciones y contribuir a precisar las responsabilidades; disminuir las posibles diferencias y facilitar el desarrollo de las transacciones comerciales, la Cámara de Comercio Internacional ha formulado trece términos que expresan las responsabilidades del exportador y el importador en todo el proceso de distribución de las mercancías, desde que estas salen de la fábrica del exportador hasta su entrega al comprador en el país de destino.

De esta forma, la Cámara de Comercio Internacional (CCI) ha buscado facilitar la venta de productos a través de un lenguaje común con términos de negociación

universal, más conocidos como INCOTEMS o International Comercial Terms.

Antes de proceder a elaborar cualquier oferta para el mercado internacional es necesario que el exportador conozca que en la compraventa internacional el precio se debe establecer con base en uno de los trece términos definidos por la CCI.

La primera versión de los INCOTEMS fue definida en 1936, desde entonces han sido modificados en varias ocasiones y la última versión es la correspondiente al año 2000, la que se explicará en esta guía (Cámara de Comercio Internacional, 1999).

2.5.2. CLASIFICACIÓN DE INCOTEMS

2.5.2.1. EX WORKS

Este Incotems permite ser utilizado por todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son las siguientes:

- Colocar la Mercancía a disposición del Comprador, en el lugar acordado de fábrica o almacén, etc., en las fechas o plazo acordado.
- Entregar factura comercial.
- Disposición de suministrar cualquier ayuda al importador para obtener cualquier licencia o autorización oficial necesarios para el despacho de

exportación, a costo y responsabilidad del comprador. Las obligaciones del comprador por su parte son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía.
- Soportar costos y riesgos del cargue de la mercancía.
- Contratar Transporte Internacional Contratar el Seguro Internacional.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho deimportación (De La Hoz Correa, 2014, p.72).

2.5.2.2. FCA – FREE CARRIER

Con este Incotems se pueden utilizar todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Entregar la mercancía al Porteador u otra persona designada por el comprador, en el punto acordado, en las fechas o plazo acordado.
- Efectuar despacho de exportación de la mercancía Las obligaciones del comprador son:
- Notificar al Vendedor el Transportista que se hará cargo de la Mercancía.
- Soportar costos y riesgos de la mercancía desde el lugar acordado de entrega.
- Contratar Transporte Internacional.
- Contratar Seguro Internacional.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación (De La Hoz Correa, 2014, p.73).

2.5.2.3. FAS – FREE ALONGSIDE SHIP

El medio de transporte Principal: Marítimo y Vías Navegables. Las obligaciones del vendedor son:

- Entregar la mercancía al Costado del Buque, en el puerto asignado en el país de origen.
- Efectuar despacho de exportación de la mercancía Las obligaciones del comprador son:
- Notificar al Vendedor en Nombre del Buque y Punto de Carga de la mercancía, en las fechas y plazo acordado.
- Soportar costos y riesgos de la mercancía desde el lugar acordado de entrega
- Contratar Transporte Internacional
- Contratar Seguro Internacional.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación (De La Hoz Correa, 2014, p.74).

2.5.2.4. PRINCIPALES OBLIGACIONES Y COSTOS

Obligaciones de la empresa vendedora

Preparar la mercancía en las condiciones estipuladas en el contrato, embalarla adecuadamente según el transporte y marcar dicho embalaje.

Transportar la mercancía hasta entregarla al costado del buque en el puerto de embarque designado.

Aportar los documentos (factura y lista de bultos) y la ayuda necesaria obtener la documentación que le haya solicitado la empresa compradora para (a expensas de esta) requerida por el despacho de aduanas de importación. Notificar a la empresa compradora la entrega de la mercancía o avisarla de que el buque no se ha presentado en el plazo estipulado (Cabrera, 2020, p. 154).

Obligaciones de la empresa compradora

Abonar el precio de la mercancía convenido en el contrato de compraventa. Contratar y asumir el coste de las operaciones de carga en el puerto de embarque.

Contratar y asumir el transporte marítimo desde que la mercancía se encuentra al costado del buque en el puerto de embarque. Si lo solicita la empresa compradora o es práctica habitual, la vendedora puede contratar el transporte a coste y riesgo de la primera (en cualquier caso, vendedora puede rechazar esta posibilidad).

La Empresa recibir la mercancía y asumir los costes y riesgos desde el momento de la

entrega por parte de la empresa vendedora al costado del buque en el puerto de embarque designado (transporte marítimo, despacho de importación, costes posteriores en destino, etc.) (Cabrera, 2020, p. 154).

2.5.2.5. FOB – FREE ON BOARD

El medio de transporte Principal: Marítimo y Vías Navegables. Las obligaciones del vendedor son:

- Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador, en el puerto asignado en el país de origen.
- Efectuar despacho de exportación de la mercancía Las obligaciones del comprador son:
- Notificar al Vendedor en Nombre del Buque y Punto de Carga de la mercancía, en las fechas y plazo acordado.
- Soportar costos y riesgos de la mercancía desde el lugar acordado de entrega
- Contratar Transporte Internacional
- Contratar Seguro Internacional
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación. (De La Hoz Correa, 2014, p.74).

2.5.2.6. CFR – COSTO Y FLETE MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL

Marítimo y Vías Navegables. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía
- Contratar el transporte internacional hasta el puerto de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es entregada a bordo del buque en el país de origen Las obligaciones del comprador son:
 - Asumir gastos de descargue en el puerto del país de destino
 - Contratar el Seguro Internacional
 - Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho deimportación. (De La Hoz Correa, 2014, p.74-75).

2.5.2.7. CPT – TRANSPORTE PAGADO HASTA MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL

Todos los Medios de Transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía.
- Contratar el transporte internacional hasta el lugar de destino en el país importador.

- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es entregada cargada a bordo del transporte principal en el país de origen Las obligaciones del comprador son:
- Asumir gastos de descargue en el lugar del país de destino.
- Contratar el Seguro Internacional.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho deimportación. (De La Hoz Correa, 2014, p.75).

2.5.2.8. CIF – COSTO, SEGURO Y FLETE

El medio de transporte Principal: Marítimo y Vías Navegables. Las obligaciones delvendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía.
- Contratar el transporte internacional hasta el puerto de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que lamercancía es entregada a bordo del buque en el país de origen.
- Suscribir una Póliza de Seguro al menos de cobertura mínima, la cual debe cubriral menos un 110% del valor del contrato. Las obligaciones del comprador son:
 - Asumir gastos de descargue en el puerto del país de destino.

- Puede solicitar al vendedor, a costos del comprador, una cobertura en la póliza adicional a la mínima, ya sea de tipo A o B, o cláusulas adicionales en la misma.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación.
- Asumir el riesgo de la mercancía desde que es cargada al buque, ya que a pesar de que el vendedor contrata y paga el seguro internacional, el comprador es el beneficiario directo de la misma. (De La Hoz Correa, 2014, p.76).

