

Fundamentos del Comercio Internacional

El objetivo general es que el alumno pueda analizar las distintas corrientes teóricas que fundamentan la existencia del comercio internacional, incluyendo las nuevas teorías, categorizando las acciones que dan origen a los procesos de integración económica y comercial, para aplicar los ordenamientos legales que surgen de las operaciones de comercio internacional.

Cuando hablamos de comercio internacional, debemos tener claro este tema no debe ser confundido con comercio exterior, el cual tiene un significado y alcance diferente, pero se tiende a creer que es exactamente lo mismo.

El comercio es uno de los elementos más importantes en la vida diaria, pues de él depende la subsistencia del ser humano. Necesario interesados en suplir necesidades en bienes y servicios económicos, escasos. Es precisamente aquí donde se generó un intercambio entre los consumidores y productores y, por lo tanto existe un beneficio mutuo.

Comercio internacional de acuerdo con algunos autores es “el intercambio de bienes, servicios y capitales entre diferentes países”. Otros dicen que es “el proceso por el que los países exportan e importan bienes, servicios y capital financiero”.

Otros más opinan que el comercio internacional es “El intercambio de bienes de capital y de consumo, así como los servicios, entre países políticamente independientes o inclusive residentes de los mismos”.

La definición que adoptaremos será la siguiente: “Consiste en una serie de transacciones llevadas a cabo fuera de las fronteras nacionales a fin de satisfacer los objetivos de los individuos organizaciones involucradas, es tener un proveedor y un comprador en el mercado internacional”.

Podríamos decir entonces que el comercio internacional consiste en la adquisición de bienes, servicios y/o capitales que provienen de otros países, en donde se involucran los habitantes del planeta.

Piense usted que se levanta, observa la hora en un reloj Rolex, enciende tu televisor Sony a ver las noticias de CNN. Se baña con una regadera eléctrica Boccherini, se seca el cabello con un secador Dryer, desayuna cereales kellogs, con una tasa de café chiapaneco o colombiano, se lava los dientes con cepillos dentales Oral B, utiliza la pasta de dientes Hammer, se dirige a su trabajo en un BMW, con neumáticos Pirelli y carga gasolina Shell.

Al otro lado del mundo, un grupo de estudiantes japoneses se visten con Polo Lacost, pantalones Levis y tenis Nike, comen una hamburguesa en Sixties, compran una dona en Donut y se dirigen a su trabajo en un Ford Shelby Cobra con llantas Michelin.

¿Qué tienen en común este grupo de personas?

Que ambas están consumiendo productos fabricados en compañías extranjeras. Esto es comercio internacional.

Algunos autores definen comercio internacional como aquel proceso donde se realizan una serie de transacciones ya sea de bienes, servicios o capital (de origen extranjero), donde el intercambio de éstos, permiten satisfacer las necesidades de los individuos y entidades comprometidas directa o indirectamente.

Los autores especialistas lo definen como el intercambio de bienes, servicios y capitales entre dos países, compañías o individuos. Por una parte, hay un vendedor y, por la otra, un comprador, los cuales se denominan exportador e importador respectivamente.

Diferencia ente el comercio internacional y el Comercio Exterior.

Se parte del hecho de que el comercio internacional se realiza con dos partes involucradas, un exportador e importador. En otras palabras, los negocios internacionales son transacciones que se “originan en el movimiento de bienes como de servicios, de capital de personas, así como la transferencia de tecnología, que se realizan fuera de las fronteras nacionales”.

Es muy fácil confundir los términos, comercio internacional y Comercio Exterior, ya que ambos se relacionan con aquellas actividades fuera de las fronteras nacionales.

Comercio exterior.

Hace referencia al intercambio comercial de un país con relación a los demás, es decir, que se toma como referencia a un solo país, el comercio exterior de este es aquel que el mismo realiza con las diferentes naciones con las cuales, comercia.

El Comercio Exterior es aquella parte del sector externo de una economía que regula los intercambios de mercancías, productos y servicios entre proveedores y consumidores residentes en dos o más mercados nacionales y/o países distintos.

Por lo tanto, el sector productivo es la clave para un país pues es aquel que define la actividad económica realiza al basarse en la naturaleza de sus funciones y los principios del comercio multilateral (intercambio mercantil de varios países).

Comercio internacional.

