



INCEA
INSTITUTO NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

EXAMEN DE PRUEBA

¡Mide Tus Conocimientos
Para Saber Si Estás
Listo Para Pasar El
Ceneval!



Comercio
y Negocios
Internacionales

Instrucciones:

Este examen de prueba contiene dos partes: una hoja de preguntas y una hoja de respuestas. Tienes que elegir la opción correcta y después verificar tu respuesta.

Una vez que termines checa tus resultados y ve cuantas respuestas correctas obtuviste...

20-16

Prodigio en potencia! Eres brillante...pero este no es el examen Ceneval. Ni modo, de todos modos tendrás que estudiar.

15-11

Estas en la delgada línea entre ser mejor o tirar la toalla. Un poco de asesoría y estudio no te caería nada mal.

10-6

Parece que todavía recuerdas tus años de universidad... vamos!! Repasando un poco más estarás listo para el Ceneval.

5-0

Qué bueno que existen libros de Comercio, de lo contrario la vida sería igual de difícil que este examen... Tal vez no te caiga mal una refrescadita de lo que viste en la uni. Nunca está de más.

PREGUNTAS

Elige la opción correcta entre a,b, c, d.

1. _____ fue el año en que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUE).
 - a. 2000
 - b. 1999
 - c. 1998
 - d. 2011

2. El costeo marginal puede ser de 2 tipos _____ y _____ .
 - a. Simple y mixto
 - b. Simple y doble
 - c. Simple, mixto y doble
 - d. Simple, doble, triple

3. El objetivo es acomodar la carga dentro de un contenedor de forma óptima. Es colocar las piezas de manera correcta y que todas empalmen sin dejar espacios vacíos.
 - a. Cubicaje
 - b. Acomodo
 - c. Estiba
 - d. Planificación de cargas

4. Explica los flujos de comercio de bienes entre países. Es la habilidad que se tiene para producir un bien usando menor insumo que otro productor, es decir, cuando algo o alguien es el mejor desarrollando dicha actividad a un costo menor.
 - a. Ventaja comparativa
 - b. Ventaja absoluta
 - c. Ventaja competitiva
 - d. Teoría Hecksher-Ollin

5. Carlos Fernández, agente aduanal de Nuevo Laredo intenta clasificar un tipo de rosa que es un injerto de dos especies, el cual no es genéticamente modificado y cumple con la legislación de la materia. Muy parecido a las rosas rojas de EUA de la fracción arancelaria 06031101. El producto procede de Colombia y según los estudios correspondientes es una rosa. El agente aduanal no tiene un valor exacto para esta mercancía, que le permita pagar las contribuciones correspondientes. ¿Bajo qué método de valoración se debería de clasificar esta rosa?

- a. Valor de Transacción de las Mercancías Idénticas
- b. Valor de Transacción de las Mercancías Similares
- c. Valor de Precio Unitario de Venta
- d. Valor Reconstruido

6. Business to Business (B2B) y Business to Consumer (B2C). son las dos modalidades principales de:

- a. Comercio electrónico
- b. Exportación
- c. Importación
- d. Negocios electrónicos

7. Casas Prefabricadas Mexicanas, S.A. de C.V., una empresa situada en Cuernavaca, Morelos, realiza exportaciones por 15 millones de dólares anuales a 30 mercados mundiales. En 2013, efectúan una venta en Nigeria, pero el cliente no paga su total. En la empresa, se desea implementar una solución ante esta deuda incobrable de \$20,000 USD. La respuesta financiera más conveniente sería:

- a. Factoraje
- b. Carta de crédito
- c. Crédito
- d. Protección cambiaria

8. A la autoridad competente que, conforme a la legislación interna de una parte, es responsable de la administración de sus leyes y reglamentaciones aduaneras se le denomina:

- a. Agente aduanal
- b. Apoderado aduanal
- c. Autoridad aduanera
- d. Ninguna de las anteriores

9. Como regla general, toda mercancía cuyo valor en relación con su peso sea alto conviene remitirla por _____, ya que el costo de transporte incide en proporción muy baja en el costo del producto.