2.5.2.9. CIP – COSTO Y SEGURO PAGADO HASTA

Se puede utilizar con todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía
- Contratar el transporte internacional hasta el lugar de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es cargada al transporte principal en el país de origen
- Suscribir una Póliza de Seguro al menos de cobertura mínima, la cual debe cubrir al menos un 110% del valor del contrato. Las obligaciones

Comprador son:

- Asumir gastos de descargue en el lugar del país de destino
- Puede solicitar al vendedor, a costos del comprador, una cobertura en la póliza adicional a la mínima, ya sea de tipo A o B, o cláusulas adicionales en la misma.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación.
- Asumir el riesgo de la mercancía desde que es cargada al buque, ya que a pesar de que el vendedor contrata y paga el seguro internacional, el comprador es el beneficiario directo de la misma. (De La Hoz Correa, 2014, p.77).

2.5.2.10. DAT – ENTREGA EN TERMINAL

Se puede utilizar con todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía.
- Contratar el transporte internacional hasta el lugar de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es descargada al transporte principal en el país de destino en las instalaciones de la terminal o lugar de destino convenido.
- Contratar el Seguro Internacional. Las obligaciones del comprador son:
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho

de importación.

- Asumir el riesgo desde que la mercancía es descargada en la terminal de destino.

(De La Hoz Correa, 2014, p.77).

2.5.2.11. DAP – ENTREGA EN LUGAR ACORDADO

Se puede utilizar con todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía
- Contratar el transporte internacional hasta el lugar de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es puesta a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada, fuera de la terminal de destino, preparada para su descargue, en el lugar de destino designado, en la fecha o plazo acordado.
- Contratar el Seguro Internacional Las obligaciones del comprador son:
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho deimportación.
- Asumir el riesgo desde que la mercancía se coloca a su disposición (De La Hoz Correa, 2014, p.78).

2.5.2.12. DDP – ENTREGA DERECHOS PAGADOS

Se puede utilizar con todos los medios de transporte. Las obligaciones del vendedor son:

- Efectuar despacho de exportación de la mercancía
- Contratar el transporte internacional hasta el lugar de destino en el país importador.
- El vendedor cumple con su obligación de entrega en el momento en que la mercancía es puesta a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada, fuera de la terminal de destino, preparada para su descargue, en el lugar de destino designado, en la fecha o plazo acordado.
- Contratar el Seguro Internacional.
- Realizar todos los trámites de nacionalización del país importador o despacho de importación. La obligación del comprador es asumir el riesgo desde que la mercancía se coloca a su disposición. (De La Hoz Correa, 2014, p.78).

2.5.2.13. DDU – DELIVERED DUTY UNPAID

Entregada derechos no pagados) El vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el lugar convenido en el país de importación.

El vendedor asume todos los gastos y riesgos relacionados con la entrega de la

mercadería hasta ese sitio (excluidos derechos, cargas oficiales e impuestos), así como de los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras. (Hernández, 2020, p. 7).

2.5.3. LOS INCOTEMS Y EL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Es importante que el exportador conozca que aunque los INCOTEMS comprenden muchos de los aspectos involucrados en una compraventa internacional, dejan de lado asuntos que es necesario reglamentar como por ejemplo cuál debe ser el tipo de contrato del flete, las características de los productos, los ajustes al precio, las condiciones de pago, la retención de la propiedad de las mercancías, la falta de entrega, los casos de inconformidad con los productos y las garantías, los casos de fuerza mayor, los períodos de gracia para la entrega; especialmente si se va a establecer un negocio que implique suministros regulares. (Salvador Mercado, 2007).

2.6. ARBITRAJE

El arbitraje comercial es una forma rápida y eficaz para solucionar conflictos sin acudir a tribunales o instancias legales. Dado que la CCI también es promotora de la utilización del arbitraje, también resulta habitual la presunción de que, por el hecho de utilizar los INCOTEMS de la Cámara de Comercio Internacional, queda implícita la utilización, en caso de conflicto entre las partes, del arbitraje de la misma. El

empresario debe tener claro que este no es un aspecto que esté regulado por los INCOTEMS, pues en ellos no hay ninguna referencia al respecto, por lo que será necesario incluir la cláusula de arbitraje en el contrato de compraventa internacional. (CCI/UNCTAD/ OMC, 1995).

2.7. RIESGOS COMERCIALES

Son los derivados de la posible resolución anticipada del contrato y/o del impago de las mercancías en el momento acordado. Podemos clasificarlos en: Riesgos anteriores al despacho (resolución anticipada del contrato). Existen pólizas al efecto. Riesgos posteriores al despacho (impago). Existen dos opciones: o Contratar una póliza de seguro. o Acordar un medio de pago documentario que garantice el cobro antes o a la vez que la entrega de la mercancía. (González, 2015, p. 2).

2.8. RIESGOS POLÍTICOS

Las operaciones de importación/exportaciones realizadas con empresas situadas en países con inestabilidad política, económica y social tienen una serie de riesgos derivados.

Por otra parte, las políticas comerciales de algunos países pueden motivar restricciones temporales que pueden suponer riesgos para las operaciones en curso. Se concretan en:

- Incumplimiento de contratos, Impago, Morosidad, Deterioro o destrucción de las mercancías.

Para cubrir estos riesgos existen diferentes pólizas de seguro. (González, 2015, p. 2).

2.9. RIESGOS DE TRANSPORTE

Las distancias que deben recorrer las mercancías son muy largas y además en muchos casos se utilizan diferentes medios de transporte lo que hace que los riesgos de pérdida, deterioro o avería sean mucho mayores. (González, 2015, p. 2).

2.10. RIESGOS DE CAMBIO

Se produce en alguna de las siguientes situaciones: - El exportador financia en una divisa distinta en la que va a recibir el importe. El exportador financia la operación en una divisa distinta a aquella que posteriormente se va a vender la mercancía (González, 2015, p. 2).

2.11. MERCANCIA

La mercancía se refiere al resultado del proceso por el que un objeto, cosa o actividad se convierte en un producto o servicio de circulación e intercambio principalmente en

relaciones de mercado. Este carácter procesual puede ser denominado mercanciación, emulando el término inglés “commodification” (de commodity). La conversión de algo, un objeto o una actividad, en mercancía es la precondition para asignarle una caracterización, una naturaleza objetivable y calificable, y para recibir un proceso de valoración y valuación. (Marx, 2018).

2.11.1 TIPOS DE MERCANCIAS

2.11.1.1. BIENES DE CONSUMO

- **Bienes duraderos:** Productos que tienen una vida útil más larga y se utilizan durante un período prolongado, como automóviles, electrodomésticos y muebles.
- **Bienes no duraderos:** Productos de consumo rápido, como alimentos, productos de limpieza y artículos de tocador.

2.11.1.2. BIENES INTERMEDIOS:

- **Materias primas:** Materiales en su estado más básico utilizados en la producción de otros bienes.
- **Componentes y piezas:** Elementos que se ensamblan para crear productos más complejos.

2.11.1.3. BIENES DE CAPITAL

- **Maquinaria:** Equipos utilizados en la producción, como máquinas industriales.
- **Equipo:** Activos utilizados en operaciones comerciales, como computadoras y vehículos de entrega.

2.11.1.4. SERVICIOS

- **Servicios de consumo:** Servicios destinados a satisfacer las necesidades de las personas, como atención médica y educación.
- **Servicios empresariales:** Servicios proporcionados a empresas, como consultoría, publicidad y servicios financieros.

