

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA



## VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE ECONOMÍA DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMIA

SÍLABO 2026 - A

ASIGNATURA: COMERCIO EXTERIOR

### 1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

<b>Periodo académico:</b>	2026 - A		
<b>Escuela Profesional:</b>	ECONOMÍA		
<b>Código de la asignatura:</b>	1705157		
<b>Nombre de la asignatura:</b>	COMERCIO EXTERIOR		
<b>Semestre:</b>	IX (noveno)		
<b>Duración:</b>	17 semanas		
<b>Número de horas (Semestral)</b>	<b>Teóricas:</b>	1.00	
	<b>Prácticas:</b>	4.00	
	<b>Seminarios:</b>	0.00	
	<b>Laboratorio:</b>	0.00	
	<b>Teórico-prácticas:</b>	0.00	
<b>Número de créditos:</b>	3		
<b>Prerrequisitos:</b>	ECONOMIA INTERNACIONAL 1 (1703241)		

### 2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
AROQUIPA APAZA, ORLANDO	MAGISTER	ECONOMIA	5	Mar: 07:00-09:40 Jue: 07:00-08:40
AROQUIPA APAZA, ORLANDO	MAGISTER	ECONOMIA	5	Mar: 14:00-16:40 Jue: 16:40-18:30
SOBENES SALAS, JULIO AUGUSTO	MAGISTER	ECONOMIA	5	Lun: 18:30-20:10 Mié: 18:30-20:10 Vie: 14:50-15:40
SOBENES SALAS, JULIO AUGUSTO	MAGISTER	ECONOMIA	5	Lun: 15:50-18:30 Mié: 14:00-15:40

### 3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

El curso de Comercio Exterior tiene como propósito fundamental insertar al estudiante en la dinámica global del intercambio comercial y los negocios internacionales, proporcionando las competencias de gestión necesarias para diseñar y ejecutar emprendimientos con proyección externa. Ante el actual proceso de integración mundial, la asignatura justifica su relevancia al dotar a los futuros economistas de herramientas estratégicas que permiten integrar conocimientos teóricos con capacidades prácticas para la búsqueda de mercados mediante inteligencia comercial, el dominio de la operatividad aduanera y el desarrollo de planes de exportación detallados que incluyan toda la cadena de Distribución Física Internacional. De este modo, se busca que el alumno no solo comprenda las nuevas tendencias de negociación, sino que sea capaz de generar valor y nuevos modelos de negocio que respondan con éxito a las exigencias de competitividad del entorno internacional actual.

#### **4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

Al finalizar el curso, el estudiante de Economía será capaz de:

- a) Dominar la operatividad técnica del comercio internacional, gestionando con precisión los procesos de exportación e importación bajo el marco de la normativa aduanera vigente.
- b) Diseñar estrategias de negociación internacional mediante la elaboración técnica de contratos de compraventa, adaptándose a las tendencias y exigencias de los mercados globales.
- c) Evaluar las oportunidades de integración y las diversas formas de comercialización para optimizar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el país.
- d) Aplicar herramientas de inteligencia comercial avanzada para la identificación, selección y prospección estratégica de mercados objetivos.
- e) Ejecutar planes de exportación integrales, articulando eficientemente cada eslabón de la cadena de Distribución Física Internacional (DFI) para asegurar la competitividad del producto en el destino.
- f) Identifica las nuevas tendencias del comercio internacional.

