



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TESIS**

**INSTRUMENTOS DE CONTROL DEL COMERCIO Y LA  
EXPORTACIÓN EN LA EMPRESA EXPORTACIONES E  
IMPORTACIONES ESTELITA S.A.C., PROVINCIA DE  
HUAURA, 2018**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER:**

**CARMEN FABIOLA AYALA VALLEJOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ASESOR:**

**Mg. CARO SOTO, FÉLIX GIL**

**Huacho - 2018**

## **MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR**

---

**Dr. CARLOS MÁXIMO GONZÁLES AÑORGA**  
**Presidente**

---

**Mg. DELMAN YOPLACK ZUMAETA**  
**Secretario**

---

**Lic. MANUEL BAZALAR BAZALAR**  
**Vocal**

---

**Mg. FÉLIX GIL CARO SOTO**  
**Asesor**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la fuerza y forjar mi camino hacia la superación de cada meta que me he propuesto.

A mi madre Carmen por brindarme su extraordinario amor, por formarme con los valores que hoy rigen mi vida, y ser el motor para alcanzar mis anhelos.

A mis hermanos por su apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesor Félix Gil Caro Soto por darme los conocimientos que fueron necesarios para culminar la presente investigación.

A los docentes y autoridades de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Mi agradecimiento a los jurados de tesis por darme las recomendaciones necesarias que me ayudaron a terminar la investigación.

# ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación del Problema	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problemas Específicos	14
1.3. Objetivos de la Investigación	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos	15
1.4. Justificación de la investigación	15
1.5. Delimitación del estudio	16
1.6. Viabilidad del estudio	16

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	17
2.2. Bases Teóricas	19
2.3. Definiciones conceptuales	55
2.4. Formulación de las hipótesis	56
2.4.1. Hipótesis General	56
2.4.2. Hipótesis Específicas	56

### **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

3.1. Diseño metodológico	57
3.1.1. Tipo de investigación	57
3.1.2. Nivel de investigación	57
3.1.3. Diseño	57
3.1.4. Enfoque	57
3.2. Población y muestra	58
3.3. Operacionalización de variables e indicadores	58
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
3.4.1. Técnicas a emplear	59
3.4.2. Descripción de los instrumentos	59
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	60

### **CAPÍTULO IV RESULTADOS**

4.1. Presentación de tablas, figuras e interpretaciones	61
---	----

### **CAPÍTULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Discusión	72
5.2. Conclusiones	74
5.3. Recomendaciones	74

### **CAPÍTULO VI FUENTES DE INFORMACIÓN**

6.1. Fuentes bibliográficas	75
6.2. Fuentes electrónicas	76

### **ANEXO**

1. Cuestionario	77
-----------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura	61
Tabla 2.	Edad de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura	62
Tabla 3.	Grado de instrucción de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.	63
Tabla 4.	Barreras no arancelarias – influencias directas de precio	64
Tabla 5.	Barreras no arancelarias – controles de cantidad	65
Tabla 6.	Exportación indirecta	66
Tabla 7.	Exportación directa	67
Tabla 8.	Exportación concertada	68
Tabla 9.	Pruebas de normalidad	69
Tabla 10.	Correlación de Rho Spearman entre los instrumentos de control del comercio y la exportación	69
Tabla 11.	Correlación de Rho Spearman entre las Barreras no arancelarias – influencias directas de precio y la exportación	70
Tabla 12.	Correlación de Rho Spearman entre Barreras no arancelarias – controles de cantidad y la exportación	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura	61
Figura 2.	Edad de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura	62
Figura 3.	Grado de instrucción de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura	63
Figura 4.	Barreras no arancelarias – influencias directas de precio	64
Figura 5.	Barreras no arancelarias – controles de cantidad	65
Figura 6.	Exportación indirecta	66
Figura 7.	Exportación directa	67
Figura 8.	Exportación concertada	68



## RESUMEN

**Objetivo:** Establecer de qué manera los instrumentos de control del comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018. **Métodos:** La población fue 15 personas que jefatura en los diferentes niveles administrativos. La técnica fue la encuesta y el instrumento un cuestionario. Las dimensiones: Barreras no arancelarias – influencias directas de precio, barreras no arancelarias – controles de cantidad, exportación directa, exportación indirecta, e exportación concertada. El coeficiente Alfa de Cronbach (0,811) demostró la confiabilidad. **Resultados:** 100% de los encuestados no estudia los subsidios, ni tampoco las cuotas el 86,6%. El 93,3% utiliza la casa exportadora, el 100% no utiliza la venta directa, el 66,7% de los encuestados utilizan la alianza estratégica. **Conclusión:** Los instrumentos de control del comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura, 2018, al tener una significancia de 0,000.

**Palabras clave:** *exportación directa, exportación concertada y exportación indirecta.*

## **ABSTRACT**

**Objective:** To establish how the trade control instruments influence the export of Exports and Imports Estelita S.A.C., province of Huaura, 2018. **Methods:** The population was 15 people headed by the different administrative levels. The technique was the survey and the instrument a questionnaire. The dimensions: Non-tariff barriers - direct price influences, non-tariff barriers - quantity controls, direct export, indirect export, and concerted export. The Cronbach's Alpha coefficient (0.811) demonstrated reliability. **Results:** 100% of the respondents do not study the subsidies, nor the quotas 86.6%. 93.3% use the export house, 100% do not use direct sales, 66.7% of the respondents use the strategic alliance. **Conclusion:** The instruments of trade control influence the export of the company Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, province of Huaura, 2018, having a significance of 0.000.

**Keywords:** *direct export, concerted export and indirect export.*

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la constante actividad del comercio internacional ha llevado a que su expansión y crecimiento sea cada vez más en el mundo, razón por la cual cada país que hace el envío de las exportaciones tiene implementadas una serie de requisitos técnicos que regulan las mercancías entre uno y otro país por lo que es indispensable el cumplimiento de estos.

No obstante, si se quiere tener una exportación exitosa, las empresas en primer lugar deben tener el conocimiento a tiempo de estas regulaciones y con ello evitar que sus contenedores sean devueltos o rechazados en los países de destino y como consecuencia afecte en gran medida su rentabilidad. Para incrementar su competitividad las empresas deben tener el conocimiento esencial y realizar una labor exhaustiva de las regulaciones, así como tener en cuenta una apropiada gestión en la logística y el proceso de exportación que se lleva a cabo desde el país anfitrión hasta el país de destino.

La exportación es una actividad que se caracteriza por ser de costo bajo y dar altos márgenes de rentabilidad, para la mejora de su competitividad en su exportación las empresas deben tener la visión de un conocimiento a detalle del entorno que rodea a la empresa y además de las dificultades que podrían enfrentar.

El objetivo general fue establecer de qué manera la exportación de la empresa viene siendo influenciada por los instrumentos de control de comercio.

El contenido de este estudio se presenta en los capítulos: Capítulo I Planteamiento del problema, Capítulo II Marco Teórico, Capítulo III Metodología, Capítulo IV Resultados, y Capítulo V Discusión, Conclusiones y Recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. es una empresa dedicada a la exportación de frutas frescas como chirimoya, mandarina y durazno que van dirigidos hacia el mercado del Ecuador. Que va desarrollando sus actividades en el norte chico, ubicada en la calle Francisco de Zela S/n Hualmay, provincia de Huaura, departamento de Lima.

La empresa dispone de un personal comprometido con el cumplimiento de las metas trazadas y realizan labores con la finalidad de lograr que sus clientes se sientan satisfechos, así como también sus perspectivas.

La actividad que se realiza en el comercio exterior involucra que los países se relacionen entre sí, esto se cumple por medio de la distribución de forma irregular de los recursos económicos y los diferentes tipos de precios, y como resultado se realiza la producción de bienes con el gusto y necesidad del cliente. La existencia de diversos instrumentos que otorgan los gobiernos dan la posibilidad de incentivarlo tanto con ventajas y riesgos.

Un tema fundamental que forma parte de las políticas del comercio internacional son los instrumentos de control del comercio y son conocidos como barreras implementadas por los gobiernos cuya finalidad es limitar las transacciones que se realizan a nivel mundial. Estas medidas de protección utilizados por los países tienen como propósito la protección del mercado local de la competencia extranjera.

Dado que las políticas comerciales de cada país traen efectos en el exterior, el gobierno extranjero adopta como represalia comercial una serie de obstáculos potentes para que de esta manera no logre sus objetivos.

Es importante que con cada instrumento de control del comercio se realice una identificación y distinción porque cada uno de ellos puede traer diversos efectos en las exportaciones.

La influencia que tiene los instrumentos del control del comercio en las exportaciones como importaciones tienen efectos indirectos en las cantidades que comercializan y a su vez influyen en el precio de exportación e importación (cualitativos) y aquellos que limitan de forma indirecta (cuantitativos).

Es así que la influencia que tienen los instrumentos de control del comercio en la exportación son obstáculos que tienen como finalidad limitar las transacciones a nivel internacional. Por tanto, si una empresa no cuenta con el conocimiento básico de estos instrumentos puede tener efectos indirectos en el comercio de un bien puesto que no se ha tenido una buena toma de decisiones en reducir el impacto que genera consecuencias, errores y altos márgenes de costos.

Es así que, para realizar una actividad que garantice el éxito de la exportación la empresa debe contar con un grupo de personas que demuestren eficiencia al tener el conocimiento y también la capacidad de identificar los diversos elementos que influyen en la actividad exportadora, como son los instrumentos del control del comercio.

Acorde a diferentes observaciones que se han realizado en la empresa Exportaciones e importaciones Estelita S.A.C. se pudo determinar que no tiene en cuenta a los instrumentos de control del comercio o simplemente no les están dando demasiada importancia, lo que puede traer efectos a largo plazo en las exportaciones que realiza la empresa. Y esto debido a que parte de los colaboradores desconocen temas de barreras no arancelarias, lo que es un impedimento para que la empresa reduzca sus costos de manera que no afecte la cantidad que comercializa.

De igual forma se pudo ver que en la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. en cuanto a la actividad exportadora no considera técnicas adecuadas de ventas como es el diseño, etiquetado y embalaje de los productos que el mercado exterior son algo distintas; otro problema que se pudo observar es la tecnología; ya que se ha convertido en una tendencia a nivel mundial, la tecnología utilizada para realizar las ventas también debería utilizarse en la exportación, al no utilizar la tecnología actual la empresa peligra su permanencia en el mercado local, de la misma manera se pudo observar que los gerentes no tienen entusiasmo respecto a las novedades de sus productos ya que los consumidores tienen gustos que cambian gradualmente y ello es un punto primordial para superar a los competidores y defenderse con mayor facilidad de manera que logre el éxito en el mercado nacional.

Teniendo en cuenta los problemas antes mencionados, la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. debe tener en consideración los certificados de identidad, inocuidad, calidad y etiquetado en los productos ya que son requisitos técnicos indispensables para acceder a los mercados, y con ello la empresa proyecte una buena imagen tanto nacional e internacional.

Es por ello y de suma importancia para la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. realizar constantemente capacitaciones a los colaboradores que están a cargo del área de exportación con la finalidad de mejorar de las condiciones de la actividad comercializadora de la empresa, que garantice el crecimiento y permanencia en el mercado y con ello lograr el éxito.

De tal manera se ha dado a la formulación de problemas que proporcionan el comienzo al proceso de investigación:

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera los instrumentos de control del comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- a) ¿De qué manera las barreras no arancelarias – influencia directa de precio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018?
- b) ¿De qué manera las barreras no arancelarias – controles de cantidad influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Establecer de qué manera los instrumentos de control de comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- a. Establecer de qué manera las barreras no arancelarias – influencias directas de precio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.
- b. Establecer de qué manera las barreras no arancelarias – controles de cantidad influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.

### **1.4. Justificación de la investigación**

*Justificación por su conveniencia:* En toda empresa es necesario conocer si el personal tiene conocimientos suficientes con respecto a los instrumentos del control del comercio y así poder determinar de qué manera influyen en las exportaciones de sus productos.

*Justificación por su aporte metodológico:* Se presenta un cuestionario que podrá ser utilizado por otros investigadores, con el propósito de conocer cómo la exportación de las empresas es afectada por el desconocimiento del uso de instrumentos de control de comercio.

### **1.5. Delimitación del estudio**

Delimitación organizacional: Empresa Exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

Delimitación temporal: De marzo a diciembre del año 2018.

Delimitación geográfica: Distrito de Hualmay, provincia de Huaura.

Delimitación semántica: Instrumentos de control del comercio y Exportación.

El primer aspecto semántico es considerado una medida no arancelaria que un gobierno emplea con la finalidad que proteger a las empresas del mercado local. Respecto al segundo aspecto semántico, la exportación comprende la salida de mercancías al exterior, a otro país de destino.

### **1.6. Viabilidad del estudio**

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) Señalan que una investigación es viable si se cuenta con los recursos financieros, materiales y humanos, es por esa razón y al disponer de los recursos antes mencionados, se avala su viabilidad, posibilitándose realizar el presente estudio.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

##### **Antecedentes Internacionales**

(Alvarado, 2017) realizó la investigación titulada “Proyecto de exportación de cápsulas de maca (*Lepidium meyenii*) hacia los Estados Unidos de América, de la empresa Solutus S.A. - Ecuador”. El objetivo fue generar el proyecto de exportación de cápsulas de maca hacia los Estados Unidos . Es una investigación descriptivo. La investigación concluyó en que se cumplió el propósito del proyecto exportador.

(Arceniega, 2015) publicó la “Implementación de estrategias para la exportación de calzado para dama producido por pymes hacia el mercado venezolano”, en la Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador. El objetivo fue diseñar estrategias de exportación de calzado. La conclusión señala el uso de la estrategia multidoméstica.

##### **Antecedentes Nacionales**

(Esteban, 2018) publicó “El control interno y su influencia en la gestión de inventarios de las empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa "Minimarket Sol de oro E.I.R.L." - Lima 2017”, en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Perú. El objetivo fue determinar y describir la influencia del control interno en la gestión de inventarios. Es una investigación descriptiva, bibliografía, documental. La técnica fue el análisis bibliográfico documental y el instrumento la ficha bibliográfica. La conclusión señala que el control interno es una herramienta fundamental en una gestión de la empresa ya que reflejará sus objetivos marcados se puedan contribuir a un mejor desarrollo y una buena comunicación. Por lo tanto queda que el control interno es la prioridad en la empresa para un buen manejo y control.