2.11.1.5. BIENES PERECEDEROS

- **Alimentos frescos:** Productos alimenticios que tienen una vida útil limitada, como frutas y verduras.
- **Productos perecederos no alimenticios:** Productos no alimenticios que también tienen una vida útil limitada, como flores frescas.

2.11.1.6. BIENES BÁSICOS

- **Alimentos básicos:** Productos esenciales para la nutrición, como arroz, trigo y aceite
- **Agua y energía:** Recursos esenciales para la vida cotidiana.

2.11.1.7. BIENES DE LUJO

- **Joyas:** Artículos lujosos como diamantes y relojes de alta gama.
- **Productos de lujo:** Artículos costosos de marcas exclusivas en moda, automóviles y otros sectores.

2.11.2. CLASIFICACIÓN DE LAS MERCADERIAS

“Sistema Armonizado (SA): El SA es un sistema global de clasificación de mercancías desarrollado y mantenido por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Clasifica las mercancías en una estructura jerárquica con códigos numéricos de seis dígitos, que se amplían a ocho, diez u once dígitos según la profundidad de detalle requerida. Cada código SA identifica una categoría de productos específica y se utiliza en todo el mundo para fines de aduanas y comercio internacional” (Ernesto Lucio Sbriglio, 2018).

“Nomenclatura Combinada (NC): La NC es una extensión del SA utilizada en la Unión

Europea. Agrega dos dígitos adicionales a los códigos SA de ocho dígitos para proporcionar una clasificación más detallada de productos dentro de la UE. La NC se utiliza para aranceles aduaneros, estadísticas comerciales y otros propósitos relacionados con el comercio dentro de la UE. La clasificación de las mercancías en el SA y la NC se basa en una descripción detallada de cada producto y puede incluir factores como materiales, uso, función y características específicas. Cada código representa una categoría única de productos, lo que facilita la identificación y el seguimiento de las mercancías en el comercio internacional. Para obtener una clasificación precisa de una mercancía específica, es importante consultar los documentos oficiales del SA o la NC, así como buscar asesoramiento de expertos en clasificación de mercancías en el contexto de comercio internacional y aduanas” (Ernesto Lucio Sbriglio, 2018).

2.11.3. ESTRATEGIAS

Estrategias de Precios

Estrategia de precios bajos: Competir en el mercado ofreciendo precios más bajos que la competencia. Puede atraer a una amplia base de clientes. Puede generar ventas rápidas y voluminosas. Puede crear una percepción de valor para el cliente.

- Desafíos: Reducción de márgenes de beneficio. Requiere una alta eficiencia operativa para mantener la rentabilidad. Puede ser difícil competir en precio a largo plazo.

- Estrategia de precios premium: Posicionarse como una marca de alta calidad y cargar precios más altos.
- Ventajas: Puede posicionar la marca como exclusiva y de alta calidad. Permite márgenes de beneficio más elevados. Puede generar lealtad de los clientes.
- Desafíos: Limita la base de clientes a aquellos dispuestos a pagar más. Mayor presión para mantener la calidad y la percepción de exclusividad. Vulnerable a la competencia de productos similares a precios más bajos.
- Estrategia de precios psicológicos: Utilizar precios que terminen en 9, 99 o 95 para dar la impresión de ofertas.
- Estrategias de Producto: Diferenciación del producto: Crear productos únicos o personalizados para destacarse en el mercado.
- Línea de productos: Ofrecer una variedad de productos relacionados para atender diferentes segmentos de mercado.

Innovación continua

- Mantenerse a la vanguardia mediante la constante mejora y desarrollo de productos.

Estrategias de Distribución

- **Distribución selectiva:** Seleccionar canales de distribución específicos para llegar a segmentos de mercado particulares.
- **Distribución exclusiva:** Limitar la disponibilidad del producto a un número reducido de minoristas o distribuidores.

- **Distribución en línea:** Vender productos a través de canales en línea y llegar a una audiencia global.

Estrategias de Promoción

- **Publicidad y marketing:** Utilizar campañas publicitarias y de marketing para aumentar la visibilidad y la demanda.
- **Promociones y descuentos:** Ofrecer promociones temporales para impulsar las ventas.
- **Marketing de contenidos:** Crear contenido valioso relacionado con el producto para atraer y retener clientes.
- **Estrategias de Inventario y Abastecimiento:** Justo a tiempo (JIT): Mantener un inventario mínimo y recibir suministros justo cuando se necesitan para reducir costos.
- **Inventario en consignación:** Dejar productos en manos de minoristas o distribuidores hasta que se vendan.
- **Sistema de gestión de inventario eficiente:** Utilizar tecnología y análisis para optimizar la gestión de inventario.

Estrategias de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa

- **Productos sostenibles:** Ofrecer productos respetuosos con el medio ambiente y promover prácticas sostenibles.

- **Iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC):** Apoyar causas sociales y ambientales como parte de la estrategia de la empresa. "Customs Modernization Handbook" de World Bank Publications

Cada estrategia tiene sus propias implicaciones y resultados potenciales, y la elección de la estrategia adecuada dependerá de la situación específica de una empresa, sus recursos y sus objetivos. Además, es común que las empresas combinen varias estrategias para abordar diferentes aspectos de su negocio y llegar a una variedad de segmentos de mercado.

2.12. IMPORTACIÓN

“El acto de comprar bienes y servicios producidos en el extranjero y traerlos al país de destino para su distribución o consumo. Este proceso puede tener un impacto significativo en la balanza comercial de un país y en su economía en general.” (Krugman & Obstfeld, 2023).

“La importación consiste en el ingreso legal de mercancías proveniente de otro país, que puede ser más barata o de mejor calidad; en otras palabras, es la compra de bienes o servicios provenientes de empresas extranjeras para introducirla al interior del país en el que son demandados para el uso y consumo.” (Krugman & Obstfeld, 2023).

2.12.1. GESTIÓN DE IMPORTACIÓN

“Un conjunto de actividades y procesos que abarcan desde la planificación de la compra de bienes en el extranjero hasta la recepción y distribución de esos bienes en el país importador. Incluye la gestión de transporte, almacenamiento, aduanas y documentación asociada.” (David & Pierre, 2015).

2.12.2. REGULACIÓN DE IMPORTACIÓN

“Conjunto de leyes, normativas y acuerdos comerciales que un país establece para regular el proceso de importación. Esto puede incluir aranceles, cuotas de importación, restricciones comerciales y requisitos aduaneros.” (Ramberg, 1995).

2.12.3. ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN

“La planificación y ejecución de estrategias de marketing específicas para productos importados. Esto puede incluir la adaptación de productos a las preferencias locales, la gestión de canales de distribución y la promoción de productos importados en el mercado local.” (Graham & Cateora, 2021).

2.13. EXPORTACIÓN

“El acto de vender bienes o servicios producidos en un país a compradores en el extranjero. Las exportaciones son fundamentales para la economía de un país, ya que pueden contribuir al crecimiento económico y al equilibrio de la balanza comercial.” (Krugman & Obstfeld, 2023).

“La exportación, que es el envío de mercancías nacionales para su uso o consumo en el exterior. Esta función supone una venta más allá de las fronteras de un país, con la salida de mercancías de un territorio aduanero produciendo una entrada de divisas.” (Krugman & Obstfeld, 2023).