- a. Vía Marítima
- b. Vía Terrestre
- c. Vía Aérea
- d. Transporte multimodal

10. Una de las causas que ha impedido el desarrollo logístico en América Latina es:

- a. El bajo desarrollo empresarial
- b. El desinterés de las empresas por exportar
- c. La falta de confianza de las partes involucradas por facilitar información
- d. El poco crecimiento económico

11. Es un conjunto de habilidades, tecnologías, aplicaciones o prácticas que se emplean para obtener un mejor entendimiento de los negocios: patrones, tendencias, en general cualquier información que soporte la toma de decisiones. Es una forma de localizar nuevas áreas de oportunidad en los negocios.

- a. Enterprise Resource Planning
- b. Inteligencia comercial
- c. Customer Relationship Management
- d. Ninguna de las anteriores

12. Wedding Marvels, Inc. es una empresa norteamericana que fabrica vestidos de novia y desea entrar al mercado mexicano, ya que después de analizarlo, es uno de los países donde las novias gastan más per capita al casarse. Para ello, han analizado los canales de distribución principales del país azteca como se aprecia en las siguientes tablas:

Tabla 1. Análisis del canal de distribución

Canal de distribución	Ventas totales del segmento (mill de USD)	Mark up para canal de distribución	Crecimiento en ventas (%)	Marcas promedio en el canal
Tiendas departamentales	300	25%	5%	5
Tianguis	250	34%	-10%	3
Tiendas especializadas	100	40%	3%	10
Mayoristas	140	10%	2%	3
Internet	5	14%	-1%	3
Ferias para novias	50	50%	6%	18

Podemos decir que si la empresa norteamericana está más interesada en tener mayores ganancias por vestido, el canal de distribución adecuado es:

- a. Ferias para novias
- b. Tiendas especializadas
- c. Mayoristas
- d. Internet

13. Barter, buyback, compensación y switch trade son tipos de transacciones que pertenecen al grupo de:

- a. Countertrade.
- b. Offshore trade.
- c. Comercio electrónico
- d. Ninguna de las anteriores

14. Coreaworld, un parque de diversiones coreano en Seúl analiza el mercado para entrar con su concepto de parques para niños en el mercado de Singapur. Se ha decidido establecer contacto con la empresa SingGames de Singapur para que ellos operen y mercadeen el parque, mientras que Coreaworld construiría las instalaciones. El proyecto sería de desarrollo conjunto. Esto es un ejemplo de:

- a. Joint-venture
- b. Alianza estratégica
- c. Holding
- d. Contrato de distribución

15. El empresario mexicano Juan Silva posee una empresa llamada Controladora Mexicana del Pacífico, a través de ella, es accionista mayoritario de 2 compañías constructoras en Chile, 5 hoteles en República Dominicana y 5 edificios en Islas Caimán. La empresa Controladora Mexicana del Pacífico es un ejemplo de:

- a. Holding
- b. Subvención
- c. Dumping
- d. Controlling

16. Establecer un plan operativo, buscar suficientes fuentes de abastecimiento de materia prima, reducir los activos corrientes y los activos fijos y aumentar los pasivos corrientes son acciones para:

- a. Reestructurar la empresa exportadora
- b. Aumentar la producción de exportación
- c. Reducir los costos para productos de exportación
- d. Ninguna de las anteriores

17. De las siguientes opciones, ¿qué se requiere para determinar si una empresa está en condiciones de exportar?

- 1) Ser única u original en su género y disponer de un producto que cuente con beneficios y ventajas importantes para el mercado objetivo.
 - 2) Contar con poco personal
 - 3) Instalaciones, infraestructura y suficientes recursos.
 - 4) No contar con capacidad de crédito.
 - 5) No contar con capacidad de internacionalización
 - 6) Compromiso de la gerencia de la empresa y de la actitud empresarial para asumir los retos que la exportación conlleva.
- a. 1,3 y 6
 - b. 2, 4 y 6
 - c. 1,3 y 5
 - d. Todas las anteriores

18. Son una cultura seria y no les gusta acelerar el proceso de decisión. Además, están enfocados a la planeación y a la calidad. En general, se recomienda no preguntar sobre asuntos personales.