(Almanza, 2017) publicó la “Exportación de espárragos de la empresa procesos Agroindustriales S.A. al mercado internacional en el año 2015”, en la Universidad César Vallejo. Perú. El objetivo fue describir cómo se originaron los niveles de

exportación del espárrago. El diseño es no experimental, descriptivo. La población fue 30 trabajadores. La técnica fue la encuesta y de instrumento un cuestionario. La conclusión señala que el 75% del nivel de exportaciones se debió a que el consumidor internacional, busca productos sanos y valor nutritivo.

(Domínguez, 2017) realizó la investigación titulada “Control de inventarios y su incidencia en la gestión de almacén de la Empresa Comercial Consul S.A.C., Chiclayo 2016”, la cual fue aprobada por Universidad Señor de Sipán. Perú. El objetivo fue determinar el efecto del control de inventarios en la gestión de almacén. Es una investigación explorativa y propositiva. La técnica fue el análisis documental y de instrumento el analisis documentario. La conclusión demostró la incidencia del sistema de control de inventarios en la gestión de almacén.

(Asto & Briones, 2016) realizó la investigación titulada “Implementación de un sistema de control de inventarios y su influencia en la rentabilidad de la empresa Disbri S.A.C. de la ciudad de Chocope, año 2016”, aprobada en la Universidad Privada del Norte. Perú. El objetivo fue determinar la influencia de la implementación de un sistema de control de inventarios en la rentabilidad de la empresa. Es una investigación pre experimental. La población fue los documentos de las transacciones del área de almacén y los estados financieros. Las técnicas fueron la encuesta, la entrevista y la revision documentaria y como instrumento el cuestionario. La conclusión señala que al implementar un sistema de control de inventarios sí influye positivamente en la rentabilidad de la empresa.

## 2.2. Bases teóricas

### 2.2.1. Instrumentos de control del comercio

#### A. *Definiciones*

(Minervini, 2014) señala como instrumentos que aplican los gobiernos para regular el comercio exterior.

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) indican que los instrumentos de control del comercio son barreras que influyen de manera indirecta en el procedimiento de exportación de ciertos productos.

(Polo, 2012) son medios que forman parte de la política económica que tiene como finalidad actuar como obstáculo para los competidores extranjeros en temas de servicios corrientes y capitales.

(Hill, 2011) menciona a los instrumentos de control del comercio como aquellos empleados por el país de procedencia hacia el país de destino con el objeto de moderar la inversión extranjera directa. (cuando una empresa realiza inversiones indirectamente en producción o venta en otro país).

#### B. *Dimensiones*

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) mencionan que los gobiernos para influir tanto en la exportación como importación acuden a diferentes motivos y con ello buscan de cierta forma obtener un nivel de resultados. Es crucial la elección del instrumento de control del comercio porque cada uno de ellos puedan dar estímulo a diversas respuestas por parte de grupos nacionales e internacionales. Los instrumentos están divididos en diferentes tipos:

##### a. *Barreras no arancelarias: influencias directas de precio*

Los gobiernos tienen medios en el comercio los cuales tienen efectos como la alteración de precios que limitan el comercio de los productos.

##### - Subsidios

Son una asistencia directa para que las empresas se vuelvan competitivas, es decir, son una asistencia directa que genera un efecto competitivo en las empresas.

Subsidios agrícolas: el área donde todos concuerdan que existe un subsidio es en las personas que se dedican en la producción agrícola en los países industrializados. Un motivo importante para productores agrícolas al otorgarle subsidios es porque los suministros alimenticios son de suma importancia para no ser considerados.

Sin embargo, estos subsidios llegan a tener una producción excedente, se dice que estos excedentes son de preferencia a tener el riesgo de pasar escasez de comida.

La superación de los imperfectos del mercado: es otro ámbito de subvención que tiene menos contención.

En distintos países a los exportadores potenciales se les ofrece muchos servicios que considera el desarrollo de negocios, como contratos a nivel internacional, información del mercado y exposiciones comerciales.

- Ayuda y préstamos

Los gobiernos asimismo brindan apoyo de ayuda y préstamos a otros gobiernos. Cuando el país de destino realiza gastos en los fondos del país donador, también es llamado como un préstamo o ayuda condicionada; así diferentes productos de alguna forma no muestran competitividad llegarían a ser competitivos en el extranjero.

b. *Barreras no arancelarias: controles de cantidad*

Distintas formas de barreras y prácticas utilizadas por parte del gobierno tienen repercusión directamente en la cantidad de exportaciones e importaciones.

- Cuota

Es el tipo frecuente de importación cuantitativa o restricción de la exportación; el cual tiene como finalidad limitar la cantidad de un producto que se pueda importar o exportar en un periodo de tiempo establecido, por lo usual un año.

Las cuotas importación a menudo producen la elevación de precios por dos motivos: por establecer límites en el suministro y por otorgar bajos incentivos para emplear competitividad en los precios y así incrementar las ventas.

Es necesario considerar una clara diferencia entre cuotas y aranceles ya que producen efectos sobre los ingresos, los aranceles generan ingresos para el gobierno.

Las cuotas producen ingresos solo en aquellas empresas que ha conseguido o vendido una parte de la oferta del producto que tiene un límite internacional.

- Legislación de “compra local”

La legislación de compra local es otra forma cuantitativa del control del comercio. Las compras que realiza el gobierno determinan buena parte del gasto total de diferentes países, generalmente los gobiernos apoyan a los productores locales.

Particularmente en oportunidades se restringe el contenido local, es decir, una cierta parte del contenido del producto debe ser nacional. En circunstancias los gobiernos apoyan a los productores locales a través de mecanismos de control de precios, por ejemplo, se otorga una filial que compre un producto que ha sido elaborado en el exterior siempre y cuando el precio de este producto se encuentra un margen por debajo del precio que tienen productor local.

- Estándares y etiquetas

Para permitir la venta de productos nacionales los gobiernos idealizan todo lo referente a las normas ensayo, clasificación y el etiquetado, no obstante, se procede a obstaculizarlo en el exterior. Es importante tener en cuenta el etiquetado de productos.

Es una señal para los consumidores las exigencias que solicitan a los países para que brinden información acerca de donde fueron realizados sus productos que a su vez puede optar por comprar productos de algunos países.

No es obligatorio en todos lados que los países brinden una orden sobre el contenido del paquete.

A la empresa se agrega costos de producción que son tecnicismos, específicamente, dar un significado para diversos mercados que son exportadores.

De hecho, no se puede conocer de qué forma los productos se mantienen en el exterior por la seguridad permitida y también por razones de salud muy arbitrarias para dar protección a la industria nacional.

- **Requerimiento de permisos específicos**

Para asegurar el permiso de las instituciones del gobierno los países antes de realizar transacciones de comercio conceden a los potenciales importadores o exportadores que son importantes para ellos. Este proceso es llamado licencia de exportación. En oportunidades para obtener la licencia de exportación las empresas tienen la posibilidad de presentar muestras de su producto a las instituciones del gobierno. Este proceso tiene dos panoramas la restricción directa de la exportación al negarse el permiso o de forma indirecta por el costo, el tiempo o también se produzca incertidumbre.

- **Retrasos administrativos**

Los requisitos de permisos específicos son semejantes a los retrasos académicos, estos pueden generar cierta incertidumbre y incrementar el costo del inventario, no obstante, a causa del efecto que ejerce presión por parte de la competencia, los países realizan la mejora de sus sistemas administrativos.

### ***C. Principales teorías del comercio internacional***

(Peng, 2012) señala que las teorías del comercio internacional son temas fundamentales y que han sido influyentes en gran medida en la economía. Si bien se considera por lo general como base de la economía moderna La riqueza de las Naciones del economista Adam Smith del año 1776, las teorías del comercio internacional han existido desde tiempos muy antiguos antes de este pensador.

*a. Mercantilismo*

La teoría del mercantilismo también es conocida en el comercio como la teoría de juego de suma de cero, que fue practicada entre los siglos XVII y XVIII. Las personas que estudiaron esta teoría se orientaron por el naturalista Jean Baptiste y señalan que la abundancia (riqueza) que tiene el

mundo (en la época tanto el oro como la plata eran medidos basándose en estos minerales) era fija, de modo que un país que hacía más exportación o importación en bajas cantidades se beneficiaba de enormes ingresos netos de oro y plata y se volvería rica, lo opuesto sucede en el caso del país que tenía déficit comercial, es decir, hay salida de oro y plata, como consecuencia se vuelve pobre. Por tal motivo se aconseja era la autosuficiencia.

En el comercio internacional pese a ser antigua la teoría del mercantilismo sigue en vigencia.

Hoy en día los países han puesto en práctica el proteccionismo, es decir, realizan la protección de sus mercados locales de las importaciones, así como promueven sus exportaciones.

*b. Ventaja absoluta*

También es expuesta por Adam Smith en 1776, actualmente la teoría de la ventaja absoluta dio el comienzo al comercio libre.

El economista indica que el libre comercio se debía determinar con la escala y esfera de acción en sus actividades y no al gobierno. Como lo define Laissez faire. El comercio nacional como internacional los principios de la economía tienen que aplicarse. Las políticas que están sujetas las mercancías son autosuficientes, pero cuentan con una producción ineficiente en los bienes, que al transcurrir el tiempo se producirá una reducción de la riqueza del país.

El libre comercio tiene en cuenta que no existe alguna intervención por parte de los dos gobiernos, el objetivo es que las dinámicas del mercado establezcan que cantidades se deben comercializar.

Adam Smith manifiesta específicamente que la teoría de la ventaja absoluta tenía un vínculo con el libre comercio, el país que logra especializarse en cierta actividad obtiene una ventaja absoluta. Y con ello el país obtiene que su producción ya sea en un producto o servicio se vuelva más eficiente que otro país.

*c. Teoría de la ventaja comparativa*

Ha sido desarrollado por David Ricardo en el año 1817, la teoría de la ventaja comparativa se define como el país que se favorece de una ventaja relativa (no absoluta), se manifiesta como una actividad económica que es diferente a otros países.

El costo de oportunidad es un término referente al costo que una actividad se dedica. Al hacer una comparación con la teoría de la ventaja absoluta, la teoría de la venta comparativa tiene un determinado aspecto contra intuitivo. Sin embargo, actualmente al aplicarla es de mucha utilidad y se adapta a la realidad. La ventaja que se obtiene de dos países es fácil poder identificarla ya que estamos en un mundo muy simplificado.

*d. Ciclo de vida del producto*

Es desarrollado por Raymond Vernon en el año 1996 la teoría del ciclo del producto es considerada la primera teoría dinámica que señala los cambios que a lo largo del tiempo ha tenido el patrón del comercio.

La teoría realiza una división del mundo en tres tipos: países en desarrollo, países desarrollados e innovadora principal. Del mismo modo, menciona que la vida de un producto está dividida en tres etapas: innovación, madurez y estandarización. En la primera etapa, se ingresa un producto nuevo (por ejemplo, una cámara), la cual tiene un precio que genera atracción. La segunda etapa de madurez es donde el producto inicia el aceleramiento de su producción y también la demanda de otros países desarrollados. Finalmente, la última etapa, denominada estandarización del producto, una buena cantidad de la producción se dirigen a países en desarrollo con precios disminuidos. Es decir, se refleja una ventaja comparativa al transcurrir el tiempo.

*e. Teoría del comercio estratégico*

Si las industrias se enfocan en poner barreras altas de acceso e intensifican su capital, resultará que las empresas nacionales tendrán pocas posibilidades de entrar a su mercado. Asimismo, como estas industrias han ingresado primero poseen grandes ventajas al comparar con aquellas que



ingresan por primera vez. Las personas conocedoras de la teoría recomiendan que no es aplicable a todas industrias ya que sería una política mercantilista. Por tal razón se sugiere que se aplique estratégicamente para algunas industrias. Cabe mencionar que para ciertos políticos y diferentes académicos manifiestan su crítica hacia la teoría por dos razones: una indica lo incómodo que resulta cuando el gobierno interviene y otro porque algunas industrias se consideran importantes. En conclusión, resulta complicado dividir las industrias estratégicas y no estratégicas.

*f. Ventaja competitiva nacional de las industrias*

La teoría de la ventaja competitiva nacional de las industrias es una teoría que se ha dado en nuestros tiempos. Es conocida como la teoría de los diamantes y fue postulado por Michael Porter, se le atribuye el nombre porque presenta la figura de un diamante. Indica que ciertas industrias que están dentro de un país tienen competitividad en el exterior.

Aquellas industrias que presentan una ventaja competitiva en diferentes naciones están sujetas a cuatro elementos importantes primeramente provisión de componentes como recurso humano y el natural. En segundo lugar, la demanda nacional que crece aceleradamente de tal forma que impulsa a los países en la búsqueda de nuevos horizontes. Tercero, la estrategia, la rivalidad o estructura son factores importantes que establecen tanto el éxito o fracaso que se puede lograr internacionalmente. Y, por último, el sustento que estas industrias sobresalgan están las industrias que son de su especial apoyo y también con aquellas que guardan relación. La insuficiencia de industrias como la electrónica, las motoras o los materiales puede indicar alcanzar su competitividad.

En resumen, esta teoría señala que la ventaja competitiva de distintos países es debido al intercambio de elementos como ya se ha mencionado.

La teoría postulada por Porter a diferencia de otras teorías antes mencionadas, que pueden vincular de forma real empresas, industrias y países ya que manejan diversos niveles.

Sin embargo, la teoría no ha sido sujeta a pruebas en su totalidad. Distintos críticos han señalado que el énfasis de la teoría se debe a la condición nacional.

#### ***D. Motivos económicos para la intervención del gobierno***

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) mencionan los siguientes motivos para la intervención del gobierno:

##### **a. Enfrentamiento del desempleo**

Es posible que no exista un grupo que presione de forma efectiva que el desempleado, ya que ningún grupo diferente dispone del tiempo y tampoco el estímulo suficiente para protestar públicamente y realicen contratos con personas ligadas al gobierno. Los empleados que fueron desplazados debido a la importación por lo usual no tienen la capacidad de conseguir un empleo alternativo.