2.13.1. GESTIÓN DE EXPORTACIÓN

“Un conjunto de actividades y procesos que abarcan desde la preparación de productos para su envío al extranjero hasta la entrega de los bienes a los compradores internacionales. Esto incluye la planificación de la cadena de suministro, el embalaje, la documentación aduanera y la coordinación de la logística de exportación.” (David & Pierre, 2015).

2.13.2. REGULACIONES DE EXPORTACIÓN

“Conjunto de leyes y regulaciones que rigen las exportaciones, incluyendo restricciones de exportación, sanciones comerciales y requisitos aduaneros. Los gobiernos suelen establecer estas regulaciones para proteger.” (Ramberg, 1995).

2.13.3. ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN

“La planificación y ejecución de estrategias de marketing específicas para productos que se exportarán a mercados extranjeros. Esto puede incluir la adaptación de productos a las necesidades de los clientes internacionales, la selección de canales de distribución y la promoción de productos en mercados extranjeros.” (Graham & Cateora, 2021).

2.14. EMPRESAS EXPORTADORAS

"Una empresa exportadora es aquella que se dedica a la venta de sus productos o servicios en mercados internacionales, fuera de su país de origen. Esto implica la adaptación de estrategias de marketing y la gestión de las operaciones comerciales a nivel global."

“Una empresa exportadora es aquella que comercializa sus productos o servicios más allá de las fronteras del país donde está asentada. Las empresas que se dedican a la exportación deben estar previamente consolidadas en el mercado nacional, además de

tener una marca reconocida.”

“Una empresa exportadora es una organización empresarial que se especializa en la venta de bienes o servicios a nivel internacional, con el fin de expandir su presencia en mercados extranjeros y aprovechar las oportunidades de negocio en el ámbito global. Estas empresas se involucran en actividades de exportación, como la fabricación, empaquetado, distribución y promoción de productos o servicios en el extranjero, con el objetivo de aumentar sus ventas y ganancias más allá de las fronteras de su país de origen.”

2.14.1. FUNCIONES

Las empresas exportadoras desempeñan un papel fundamental en la economía global, ya que se dedican a la venta de productos y servicios en mercados extranjeros. Sus funciones son variadas y esenciales para el crecimiento económico y la expansión de las empresas. En primer lugar, una de las principales funciones de una empresa exportadora es identificar oportunidades de mercado en el extranjero. Esto implica la investigación y el análisis de los mercados internacionales para identificar la demanda de productos o servicios específicos y evaluar su viabilidad.

Además, estas empresas deben encargarse de la adaptación y adecuación de sus productos o servicios a las necesidades y preferencias de los clientes en el extranjero. Esto puede requerir modificaciones en el diseño, empaque, etiquetado y otros aspectos

para cumplir con los estándares y regulaciones locales, así como para competir eficazmente en el mercado objetivo.

Otra función crucial es la logística y la gestión de la cadena de suministro. Las empresas exportadoras deben coordinar el transporte, el almacenamiento y la distribución de sus productos de manera eficiente y segura, lo que a menudo involucra el uso de socios logísticos y la gestión de aduanas y regulaciones comerciales internacionales.

La promoción y el marketing internacional son igualmente fundamentales. Esto implica estrategias de publicidad, relaciones públicas y ventas diseñadas para dar a conocer los productos y servicios en el mercado extranjero y construir una base de clientes sólida. También es importante establecer una red de contactos y relaciones comerciales con agentes, distribuidores y clientes en el extranjero.

La gestión de riesgos es otra función esencial. Las empresas exportadoras deben lidiar con riesgos cambiantes en los mercados internacionales, como fluctuaciones monetarias, cambios en las condiciones políticas y económicas, y riesgos comerciales. Para mitigar estos riesgos, a menudo recurren a instrumentos financieros, seguros y estrategias de diversificación.

Finalmente, la gestión de la documentación y el cumplimiento de regulaciones es una tarea crítica. Las empresas exportadoras deben preparar y presentar los documentos necesarios, como facturas comerciales, certificados de origen y de conformidad con las regulaciones de aduanas y comercio internacional para facilitar la exportación y evitar sanciones o problemas legales.

2.15. EMPRESAS IMPORTADORAS

“Una empresa importadora es una organización o entidad comercial que se dedica a adquirir productos, bienes o servicios desde el extranjero para su posterior venta en el mercado local. Su principal función es la importación de mercancías con el fin de abastecer la demanda de productos que no se producen o no se encuentran fácilmente en el país de operación.”

“Una empresa importadora es una entidad que forma parte de la cadena de suministro global y se encarga de gestionar eficientemente la entrada de productos extranjeros al mercado local.” (Murphy, 2015).

Una empresa importadora desempeña un papel fundamental en la economía al facilitar el comercio internacional y la circulación de bienes entre diferentes países. Su función principal radica en la adquisición de productos o materias primas desde el extranjero para

su posterior comercialización en el mercado nacional. Este proceso implica una serie de etapas que incluyen la selección de proveedores, la gestión de trámites aduaneros, la logística de transporte y la distribución local.

En primer lugar, la empresa importadora debe identificar proveedores o fabricantes en el extranjero que ofrezcan los productos deseados a precios competitivos y con la calidad requerida. Esta labor de búsqueda y negociación de contratos comerciales es esencial para garantizar la viabilidad de la importación.

Una vez que se establecen acuerdos con los proveedores extranjeros, la empresa importadora debe encargarse de los trámites aduaneros, que incluyen la obtención de los permisos y documentos necesarios para la importación, así como el cumplimiento de las regulaciones y normativas aduaneras. Estos procesos pueden ser complejos y requieren un profundo conocimiento de la legislación aduanera.

La logística de transporte es otra función crucial de una empresa importadora. Esto implica coordinar el transporte de los bienes desde el país de origen hasta el país de destino, asegurándose de que los productos lleguen en buenas condiciones y en el momento adecuado. Puede implicar el uso de diversos modos de transporte, como marítimo, aéreo o terrestre, dependiendo de la naturaleza de los productos y la urgencia

de la entrega.

Finalmente, una vez que los productos llegan al país de destino, la empresa importadora se encarga de su distribución en el mercado local. Esto implica la gestión de inventarios, la comercialización, la atención al cliente y la venta de los productos importados a través de diferentes canales de distribución.

CAPÍTULO III

El Capítulo III se centra en el marco referencial de las empresas de importación y exportación en La Paz, Bolivia. Comienza explorando la importancia económica de estas empresas a nivel local y nacional, destacando su contribución al desarrollo económico del país. Se aborda la historia del comercio exterior en La Paz, el perfil de importaciones y exportaciones, la infraestructura logística, las regulaciones comerciales, los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas en la región. Además, se examina el impacto económico, los actores clave en el comercio exterior, la colaboración internacional y un desafío persistente relacionado con la mala aplicación de los Incotems y el manejo de mercancías. El capítulo también introduce conceptos clave como los Incotems y su importancia en el contrato de compraventa.