Es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, en general todas aquellas operaciones, cualquiera que sea su naturaleza, que se realice entre naciones; es pues, un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas.

El comercio internacional es aquella actividad que existe entre naciones, las cuales se pueden dar a través de organismos oficiales o entre particulares.

En todas estas definiciones se encuentran unas creencias generales y otras diferencias específicas.

Diferencia general.

El comercio internacional es: “La impresión que se tiene de la persona que hace referencia a esta actividad (comercio) se encuentran un punto elevado en el espacio, que le permite contemplar de manera global, todas las relaciones económicas o al menos las más relevantes que se dan por todos los diferentes tipos económicos que participan”.

Mientras que el comercio exterior es el:

“Término que provee una colocación de un espectador que se refiere a este tipo de relaciones entre dos diferentes entes económicos, enfocándolos desde el lugar, o país, en el que se encuentra”.

Diferencias específicas.

El Comercio Exterior tiene en cuenta el intercambio del capital financiero y la inclusión de personas de negocios, es decir, “Se trata y transacciones físicas entre residentes de dos o más territorios aduaneros que se registran estadísticamente la balanza comercial de los países implicados”. En cambio, el comercio internacional, incluye, el flujo de relaciones comerciales internacionales, relaciones externas, acuerdos comerciales, sin hacer referencia a un país en específico.

El comercio exterior se refiere a “las formas, condiciones y contenidos”, mientras que el comercio internacional incluye las “importaciones, exportaciones operaciones comerciales”.

En el comercio internacional se evidencian “los movimientos comerciales y financieros que desarrolla un país con particulares

de otro país o entre dos estados diferentes”, mientras que en el comercio exterior es de carácter nacional, es decir, es “un acto de comercio entre residentes de un país con los de un país extranjero, teniendo en cuenta los requisitos administrativos, bancarios y fiscales que las legislaciones de ambos países se exigen”.

El comercio exterior es la actividad económica que permite el desarrollo dentro y fuera de los territorios, es decir incluye ambos comercios, a diferencia de comercio internacional que presentan desarrollo económico, sociocultural regulado por un sistema jurídico transparente.

La diferencia entre Comercio Exterior y comercio internacional alude al trato que se realiza entre los entes económicos en la línea de las fronteras nacionales.

Comercio Exterior	Comercio Internacional
Alusivo a las formas, las comisiones y contenidos.	Alusivo a la estática y dinámica del negocio.
Intercambio comercial de un país con relación a los demás países.	Abarca el flujo de relaciones comerciales, internacionales, pero no hace referencia a un país en específico.
Aquellas transacciones físicas entre uno o más territorios aduaneros.	Incluye importaciones, exportaciones y operaciones comerciales.
Aquella variable se refiere a la introducción de un país.	Actividad entre naciones.

Formas de comercio internacional.

Las formas de comercio internacional son el contexto de referencia que permiten a las empresas poder tomar las mejores decisiones a la hora de ampliar sus operaciones en el extranjero.

La manera en que las entidades deben entrar a estos mercados, es una decisión clave y el conocimiento de las formas de comercio internacional es un insumo valioso para poder tomar este tipo de decisiones.

Las formas de comercio internacional son:

- ✚ Fabricación bajo licencia.**
- ✚ Franquicias.**
- ✚ Maquilas.**
- ✚ Explotación en aguas internacionales.**
- ✚ Neocolonialismo.**

1. Fabricación bajo licencia.

Esta primera forma de comercio internacional es conocida como una estrategia cuando una empresa no puede exportar de forma directa a mercados internacionales. Cuando el acceso a los mercados exteriores no se puede llevar a cabo mediante la exportación de productos propios, de fabricación nacional, este obstáculo se puede muy bien sustituir mediante la cesión de tecnología a una empresa de otro mercado, a fin de que esta proceda a su fabricación mediante licencia.

La fabricación bajo licencia, se encuentra catalogada dentro de los llamados “contratos internacionales” y su función consiste materializar un acuerdo existente entre dos partes. Éstas dos partes se conocen como el inventor, que puede ser ya sea una persona o una empresa que posee una patente, y el licenciatarío que no es más que una organización autorizada para reproducir aquellos bienes que le han sido autorizados. Las organizaciones pueden ser de naturaleza variada, pequeños laboratorios, agencias gubernamentales, empresas industriales entre otros muchos.