#### **5. CONTENIDO TEMATICO**

##### **PRIMERA UNIDAD**

###### **Capítulo I: OPERATIVIDAD DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

**Tema 01:** Clase inaugural: Lineamiento del curso-silabo

**Tema 02:** Introducción al Comercio Internacional

**Tema 03:** Operatividad Aduanera

**Tema 04:** Incoterms - Contrato de Compra Venta Internacional

**Tema 05:** Empresa exportadora

**Tema 06:** Financiamiento a las exportaciones-beneficio a las exportaciones

**Tema 07:** Medios de pago internacional

##### **SEGUNDA UNIDAD**

###### **Capítulo II: ARANCELES, COSTOS Y GASTOS DE EXPORTACIÓN**

**Tema 08:** Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA)

**Tema 09:** Búsqueda de Partida Arancelaria

**Tema 10:** Medidas arancelarias, preferencias arancelarias

**Tema 11:** Acuerdos comerciales

**Tema 12:** Precio de exportación - Presupuestos

**Tema 13:** Marketing internacional

**Tema 14:** Producto exportable

**Tema 15:** Mercado objetivo

**Tema 16:** Acceso a mercados

## **TERCERA UNIDAD**

### **Capítulo III: LOGISTICA EN COMERCIO EXTERIOR**

**Tema 17:** Agencia de Aduanas

**Tema 18:** Logística integral

**Tema 19:** Distribución Física Internacional

**Tema 20:** Transporte internacional

**Tema 21:** Envases y embalajes

**Tema 22:** Etiquetado

**Tema 23:** Exporta Fácil e Importa Fácil

**Tema 24:** Comercio electrónico

## **6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE**

### **6.1. Métodos**

- a) Método Expositivo-Dialogado: Se empleará para la transferencia de fundamentos teóricos en las sesiones de clase, fomentando la participación activa y el pensamiento crítico de los estudiantes sobre la realidad del comercio exterior.
- b) Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP): Aplicado específicamente en el desarrollo del proyecto de investigación formativa sobre el comportamiento comercial de la región Arequipa.
- c) Método de Trabajo Autónomo: Orientado a la elaboración de cuadros sinópticos y síntesis de contenidos que permitan al alumno consolidar el aprendizaje independiente.

### **6.2. Medios**

- a) Entornos Virtuales: Uso intensivo de la plataforma Moodle, herramientas de Google y Microsoft Excel para el procesamiento de datos comerciales.
- b) Recursos Multimedia: Empleo de diapositivas interactivas, videos especializados y acceso a bases de datos en internet para el análisis de mercados en tiempo real.
- c) Fuentes de Consulta: Manejo de bibliografía especializada y textos guía que soporten el rigor académico de la asignatura.

### **6.3. Formas de organización**

- a) Sesiones Teóricas: Espacios de debate y discusión enfocados en la internalización de conceptos clave del sector externo.
- b) Sesiones Prácticas: Desarrollo de talleres y resolución de casos reales mediante el uso de herramientas virtuales, con especial énfasis en la simulación de operaciones de comercio exterior.

### **6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social**

- a) Investigación Formativa: Ejecución de un análisis diagnóstico titulado "Comportamiento del comercio exterior de la región Arequipa, periodo 2019-2025", utilizando fuentes oficiales como MINCETUR y SUNAT para vincular la teoría con la realidad local.
- a) Responsabilidad Social: Transferencia de conocimiento a la comunidad a través de un Webinar, donde los estudiantes presentarán los hallazgos de su investigación, vinculando así sus competencias

académicas con las necesidades del entorno social.

## 7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Clase inaugural: Lineamiento del curso-silabo	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	3.00
1	Introducción al Comercio Internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	6.00
2	Operatividad Aduanera	O. Aroquipa - J. Sobenes	6	12.00
3	Incoterms - Contrato de Compra Venta Internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	8	20.00
4	Empresa exportadora	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	25.00
5	Financiamiento a las exportaciones-beneficio a las exportaciones	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	30.00
6	Medios de pago internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	35.00
7	Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA)	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	38.00
7	Búsqueda de Partida Arancelaria	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	43.00
8	Medidas arancelarias, preferencias arancelarias	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	46.00
9	Acuerdos comerciales	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	49.00
10	Precio de exportación - Presupuestos	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	52.00
11	Marketing internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	57.00
11	Producto exportable	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	62.00
12	Mercado objetivo	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	67.00
12	Acceso a mercados	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	70.00
13	Agencia de Aduanas	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	73.00
13	Logística integral	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	76.00
14	Distribución Física Internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	79.00
14	Transporte internacional	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	84.00
15	Envases y embalajes	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	89.00
15	Etiquetado	O. Aroquipa - J. Sobenes	5	94.00
16	Exporta Fácil e Importa Fácil	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	97.00
17	Comercio electrónico	O. Aroquipa - J. Sobenes	3	100.00

## 8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

### 8.1. Evaluación del aprendizaje

La evaluación de la asignatura es un proceso integral y permanente que busca medir el logro de las competencias propuestas a través de los siguientes componentes:

a) Evaluación Continua (Formativa): Representa el seguimiento del progreso del estudiante mediante actividades prácticas y participativas. Incluye:

\* Control de Asistencia y Participación: Valoración de la puntualidad y la intervención proactiva en los debates académicos.