La segunda parte del capítulo se adentra en el marco legal, detallando los documentos necesarios para realizar tanto importaciones como exportaciones desde La Paz. Se abordan aspectos como la factura comercial, el conocimiento de embarque, la declaración única de importación, certificados de origen, licencias, certificados fitosanitarios, entre otros. Se destaca la importancia de una gestión adecuada de estos documentos para asegurar operaciones exitosas, evitando problemas legales, retrasos y costos adicionales. Se enfatiza la necesidad de la colaboración con expertos en comercio internacional y agentes de aduanas para garantizar el cumplimiento de los requisitos y facilitar un flujo eficiente de bienes entre Bolivia y el resto del mundo.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1. LAS EMPRESAS

3.1.1. INTRODUCCIÓN A ESTAS EMPRESAS

En la ciudad de La Paz, Bolivia, las empresas de importación y exportación desempeñan un papel fundamental en la economía local y nacional. Estas empresas facilitan el flujo de bienes y productos entre Bolivia y el resto del mundo, contribuyendo significativamente al desarrollo económico del país.

3.1.2. HISTORIA DE SU COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior en La Paz tiene una rica historia que se remonta a décadas atrás. Desde los primeros intercambios comerciales con los países vecinos hasta las modernas operaciones de importación y exportación, la ciudad ha experimentado una evolución constante en su enfoque en el comercio internacional.

3.1.3. PERFIL DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

Las empresas de importación y exportación en La Paz se especializan en una amplia gama de productos, desde productos agrícolas hasta bienes manufacturados e incluso

tecnología. Estas operaciones tienen un impacto significativo en la balanza comercial de Bolivia y desempeñan un papel importante en la diversificación de la economía.

3.1.4. INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA

La infraestructura logística de La Paz es crucial para el éxito de las empresas de importación y exportación. Aeropuertos, puertos, carreteras y ferrocarriles son esenciales para el transporte eficiente de mercancías. La inversión en infraestructura logística sigue siendo un área de enfoque constante.

3.1.5. REGULACIONES COMERCIALES

Las regulaciones comerciales en Bolivia, tanto a nivel nacional como internacional, juegan un papel clave en las operaciones de importación y exportación. Las empresas en La Paz deben mantenerse actualizadas sobre las regulaciones aduaneras, aranceles y acuerdos comerciales para operar de manera efectiva.

3.1.6. DESAFIOS Y OPORTUNIDADES

Las empresas de importación y exportación en La Paz enfrentan desafíos como la competencia global, la fluctuación de los precios de las materias primas y la volatilidad

del mercado. Sin embargo, también se presentan oportunidades en la expansión a nuevos mercados y la diversificación de productos.

3.2. IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico de las empresas de importación y exportación en La Paz es significativo. Contribuyen al crecimiento del PIB local, la generación de empleo y el aumento de la inversión extranjera, lo que fortalece la economía regional.

3.3. ACTORES CLAVE

En el comercio exterior de La Paz, participan diversos actores, incluyendo exportadores, importadores, agencias aduaneras, autoridades gubernamentales y organizaciones comerciales. La colaboración entre estos actores es fundamental para el éxito de las operaciones.

3.4. COLABORACIÓN INTERNACIONAL

La cooperación internacional desempeña un papel importante en el comercio de La Paz. La ciudad mantiene relaciones comerciales y diplomáticas con numerosos países, lo que abre puertas a oportunidades de comercio internacional.

3.5. PROBLEMA DE MALA APLICACIÓN DE INCOTEMS Y MANEJO DE MERCANCIAS

Un desafío persistente en La Paz es la mala aplicación de los Incotems y el manejo inadecuado de las mercancías. Esto puede dar lugar a malentendidos, costos adicionales y retrasos en las operaciones comerciales. La capacitación y la adopción de mejores prácticas son esenciales para abordar este problema y mejorar la eficiencia del comercio internacional en la región.

3.6. CONCEPTOS CLAVE

3.6.1. LOS INCOTEMS Y EL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Es importante que el exportador conozca que aunque los INCOTEMS comprenden muchos de los aspectos involucrados en una compraventa internacional, dejan de lado asuntos que es necesario reglamentar como por ejemplo cuál debe ser el tipo de contrato del flete, las características de los productos, los ajustes al precio, las condiciones de pago, la retención de la propiedad de las mercancías, la falta de entrega, los casos de inconformidad con los productos y las garantías, los casos de fuerza mayor, los períodos de gracia para la entrega; especialmente si se va a establecer un negocio que implique suministros regulares. (Salvador Mercado. Comercio Internacional. Limusa, Quinta edición, México, 2007.)

Qué son los incotems: Los INCOTEMS son por tanto expresiones del precio de una mercancía en diferentes situaciones y momentos a lo largo del proceso de distribución de una mercancía objeto de comercio internacional. Se debe tener en cuenta que, aunque los precios son diferentes en momento y lugar, siempre suponen el mismo beneficio para el vendedor, excepto cuando este puede hacerse acreedor a descuentos por volumen, regularidad de la carga y otros aspectos que los intermediarios pueden considerar para el exportador, lo cual sólo es posible cuando el exportador domina el proceso de distribución de la mercancía tanto en su país como en el del importador. (CCI/UNCTAD/OMC, 1995).

3.6.2. LOS INCOTEMS Y SU USO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

"Los Incotems, o International Commercial Terms, son un conjunto de reglas internacionales publicadas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que definen los términos y condiciones estándar para las transacciones comerciales internacionales. Estas reglas especifican las responsabilidades y obligaciones del vendedor y el comprador en cuanto a la entrega de la mercancía, el transporte, el seguro y los costos asociados. Los Incotems desempeñan un papel fundamental en la facilitación del comercio internacional al proporcionar un marco común y comprensible que ayuda a evitar malentendidos y conflictos en las transacciones comerciales globales" (Debattista,2017).

3.7. MARCO LEGAL

3.7.1. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA REALIZAR IMPORTACIONES

Factura Comercial: La factura comercial se proporciona por parte del vendedor y generalmente se emite como parte del proceso de venta. El comprador debe solicitar una factura detallada que incluya información sobre el vendedor, el comprador, la descripción de la mercancía, los precios y los términos de venta. Asegúrate de que esta factura cumpla con los requisitos aduaneros bolivianos.

Conocimiento de Embarque (B/L): El conocimiento de embarque es emitido por la compañía naviera o el agente de carga y se entrega una vez que la mercancía ha sido embarcada. Para obtenerlo, debes coordinar con la empresa de transporte marítimo o su agente y asegurarte de que el B/L refleje con precisión los detalles de tu carga.

Declaración Única de Importación (DUI): La DUI es un documento aduanero que debe ser presentado ante la Aduana boliviana. Para obtenerlo, debes proporcionar la información requerida sobre la importación, incluyendo la descripción de la mercancía, su valor, origen y otros detalles. Puedes obtener asistencia de un agente de aduanas o presentar la DUI en línea, según los procedimientos vigentes.

Certificado de Origen: El certificado de origen puede ser emitido por las autoridades gubernamentales o las cámaras de comercio de los países exportadores. Debes solicitar este certificado al vendedor o a las autoridades pertinentes en el país de origen. Asegúrate de que cumple con los requisitos del acuerdo de libre comercio aplicable.

Licencia de Importación: Si tu producto requiere una licencia de importación, debes solicitarla a la entidad gubernamental correspondiente en Bolivia antes de realizar la importación. La documentación y los requisitos para obtener la licencia pueden variar según el producto y su origen.