Dentro de este tipo de contratos de fabricación bajo licencia, el dueño de la patente debe asegurarse de lo siguiente:

- **Confidencialidad.**
- **La no competencia de terceros.**
- **Cuantía y prontitud el pago.**
- **Establecer obligaciones y responsabilidades para el licenciatarario.**

Sin embargo, es importante, no sólo abordar el tema de las licencias de fabricación, desde el punto de vista de la empresa que desea incursionar en mercados internacionales, pero que aún no poseen infraestructura tecnológica para poderlo hacer, sino que a la hora de tomar una decisión de adoptar una estrategia como esta, es necesario entender la posición del licenciatarario.

Esta parte también espera poder recibir beneficios como fruto del acuerdo.

Estos beneficios son:

- **Incrementar cuantitativa y cualitativamente la producción.**
- **Sustituir la importación de un producto por su fabricación bajo licencia, con lo que se abastecerá del mercado nacional, incluso, en algunos casos, podrá enviar parte de la producción a mercados internacionales.**
- **Mejorar la gestión de su empresa cuando se aporte licencia técnica.**
- **Generar un desarrollo tecnológico en breve plazo.**
- **Establecer un sistema simple de pagos a través de lo usual en ventas.**

Todos los temas que más controversias causa es el relacionado con la fabricación bajo licencia con el tema de las patentes y derechos de propiedad intelectual.

Entre las empresas que más usan este sistema son las de tipo tecnológico y farmacéutico.

El tema de licencias de fabricación tiene como propósito final, traer beneficios económicos a las partes involucradas, sin embargo, en áreas como la farmacéutica es un tema de debate.

Por ejemplo, en Sudáfrica se intenta generar una amplia plataforma para limitar el monopolio de 20 años que otorga el derecho de patentes, esto es lo que inquieta a las empresas multinacionales.

Aquí no se trata únicamente de conseguir medicinas baratas, ya que prácticamente ningún sudafricano está en condiciones de comprar remedios médicos al precio del mundo occidental. Por eso se contempla adopción de medidas especiales para acortar la duración de las licencias y producir preparados de tipo genérico, para ello Sudáfrica debería declarar el estado de emergencia sanitaria.

La organización mundial del comercio se refiere este tipo de **licencias obligatorias, aquellas que se otorgan después de que una patente ha perdido su vigencia, como algo de difícil cuestión en países que no poseen una alta capacidad de fabricación.**

Es necesario concluir que, una empresa que decida expandirse a través de fabricaciones bajo licencia, debe considerar si el producto que va licenciar conflictos de este tipo, ya que ello afectará de las negociaciones hasta su comercialización.

2. Franquicias.

Este formato de negocio nació en 1929 en un contexto en el que se necesitaron crear nuevos modelos colaborativos entre grandes empresas debido a la ley de antimonopolio que las limitaban. Actualmente este tipo de formato de negocio es considerado una

manera más en que las economías de los países se vuelven más dinámicas:

El sistema de franquicias se trata de un modelo de negocio que goza de una gran expansión a nivel mundial y que ha ayudado a modernizar las estructuras comerciales de los países. Más adelante se dará una explicación amplia de las franquicias.

El propósito de una franquicia es lograr mediante un acuerdo legal, un beneficio económico entre dos empresas que tienen tanta independencia jurídica como financiera. Los productos que se franquician tienen una característica particular que es la rentabilidad comprobada, y su explotación se realiza en un marco previamente establecido en donde el franquiciado puede usufructuar los derechos de sus productos.

Cuando se contra una franquicia, ésta comprende al menos lo siguiente:

El uso común de una denominación o marca, la comunicación del *know how* la prestación de asistencia técnica durante la vigencia del contrato.

Algunos beneficios que presentan las franquicias son: permiten que una empresa puede expandirse en mercados tales como los emergentes. También son una importante forma de realizar marketing y funcionan como una estrategia para incentivar nuevas inversiones. Una franquicia permite también una reacción rápida hacia los nuevos mercados los cuales se caracterizan por una mayor exigencia del consumidor.

Las modalidades de la franquicia son:

Franquicia integrada, que es cuando comprende la totalidad del canal de distribución con excepción del consumidor.

Franquicia semi-integrada: es aquella que no abarca todo el canal de distribución.