Posibilidad de represalias: en relación con el inconveniente a la restricción de las importaciones de generar puestos de empleos de manera que los países que tienen producción por lo general descienden a un efecto de restricción, frecuentemente toman represalias exigiendo con sus mismas restricciones.

Sin embargo, el proceso de represalias es más importante en aquellos países que realizan el comercio de enormes cantidades, por ejemplo, si USA hace la limitación de importación de ropa, La República popular de China tendría más potestad en tomar represalias, es decir, las islas Mauricio. Y USA es el menos indicado para realizar represalias en oposición de las restricciones impuestas por los mauricianos que en oposición a las restricciones de China tienen un efecto bajo por encima de la economía de USA.

Hay que tener en cuenta tres factores:

- Las pocas importaciones que se realizan con un producto evidencia bajos índices de empleos por uso de importaciones, como por ejemplo la industria de envíos de contenedor.

- Las restricciones de importación acuden a mayores costos para la adquisición de componentes por tal motivo ocasiona ventas menores en otras industrias.

- Las importaciones tienen un efecto de estimulación a las exportaciones, sin embargo, no es tan directa, permiten a los consumidores realizar gastos en nuevas importaciones ya que incrementa las ganancias de divisas e ingreso de los países extranjeros. Por lo cual, realizar la restricción de ganancias de países del exterior lo cual traería una consecuencia negativa tanto en las ganancias como el empleo local.

El análisis de compensaciones: Para generar empleo se toma la decisión de realizar la restricción de importaciones, las gobernaciones afrontan la complicada labor de realizar una comparación entre los costos de falta empleo que procede de un comercio de mayor libertad y la limitación de las importaciones. Es complicado colocar un precio a la desazón que sufren aquellas personas que han perdido su puesto de trabajo a causa de la competencia de importación.

Además, es complejo para los individuos que laboran comprender que su economía puede mejorar debido a precios muy bajos incluido si tienen que hacer pagos de impuestos elevados que apoyen a la falta de empleo o los beneficios de bienestar para los individuos que han perdido su puesto laboral.

#### b. La protección a las Industrias Incipientes

El argumento de las industrias incipientes es uno de los argumentos de mayor antigüedad para realizar el proteccionismo, afirma que una gobernación tiene que hacer la protección de la industria ascendente de los competidores externos que garantice una mayor participación en el mercado nacional hasta que este realice su competencia propia.

- Suposiciones subyacentes: El argumento que sustentaba para la industria naciente deduce que aquel costo de producción del inicio para la industria de un determinado país puede llegar a ser muy elevado como consecuencia su producción no puede llegar a ser de competencia en los mercados a nivel mundial.

- Riesgos en las industrias indicadas: Puede ser adecuado pensar que con el tiempo puedan reducirse los costos de producción, como también se puede dar que estos no se reduzcan lo suficientemente como para la creación de productos competitivos a nivel internacional.

c. Desarrollar una base industrial

Los países que cuentan con un extenso cimiento manufacturero por lo general tienen un PBI per cápita superior que aquellos no lo tienen. Ciertos países como Japón y los Estados Unidos, que han desarrollado una base industrial de restricción por un periodo largo en sus importaciones, algunos países en vías de desarrollo utilizaron la protección comercial para incentivar la industria nacional que trataron de incluirlo en su estrategia.

Particularmente, se llevan cabo los siguientes supuestos:

- Los empleados sobrantes pueden incrementar con facilidad la producción industrial que la producción que proviene de la agricultura.

- En el sector industrial los flujos de inversión del exterior incentivan un crecimiento sustentable.

- Provisiones de la agricultura y materias primas varían demasiado, y esto afecta a aquellas economías sujetas a estos.

- El crecimiento es más acelerado en mercados de productos industrializados que mercados de materia prima.

- El aumento de las industrias minimiza la importación y/o incentiva la exportación.

- La actividad de las industrias es un apoyo en el procedimiento de la construcción de un país.

La falta de empleo oculto es mayor en diferentes zonas rurales en países en vías de desarrollo, en el cual los individuos tienen una contribución reducida a la producción de la agricultura. Como resultado, varios puedan trasladarse hacia la producción industrial sin que minimicen de forma considerable la producción agrícola.

### ***E. Motivos no económicos para la intervención del gobierno***

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) señalan que distintos argumentos no económicos tienen influencia en la intervención que tiene el gobierno en el comercio.

Los principales motivos no económicos son los siguientes:

- Mantener las industrias esenciales

Con motivo de proteger su mercado local los gobiernos emplean diversas restricciones al comercio para que en tiempos de paz el país durante la guerra no pueda solicitar provisiones de países extranjeros. También es conocido como un argumento de mercado nacional.

Debido a su alto costo no es aceptable el argumento de mercado local puesto que resulta ineficiente a un sustituto de costo alto, no obstante, generalmente es aceptada sin necesidad de haber realizado una evaluación exhaustiva en alternativas, costos y necesidades reales. Una vez aplicado la protección es compleja hacer su retiro porque las empresas y los trabajadores simpatizan con aquellos políticos que apoyan su protección hasta incluso por razones que se hayan dado subsidios que desde antes han desaparecido.

Del mismo modo, las materias primas importantes que son compradas y almacenadas como suministro por los estados son utilizados más adelante para abastecer.

- Promover prácticas aceptables en el exterior

Los gobiernos hacen restricciones al comercio para motivar diversos cambios que se suscitan en las políticas de otros países o también en sus capacidades.

La restricción de exportación se puede validar si el país observa que no existe contramedidas que pueden restringirlo y con ello asegurar aquellos bienes importantes del país importador.

- Preservar la cultura nacional

Por medio de un sentido de unificación de identidad los países se integran generando que las personas sean apartados por otros países. Estos

países prohíben sus exportaciones para incrementar su identidad colectiva como por ejemplo artículos de arte o históricos que forman parte de la herencia de una nación.

Además, estos países con la finalidad de evitar conflicto con sus propios valores tradicionales hacen la restricción de sus importaciones de ciertos productos y servicios de otros países. La UNESCO con el propósito de preservar las diferentes culturas, hace diferentes convenciones que hacen énfasis de la cultura, aunque no ha realizado una difusión total a través de los medios de comunicación.

#### ***F. Medidas de defensa comercial***

(Martín & Martínez, 2012) indican que en algunos casos las barreras del comercio internacional son importantes para la manutención de cánones de calidad, de seguridad y para la protección del medio ambiente que hacen posible que el consumidor se encuentre tranquilo y de los ciudadanos tanto del país exportador como el importador. En el caso contrario, hay barreras que afectan y tergiversan el comercio entre las naciones en el cual se pueden encontrar los subsidios a la exportación y subsidios a la producción local. Contra esta realidad que afecta como medio de lucha se ha impuesto medidas para la defensa comercial y de esta forma prohibir dichas prácticas.

##### **a. Subvención**

La subvención es traducida por los gobiernos de diversas formas y debido a esto la OMC lo ha definido como: “la aportación financiera que realiza un estado u organismo del sector público en el territorio de un país miembro (ya sea que involucre la transferencias de manera directa de fondos como de pasivos, la no recaudación de ingresos del sector público, que comprenden los beneficios fiscales, el aporte de bienes o servicios que no están comprendidos en la infraestructura común, la compra de bienes, etc.) y de esta manera se puede brindar un beneficio.

Cuando se ha determinado la definición de subvención cada tipo son determinados aquellos que son permitidos y lo que no. El producto que

ingrese con un tipo de subvención no permitida, la medida impuesta será la anti-subvención.

### ***G. Riesgos del comercio exterior***

(Martín & Martínez, 2012) mencionan que las operaciones que se realizan tanto para la exportación como para la importación son una actividad ligada a las empresas implican ciertos riesgos:

#### **a. Riesgos del ámbito empresarial**

- Riesgos de mercado: son riesgos que se tienen que asumir con respecto la selección de mercado, selección de las formas por las cuales se ingresará al mercado, la oferta de productos para la exportación que es en referencia al resultado de las decisiones estratégicas que se realizan.

- Riesgos comerciales y de crédito: Son riesgos debido a efectos de acuerdos conseguidos con la parte contraria que se tienen que asumir. Son riesgos que produce el financiamiento que otorga al cliente, la demora de cobro, etc.

- Riesgos operativos: Son aquellos riesgos que forman parte de la actividad de gestión de pagos, de cobros, de producción o de necesidades de abastecimiento.

#### **b. Riesgos de operaciones de comercio exterior**

- Riesgos políticos: son riesgos que se fundamentan en el criterio de casualidades donde tanto comprador como vendedor no tienen responsabilidad en la manifestación de algún siniestro (manifestación real del desastre) que obstaculizan la operación de comercio internacional con respecto al pago y cobro. Son aquellos de revoluciones, guerra, desastre como los que provienen de la naturaleza (sismos, huracanes, etc.) que traen como consecuencia la obstaculización de las divisas salgan del país.

#### **- Riesgos comerciales**

Son aquellos que guardan relación con el deber de efectuar el pago, es el más importante, son los motivos como pagos que no realiza el importador.

Los riesgos comerciales y políticos tienen la posibilidad de reducirse si se tiene en cuenta el contrato de un seguro que cubra los riesgos antes mencionados. Hoy en día distintas empresas dedicadas al seguro presentan diversas pólizas dependiendo del país.

c. Riesgos financieros

Son riesgos que tienen relación con el precio financiero en las operaciones de comercio internacional:

- Riesgo de cambio: son los que abarcan distinciones con respecto a las fluctuaciones de cotización de divisas que pueden incrementarse en su beneficio en una operación de comercio exterior, o puede darse el caso que disminuya.

- Riesgo de interés: son riesgos que aparecen de las diversas distinciones que se dan en las tasas de interés y fechas de vencimiento de cobros. El surgimiento de este riesgo se manifiesta por el retraso de cobro en las operaciones de comercio exterior.

## ***H. Barreras al comercio exterior***

(Martín & Martínez, 2012) mencionan que, a pesar del enorme desarrollo de comercio internacional, así como el proceso de globalización en el cual todos los países se encuentran sometidos hay barreras que dificultan e impiden la relación para que se puedan intercambiar servicios, bienes y capitales. Estos obstáculos son impuestos por las naciones para que velen por sus objetivos e intereses. Las barreras son impuestas con la finalidad de defender la economía de la nación y por el contrario otras son para realizar recaudaciones para el país.

a. Barreras políticas

Son obstáculos establecidos por los estados ya sea de forma autónoma sujetos a acuerdos de instituciones internacionales que son acatados por todos los países miembros. La prohibición del comercio puede ser parcial o total de compra o venta de ciertos bienes o servicios. Un claro ejemplo son los bloques de países que son gobernados por dictadores como lo fue en un determinado momento el país de Irak a nivel



internacional, el hecho de prohibir su comercio con Cuba para todas las empresas procedentes de Estados Unidos, etc.

b. Barreras económicas o Arancelarias

Consiste en aquellos obstáculos que aumentan el precio del bien que sea importado y de esta manera realizar la protección de ingreso de las mercancías que de alguna forma ocasionan perjuicios en la economía de la nación importadora. En ciertas naciones estos obstáculos tienen el propósito de hacer la recaudación así ser la fuente principal de ingreso en los gobiernos, este caso se produce en su mayoría en las naciones en vías de desarrollo.

El Arancel es una barrera que está definido como un impuesto directo.

c. Barreras jurídicas o No arancelarias

Es un tipo de obstáculo llamados medidas de efecto similar conforme al derecho comunitario y el cual tiene como objeto complicar el comercio internacional por diversas razones: defensa de la naturaleza, medio ambiente, defensa de los consumidores, sanidad pública, etc.

a) Contingentes a la importación: Se trata exigir limitaciones a las mercancías de importación limitados por medio de cupos.

b) Restricciones voluntarias a la exportación: Se produce en el caso de que los productores provenientes del exterior establecen de forma voluntaria la cantidad de exportaciones remitidas a una nación o producción. Un claro ejemplo es el mercado del petróleo en el cual las naciones que lo producen establecen la cantidad de producción.

c) Barreras técnicas: consiste es obstáculos que tiene como propósito elemental dar garantía de calidad de productos son importados y de esta manera garantizar aquellos que los producen puedan cumplir con las mínimas condiciones seguridad técnica y sanitarias. Entre los cuales sobresalen:

➤ Normas fitosanitarias y vegetarianas: son aquellas normas que se deben de cumplir por obligación para los productos ganaderos y agrícolas.

➤ Normas técnicas de producción de productos: son normas de estandarización y de calidad que son exigidas en la producción y la utilización de los productos. Las ISO son reglas que a nivel internacional que establecen estos obstáculos.

➤ Requerimientos con respecto etiquetado, envase y embalaje: el proceso de los envases y también su reciclado, es de obligación en relación con la información de sus componentes y de las instalaciones de productos tienen en el cual tienen el propósito de velar por la seguridad de los consumidores, la defensa del consumidor y la protección del medio ambiente.

d) Barreras fiscales:

Se trata de impuestos establecidos en el ingreso de las mercancías de una nación como son los impuestos especiales (I.E.E.) y el impuesto sobre el valor añadido (IVA) en el término de alcohol, hidrocarburos y del tabaco.

Dentro estas barreras fiscales además pueden sobresalir algunas barreras que se mencionan a continuación:

➤ Subsidios a la producción nacional: se extiende la oferta propio país y la detención de importaciones se da por medio de ayudas de sectores particulares. Estos subsidios se producen en sectores como los recursos energéticos, siderúrgico, etc.

Subsidios de exportación: consiste en apoyar o dar beneficios fiscales a las compañías de una nación para que esta forma se detenga la importación de productos por medio de subvenciones a las compañías que son exportadoras. La Organización Mundial del Comercio (OMC) prohíbe estas prácticas y los países que lo integran tiene que acatarlas, no obstante, se da a menudo en los mercados capitales y productos agrícolas siendo un objetivo primordial su erradicación para la OMC.