Certificado de Análisis: Para obtener un certificado de análisis, debes colaborar con laboratorios acreditados que realicen las pruebas y análisis necesarios para verificar la calidad y seguridad de tus productos. Los resultados de estos análisis se utilizarán para emitir el certificado.

Certificado Fitosanitario: El certificado fitosanitario se emite después de que las autoridades agrícolas en el país de origen hayan inspeccionado y certificado que los productos agrícolas cumplen con las normativas sanitarias. Debes coordinar esta inspección y obtención del certificado con las autoridades fitosanitarias.

Certificado de Inspección Preembarque (PSI): Para productos sujetos a inspección preembarque, debes contactar a empresas de inspección autorizadas que realizarán la inspección de la mercancía antes del envío. Una vez completada, recibirás el certificado.

Póliza de Seguro de Carga: Puedes obtener una póliza de seguro de carga a través de compañías de seguros especializadas en transporte de mercancías. Esta póliza protegerá tu carga contra daños o pérdidas durante el transporte.

Documentos de Transporte Interno: La documentación de transporte interno, como la guía de remisión o el conocimiento de embarque terrestre, debe ser proporcionada por la empresa de transporte terrestre o aéreo que esté llevando tu mercancía dentro de Bolivia. Coordina con la empresa de transporte para obtener estos documentos.

3.7.2. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA REALIZAR EXPORTACIONES

Factura Comercial: La factura comercial es un documento que debes crear como exportador. Debe incluir detalles precisos sobre la transacción, como la descripción de los productos, la cantidad, el precio, los términos de pago y otros datos relevantes. Esta factura se emite a tu comprador y puede ser preparada en formato impreso o electrónico. Debe cumplir con los estándares comerciales internacionales y las regulaciones fiscales de Bolivia.

Certificado de Origen: El certificado de origen certifica el país de origen de los productos que estás exportando. Puede ser emitido por la Cámara de Comercio local o la autoridad competente en tu país de exportación. Debes proporcionar pruebas de que los productos son de origen boliviano o cumplen con los requisitos específicos de origen acordados en tratados comerciales. Deberás completar la solicitud y proporcionar la documentación necesaria para obtener este certificado.

Lista de Empaque: La lista de empaque es un documento que detalla el contenido de los paquetes, cajas o contenedores que estás exportando. Debe incluir una descripción detallada de cada artículo, su cantidad y la forma en que están empaquetados. Esto ayuda a la aduana y a los transportistas a verificar y manipular la carga de manera adecuada.

Póliza de Seguro: Si optas por asegurar la carga durante el transporte, deberás contactar a una compañía de seguros y obtener una póliza de seguro de carga. Esta póliza te protegerá en caso de pérdida o daño durante el transporte. Es importante proporcionar detalles precisos sobre la carga y su valor para obtener la cobertura adecuada.

Declaración Aduanera de Exportación: Este documento se obtiene en la Aduana de

Bolivia y es esencial para el despacho de exportación. Deberás completar una declaración detallada que incluya información sobre la carga, su valor, los Incotems utilizados, y otros detalles relacionados con la transacción. La aduana utilizará esta información para procesar y autorizar la exportación.

Certificado Sanitario y Fitosanitario: Si estás exportando productos alimentarios o agrícolas, es posible que necesites un certificado sanitario y fitosanitario. Este certificado se emite después de una inspección sanitaria que verifica que los productos cumplen con las normativas sanitarias y fitosanitarias de Bolivia y del país importador.

Licencia de Exportación: Algunos productos, especialmente aquellos sujetos a restricciones, pueden requerir una licencia de exportación. Debes consultar con las autoridades pertinentes en Bolivia para determinar si necesitas una licencia para exportar tus productos.

Documentos Bancarios: Si has acordado términos de pago especiales, como una carta de crédito, deberás trabajar con tu banco para asegurarte de que se generen y entreguen los documentos financieros necesarios.

Certificado de Análisis: Si exportas productos como productos químicos o

farmacéuticos, es posible que debas obtener un certificado de análisis. Este certificado demuestra que los productos cumplen con estándares específicos y que son seguros para su uso.

Documentación de Transporte: Los documentos de transporte son esenciales para enviar la carga. Para el transporte marítimo, necesitarás un conocimiento de embarque (Bill of Lading); para el transporte aéreo, una guía aérea (Airway Bill). La documentación de transporte detalla la ruta, el destinatario y otros detalles importantes de la carga.

La exportación e importación desde La Paz, Bolivia, involucra una serie de documentos esenciales que deben ser gestionados de manera precisa y cumplir con los requisitos legales y comerciales. Estos documentos varían según el tipo de producto, el país de destino y las regulaciones específicas. Los documentos clave incluyen la factura comercial, el certificado de origen, la lista de empaque, la póliza de seguro, la declaración aduanera de exportación, el certificado sanitario y fitosanitario, la licencia de exportación (si es necesaria), los documentos bancarios, el certificado de análisis (si corresponde) y la documentación de transporte.

Una gestión adecuada de estos documentos es esencial para garantizar una exportación

importación exitosa, evitando retrasos, costos adicionales y posibles problemas legales. Es recomendable buscar orientación de expertos en comercio internacional, agentes de aduanas y las autoridades pertinentes para cumplir con todos los requisitos y facilitar un flujo eficiente de bienes entre Bolivia y el resto del mundo. El conocimiento y la preparación adecuados son fundamentales para que las operaciones de comercio internacional sean exitosas y sin complicaciones.

CAPÍTULO IV

El Capítulo IV de la investigación se centra en el marco metodológico del estudio, abordando aspectos como el enfoque mixto, el tipo de estudio elegido y el diseño de investigación. En términos de enfoque, se adopta un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión más completa del fenómeno en estudio: la gestión de mercancías en operaciones comerciales internacionales de empresas importadoras y exportadoras en La Paz. Este enfoque se respalda con un tipo de estudio explicativo, que busca identificar relaciones de causa y efecto entre variables, con un énfasis en comprender a fondo cómo las empresas aplican y comprenden los Incotems en sus operaciones comerciales.

El diseño de investigación seleccionado es no experimental, con un enfoque longitudinal que analiza el cambio a lo largo del tiempo. Esto implica recopilar datos en diferentes momentos para evaluar la comprensión y aplicación de los Incotems por parte de las empresas en La Paz, permitiendo identificar tendencias y desafíos comunes en su uso. Además, se elige un método inductivo que parte de observaciones específicas para generalizar conclusiones más amplias sobre la gestión de mercancías en operaciones comerciales internacionales.

En cuanto a las técnicas de investigación, se utilizan métodos documentales, de campo (entrevistas y encuestas) y técnicas como el análisis de contenido.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. ENFOQUE MIXTO

El enfoque mixto se refiere a la combinación de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio. Esto permite obtener una comprensión más completa y profunda de un fenómeno al aprovechar las fortalezas de ambos enfoques. Por ejemplo, se pueden recopilar datos cuantitativos para analizar patrones estadísticos y, al mismo tiempo, utilizar métodos cualitativos para explorar percepciones y experiencias en profundidad.