Franquicia horizontal: es la que relaciona integrantes del mismo nivel dentro del canal de distribución. Dentro de esta franquicia horizontal están:

- **Franquicia de fabricante:** donde el franquiciador y franquiciado son industriales, y
- **Franquicia detallistas:** en la que la relación se establece entre comercio al detalle.

Según el lugar del contrato.

FRANQUICIA VERTICAL

Es aquella que se produce entre distintos niveles del canal de distribución.

Dentro de la franquicia vertical existen dos modalidades:

1. **Franquicia integrada:** cuando comprende la totalidad del canal de distribución con excepción del consumidor.
2. **Franquicia semi-integrada:** es aquella que no abarca todo el canal de distribución.

FRANQUICIA HORIZONTAL

La franquicia horizontal es la que relaciona a los integrantes del mismo nivel dentro del canal de distribución. Dentro esta franquicia horizontal hay dos divisiones:

1. **Franquicia de fabricante:** Donde el franquiciador y franquiciado son industriales.
2. **Franquicia para detallistas:** En la que la relación se establece entre fabricantes al detalle.

3. MAQUILAS

Dentro de las formas de comercio internacional existentes esta es la más problemática.

Definición 1. Dentro de la globalización, las maquilas constituyen una de las modalidades preferidas de los países industrializados para mejorar su competitividad internacional y aprovechar los bajos salarios prevalecientes en las naciones menos desarrolladas.

Definición 2. Es una forma económica estratégica del tipo ganar-ganar, tanto para las compañías extranjeras, como para las nacionales maquiladoras. Esta industria fue inicialmente desarrollada como un medio para mejorar la eficiencia de suministro de bienes manufacturados y también para ser un medio de empleo para los trabajadores de los países maquiladores.

El concepto económico de la maquiladora fue de producción compartida: la integración de la producción y negocios a nivel internacional para lograr un menor costo total industrial que fuera competitivo para los negocios de los productos vendidos en la economía global.

Definición 3. Las investigaciones de la industria maquiladora han sido orientadas hacia asuntos laborales, incluyendo productividad, empleo, todo lo relacionado con salud y derechos de los trabajadores. Las marcas internacionales y *retailers* en compartir la responsabilidad por las condiciones laborales que sus fábricas deben implementar prácticas y políticas que contribuyan a los derechos de los trabajadores que han sido explotados dentro de las fábricas.

A partir de las definiciones anteriores se puede construir a la siguiente definición de maquila: “es un modelo económico e industrial cuyo propósito es reducir los costos de producción empresas industrializadas para buscar ser más competitivos en los mercados. Implementar una maquila puede traer beneficios

tales como: mayor desarrollo industrial en zonas específicas donde se maquila, mayor tasa de empleo, pero también puede traer perjuicios sociales como: la explotación laboral y los abusos de los derechos humanos.

Los beneficios son los siguientes:

- √ **Generación de divisas por medio del valor agregado generado en el país.**
- √ **Generación de empleo intensivo en mano de obra, principalmente de baja calificación.**
- √ **Importación de tecnología y materias primas que generan desarrollo industrial.**

Por ejemplo, en México, además de traer el beneficio de aumentar sus exportaciones, el modelo industrial en forma de maquila emitió la industria tuviera cambios en sus modelos tecnológicos de producción. México empezó exportar productos considerados con tecnología alta.

Del punto de vista de **desventajas, se presenta una vulneración los derechos humanos, principalmente en niños y mujeres y falta de salarios dignos. Las maquiladoras para reducir sus costos de producción lo han hecho a través de la reducción de salarios. Otro punto negativo son las condiciones precarias de empleo, por ejemplo, haciendo contratos de trabajo sucesivos de corto plazo para evitar las prestaciones y en algunos países seguridad social y siempre considerando el empleado como temporal.**

4. Explotación en aguas internacionales.

Es un caso especial de maquila de carácter negativo. Es una de las más complejas que existen porque su práctica está ligada a confusiones jurídicas. El núcleo del problema es la explotación laboral en aguas internacionales donde se violan los derechos humanos. El problema se convierte en global. Un ejemplo son las llamadas zonas libres, donde no existen gravámenes ni impuestos. A los trabajadores se les oculta que no tendrán una mejor calidad

de vida, se somete abusos físicos y mentales, horarios abusivos, entre otros muchos.