## ***I. Los 5 pilares del comercio exterior***

(Martín & Martínez, 2012) mencionan que es posible encontrar en el comercio internacional diferentes temáticas o aspectos, y estos tienen

relación y es por ello por lo que es esencial tener el conocimiento profundo del tema. Cuando se conoce y se maneja una materia que tiene relación ya sea con las finanzas, la economía y el derecho (comunitario, mercantil, internacional), el marketing o el transporte no ayuda demasiado ni mucho menos en conocimientos sino se realiza la integración u ingreso ser parte del rompecabezas de materias que son compuestas en el comercio exterior.

Es por ello la importancia de tener el conocimiento y establecer cuál es el nivel de interrelación entre los diversos módulos o materias de estudios que son establecidos en el comercio exterior y que son los llamados “pilares”.

El marketing llega a ser como un tablero en el comercio exterior y está sujeto por cuatro patas. La falta de conocimiento de alguna de estas “patas” ocasionará que la mesa pueda quedarse coja y de esta forma no lograr el éxito en el mercado internacional. Por otro lado, el marketing es una parte fundamental de este tablero y sin la existencia de este no podría tener a disposición de las cuatro patas.

a. El marketing (Tablero)

Las empresas del siglo XXI deben su existencia gracias al marketing. El hecho de fabricar y producir para la satisfacción de las necesidades hace que el sitio de encuentro de todas las materias que constituyen la “mesa” del comercio exterior.

El tablero (marketing), es aquel que establece la altura, tamaño, longitud, el material con el cual estará elaborado la mesa, etc.

Cada una de las compañías debe realizar el diseño de la mesa y de esta manera realizar la composición del resto de la mesa, ya que su labor de gran tamaño, así como las cuatro patas tienen el sustento del tablero.

Esta representación, de que la mesa es como si fuera una mesa, es un medio de apoyo para las personas especialistas en el comercio exterior, con ello tener la comprensión y reconocer todo este conjunto y de esta forma saber cuáles son las decisiones que son precisas para cada pata del tablero. Ahora si un tablero tiene una dimensión de que sobresalga provocará que las cuatro patas tengan una mayor labor y con ello tener que soportar un

peso alto para las cuales estaban diseñadas y, por el contrario, si el tablero resulta más pequeño que las patas, traerá como consecuencia no tener utilidades.

Sea cual sea la actividad y tamaño de la empresa, el marketing es una materia o modulo que estudia la actividad de estas de manera que cada tipo de “mesa”, como un tipo de estrategia.

b. El transporte y la logística

Es una parte tan esencial como las otras tres, cuya finalidad es hacer que la mercancía pueda llegar condiciones estupendas de seguridad, economías posibles y de seguridad. De igual forma, la logística es una pieza clave para que haya el flujo de materias primas y productos semielaborados y terminados que parte desde los productores al usuario o consumidor final.

Esta parte también vela por la protección física de la mercancía.

c. El área jurídica

Esta parte realiza el derecho y obligación que obtienen tanto los exportadores como importadores, son aquellas que surgen de los contratos previamente firmados entre ambas partes.

Hay tres tipos de contratos que dan obligatoriedad y también brindan la garantía de los derechos de las partes involucradas:

➤ Contratos de transporte: son aquellos contratos que son establecidos en el documento de transporte de acuerdo con el modo que se utilice: marítimo, carretera, ferrocarril, aéreo.

➤ Contrato de seguros: son seguros que tienen la capacidad de dar cobertura a riesgos tales como comerciales, políticos o de transporte de mercancías.

➤ Contratos mercantiles: el contrato de compraventa, de suministro, de prestación de servicios, de agencia, de distribución, etc.

d. Área financiera y medios de cobro

El comercio de bienes y servicios que se da entre empresas situadas en diversos países hace que la actividad comercial puede determinar los recursos financieros en este intercambio.

Las operaciones de finanzas que son parte del comercio internacional han hecho posible que el exportador realice sus compras de materia prima o en el caso del importador adquiera las mercancías y también brindan ventajas financieras.

En las operaciones de comercio internacional, el medio de pago o cobro que se eligen es un factor importante para la determinación de la estrategia exportadora, así como ciertas obligaciones que da entre ambos participantes tales como el pago de divisas en un periodo de tiempo establecido.

e. El código aduanero

Es la parte que se encarga de determinar todos los tramites, normativas y obligaciones del comercio internacional, es el encargado de establecer cómo debe de realizar la exportación e importación de productos, establecer los derechos vigentes y la determinación de barreras.

➤ Tramitación de Exportaciones. Régimen de comercio

La libertad comercial es un principio que se rige en el comercio internacional y ciertas mercancías están sujetas a vigilancia previa. De tal manera hay dos regímenes para la exportación y expedición de mercancías:

a) Régimen de libertad comercial.

Se presentan los siguientes casos:

➤ “De libertad comercial absoluta” Significa que no existe ningún retraso administrativo (como lo indica la norma todo se puede exportar o importación a excepción de aquellos que tengan prohibición).

➤ “Sometidas a vigilancia previa” se da en el caso de determinación de medida de vigilancia del ámbito local (esto ocurre con una previa notificación de importación o de exportación).

b) Régimen de autorización administrativa

Está comprendida por mercancías que tienen expedición y exportación y también están sujetas a restricciones locales o nivel internacional. Cuando no es una exportación libre se tendrá que realizar una previa autorización por parte de una autoridad aduanera.

➤ Trámites aduaneros

Consiste, en la clasificación arancelaria de la mercancía.

➤ Documento Único Administrativa (DUA). Es aquel documento para que se hagan posible todos los procesos aduaneros indispensables que se realizan en el intercambio de bienes y servicios. También, constituye una base para tener la información sobre mercancía, así como su procedencia.

➤ Regímenes especiales para ciertas mercancías

Se da en aquellas mercancías que están sujetas a autorización o notificación previa como parte de la libertad comercial. (material de defensa, drogas, estupefacientes, bienes culturales).

#### ***J. El comercio internacional y el crecimiento económico***

(Cornejo, 2009) señala los motivos importantes de conveniencia para un país ser participe apropiadamente en el comercio internacional tiene diferentes beneficios de mejora de calidad y aumentar la cantidad del consumo, probabilidad de aprovechar ventajas de especialización la divulgación del procedimiento de innovación de la tecnología; y, también concede la posibilidad la creación y el desarrollo de ventajas competitivas consecuente liderazgo en el ámbito internacional.

No obstante, en el comercio exterior no es importante, por tales motivos son suficientes para aquellos que son interesados. Cuando se habla al comercio internacional hace referencia a términos como exportación e importación de bienes o servicios, el comercio internacional juega un rol importante ya que maneja políticos de crecimiento en la economía y en las estrategias que desarrolla los países.

Es preciso recalcar que los países que pertenecen a Europa, Asia y América son considerados exitosos en las estrategias de desarrollo manifiestan lo importante que es participar de forma competitiva en el comercio internacional.

Como resultado del vínculo cercano y de interacción que se realiza tanto comercio internacional como el crecimiento de la economía: en primer lugar, al aporte que hace para alcanzar el crecimiento sustentable, el segundo lugar estabiliza la calidad y mejora del volumen que se comercia.

Es importante considerar que el intercambio de bienes y servicios que se realiza en el comercio internacional es esencial para mantener el equilibrio del Sector Externo y que en mediano y largo plazo las exportaciones constituyen una fuente que genera divisas para un país, sin embargo, lo que más destacable en el comercio internacional es que brinda bienestar y beneficios que todos los que forman parte de ello.

Por lo tanto, no debe de faltar definir los objetivos de una estrategia de desarrollo, unido a diferentes objetivos que son de la misma manera importante como es el crecimiento sostenido, la estabilidad o reducir los índices de pobreza, lograr que puedan participar de manera competitiva en el comercio internacional, sobre lo que actualmente se vive en el proceso de la globalización. Para ello se debe tener el conocimiento de todos los elementos económicos de tiene un país para que sea visible lo fundamental que es el comercio internacional para alcanzar los objetivos tanto de desarrollo como los de coyuntura, lo que se disponen a ser fuente de apoyo para aplicar apropiadamente las políticas comerciales.

### **2.2.2. Exportación**

#### **A. Definiciones**

(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014) mencionan que es una actividad en la que un país realiza la venta de bienes que se ha realizado en otro país. Es una opción de ingresar, que se brinda a la empresa para que su producto tenga baja cantidad de cambios.

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) indican que la exportación es una venta de bienes y/o servicios que son elaborados en una empresa que tiene clientes en un país distinto.

(Kotler & Armstrong, 2012) definen a la exportación como el ingreso de la venta de bienes que se han producido en un país anfitrión hacia el país

de destino en un mercado internacional por lo general suele tener pocas modificaciones.

(Cateroa, Gilly, & Graham, 2010) mencionan como el destino a los bienes que se producen en un país hacia otro país, donde se trasladan al sistema de distribución del mercado seleccionado por medio de una frontera a otra.

## ***B. Dimensiones***

(Araujo, 2009) menciona que en los negocios internacionales la exportación es una actividad que evita muchos costos fijos, ya que comprende un menor esfuerzo, así como un menor riesgo al ingresar a un país. Además, brinda beneficios como la localización, economías de escala y otras cosas que derivan del efecto experiencia. Las exportaciones permiten realizar operaciones a nivel internacional a bajo costo a comparación con otros modos de entrada.

Existen tres tipos de exportación:

### a. Exportación indirecta

La exportación indirecta se ejecuta por medio de intermediarios que, son independientes de su propio país, cuya labor es gestionar en el extranjero las gestiones de comercialización.

El fabricante solo tiene que realizar su venta y producción, de la misma forma que hace con sus clientes del mercado local. El intermediario cuenta con una empresa que dispone de almacenes, sucursales, medios de transporte, etc.

Los intermediarios se encuentran ubicados en el país de la empresa exportadora y puede tener diferentes formas:

- Comprador extranjero.
- Comerciante.
- Bróker.
- Agente.



- Casa exportadora.
- Sociedad comercial.

#### b. Exportación directa

Este tipo de exportación se realiza cuando el exportador tiene un trato directo con clientes extranjeros o intermediarios y se encarga en buena parte de procesos que comprende la exportación como aspectos burocráticos, logística y financieros. La exportación directa presenta tres principales formas de exportación:

- La venta directa.
- La utilización de un agente o distribuidor.
- El establecimiento de una subsidiaria comercial.

#### c. Exportación concertada

La exportación concertada consiste en que grupo de empresas con intereses en común colaboran entre sí para ingresar al mercado de destino, con la finalidad aumentar el volumen de sus ventas.

Las principales modalidades de este tipo de exportación son las siguientes:

- Piggy – back.
- Consorcio de exportación.
- Joint – Venture internacional.
- Franquicias internacionales
- Alianza estratégica.

### ***C. Causas de la exportación***

(Mercado, 2013) indica que existen distintas causas por las que surge la exportación. La exportación en el transcurso de la historia se ha fundamentado en la división internacional del trabajo. En la economía mundial ningún país tiene autosuficiencia y ese es el motivo por el que necesita producir bienes para obtener ventajas que después de realizar su

venta le permita obtener otros bienes que le producirían un alto costo. Sin embargo, hoy en día el elemento fundamental para la causa de la exportación es el avance de la tecnología.

Cuando se realiza la exportación el productor debe considerar dos razones importantes la primera que no obtiene divisas por parte del gobierno y segundo que no está dentro de la corriente internacional, que lo conforman los exportadores.

Las empresas para no ser desplazadas del mercado nacional deben asegurarse por medio del uso de tecnología avanzada, de la misma manera tener buenas máquinas en el procedimiento de fabricación y contar una dirección adecuada. Esta tecnología permite la extensión de series de producción que generalmente reducen precios y costos, aunque, se requiere localizar mercados al extender la producción. Por tal motivo al momento exportar, es importante utilizar tecnología para la fabricación de grandes cantidades.

Es por ello que en la exportación se requiere tecnología de avanzada que obliga a fabricar los productos a gran escala.

Se pueden encontrar diversas causas en la exportación, pero no cabe duda de que la tecnología es la más importante ya que obliga a realizar la actividad exportadora y a extender el mercado. Se puede correr el riesgo de ser desplazados e incluso desaparecer del mercado nacional si la empresa no cuenta con la tecnología necesaria.

#### ***D. Objetivo de la exportación***

(Mercado, 2013) menciona que el principal objetivo en la economía es lograr enormes beneficios para la empresa. La exportación es una actividad que permite realizar ventas y como tal también brinda beneficios en ventas. El principal motivo que tiene la exportación es aumentar las ventas.

Actualmente las empresas necesitan ser competitivas para defenderse de la importación por parte de empresas extranjeras.

La tendencia mundial no se encamina a una situación de liberación del comercio y absoluta independencia, a pesar de que está sujeta por principios de política y principalmente por el avance de la tecnología.

Por lo general con el apoyo de la administración, la empresa se puede beneficiar en su exportación al ingresar a mercados extranjeros, no debe sentir temor de una reducción o franquicia arancelaria total en su propio país que beneficie a aquellos competidores extranjeros en el mercado internacional ya que se puede defenderse de ello con facilidad en su mercado local.

Se convierte en un elemento clave para preservar el futuro de la empresa, en contra de la continua amenaza de cambios que tiene la exportación.

Al existir diferentes causas en la exportación, también subsisten diferentes motivaciones y finalidades, la empresa exportadora en el mercado internacional puede diversificar riesgos, experimentar las novedades del productos del extranjero y variedad del gusto del consumidor, además obtiene un aprendizaje en sistema y formas nuevas de sistema y extensión de sus ventas que hay en el comercio exterior, además tendrá la posibilidad de mejorar sus producto así como obtener ventajas desde el financiamiento hasta la mejora de su imagen en el mercado nacional.

El objetivo de la exportación es asegurar de manera continua a las empresas que realizan sus ventas en distintos países.