\* Gestión Práctica: Resolución de ejercicios, análisis de casos operativos de comercio exterior y controles de lectura permanentes.

\* Desempeño Académico: Exposiciones de resultados de casos prácticos y sustentación del proyecto final de investigación.

b) Evaluación Periódica (Sumativa): Destinada a verificar la consolidación de los conocimientos teóricos y

declarativos en momentos clave del semestre.

\* Consiste en la aplicación de tres exámenes parciales obligatorios, distribuidos de manera secuencial según el cronograma académico.

c) Examen de Subsanción o Recuperación: Proceso extraordinario de evaluación (sustitutorio) orientado a aquellos estudiantes que requieran recuperar una nota o regularizar su situación académica según el reglamento vigente de la Facultad.

## 8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	EVAL. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	12-05-2026	13%	20%	33%
Segunda Evaluación Parcial	13-06-2026	13%	20%	33%
Tercera Evaluación Parcial	31-07-2026	14%	20%	34%
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

## 9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

Para la aprobación satisfactoria de la asignatura de Comercio Exterior, el estudiante deberá cumplir con las siguientes disposiciones:

a) Estructura de Evaluación: El curso se desarrolla en tres fases consecutivas, donde cada una integra la calificación de un examen parcial, el registro de asistencias, la participación activa en clase y la entrega puntual de lecturas y casos prácticos.

b) Nota Mínima Aprobatoria: El estudiante debe obtener una calificación final promedio igual o superior a doce (12) puntos para ser considerado aprobado en la asignatura.

c) Asistencia Obligatoria: Es requisito indispensable mantener un porcentaje de asistencia no menor al ochenta por ciento (80%) en todas las actividades que requieran evaluación continua, tales como prácticas, talleres y seminarios. El incumplimiento de este porcentaje derivará en la situación de "Abandono".

d) Derecho a Reclamo: El alumno tiene el derecho de observar o ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones inmediatamente después de su entrega por el docente. Este derecho se pierde si el estudiante no se presenta en la fecha establecida o si han vencido los plazos oficiales de culminación del semestre académico.

e) Condición de Abandono: Se considerará en situación de "Abandono" al estudiante que no registre alguna de sus evaluaciones periódicas y no haya gestionado formalmente su evaluación de rezagados dentro del plazo oportuno.

## 10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

### 10.1. Bibliografía básica obligatoria

[1] Alejandro E. Lerma M. (2020). Comercio y Marketing Internacional 5ta Ed. CENCAGE Learning, México. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

[2] Charles H. (2015). Negocios Internacionales. 10ma Ed. Editorial Mc Graw Hill. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

[3] Martin M. y Martínez G. (2015). Manual Práctico de Comercio Exterior 5ta Ed. FC Editorial. España

[4] Philip R. y Cateora R. y Bruce M. y Gilly J. (2020) Marketing Internacional. 18ava Ed. Editorial Mc Graw Hill. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

## 10.2. Bibliografía de consulta

[5] Lombana C. (2016) Negocios Internacionales, fundamentos y estrategias 2da Ed. Ecoe Ediciones  
<https://www.ebooks7->

24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256

[6] Universidad Esan-Promperu. (2010). Manual y programa de capacitación para capacitadores en comercio exterior, 1ra Ed. Lima-Perú

### BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

- Aranceles a nivel mundial/ [www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- Cámara de comercio internacional / [www.iccspain.org](http://www.iccspain.org)-
- TRADEMAP. Estadísticas de comercio internacional [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- MINCETUR/ [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)
- Organización mundial del comercio/ [www.wto.org/indexsp](http://www.wto.org/indexsp)
- PROMPERU/ [www.exportemos.pe](http://www.exportemos.pe)
- SUNAT/ [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

Arequipa, 13 de Mayo del 2026

**AROQUIPA APAZA, ORLANDO**

**SOBENES SALAS, JULIO AUGUSTO**