5. Neocolonialismo.

es la idea básica del término neocolonialismo. El neocolonialismo tiene sus orígenes en lo que se conoció como imperialismo. En el siglo XIX, la industria empezó a surgir en medio de un contexto en el que existió la llamada concentración monopolista. Los monopolios se caracterizan en que la producción y venta de un bien específico se encuentra dominado el mercado por una sola empresa, cuyo poder económico le permite absorber a la competencia.

A medida que el capitalismo avanzó en la historia, se produjo la división internacional del trabajo, en la que las grandes potencias industriales empezaron a tener necesidades productivas como:

- ♪ Materias primas a bajo costo.**
- ♪ Mano de obra barata.**
- ♪ Obtener más cuota de mercado o abrir nuevos mercados.**
- ♪ Tierras y empleados para colocar excedentes de producción, entre otras.**

Esta división género en la economía mundial se separará en dos grandes grupos/bloques:

- 1. el grupo al que pertenecían los países que tenían industria y se volvieron dominantes.**
- 2. Los países pobres en bienes de capital y con atraso tecnológico que dependen de los otros países más ricos, pero que tienen recursos naturales y mano de obra en la industria necesita.**

Teniendo a estos dos bloques surgió lo que conocemos como imperialismo económico.

El ejemplo que nos debe llamar la atención es precisamente la relación comercial que tiene Estados Unidos en México. Esta relación se ve como han surgido en los últimos años la migración, la reservas. Este fenómeno ha sido estudiado e interpretado como una manifestación del neocolonialismo y ha dejado consecuencias como el abandono de las economías locales, la pérdida del empleo y un deterioro del tejido social.

Historia del comercio internacional.

Entre 1890 y la Primera Guerra Mundial (1914-1918), hubo una gran expansión del comercio internacional como consecuencia de las mejoras en el transporte, pero, tras esta guerra, la actividad se cayó prácticamente en todo el mundo y además se agravó con la crisis de 1929, con el crack de la Bolsa de Valores de Nueva York y a su vez con el surgimiento de la Segunda Guerra Mundial en 1939.

Durante la crisis de 1929, Estados Unidos fijo aranceles muy altos (Ley Smooth-Hawley de 1930) y para muchas importaciones se les aumentó un arancel hasta del 60%, aunque rápidamente esta alza recibió como respuesta actuaciones muy parecidas de otros países, que provocaron un espectacular aumento del proteccionismo mundial.

Por ejemplo, si el arancel promedio fluctuó alrededor del 15% entre 1860 y 1914, tras la Primera Guerra Mundial, debido a la aparición de la Ley Smooth-Hawley y a la respuesta de los países en general, subió hasta el 25% en 1933, lo cual provocó la caída espectacular del comercio mundial con un altísimo costo para todo el mundo.

De riesgo esta situación tan tensa, se decidió firmar un acuerdo estrenará esta plaga de proteccionismo se avanzada hacia la

liberación, es cuando aparece el General Agreement on Tariffs and Trade GATT, que fue lo que dio origen a lo que conocemos como Organización Mundial del Comercio OMC.

Pasó mucho tiempo para que la economía mundial volverá a los niveles de comercio anteriores a la Primera Guerra Mundial. Algunos países lo consiguieron rápidamente, con una relación de comercio/PIB mucho mayor en 1950 que en 1940, mientras que otros países no lo consiguieron sino hasta después de 1960.

Además del final de la guerra y de la firma del GATT, la disminución del costo de transporte de lo que contribuyó en gran medida ese crecimiento. También otro factor fue la aparición de los contenedores de transporte en 1956, lo que permitió que los bienes se transportaran en barco, ferrocarril o camión de una forma más eficiente y barata.

Como consecuencia de todos estos factores, de 1950, el comercio mundial aumentado con regularidad, tanto en valor absoluto como el porcentaje del producto interno bruto.

Existen obstáculos todavía, como lo son los aranceles, las infraestructuras de transporte, los conflictos armados y en general todos los factores que afectan en la fluidez de los intercambios de bienes y servicios entre los países.

En otro aspecto, la mayor parte de las trabas al comercio internacional, que no se encuentran en las barreras arancelarias tradicionales, la proliferación de las barreras no arancelarias (técnicas, sanitarias, administrativas, ecológicas, etc.), que son las que realmente están frenando al comercio a nivel mundial.