- a. Alemania
- b. México
- c. Sudáfrica
- d. Chile

19. ¿Qué conceptos básicos conforman la estrategia comercial?

- a. La estrategia competitiva y el marketing mix
- b. El precio y la estrategia competitiva.
- c. El marketing nacional e internacional
- d. Ninguna de las anteriores

20. Hamburguesas Lolita, S.A. de C.V. es una empresa que vende hamburguesas congeladas, salchichas congeladas y burritos congelados, para comida rápida. Sus mercados de exportación son: Texas, California, Guatemala, El Salvador, Honduras y Panamá. Los productos se venden fundamentalmente en tiendas de conveniencia (tienditas) y tiendas de autoservicio. La empresa no es tan grande, pero tiene un reconocimiento de marca sobresaliente en los mercados de comida congelada, además de una buena reputación por su calidad.

Los clientes principales de Hamburguesas Lolita, S.A. de C.V. son tiendas departamentales y distribuidores de comida, que a su vez venden a pequeñas cadenas de tienditas y tiendas de conveniencia independientes en los países antes mencionados. Los precios que Hamburguesas Lolita, S.A. de C.V. ofrece a las cadenas y distribuidores, se negocian individualmente de acuerdo con múltiples factores. Algunos de estos factores incluyen el volumen de compra, no importa si el cliente es nuevo o ya existente.

La tabla 1 muestra los datos de utilidades de la empresa y el crecimiento promedio en las utilidades de la empresa en los últimos 5 años. Los datos de la Tabla 1 se presentan por categorías de producto.

Tabla 1. Utilidades y crecimiento de las utilidades

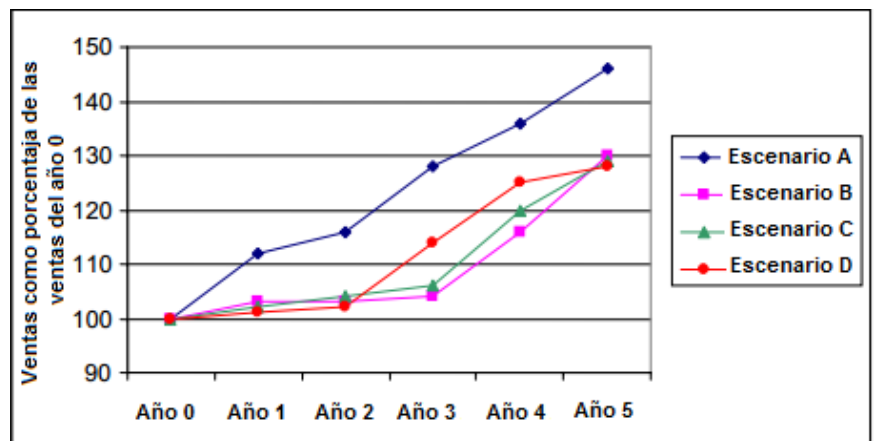
	Utilidades en el año (en millones de dólares)	Crecimiento promedio de utilidades (5 últimos años)
Salchichas	366.7	4.2%
Otras carnes congeladas	65.3	1.5%
Carne rebanada	55.3	1.2%
Otros productos (pepinillos, salsas)	15.1	-7.0%

Hamburguesas Lolita, S.A. fabrica todos sus productos y además invierte significativamente más recursos que sus competidores en asegurar la calidad. Esto es especialmente valioso para los clientes, porque en la mayoría de los países a los cuales se exporta mantienen una regulación baja o media de calidad respecto a estas mercancías.

Hamburguesas Lolita, S.A. se fundó hace casi 100 años y hasta hace algunos años era un negocio familiar. Sin embargo, después de una década de pobre crecimiento, la empresa fue adquirida por un conglomerado transnacional, Hamburmex, con el propósito de incrementar las ventas.