Combinamos métodos cualitativos y cuantitativos. Esto incluye encuestas a empresas locales, entrevistas a expertos en comercio internacional y análisis de datos históricos de operaciones, el enfoque es mixto.

Utilizamos los datos recopilados en la investigación para desarrollar estrategias específicas que permitan a las empresas importadoras y exportadoras de La Paz optimizar la gestión de mercancías.

Cada estrategia tiene que estar respaldada por un análisis sólido y deduce cómo pueden abordar los desafíos identificados. Al mismo tiempo, utiliza la inducción para identificar patrones y tendencias a partir de la información mixta recopilada.

Sintetiza los datos recopilados durante la implementación para evaluar la eficacia de las estrategias en términos de costos, tiempos y riesgos. Con base en los datos recopilados y el análisis de la implementación, llega a conclusiones sólidas sobre la eficacia de las estrategias propuestas

Deduce recomendaciones específicas para las empresas importadoras y exportadoras de La Paz sobre cómo seleccionar y aplicar Incotems de manera óptima en sus operaciones diarias.

4.2. TIPO DE ESTUDIO

Elegimos el tipo de estudio: Explicativa

4.2.1. ESTUDIO EXPLICATIVO

En estudio explicativo, también conocido como estudio causal o causal-comparativo, tiene como objetivo principal identificar las relaciones de causa y efecto entre

variables. Este tipo de investigación se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y cuáles son las relaciones causales subyacentes. Para llevar a cabo este tipo de estudio, se pueden utilizar tanto métodos cuantitativos como cualitativos, dependiendo de la naturaleza de la investigación y de la profundidad de la comprensión que se busque alcanzar. Este enfoque es especialmente útil cuando se pretende ir más allá de la simple descripción de un fenómeno y se busca entender las razones subyacentes a las relaciones observadas entre variables.

Analiza en profundidad cómo estas empresas aplican y comprenden los Incoterms en sus operaciones comerciales. El estudio aborda temas como:

Análisis de la comprensión de los Incoterms: Evaluar si las empresas comprenden adecuadamente los términos y condiciones de los Incoterms y si los aplican correctamente en sus contratos comerciales.

4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se refiere al plan o estructura general que se establece para llevar a cabo un estudio o investigación de manera sistemática y efectiva. Este diseño guía la recopilación y análisis de datos con el propósito de responder a la pregunta de investigación de manera rigurosa.

Para el siguiente trabajo elegimos el Diseño de Investigación: No Experimental

4.3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL

El diseño no experimental es un enfoque de investigación en el cual el investigador observa y recopila información sin manipular variables de forma activa. A diferencia de los diseños experimentales, no hay intervención directa para controlar o cambiar variables. Este tipo de diseño se centra en la observación y la recopilación de datos en entornos naturales o situaciones ya existentes.

4.3.2. INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL

Longitudinales o evolutivos: Analizamos el Cambio través del tiempo, el estudio transversal implica recopilar datos en un punto específico en el tiempo y examinar a un grupo de empresas exportadoras e importadoras para evaluar su comprensión y aplicación de los Incotems y cómo esto afecta sus operaciones comerciales. Este tipo de estudio proporcionaría una instantánea de la situación en un momento dado y permitiría identificar tendencias y desafíos comunes en el uso de los Incotems en la gestión de mercancías por parte de las empresas en La Paz.

4.4. MÉTODOS

Ambos métodos son herramientas importantes en la investigación y el pensamiento lógico. El método inductivo es útil cuando se desea generalizar a partir de casos específicos, mientras que el método deductivo es efectivo para aplicar principios generales a situaciones particulares.

4.4.1. MÉTODO INDUCTIVO

Parte de observaciones específicas o casos particulares y se generaliza para formar una teoría o una conclusión más amplia. Implica razonamiento desde lo particular hasta lo general. Ir continuamente varios días a las empresas y definir el un resultado.

Como aplicamos el método: Identificamos casos específicos donde ha habido problemas en la gestión de mercancías en operaciones comerciales internacionales debido a la incorrecta aplicación de los Incotems. Analizar situaciones concretas, como retrasos en la entrega, costos adicionales inesperados, problemas aduaneros.

Extraer conclusiones generales basadas en los patrones identificados. Puede ser la necesidad de una mayor capacitación en Incotems, la revisión de procesos internos o la comunicación más clara en las transacciones internacionales.

4.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

DISEÑO	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Documental	Análisis de Contenido	Cuadro de Registro
De Campo	Entrevista	Cuestionario
De Campo	Encuesta	Cuestionario

CAPÍTULO V

En el Capítulo V, denominado "Marco Propositivo", se presenta la solución propuesta para abordar la ineficiente gestión de mercadería en las importaciones y exportaciones desde La Paz, Bolivia. La investigación ha llevado al desarrollo de soluciones concretas destinadas a mejorar la logística del comercio internacional en la región. Estas soluciones incluyen iniciativas como programas de capacitación sobre los Incotems, la contratación de asesores especializados, la creación de redes de apoyo entre empresas locales, auditorías periódicas de procesos y la promoción amplia de información a través de diversas instituciones comerciales.

Además, se ofrece un conjunto de recomendaciones específicas para ayudar a las empresas a elegir el Incotems adecuado, considerando factores como la experiencia en comercio exterior, infraestructura en el país de destino y conocimiento de los procedimientos aduaneros.

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. SOLUCIÓN PROPUESTA

Desarrollando e investigado acerca de la ineficiente gestión de mercadería en las importaciones y exportaciones desde La Paz – Bolivia, planteamos las siguientes

soluciones para una mejor logística de comercio internacional:

1. Capacitación y Educación

- Realizar programas de capacitación sobre los Incotems (EXW, FOB, CIF) dirigidos a las empresas exportadoras e importadoras en La Paz. Estos programas pueden ser impartidos por expertos en comercio internacional.
- Proporcionar material educativo y recursos en línea para que las empresas tengan acceso a información actualizada sobre los Incotems.

2. Asesoramiento Especializado

- Fomentar la contratación de asesores o expertos en comercio internacional para brindar orientación personalizada a las empresas en la elección adecuada de los Incotems en función de sus necesidades y operaciones específicas.
- Establecer un sistema de consulta o soporte en línea donde las empresas puedan hacer preguntas y obtener asesoramiento sobre cuestiones relacionadas con los Incotems.

3. Creación de Redes de Apoyo

- Facilitar la creación de una red de empresas locales en La Paz que compartan sus experiencias y conocimientos sobre la aplicación exitosa de los Incotems. Esto fomentaría el aprendizaje colaborativo.

4. Auditoría de Procesos

- Realizar auditorías periódicas de los procesos de gestión de mercancías en las empresas para asegurarse de que se están aplicando los Incotems correctamente y que se están cumpliendo las responsabilidades y costos acordados.

5. Promoción de la Información

- Difundir información y recursos sobre los Incotems a través de cámaras de comercio, organismos gubernamentales y asociaciones comerciales en La Paz, para que llegue a un público más amplio.

Estas soluciones buscan mejorar la comprensión y aplicación de los Incotems, lo que a su vez optimizaría la gestión de mercancías en operaciones internacionales. Al hacerlo,

se reducirían los problemas, retrasos y costos, generando ventajas competitivas en el comercio internacional y mejorando el servicio a los clientes.