Un aspecto importante del comercio mundial es que, aunque tradicionalmente se centró en la compra y venta de productos, en la actualidad adquieren cada vez más importancia los servicios (financieros, viajes de turismo, etcétera). Por ejemplo, un boleto de entrada al Museo del Prado en Madrid, España a un ciudadano francés, es realmente una exportación de un servicio para Francia. De ahí que la balanza comercial, que es la diferencia entre lo que se exporta lo que se importa, por lo general se incluyan bienes y servicios.

Teoría de la ventaja absoluta.

Este concepto fue desarrollado por Adam Smith, el padre de la economía, quien afirmó que un país tiene una ventaja absoluta sobre otro, si con los mismos insumos puede producir un número mayor de un mismo bien (eficiencia). Esto no quiere decir que los países que no puedan comerciar puedan tener los beneficios del comercio internacional.

Otras definiciones:

- **Situación en donde una nación o persona, presenta características más eficientes que otros en la producción de un bien en comparación con otra nación o persona.**
- **En el contexto del comercio internacional, se ve como una comparación entre países donde el país X presenta mayor capacidad productiva y eficiencia, para la elaboración de un bien que el país Y, es decir, una mayor producción por unidad de factor.**
- **Ventaja que posee un país sobre otro en la fabricación de un producto, cuando para la elaboración del mismo, utiliza menos recursos que el otro.**

En este ejemplo del primer país tiene una ventaja absoluta en cuanto a cada uno de los bienes considerados y no tiene una ventaja comparativa para ninguno de los dos países. Si los recursos financieros se pudieran mover libremente entre distintos países, la ventaja de la teoría comparativa se disminuye que habría un dominio que tiene la ventaja absoluta.

Teoría de la ventaja comparativa.

Esta es la ventaja de la que goza un país frente a otro en la transformación de un bien, cuando este bien se puede fabricar a un costo menor, en comparación de otros bienes y también en comparación con sus costos respecto al otro país.

Otras definiciones:

- **Escenario en el que una nación logra producir un bien a costos menores en relación con otro país, con una vida útil esperada de funcionamiento del bien, siendo este último conocido como: “es la ventaja de la que goza un país sobre otro en la producción de un bien, cuando el país puede producir con menores costos, en términos de otros bienes y en comparación con su costo con la otra nación.**

Esta ventaja se da con dos países, territorios o personas, en el costo de oportunidad distinto al producir un bien o un servicio.

La teoría fue dada por David Ricardo, a principios del siglo XIX, generando un avance con relación a la teoría de la ventaja absoluta de Adán Smith.

En la ventaja comparativa se argumenta que, si un país no posee ventaja absoluta en la producción de ningún bien, será conveniente especializarse en aquellos bienes en los que su ventaja sea comparativamente mayor o bien que su desventaja sea comparativamente menor. Para David Ricardo, lo importante y definitivo en el comercio internacional no son los costos absolutos de producción de cada país, sino los costos relativos.

Para explicar la diferencia entre costos absolutos y relativos, los absolutos son aquellos que corresponden a los costos de producción de un bien, en los relativos son cuando relacionamos los costos y bien contra los costos de otro bien.

Teoría de la ventaja competitiva.

La teoría con su mayor exponente Michael Porter, se caracteriza por la diferencia entre los demás. Dicho de otra manera, es la diferencia o valor agregado de un producto o bien homogéneo. En esta ventaja, ambos países o empresas trabajan en base a una estrategia, con el fin de atraer más consumidores.

Alguna de las estrategias que se establecen son:

- **La marca (punto de referencia que hace la diferencia).**
- **Servicio al cliente (que es el arte de conectar con los demás).**
- **Proceso productivo (optimización haciendo más con menos esfuerzo).**
- **La tecnología (innovación).**

- **Personal (calidad humana).**
- **Infraestructura (diseño).**
- **Ubicación (punto estratégico).**

Bienes Commodity, clúster, economías a escala, dumping.

La traducción al español de Commodity, sería “artículo”. Sin embargo, el término artículo no nos dice nada respecto a lo que es Commodity, que son básicamente todos aquellos bienes que por lo general provienen del sector primario de la economía y que, por tanto, no han participado de las cadenas de valor y que se venden por volumen o por cantidad.