El CEO de Hamburguesas Lolita le ha pedido a Usted que identifique las formas para mejorar el crecimiento en ventas, al tiempo que se mantienen los niveles de rentabilidad. El CEO comenta que un 10% de crecimiento anual en ventas debería de ser el objetivo. Dentro de 5 años, el CEO desea analizar los 2 años previos de operación y ver un crecimiento sostenido del 10%. De no ser así, Hamburguesas Lolita dejará de formar parte del corporativo de Hamburmex. La gráfica 1 muestra 4 escenarios potenciales para Hamburguesas Lolita en materia de crecimiento futuro en ventas, donde el Año 0 representa el año actual.

Gráfico 1. Escenarios De crecimiento para Hamburguesas Lolita en los próximos 5 años



¿Cuál de las siguientes soluciones, si se hace aislada, no ayudaría a alcanzar los objetivos del CEO de Hamburguesas Lolita?

- Bajar los precios de algunos de los productos
- Lanzar nuevos productos para la empresa
- Quitar una categoría de productos
- Aumentar la publicidad de los productos en medios masivos

RESPUESTAS

Pregunta 1: a. 2000

Pregunta 2: a. Simple y Mixto

Pregunta 3: a. Cubicaje

Pregunta 4: b. Ventaja Absoluta

Pregunta 5: b. Valor de Transacción de las Mercancías Similares.

JUSTIFICACIÓN DE RESPUESTA 5:

Ya que no hay una mercancía idéntica que haya importado el agente aduanal, pasaría con el método sucesivo de valoración, que es el de mercancías similares. Vale la pena repasar el fundamento de la Ley Aduanera:

Artículo 71. Cuando la base gravable del impuesto general de importación no pueda determinarse, conforme al valor de transacción de las mercancías importadas en los términos del artículo 64 de esta ley o no derive de una compraventa para la exportación con destino a territorio nacional, se determinara conforme los siguientes métodos, los cuales se aplicaran en orden sucesivo y por exclusión:

I. Valor de transacción de mercancías idénticas, determinado en los términos señalados en el artículo 72 de esta ley.

II Valor de transacción de mercancías similares determinado conforme a lo establecido en el artículo 73 de esta ley.

III. Valor de precio unitario de venta determinado conforme a lo establecido en el artículo 74 de esta ley.

IV. Valor reconstruido de las mercancías importadas, determinado conforme a lo establecido en el artículo 77 de esta ley.

V. valor determinado conforme a lo establecido en el artículo 78 de esta ley.

Pregunta 6: a. Comercio Electrónico

Pregunta 7: a. Factoraje

JUSTIFICACIÓN DE RESPUESTA 7:

El factoraje es una adquisición de créditos o cuentas por cobrar por parte de una institución financiera. Consiste en que el banco hace un descuento y paga al importador una parte de las cuentas por cobrar. Un ejemplo de ello sería cuando un banco compra una deuda incobrable por \$20,000 USD al 90%, lo cual significa que el exportador recibiría \$18,000 USD (el cálculo es $20,000 \text{ USD} * 90\%$). En este sentido, el banco se quedaría con la obligación de cobrar y el exportador recibiría su dinero inmediatamente, una vez que se haya firmado un documento con el banco. En esta situación, sería más conveniente para la empresa el factoraje, ya que es la única de las opciones presentadas que puede resolver el problema a posteriori, es decir, después de la operación. La carta de crédito sería una solución que debió de efectuarse antes de la operación. En el caso del crédito y la protección cambiaria, no resuelven el problema.

Pregunta 8: c. Autoridad Aduanera

Pregunta 9: c. Vía Aérea

Pregunta 10: c. La falta de confianza de las partes involucradas por facilitar información

Pregunta 11: b. Inteligencia comercial

Pregunta 12: a. Ferias para novias

JUSTIFICACIÓN DE RESPUESTA 10:

El markup es el porcentaje de ganancia que existe en un canal de distribución, en este caso en el canal de ferias para novias existe un 50% de margen.

Pregunta 13: a. Countertrade.

Pregunta 14: a. Joint-venture

Pregunta 15: a. Holding

Pregunta 16: c. Reducir los costos para productos de exportación

Pregunta 17: a. 1,3 y 6

Pregunta 18: a. Alemania

Pregunta 19: a. La estrategia competitiva y el marketing mix

Pregunta 20: c. Quitar una categoría de productos