Por otra parte, la elección del incotems adecuado para la importación o exportación de nuestra mercadería dependerá de varios factores como el peso, distancia, tipo de producto, etc. Entonces se recomienda tanto a los importadores como exportadores los siguientes consejos para elegir correcta y eficientemente el incotems adecuado.

El incotems EXW sólo es aconsejable cuando el exportador carece de conocimientos de comercio exterior y aduaneros y desde luego cuando el comprador o importador tiene la suficiente experiencia o apoyo para hacer los procedimientos de despacho en aduana para la exportación.

Entregar la mercancía en destino, libre de derechos aduaneros e impuestos, sólo es aconsejable cuando el exportador posee una oficina, red de venta propia, agentes o representantes en el país del importador. Si sucede el caso contrario, es decir que el importador es el que posee la infra-estructura en el país del exportador, le convendrá comprar EXW por los beneficios que esto puede significar en cuanto a incentivos a la exportación, descuentos por fletes y seguros, entre otros.

El dominio de los procesos de distribución física de las mercancías puede representar beneficios para quien los conozca. Así, por ejemplo, el exportador al vender CIF puede obtener bonificaciones, mejor tratamiento de la carga y hasta preferencias o rebajas sobre fletes, que pueden hacer más competitivo el precio de los productos en el mercado, entre otros. De la misma manera, en la medida que el exportador llegue al mercado del importador, tendrá menores dificultades por precio al reducir un importante número de intermediarios en la distribución del producto.

El importador también puede obtener beneficios al comprar por ejemplo en condiciones FOB, comprando en este término no pagará gastos ni comisiones bancarias, sobre fletes ni seguro.

Cuando un comprador extranjero se inicia en el negocio de importación resulta más sencillo que sea el exportador quien se haga cargo del transporte.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.2. CONCLUSIONES

Estas soluciones buscan mejorar la comprensión y aplicación de los Incoterms, lo que a su vez optimizaría la gestión de mercancías en operaciones internacionales. Al hacerlo, se reducirían los problemas, retrasos y costos, generando ventajas competitivas en el comercio internacional y mejorando el servicio a los clientes.

Por otra parte, la elección del incotem adecuado para la importación o exportación de nuestra mercadería dependerá de varios factores como el peso, distancia, tipo de producto, etc. Entonces se recomienda tanto a los importadores como exportadores los siguientes consejos para elegir correcta y eficientemente el incotem adecuado.

Cuando el importador desconoce los procedimientos de comercio exterior y aduaneros que se aplican en el país exportador es conveniente ofrecer cotizaciones CIF de esta manera el importador sólo tendrá que entenderse con trámites aduaneros que pueden ser de su conocimiento por ser los exigidos por su país.

El exportador debe tener como estrategia de venta el cumplir con la fecha y condiciones de entrega, las cantidades y calidades convenidas con su comprador, lo que se conoce como entregas perfectas.

5.3. RECOMENDACIÓN

Realizar programas de capacitación sobre los Incotems (EXW, FOB, CIF) dirigidos a las empresas exportadoras e importadoras en La Paz. Estos programas pueden ser impartidos por expertos en comercio internacional.

Recomendar la difusión información y recursos sobre los Incotems a través de cámaras de comercio, organismos gubernamentales y asociaciones comerciales en La Paz, para que llegue a un público más amplio.

BIBLIOGRAFÍA

- Cánovas, A. C. (2011). *Transporte internacional de mercancías*. ICEX EspañaExportación e Inversiones.
- Carpenter, R. S. (2009). *Documentos, logística de transporte, seguros y embalaje internacional de mercancías*.
- Carpenter, R. S. (2015). *Principios y fundamentos del comercio global internacional*.
- García-Lomas, O. L. (2019). *Incoterms 2020: Obligaciones, Costes y Riesgos*.
- González, P. D. (2019). *Transporte y Logística Internacional*.
- José, E. S. M. (2019). *Logística de Almacenamiento 2.a edición*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Josune, U. M. M., & Miguel, M. M. E. (2022). *Gestión Administrativa del Comercio Internacional 2.a edición*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Josune, U. M. M., & Unai, A. G. (2021). *Gestión administrativa del transporte y la logística*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Juárez, E. S. (2020). *Elementos de logística internacional*.
- López, I. G. (2011). *Gestión del comercio Exterior de la empresa Manual teórico y práctico*. ESIC Editorial.
- Ochoa, F. Á. (2010). *Soluciones logísticas*. MARGE BOOKS.
- Ochoa-Zezzatti, A., Oliva, D., & Perez, A. J. (2021). *Technological and industrial applications associated with intelligent logistics*. Springer Nature.

- Ramírez, A. C. (2015). *Logística comercial internacional*. Universidad del Norte.
- Mercancía y acumulación. De El capital I de Marx a la crisis del capitalismo a comienzos del siglo XXI. (2018, septiembre)

ANEXOS

ENTREVISTA

1. ¿Cuál es su rol y responsabilidades en el ámbito del comercio internacional?
2. ¿Qué tipos de productos o servicios comercian en su empresa?
3. ¿Cuáles son los mercados internacionales en los que operan?
4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta en el comercio internacional?
5. ¿Cómo selecciona a sus socios comerciales internacionales?

CUESTIONARIO

SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL EN BOLIVIA

1. Información Personal:

- Nombre:
- Cargo:
- Empresa:
- Años de experiencia en comercio internacional:

2. Operaciones de Comercio Internacional en Bolivia:

- ¿En qué sectores o industrias se centra principalmente su empresa en el comercio internacional en Bolivia?
- ¿Cuáles son los mercados internacionales con los que su empresa realiza transacciones?
- ¿Qué productos o servicios exporta o importa su empresa?

3. Incotems y Logística:

- ¿Cuál es la importancia de los Incotems en las transacciones de su empresa?
- ¿Puede proporcionar un ejemplo de cómo se han aplicado los Incotems en sus operaciones?
- ¿Cómo maneja los aspectos logísticos de las operaciones de comercio internacional, como transporte y aduanas?

4. Desafíos y Consideraciones Específicas en Bolivia:

- ¿Cuáles son los desafíos más significativos que enfrenta en el comercio internacional en el contexto boliviano?
- ¿Cuáles son las consideraciones legales y aduaneras clave que deben

tenerse cuenta en las operaciones de comercio internacional en Bolivia?

5. Factores Económicos y Financieros:

- ¿Cómo afectan las fluctuaciones de divisas a las operaciones de su empresa?
- ¿Qué estrategias utiliza para mitigar riesgos financieros en el comercio internacional?

6. Beneficios y Oportunidades:

- Desde su perspectiva, ¿cuáles son los principales beneficios de participar en el comercio internacional en Bolivia?
- ¿Cuáles son las oportunidades emergentes en el comercio internacional en el país?

7. Crecimiento y Futuro del Comercio Internacional en Bolivia:

- ¿Cómo ve el futuro del comercio internacional en Bolivia y la región?
- ¿Qué estrategias está considerando su empresa para seguir creciendo en el mercado internacional?

8. Recomendaciones:

- ¿Qué consejos o recomendaciones daría a personas o empresas interesadas en ingresar al comercio internacional en Bolivia?