En otras palabras, son aquellas materias primas que han sufrido procesos de transformación muy pequeños o significantes o que no han sufrido ninguna transformación. Esto quiere decir que estos bienes poseen una característica homogénea entre ellos es que son similares entre sí.

Es importante mencionar que al presentar cierta similitud, debe existir un estándar en cuanto a las características y precios de los mismos. Es decir, si se compra dicho artículo en un lugar o en otro, el nivel de diferencia en precio se puede decir que debe ser prácticamente nulo. De hecho, existe un único precio para los Commodities. Por ejemplo, el vender petróleo crudo a otros países por carriles, su precio es insignificante frente al recibir el bien final ya transformado y listo para su uso (la gasolina).

Algunos Commodities:

- **Granos: soya, trigo, maíz, avena o cebada.**
- **Algodón, café, azúcar, cacao, concentrado de jugos.**
- **Energía: petróleo crudo, combustible, gas natural, etanol o nafta.**

- **Metales: oro, plata, cobre, platino, aluminio y paladio.**
- **Carnes: ganado bovino vivo, ganado porcino vivo, manteca o leche.**
- **Financieros: bonos a largo plazo, seguro, dólar, valores gubernamentales a 30 días.**

Los bienes Commodities y las inversiones.

En el pasado, no era atractivo invertir en Commodities por el tiempo y por el dinero invertido. Sin embargo, en la actualidad, con el avance de la tecnología, el campo de acceso para los inversionistas es mucho más amplio que antes, generando mayor oportunidad inversión y ganancias. Por ejemplo si yo y un Commodity vale 500 que mañana sube a 750, el inversionista habrá ganado el 50%; este retorno de inversión en lo que se denomina ganancia de capital. La inversión en Commodities, como cualquier otra, es comprar bienes a un precio bajo y venderlo a un precio alto y por esta razón es que representa un riesgo en la compra de este tipo de bienes, pero a su vez, el apalancamiento que esta genera, puede generar grandes ganancias y tal debido a que el tamaño en que se comercia es en contratos y no en acciones.

Clúster.

Es la agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes al mismo sector o segmento del mercado, que están cercanas geográficamente y que colaboran entre si para ser más competitivos.

También se define como las concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, firmas en industrias relacionadas e instituciones asociadas (Ejemplo: universidades, agencias y

asociaciones de comercio) en un campo particular que compiten entre ellos, pero también cooperan entre ellos.

Objetivos del clúster.

Los clústeres en el potencial de afectar a la competencia de cinco formas diferentes:

- 1. Por el aumento de la productividad de las empresas del grupo.**
- 2. Por impulsar la innovación en el campo.**
- 3. Estimular nuevas empresas en el campo.**
- 4. Por reducir comportamientos oportunistas.**
- 5. Por aumentar la presión de coordinación entre empresas.**

Características del clúster.

A partir de varias referencias que se tienen, se afirma que existen cuatro métodos que nos permiten identificar si existe o no un clúster:

- 1. Geográfico: cuando las actividades se concentran en una misma área.**
- 2. Sectorial: cuando las empresas operan en un mismo sector económico.**
- 3. Horizontal: cuando hay interconexión de empresas para compartir recursos.**

4. Vertical: los participan varias empresas en la cadena de suministros.

Cadenas de valor: Partiendo de que las cadenas de valor son grupos de negocios que permiten la compra y venta de productos entre ellos mismos, es evidente proximidad entre proveedores y compradores y por lo tanto se está creando un clúster en donde se busca reducir los costos para mejorar la oferta y por consecuencia la demanda.

Oferta de capital: La oferta de capital se basa en clases ocupacionales. Empresas que manejan similares tipos de ocupaciones y/o competencias en sus recursos humanos, deben generar un mayor número de colaboradores con las competencias necesarias para su compañía. Es el conjunto de personas reducen los costos en el proceso de reclutamiento y selección, puesto que la búsqueda es mucho más sencilla, pues estarán allí a la mano, lo cual eleva la productividad de todos los trabajadores de las empresas relacionadas. En la medida en que este tipo de trabajadores se concentran y especializan en ciertas áreas, igualmente las instituciones de formación pueden prosperar económicamente y elevar el nivel general de productividad.

Conocimiento: será en base a lo que se puede realizar a partir del propio conocimiento que se tiene o posee que sirve como referencia para mejorar.