### ***E. Requisitos de la exportación***

(Cateora, Gilly, & Graham, 2010) señalan que el primer paso que se debe realizar es establecer una licencia adecuada para el producto de manera que cumpla con las reglamentaciones de licencias de exportación. En el caso de los Estados Unidos los productos que se exportan requieren de una licencia de exportación válida o general, esto depende de cada producto, a donde se dirige, el uso final que se le va dar y también del usuario final. Por medio de una simple declaración del tipo, valor y destino del producto, la licencia general concede a algunos productos que no están bajo el control

de reglamentación de la Administración de Exportaciones. La licencia validada es un documento que en particular autoriza la exportación en el interior de límites en específico señaladas por el Reglamento para la Administración de Exportaciones, asimismo se expide en caso de solicitudes formales.

El exportador tiene la responsabilidad de establecer la licencia que necesita. Para establecer el tipo de licencia se requiere de los siguientes pasos:

- Los exportadores tienen la responsabilidad de elegir para un artículo de exportación su respectiva numeración y clasificación adecuada, que también se considera como el número que sirve para clasificar el control de exportación.

- En el caso de uso de armas, químicas, biológicas y nucleares el exportador debe tomar una decisión si existen restricciones de uso final de los artículos que coincidan con la lista de Control Comercial. El exportador, además debe de establecer si el producto tiene un solo dual, es decir, si el producto es usado o restringido.

- Los exportadores tienen la responsabilidad de determinar el cliente final como también el uso final del producto, sin necesidad de saber quién es el comprador inicial. Este paso comprende la realización de una revisión exhaustiva del usuario final, así como el uso final del producto para poder establecer si el destino final de producto o uso no probados. Por ejemplo, en la Ley de los Estados Unidos evita que las empresas realicen envíos a clientes utilicen productos para propósitos ilegales o realicen la reventa del producto al cliente final que no es autorizado.

#### ***F. Documentos requeridos en la exportación***

(Cateora, Gilly, & Graham, 2010) indican que cada operación de exportación se requiere diferentes documentos que cumplan las reglamentaciones impuestas por los gobiernos que regulan la exportación deben satisfacer los requisitos que se dan en la transacción de pago en el comercio internacional. Los documentos con mayor regularidad solicitados son los certificados de origen, facturas comerciales, declaraciones de

exportación y certificados de seguro. Por lo usual se solicitan documentos adicionales como certificados de inspección de productos provenientes de la agricultura, licencias de exportación, listas de empaque y licencias de importación.

Por fortuna, las existencias de software especializados ayudan a reducir el trabajo que se tiene que realizar. Por ejemplo, en un programa se ingresa la información y este hace el llenado automático de bastantes formularios de exportación, los que también se puede efectuar por medio del envío impreso como por correo electrónico a clientes, agentes de aduana y al transportista.

Aunque por lo habitual se puede preparar estos documentos, no debe minimizarse por lo fundamental que este lo es, aquellos documentos que no se han realizado de forma adecuada o el llenado ha sido incompleto puede traer como consecuencias el retraso del envío.

En ciertos países, por algunos errores documentados se han aplicado multas, sanciones e inclusive atribuir el fisco de los bienes.

El gobierno exportador impone requerimientos y como resultado son los documentados de exportación, asimismo son los requisitos puestos para los procedimientos de comercio, y en otros casos, lo que el gobierno importador requiere como los documentos de apoyo a la importación.

Las principales documentaciones de exportación son los siguientes:

- *Documentos de exportación*

Son aquellos que se presenta en el puerto de salida. En el cual involucra nombres y direcciones ambas partes, la destinación de los bienes, el detalle completo de los bienes y su valor declarado.

- *Certificado de origen*

Algunos países, solicitan al consulado del país la obtención de facturas consulares y también que se hagan él envío entre dos u ocho copias de idioma del país, acoplado de distintos documentos que se solicitan como, por ejemplo, conocimiento de embarque, licencia de importación o licencia de importación, previo proporcione el certificado. En la realización de los documentos debe hacerse con sumo cuidado esto debido a que cualquier

error descubierto conducirá a la aplicación de multas. En muchos países, la suma de la multa se reparte con la persona que detecta los errores, es por ello que pocos errores se pasan por alto.

- *Conocimiento de embarque*

Es aquel documento esencial para determinar la facilitación de transacciones financieras y determinar la propiedad legal. Se utiliza para la propiedad legal y viabilizar transacciones que se dan entre transportista y exportador, como por ejemplo el certificado o título de los bienes o recibo del transportista que ha realizado el envío.

- *Factura comercial*

La factura comercial es requerida en cualquier transacción internacional, es decir, es una declaración o factura de los bienes que han sido vendidos. La factura comercial por lo general sirve para diferentes objetivos, en ciertos países se solicita una copia para pasar por la aduana y para los pagos comerciales internacionales es una de los documentos financieros exigidos.

- *Póliza de seguro*

Conocida como póliza o certificado de seguro es uno de los documentos fundamentales para realizar la actividad de la exportación.

- *Licencias*

En el comercio de exportación los documentos adicionales que por general se solicitan son las licencias de exportación o importación. En los casos como la entrada del país se requieren la licencia de importación, y para ello se solicita una copia del número de licencia o la licencia para adquirir una factura del consulado. En todo caso la mercancía necesite de una licencia de exportación, se debe adquirir previo a la declaración de exportación que se certifique adecuadamente.

- *Otros documentos*

Previo a que un país permita que ingresen a sus fronteras, se requiere para ciertos productos agrícolas tales como los certificados de inspección sanitaria y de salud que confirmen la carencia de enfermedades y plagas. En

otros casos se solicitan listas de empaque para verificar que los pesos sean los correctos.

### ***G. Estrategias de exportación***

(Martín & Martínez, 2012) señalan que se puede encontrar dos tendencias, una que se adecúa a las características en particular del mercado internacional, y el otro, que apoya a la globalización que han atravesado los mercados.

#### **a. Estrategia de diferenciación**

Involucra realizar para cada país un diseño de marketing, que son ajustadas a las características específicas tales como las culturales, sociales, económicas y legales.

La estrategia implica realizar una segmentación de mercado a través de ciertos criterios, se adecuan a las características y necesidades de los mercados de destino, presenta ventajas como una mayor efectividad, y también desventajas como un alto coste.

#### **b. Estrategia de globalización**

Como los consumidores no varían en demasía, esta estrategia comprende diferencias económicas sociales y culturales y no es necesaria realizar una estrategia para cada nación. Las necesidades que se presentan en los diferentes mercados son homogéneas en su mayoría.

Se realiza la creación y traducción de los mensajes publicitarios a las diferentes lenguas. La ventaja que ofrece esta estrategia es el ahorro de los costos, pero su desventaja es que existe demasiada centralización y estandarización que conlleva al peligro.

En cuanto a la globalización y estandarización del marketing se puede realizar ciertas generalizaciones. En el área de los bienes de negocio duradero es la mejor opción en la globalización.

A nivel mundial los bienes más difíciles de estandarizar son los alimentos, bebidas y ropa. Esto se debe a que dentro de los mercados existe

gustos y hábitos locales, como por el ejemplo Estados Unidos, ya que por lo usual existen regiones con diferencias en cuanto a alimentos y ropa.

Resulta interesante ser testigo que mientras el producto sea más nuevo, mayor será la probabilidad de que tenga éxito frente al marketing estandarizado que tiene acceso a nivel mundial. Sigue siendo notable que cada país es diferente en cuanto a la ropa de etiqueta, trajes de calle y zapatos de vestir. No obstante, han tenido rápida aceptación en distintas naciones los pantalones, ropa deportiva, camisetas y zapatos deportivos.

Pese a que las comunicaciones por satélite, los viajes al exterior y medios de transporte mejorados ha brindado un alto conocimiento de otras naciones a nivel mundial, sigue existiendo diferencias entre culturas.

Los elementos del marketing mix ha sido una de las principales quejas de la dirección de marketing al momento de decidir un mercado local, además estos elementos se fundamentan en estrategias de exportación que se emplean con ciertas diferencias en un mercado extranjero.

#### c. Estrategia de penetración

A la hora de determinar la estrategia de internacionalización las empresas atraviesan muchas decisiones y al momento de decidir se vuelve aún más complicado a una pequeña empresa. La toma de decisiones se da forma cronológica y sencilla para el proceso de internacionalización. No obstante, una condicionante importante para la empresa es la capacidad de solventar gastos y costos de viajes e inversiones promocionales.

El punto de referencia para los empresarios es alcanzar una penetración y presencia en mercados internacionales realizando una menor inversión.

### ***H. El Know How de la exportación***

(Mercado, 2013) menciona que se debe realizar el mismo planteamiento en un mercado extranjero como si lo hiciéramos en nuestro propio mercado local.

Una exportación adecuada implica ser continua, tener un buen planteamiento y que obtenga rentabilidad. Si se está previsto iniciar esta



actividad en mercados internacionales se debe instalar de manera continua de esta forma se logrará una exportación adecuada.

La empresa productora que realiza ventas en el mercado nacional, debe de la misma manera contar con representantes y/o instalar oficinas en otros países recibirán pedidos que deben ser atendidos por la empresa. La empresa tiene que nombrar representantes e instalar oficinas en el extranjero desde sucursales a sociedades mixtas, esto es muy importante porque promoverá importaciones de sus productos.

El know how de la exportación consiste en instalarse en un país extranjero de esta manera promover y controlar las importaciones de productos que la compañía piensa exportar.

Además, trata de la producción y luego la exportación de productos en los mercados de consumo y por otra empresa que realiza la importación de mercados de consumo productos que se realiza en sitios de producción.

Realizar el cambio de exportación a la importación y su instalación permanente en el extranjero es un ejemplo que en país en desarrollo aún no existe, pero es necesario, en el comercio exterior el negocio radica en el cambio de exportación como importación, este negocio cumple el principio básico de comercializar que se beneficia al momento de comprar para luego vender cuando haya escases de bienes.

Con la exportación se puede obtener ventajas de manera creciente conforme se realice la instalación directa entre la empresa extranjera y la empresa exportadora. Las ventajas comprenden el tratamiento del precio del producto que se realiza cuando hay problemas arancelarios, crédito y fiscales, considerando la existencia de facilidades para ingresar a mercados extranjeros que dependen de su situación.

### ***I. Factores que impulsan la exportación***

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) indican que las empresas que exportan realizan investigaciones tienen un alto índice de capitales y por tal motivo pagan una parte que implica el desarrollo de sus productos y también los altos costo que estos generan. La exportación puede elegirse para

aquellas empresas que no lideran su propio mercado y con ello contrarrestar el volumen que tienen aquellas que lideran la industria nacional.

Por último, las empresas que eligen la exportación en lugar de realizar inversiones en el extranjero, no quieren correr los riesgos altos en comprenden las operaciones internacionales. El hecho de atender desde oficinas del país hacia los mercados extranjeros comprende diversos requerimientos de operación que otros medios.

Existen diferentes factores que impulsan las exportaciones:

*- Rentabilidad*

Una de las ventajas que tiene la exportación es el incremento de la rentabilidad. Generalmente las empresas hacen la venta de sus productos a un precio más alto en el mercado extranjero que su mismo mercado. Los mercados extranjeros pueden presentar diferentes etapas del ciclo de vida del producto o tener alternativas de competitividad. El alto índice de competencia de precios es provocado por los productos maduros. También la exportación brinda a la empresa la posibilidad de extender sus ventas.

*- Productividad*

Las empresas pueden mejorar su productividad gracias a la exportación. A menudo, la productividad hace que mejore la eficiencia operativa, también tiene vínculos debido a sus efectos de escala mayor y al usar la capacidad que aún no se emplea o brindar a los clientes costos de investigación. Por tal motivo, con la venta cada vez más de productos en más mercados promueven buenas ganancias en la productividad.

*- Diversificación*

La exportación diversifica las actividades de la empresa, por esa razón fortalece sus capacidades de adaptación ante los cambios del mercado. En diferentes mercados el desarrollo de clientes ha podido reducir la fragilidad de pérdida de cliente del propio país. También, permite el aumento de nivel de negociación con proveedores que ya existen. Además, la existencia de diferentes tasas de crecimiento en distintos mercados hace que la empresa pueda ejecutar sus ventas a mayor escala en un país para así contrarrestar las ventas menores que ha tenido en otro país.

## **J. Políticas de fomento a las exportaciones**

(Polo, 2012) menciona que por medio de políticas se estimulan las exportaciones y con ello ofrece ventajas a las empresas a nivel mundial y así como en sus economías. En tal sentido la exportación ha tenido un incremento que promueve los siguientes beneficios:

### **a) Para las empresas**

Los beneficios que dan a las empresas exportadoras por medio de política son las siguientes:

- Los mercados se están expandiendo y con ello también han incrementado sus ventas en el exterior es por ello que han empleado su capacidad de producción logrando las economías de escala. Por tal motivo las empresas están siendo cada vez más competitivas produciendo efectos de reducción de sus costos de comercialización y producción de sus productos en mercado nacionales como internacionales.

- También concede a las empresas que se establezcan y diversifiquen su oferta, por tal motivo su especialización productiva se incrementa, al conjugar los diferentes ciclos de la economía, los mercados nacionales y extranjeros se especializan y como resultado son competitivas y su productividad aumenta.

### **b) Para la economía del país en general**

- Aumenta el crecimiento de la economía y crea más puestos de trabajo.

- Aumenta el saldo de la balanza comercial.

- Se producen las divisas necesarias para efectuar el pago y obligaciones internacionales.

- El incremento de la productividad se debe a la apertura del comercio, en consecuencia, el aparato productivo de país se consolida y la inversión extranjera se favorece.

Generalmente estos beneficios son percibidos por los países que apartan la mano de obra del mercado.

La intervención pública es importante ya que existen condiciones de competencia imperfecta, así como obstrucciones en la libre circulación de mercancías que al intervenir produce un efecto en las exportaciones.

### ***K. Financiación de la exportación***

(Martín & Martínez, 2012) mencionan que las empresas exportadoras del mismo modo que las importadoras, tienen necesidades financieras esenciales que son directamente del resultado de la actividad que realizan. Las necesidades financieras se clasifican a continuación:

- Créditos de financiación.

Por lo general los exportadores requieren de un crédito bancario para la fabricación de sus productos de exportación, inclusive realizan financiamiento al momento de tenerlos en stock.

Los créditos de financiación de exportadores aparecen de esta necesidad financiera.

Los créditos de prefinanciación son los siguientes:

➤ Créditos puntuales empiezan al momento que el exportador realiza la firma del pedido y termina el embarque físico de la mercancía, ya sea porque inicia el proceso de cobro a largo plazo, o se hace al momento de cobro de exportación.

➤ Créditos genéricos tienen la función de dar financiación en general en la actividad exportadora hasta la venta de la mercancía. El embarque es un acto de entrega de mercancía. Este crédito se puede realizar mediante soles u otras divisas.

- Créditos para la movilización de cobro aplazado

El sector exportador se ve obligado a conceder a sus clientes aplazamientos de pagos a la competencia internacional, dado la actividad o el tipo de producto como también las características del país que compra, sin dejar de lado la estructura del comercio del importador.

Este crédito, cubre la necesidad por medio de anticipos de fondos, que brinda los bancos a las empresas exportadoras.

Los bancos utilizan los siguientes documentos:

- Póliza de seguro: por lo general se dispone de dinero una sola vez y hace la cancelación cuando se vence el periodo de amortización. Salvo la penalización, no hay admisión de amortizaciones anticipadas.

- Póliza de crédito: se trata de una línea de crédito. Conforme a sus necesidades el exportador va disponiendo de ello, conforme los utiliza disminuye la disposición.

- Descuento financiero: es un documento de letra de cambio de responsabilidad del exportador y se da el descuento por el tiempo del plazo de crédito. El exportador hace el pago de previos intereses.

- Anticipo sobre documentos: son los descuentos empleados por los bancos de documentos de exportación, sin letra de cambio que van a responsabilidad del importador.

Descuento de letras: se usa al momento que el exportador vende por medio remesa documentaria, además existe una letra de cambio a responsabilidad del importador. Antes del vencimiento de esta letra los bancos efectúan el descuento.

#### ***L. Ventajas de la exportación***

(Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013) mencionan que existen tres tipos de ventajas, que surgen a raíz de controlar las transacciones de las empresas que ingresan a los mercados extranjeros.

##### **a. Ventajas de la propiedad**

La principal competencia de una empresa, mejor dicho, en base a la ventaja competitiva es la habilidad, la perspectiva general o la tecnología que implican sus operaciones. Las ventajas de propiedad tienen relación directa con el otorgamiento de licencias, la expansión internacional por medio de la exportación, inversión extranjera directa o las empresas conjuntas. Las empresas generalmente ignoran la exportación ya que tienen de propiedad frágiles, adelantándose como agresivas luchas que enfrentan como competidor en el exterior.

b. Ventajas de la ubicación

La unión de riesgo de inversión y la oportunidad de vender hacia mercados extranjeros crean favorables locaciones, en mercados que tienen numerosos consumidores posibilitan la compra del producto.

c. Ventajas de interiorización

Por lo general las empresas tienen respuesta a imperfecciones del mercado, es decir, al tipo de situaciones que generan incertidumbre, que se dan en el interior de los procedimientos del mercado. Realizan directamente el control y administración de las actividades del mercado que están dentro de la empresa lo cual minimiza riesgo como para el aprovechamiento de nichos de mercado. En especial, realizar la interiorización de las actividades permite conservar la competencia esencial a los ejecutivos dentro de la empresa en vez de conceder licencias o venderlas.

***M. Barreras a la exportación***

(Minervini, 2014) señala que antes de realizar una exportación es importante considerar la existencia de barreras. Para tener mayores posibilidades de cerrar un negocio con éxito si se conoce con anticipación este tema.

Antes de realizar investigaciones de barreras en el mercado extranjero es preciso tener la información suficiente ante la existencia de estos obstáculos que enfrenta la exportación en el mercado local.

A continuación, se mencionan tres importantes factores:

- Factores históricos

La mayoría de las empresas que forman parte de Latinoamérica no cuentan con productos competitivos, esto debido a que se han enfocado un buen tiempo el mercado local puesto que brinda la protección de aranceles de importación.

- Factores culturales

La actividad exportadora puede proporcionar resultados desde un mediano o largo plazo, el latinoamericano es proclive a querer tener un resultado a corto plazo, es necesario ser paciente en la exportación.

- Factores estructurales

Los países pertenecientes a Europa, Asia y América del norte conforman los flujos de comercio más importantes a nivel mundial en comparación a América Latina, esto representa una desventaja ya que la logística de distribución internacional genera un alto costo. Asimismo, un obstáculo para que no se genere una alta inversión en la internacionalización ha sido aspectos como la escasez de productos de aquellos países en vías de desarrollo.

### **2.3. Definiciones conceptuales**

#### **Instrumentos de control de comercio**

Son medidas que utilizan los países al establecer límites al realizar el intercambio de bienes y servicios con países extranjeros con la finalidad de apoyar la actividad de comercio de su país (Vázquez & Madrigal, 2007).

#### **Barreras no arancelarias**

Las barreras no arancelarias son medios reguladores exigidos por el país que realiza la producción de los bienes, salvo los aranceles, que puedan perjudicar precios, normas del comercio y la forma de su propio país (Cornejo, 2009).

#### **Exportación**

Es la venta que lleva a cabo una nación a otra en el exterior en los límites arancelarios del país exportador (Mercado, 2013).

#### **Exportación directa**

Se realiza la venta desde el mercado local del exportador hacia el importador que está ubicado en el exterior (Martín & Martínez, 2012).

### **Exportación indirecta**

Se realiza mediante intermediarios independientes que cuentan con su propia empresa y están situados en el país del importador, estos son encargados de llevar a cabo todos los trámites que implica la exportación (Martín & Martínez, 2012).

### **Exportación concertada**

Consiste en la unión de una empresa exportadora con un grupo de empresas con un fin en común incrementar sus ventas en el país seleccionado (Martín & Martínez, 2012).

## **2.4. Formulación de las hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Los instrumentos de control de comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura, 2018.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a. Las barreras no arancelarias – influencias directas de precio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura, 2018.
- b. Las barreras no arancelarias – controles de cantidad influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura, 2018.



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño Metodológico**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

La presente investigación es de tipo básica al desarrollar basamentos teóricos con el propósito de responder a las características que se vienen presentando en las variables de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

##### **3.1.2. Nivel de investigación**

La investigación es de nivel explicativo al conocer porque los hechos suceden y cómo afectan a una realidad, conociéndose las causas, explicando e interpretando los hechos (INEGI, 2005, pág. 23).

##### **3.1.3. Diseño**

El diseño de la investigación es no experimental, transversal, correlacional causal. Es no experimental ya que no manipula de forma deliberada las variables de estudio. Es transversal ya que se realizó la recolección de la información en un solo momento. Es correlacional causal porque está orientada a comprobar las hipótesis y sus causas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

##### **3.1.2. Enfoque**

El enfoque de la tesis es mixto: “Por medio de esta clasificación se puede agrupar tesis que, considerando el objetivo de estudio y el tema a investigar, el investigador emplea dos enfoques: el cuantitativo y el cualitativo” (Muñoz, 2011, pág. 22)

### 3.2. Población y muestra

La población son 15 jefes de las diferentes áreas o niveles administrativos de la empresa.

Se consideró al total de la población como sujeto de estudio. Por lo tanto, no se efectuó el cálculo de la muestra.

### 3.3. Operacionalización de variables e indicadores

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Variable independiente:</b>  <b>Instrumentos de control del comercio</b>	<b>Barreras no arancelarias – influencias directas de precio</b>  <b>Barreras no arancelarias – controles de cantidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Subsidios.</li><li>- Ayuda y préstamos.</li><li>- Cuotas.</li><li>- Legislación de “compra local”.</li><li>- Estándares y etiquetas.</li><li>- Requerimientos de permisos específicos.</li><li>- Retrasos administrativos.</li></ul>

Fuente: Adaptado por Daniels, Radebaugh & Sullivan (2013)



<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,553
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	129,755
	Gl	45
	Sig.	,000

### **Confiabilidad del cuestionario**

Se realizó la confiabilidad determinando el coeficiente Alpha de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.811, siendo por lo tanto confiable.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	10

### **3.5. Técnicas para el procesamiento de la información**

El procesamiento de datos se realizó con la técnica estadística descriptiva de distribución de frecuencias.

Para determinar la prueba de comprobación de hipótesis se usó la prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov.

Se utilizó el Statistical Package for the Social Sciences – SPSS v. 25. Los resultados se presentan en tablas y figuras.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

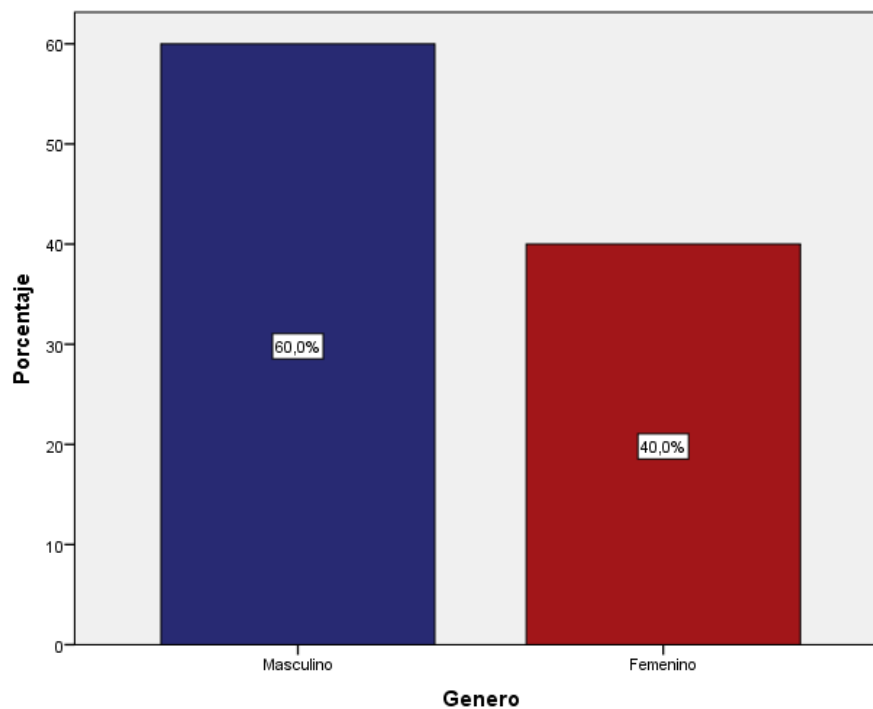
#### 4.1. Presentación de tablas, figuras e interpretaciones

##### A. Análisis de los datos generales

Tabla 1

*Género de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Masculino	9	60,0
Femenino	6	40,0
Total	15	100,0



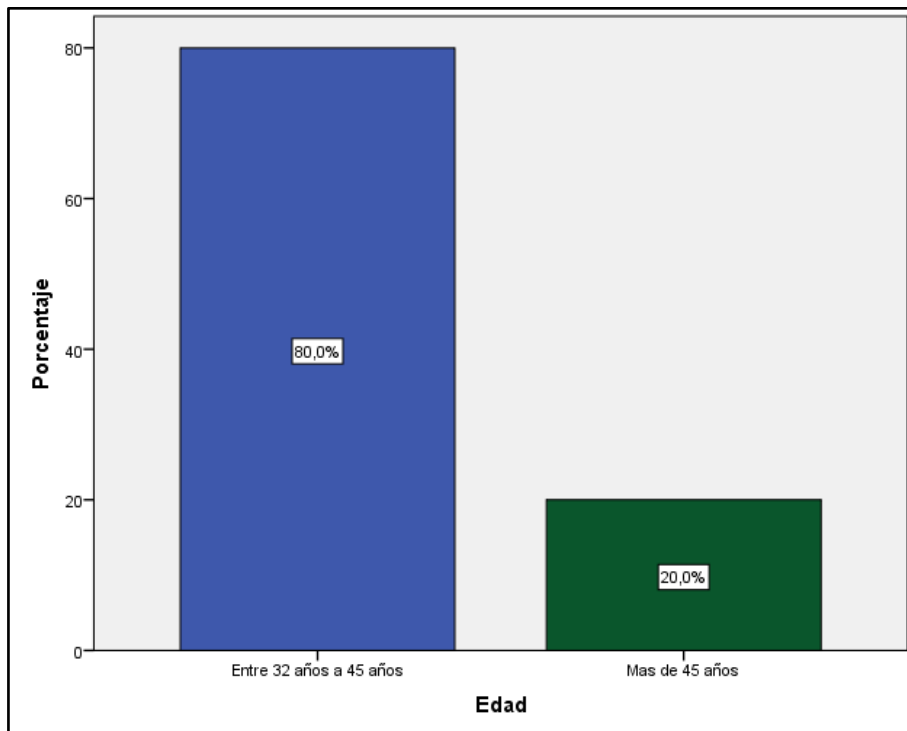
*Figura 1. Género de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura*

En la Tabla 1 se observa que 60% son del género masculino y 40% del género femenino.

Tabla 2

*Edad de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.*

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Entre 32 años a 45 años	12	80,0
Más de 45 años	3	20,0
Total	15	100,0



*Figura 2. Edad de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.*

En la Tabla 2 se observa que el 80% tiene entre 32 años a 45 años y el 20% tienen más de 45 años.

Tabla 3

Grado de instrucción de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Título Profesional	12	80,0
Grado de Magister o Maestro	3	20,0
Total	15	100,0

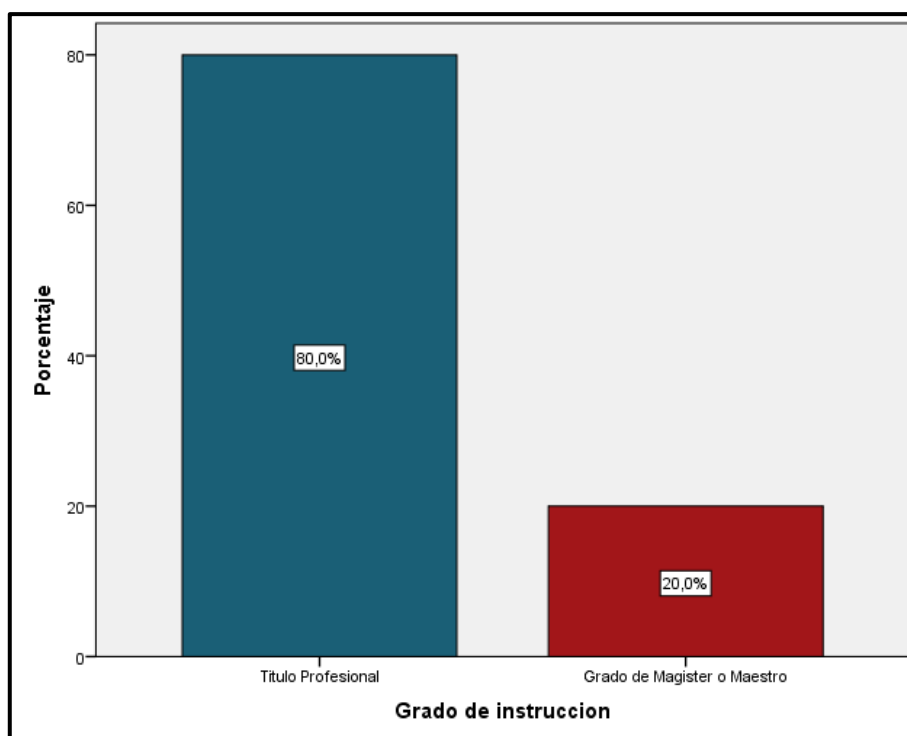


Figura 3. Grado de instrucción de los jefes de las unidades administrativas de alta dirección, dirección, jefes de nivel intermedio y jefes de nivel de supervisión de la empresa exportadora Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura.

En la Tabla 3 el 80% de las personas tienen título profesional y 20% grado de maestro.

**B. Análisis estadístico e interpretación de la variable “Instrumentos de control del comercio”**

Tabla 4

*Barreras no arancelarias – influencias directas de precio*

Items	No		Si	
	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.
1. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia los subsidios (ayuda del gobierno) de los instrumentos de control del comercio?	15	100,0	0	0
2. ¿ La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. tiene conocimiento de la ayuda y préstamos que brinda el gobierno como parte de los instrumentos de control del comercio?	9	60,0	6	40,0

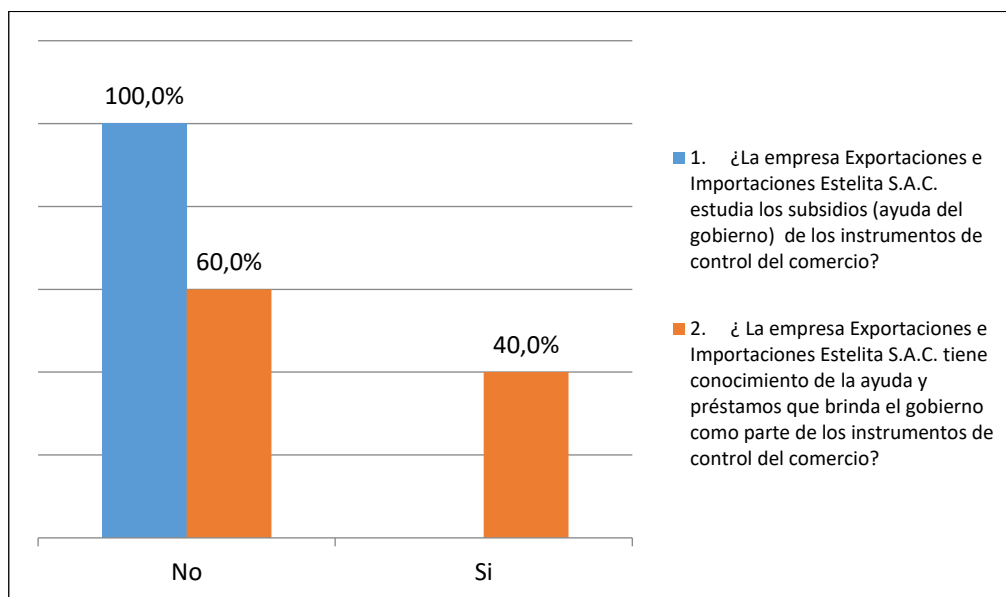


Figura 4. Barreras no arancelarias – influencias directas de precio

En la Tabla 4 el 100% de los encuestados manifestaron que la empresa no estudia los subsidios (ayuda del gobierno) y el 60% señaló no tener conocimiento de la ayuda y préstamos que otorga el gobierno.



Tabla 5  
*Barreras no arancelarias – controles de cantidad*

Items	No		Si	
	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.
3. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia las cuotas (limita la cantidad que se puede exportar) de los instrumentos de control del comercio?	13	86,7	2	13,3
4. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cómo funciona la legislación de compra local (compras del gobierno que favorecen al productor nacional) como por ejemplo en los instrumentos de control del comercio?	13	86,7	2	13,3
5. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cuales son los estándares y etiquetados de los productos que exigen los países de destino como parte de instrumentos de control del comercio?	0	0	15	100
6. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. cuenta con los requerimientos de permisos específicos (licencia de exportación) de los instrumentos de control del comercio?	14	93,3	1	6,7
7. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cuales son los retrasos administrativos (obstáculo en el trámite de documentos) de los instrumentos de control del comercio?	0	0	15	100

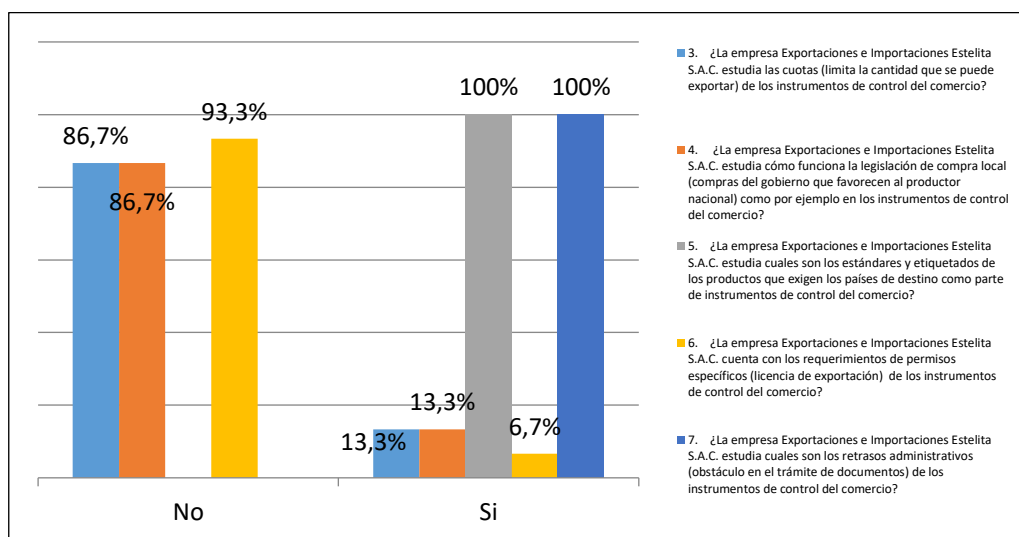


Figura 5. Barreras no arancelarias – controles de cantidad

En la Tabla 5 el 86,6% de los encuestados no estudia las cuotas (limita la cantidad que se puede exportar), asimismo no estudia cómo funciona la legislación de compra local. El 93,3% determinó que la empresa no cuenta con los requerimientos de permisos específicos (licencia de exportación).

### C. Análisis estadístico e interpretación de la variable “Exportación”

Tabla 6  
Exportación indirecta

Intermediarios de exportación indirecta	No		Si	
	Fr	Porc	Fr	Porc
Comerciante	10	66,7%	5	33,3%
Bróker	13	86,7%	2	13,3%
Agente	13	86,7%	2	13,3%
Casa exportadora	14	93,3%	1	6,7%
Sociedad comercial	13	86,7%	2	13,3%

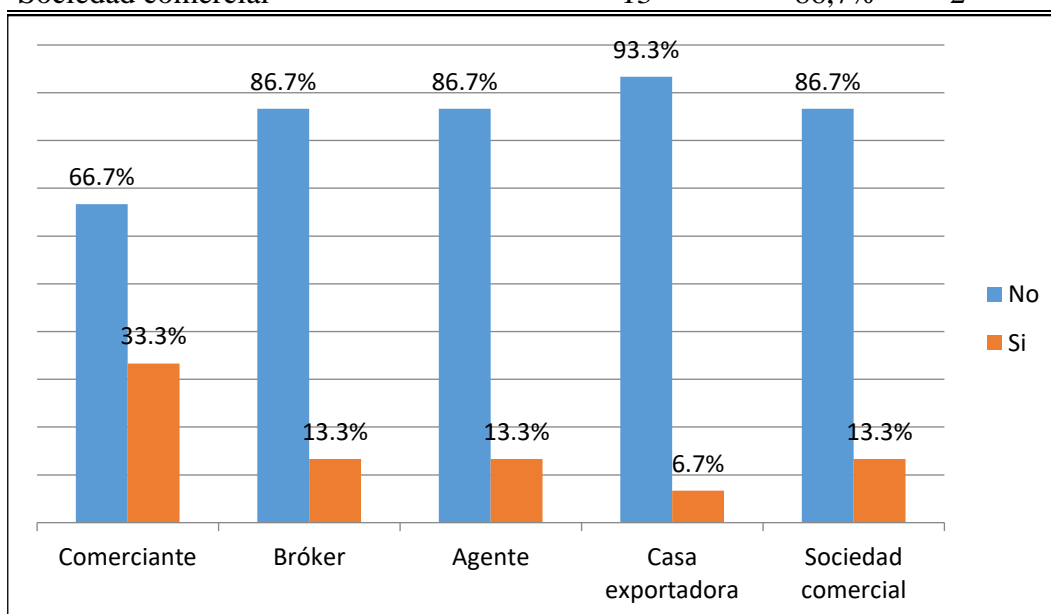


Figura 6. Exportación indirecta

En la Tabla 6 el 93,3% de los encuestados señalaron que el intermediario de exportación indirecta que utiliza la empresa es la casa exportadora, asimismo, el 86,7% señalaron que la empresa utiliza la sociedad comercial, agente y bróker.

Tabla 7  
Exportación directa

Items	No		Si	
	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.
9. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a utilizado la venta directa?	4	26,7	11	73,3
10. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a utilizado un agente o distribuidor?	15	100,0	0	0
11. ¿ La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a establecido una subsidiaria comercial?	15	100,0	0	0

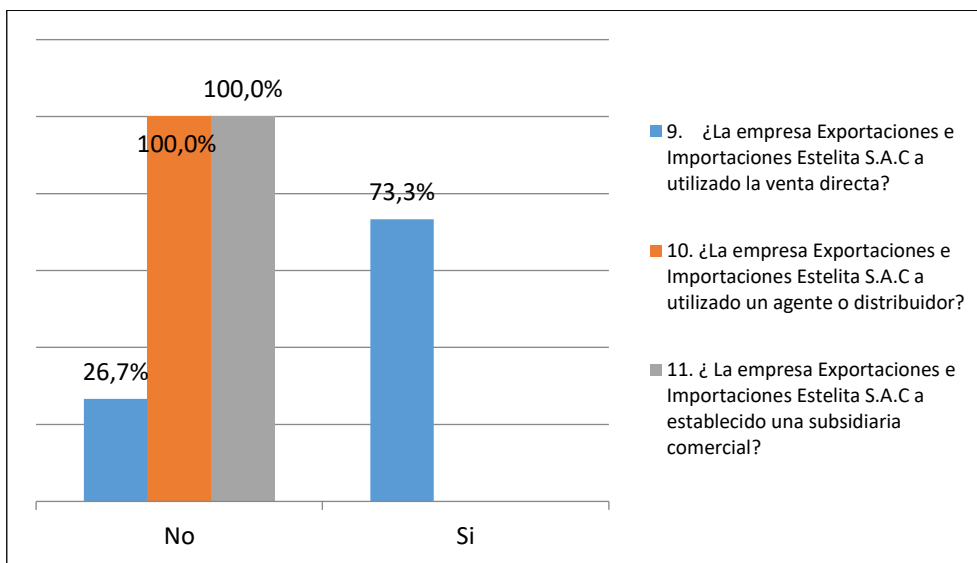


Figura 7. Exportación directa

En la Tabla 7 el 100% de personas encuestadas señalaron que no se utiliza la venta directa, así también, no se tiene una subsidiaria comercial.

Tabla 8

*Exportación concertada*

Modalidades de exportación concertada	No		Si	
	Fr	Porc	Fr	Porc
Piggy – back.	15	100,0%	0	0,0%
Consortio de exportación	15	100,0%	0	0,0%
Joint – venture internacional	15	100,0%	0	0,0%
Franquicias internacionales	15	100,0%	0	0,0%
Alianza estratégica	5	33,3%	10	66,7%

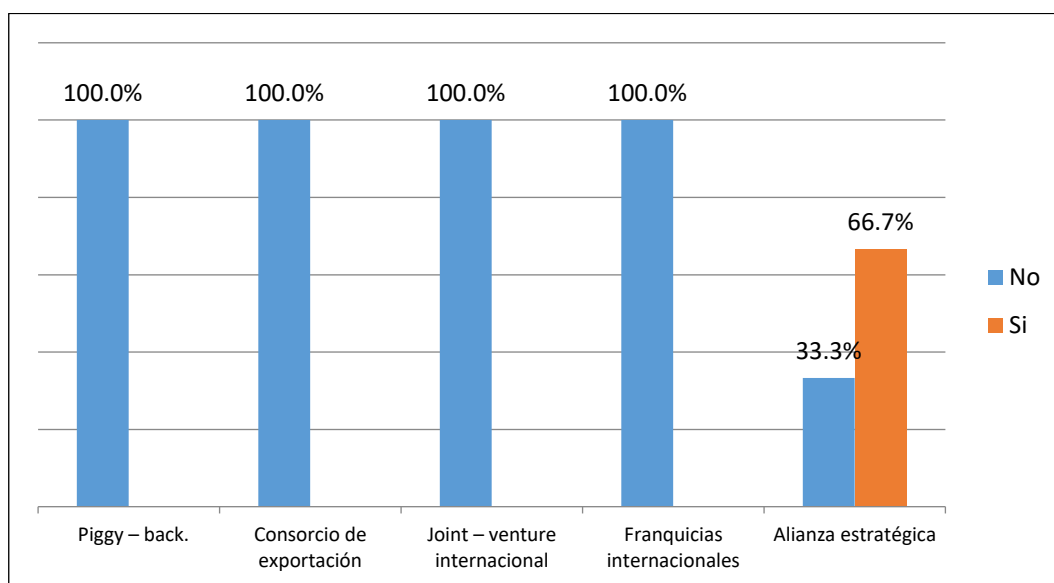


Figura 8. *Exportación concertada*

En la Tabla 8 el 66.7% señalaron que la forma o modo de exportación concertada utilizada es la alianza estratégica, asimismo, el 100% de los encuestados señalaron que no utilizan piggy back, franquicia internacional y joint Venture internacional.

#### D. Prueba de normalidad

Se utilizó la prueba de Shapiro Wilk. En la Tabla 9 se observa que con un (p-valor  $< 0.05$ ) las dos variables de investigación no tienen una distribución normal, por lo tanto, se utilizó la Correlación de Rho de Spearman.

Tabla 9

*Pruebas de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
INSTRUMENTOS DE CONTROL DEL COMERCIO	,667	15	,000
DIMENSIÓN: Barreras no arancelarias – influencias directas de precio	,630	15	,000
DIMENSIÓN: Barreras no arancelarias – controles de cantidad	,514	15	,000
EXPORTACIÓN	,877	15	,042

a. Corrección de la significación de Lilliefors

#### E. Comprobación de Hipótesis

*Hipótesis General*

Tabla 10

*Correlación de Rho Spearman entre los instrumentos de control del comercio y la exportación*

		Instrumentos de control de comercio	Exportación	
Rho de Spearman	Instrumentos de control del comercio	Coefficiente de correlación	1,000	,683**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Exportación	Coefficiente de correlación	,683**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la Tabla 10 se observa que existe una correlación fuerte y significativa ( $p = 0,005 < 0,05$ ;  $r = 0,683$ ), por lo que se concluye que se aprueba la hipótesis de investigación:

Ha: Los instrumentos de control del comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C, provincia de Huaura, 2018.

***Hipótesis Específica 01***

Tabla 11

*Correlación de Rho Spearman entre las Barreras no arancelarias – influencias directas de precio y la exportación.*

			Barreras no arancelarias – influencias directas de precio	Exportación
Rho de Spearman	Barreras no arancelarias – influencias directas de precio	Coefficiente de correlación	1,000	,616**
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	15	15
	Exportación	Coefficiente de correlación	,616**	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	15	15

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la Tabla 11 se observa una correlación fuerte y significativa ( $p=0,014 < 0,05$ ;  $r = 0,616$ ), por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación:

Ha: Las barreras no arancelarias – influencias directas de precio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.

### *Hipótesis Específica 02*

Tabla 12

*Correlación de Rho Spearman entre Barreras no arancelarias – controles de cantidad y la exportación.*

			Barreras no arancelarias – controles de cantidad	Exportación
Rho de Spearman	Barreras no arancelarias – controles de cantidad	Coefficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	15	15
	Exportación	Coefficiente de correlación	,719**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	15	15

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la Tabla 12 se observa una correlación fuerte y significativa ( $p = 0,003 < 0,05$ ;  $r = 0,719$ ), por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación:

Ha: Las barreras no arancelarias – controles de cantidad influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Discusión

La actividad que ejerce el comercio exterior involucra los vínculos entre países, así como la existencia de una distribución de forma irregular de los recursos económicos y diferentes precios, acorde a los gustos y necesidades del consumidor se da producción de bienes. Los estados brindan instrumentos de diferentes tipos que apoyan tanto en ventajas como en riesgos.

(Arceniega, 2015) expuso aspectos para lograr la competencia esperada en producción y calidad que deben ser considerados en la exportación como tener la información necesaria, suficientes recursos, medios disponibles y financiación.

Forman parte importante de las políticas del comercio internacional los llamados instrumentos de control del comercio cuya finalidad es limitar las transacciones a nivel internacional. Estos instrumentos variados son medidas que aplican los estados para proteger el mercado local de la competencia extranjera.

Las repercusiones que tienen las políticas de un país en el extranjero, sus medidas impuestas se originan para obstaculizar a que el país no concrete sus objetivos establecidos.

Es importante que cada instrumento de control del comercio se identifique y diferencie ya que cada uno de puede traer diversos efectos en sus exportaciones.

Estas medidas proteccionistas tienen influencia en las importaciones y exportaciones, y tienen efectos de forma indirecta en la cantidad que se comercializa tanto en el precio de exportación e importación (cualitativos) y también aquellos que indirectamente lo limitan (cuantitativos).

Es así que, estos instrumentos variados tienen un impacto en las exportaciones ya que actúan como obstáculos en las transacciones que se realizan a nivel internacional.

Por lo tanto, si una empresa no cuenta con el suficiente conocimiento tendrá efectos indirectamente al realizar el comercio de sus bienes ya que no ha tenido una



buena toma de decisiones que reduzca las repercusiones que en algunos casos tienen un alto costo.

Por tal motivo es fundamental que las empresas dedicadas al rubro de la exportación cuenten con colaboradores que tengan conocimientos acerca de estos instrumentos así identificar qué tipo tiene efectos o límites en sus exportaciones.

Por lo tanto, si una empresa desea que sus exportaciones tengan éxito al llegar a destino deben tener en cuenta la capacidad y el conocimiento necesario para detectar a tiempo que tipo de instrumentos están afectando sus exportaciones, como son los instrumentos de control del comercio.

Conforme a diversas observaciones que se han realizado se ha podido establecer que la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. no toma en cuenta a los instrumentos de control del comercio, donde 60% del personal no tienen la información necesaria, lo que puede llegar a tener efectos de gran magnitud en sus exportaciones en un largo plazo. Debido a que una cierta cantidad del personal de la empresa no conocen temas referentes a barreras no arancelarias, lo que dificulta la reducción de costos y tampoco afecta la cantidad que comercializa la empresa.

De igual manera se ha observado con respecto al tema de exportación de la empresa que 100% de los encuestados no utilizan un agente o distribuidor, también se determinó otro problema es la tecnología, ya que se ha tornado una tendencia a nivel mundial, no se está empleando la misma tecnología para la exportación que para la venta, cuando una empresa no utiliza la tecnología adecuada se expone a desaparecer del mercado local, se pudo ver que los encuestados no se muestran entusiasmados respecto a la innovación de sus productos, debido ciertamente a la incertidumbre de comenzar algo diferente, no recurrente. Ante esto, se debe entender que se hace necesario conocer las necesidades reales del mercado consumidor, que hoy en día son cambiantes y que se convierte en una pieza clave para sacar ventaja a la competencia y así tener mayor probabilidad de defenderse y lograr el éxito en el mercado nacional y extranjero.

## 5.2. Conclusiones

- Existe una correlación moderada y significativa, donde  $p = 0,014$  y  $r = 0,616$ , concluyendo que las barreras no arancelarias – influencias directas de precio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018. Si la empresa no consigue identificar los instrumentos de control referente a la ayuda del gobierno incidirá en el volumen exportable.
- Existe una correlación fuerte y significativa, donde  $p = 0,003$  y  $r = 0,719$ , concluyendo que las barreras no arancelarias – controles de cantidad influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018. Si la empresa no identifica permisos específicos, como la licencia de exportación, incidirá en el volumen de sus exportaciones.

Por lo tanto, existe una correlación fuerte y significativa, siendo  $p = 0,005$  y  $r = 0,683$ , concluyéndose que los instrumentos de control de comercio influyen en la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura, 2018.

## 5.3. Recomendaciones

- Realizar constantemente capacitaciones hacia sus trabajadores acerca de los instrumentos de control como son las ayudas y préstamos que otorga el estado para el manejo apropiado en cuanto a las cantidades que exportan con el objetivo de dar competitividad a la empresa hacia el mercado extranjero.
- Realizar actividades como contar con un sistema HACCP y de Buenas Prácticas de Manufactura que son requerimientos solicitados por el gobierno y de los países de destino asegurando que de esta manera se le otorgue la licencia de exportación de modo que sus productos lleguen hacia nuevos mercados extranjeros.

## CAPÍTULO VI

### FUENTES DE INFORMACIÓN

#### 6.1. Fuentes bibliográficas

- Araujo, C. (2009). *Ingeniería de la exportación u medios internacionales de pago*. Perú: Instituto Pacífico.
- Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2010). *Marketing internacional* (14 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Cateroa, P., Gilly, M., & Graham, J. (2010). *Marketing internacional* (14 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Cornejo, E. (2009). *Comercio internacional. Hacia una gestión competitiva* (3 ed.). Perú: San Marcos.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (14 ed.). México: Pearson.
- Domínguez, J. (2017). *Control de inventarios y su incidencia en la gestión de almacén de la Empresa Comercial Consul S.A.C., Chiclayo 2016*. Universidad Señor de Sipán .  
Obtenido de  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4319/Dominguez%20Aguirre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: Mc Graw - Hill.
- Hill, C. (2011). *Negocios internacionales. Competencia en el mercado local* (8 ed.). México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). *Marketing* (11 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14 ed.). México: Pearson.
- Martín, M., & Martínez, R. (2012). *Manuel práctico del comercio exterior. Para saber cómo vender al exterior* (4 ed.). España: FC Editorial.
- Mercado, S. (2013). *Comercio internacional II* (7 ed.). México: Limusa.
- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la exportación*. México: Cengage Learning. .

- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.
- Peng, M. (2012). *Negocios globales* (2 ed.). México: Cengage Learning.
- Polo, J. (2012). *Comercio internacional. Teoría y técnicas*. México: Editorial Universidad de Granada.
- Vázquez, M., & Madrigal, R. (2007). *Comercio internacional*. México: Grupo Editorial Patria S.A. .

## 6.2. Fuentes electrónica

- Almanza, J. (2017). *Exportación de espárragos de la empresa procesos Agroindustriales S.A. al mercado internacional en el año 2015*. Tesis, Universidad César Vallejo. Recuperado el 20 de setiembre de 2018, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6888/ALMANZA\\_TJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6888/ALMANZA_TJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alvarado, L. (2017). *Proyecto de exportación de cápsulas de maca (Lepidium meyenii) hacia los Estados Unidos de América, de la empresa Solutus S.A. - Ecuador*. Tesis, Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado el 20 de setiembre de 2018, de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2339/1/T-UIDE-1673.pdf>
- Arceniega, M. (2015). *Implementación de estrategias para la exportación de calzado para dama producido por pymes hacia un mercado venezolano*. Tesis, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. Recuperado el 20 de setiembre de 2018, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/57721\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/57721_1.pdf)
- Asto, L., & Briones, C. (2016). *Implementación de un sistema de control de inventarios y su influencia en la rentabilidad de la empresa Disbri S.A.C. de la ciudad de Chocope, año 2016*. Tesis, Universidad Privada del Norte. Recuperado el 20 de setiembre de 2018, de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11430/Asto%20Mari%C3%B1os%20Liz%20Zoylita%20-%20Briones%20Rolando%20Caroline%20Steffani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Domínguez, J. (2017). *Control de inventarios y su incidencia en la gestión de almacén de la Empresa Comercial Consul S.A.C., Chiclayo 2016*. Universidad Señor de Sipán. Recuperado el 2018 de setiembre de 2018, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4319/Dominguez%20Aguirre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esteban, M. (2018). *El control interno y su influencia en la gestión de inventarios de las empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa "Minimarket Sol de oro E.I.R.L." - Lima 2017*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Recuperado el 20 de setiembre de 2018, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4474/CONTROL\\_INTERNO\\_INVENTARIO\\_ESTEBAN\\_BALDEON\\_MARICIELO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4474/CONTROL_INTERNO_INVENTARIO_ESTEBAN_BALDEON_MARICIELO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**ANEXO N°1**  
**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre los instrumentos de control del comercio y la exportación de la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C., Huaura. El cuestionario es anónimo y la información recaudada será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

**I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:**

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

c. ¿Cuál es el grado académico o título profesional más alto alcanzado?

Grado de Bachiller	
Título profesional	
Grado de Magister o Maestro	
Grado de Doctor	
Otros:	

## II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro

<b>ITEM</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>INSTRUMENTOS DE CONTROL DEL COMERCIO</b>		
<b>DIMENSIÓN: Barreras no arancelarias – influencias directas de precio</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia los subsidios (ayuda del gobierno) de los instrumentos de control del comercio?		
2. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. tiene conocimiento de la ayuda y préstamos que brinda el gobierno como parte de los instrumentos de control del comercio?		
<b>DIMENSIÓN: Barreras no arancelarias – controles de cantidad</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
3. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia las cuotas (limita la cantidad que se puede exportar) de los instrumentos de control del comercio?		
4. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cómo funciona la legislación de compra local (compras del gobierno que favorecen al productor nacional) como por ejemplo en los instrumentos de control del comercio?		
5. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cuales son los estándares y etiquetados de los productos que exigen los países de destino como parte de instrumentos de control del comercio?		
6. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. cuenta con los requerimientos de permisos específicos (licencia de exportación) de los instrumentos de control del comercio?		

7. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. estudia cuales son los retrasos administrativos (obstáculo en el trámite de documentos) de los instrumentos de control del comercio?		
<b>EXPORTACIÓN</b>		
<b>DIMENSIÓN: Exportación indirecta</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>8. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C ha utilizado alguno de estos intermediarios de exportación indirecta?</b>		
Comprador extranjero		
Comerciante		
Bróker		
Agente		
Casa exportadora		
Sociedad comercial		
<b>DIMENSIÓN: Exportación directa</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
9. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a utilizado la venta directa?		
10. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a utilizado un agente o distribuidor?		
11. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C a establecido una subsidiaria comercial?		
<b>DIMENSIÓN: Exportación concertada</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
12. ¿La empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C ha utilizado alguna de estas modalidades de exportación concertada?		
Piggy – back.		
Consorcio de exportación		
Joint – venture internacional		
Franquicias internacionales		
Alianza estratégica		