Tecno-clústeres: Agrupaciones orientadas a la alta tecnología, adaptadas a la economía del conocimiento, teniendo como base la investigación y suelen tener como núcleo a universidades de renombre y centros de investigación.

Clústeres *know how* histórico: Se basan en éste, ya que permiten determinar las capacidades y habilidades propias de cada persona

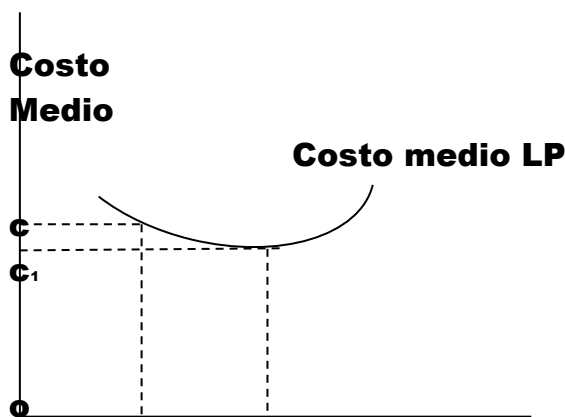
que tiene sobre cierta actividad y que pueden servir de referencia para otros.

Clústeres de *endowment* (dotación) factorial: son agrupaciones creadas debido a la existencia de ventajas comparativas, pudiendo estar asociadas a elementos geográficos particulares.

Economías a escala.

Conocer las economías de escala se hace referencia a la capacidad que tiene una empresa para alcanzar un nivel óptimo de acción, donde se produce más con menos coste. O sea, mayor cantidad producida menor costo por unidad producida. Estos costos se reducen debido a que cuanto más se produce en menores serán los costos relativos de producción por cada unidad.

En una empresa que logró alcanzar dicho poder, éste le permite tener una ventaja en comparación con las demás empresas, ya que puede ofertar mejores precios, por lo tanto, se puede decir que las empresas más grandes generan mayor rentabilidad. Cuando una empresa utiliza al máximo de su capacidad instalada o hace compra de materia prima, obtiene mejores precios, mayores descuentos, de manera que el costo de adquisición sea mucho menor al llevar a cabo una compra de alto volumen, ya que se llega a un ajuste de precios a la baja con los fabricantes.



Q1 Q2 Producción

Esta gráfica que muestra en la medida en que se aumenta la producción de Q1 a Q2 los costos medios disminuyen de C a C1, por lo tanto, si se compra un bien o servicio, en cuanto se venda, menor será el costo de financiamiento y se obtendrá una mayor ganancia. Sin embargo, si se invirtiera en dicho bien o servicio en las ventas no fueron tan altas, los costos fijos seguían siendo los mismos pero la ganancia disminuiría.

Tipos economía de escala.

- ♪ **Crecientes:** el aumentar la producción (instalar más plantas), no aumentan mucho el costo de producción de los costos medios o costos unitarios.
- ♪ **Decrecientes:** aumentar la producción (más plantas), que aumentan más que proporcionalmente, aumentará los costos unitarios y costos medios.
- ♪ **Constantes:** al aumentar la producción, los costos se incrementan la misma medida, así mismo si los insumos se reducen en una determinada proporción, el producto presentará exactamente la misma reducción, el costo unitario no varía cuando el volumen de producción cambie, si se empleara los trabajadores en condiciones similares, la maquinaria utilizada seguía la misma, por lo tanto, los asuntos esperados serían la producción se duplicara en comparación de lo que produciría un solo obrero con una sola máquina.

Clasificación de las economías a escala.

- ♪ **Interna:** se presenta en la empresa es debido a diversas variables implementadas, como lo que crecer el aumento de la capacidad instalada, e introducir nuevas técnicas de

producción, mejorar los costos a medida que se incrementa la producción. Todos estos cambios son controlados internamente por la empresa.

El poder económico de las grandes empresas, permite comprar a granel, esto permite hallar reducción del costo por unidad en materia prima. Si la empresa reduce su costo se incrementa la fabricación de bienes habrá alcanzado realizar economía de escala.

- ♪ **Externa: será externamente a la empresa, ya que hay muchas variables exógenas como por ejemplo nuevas leyes, materias primas, clima, costumbres de los habitantes de otros, decisiones gubernamentales o cambios en la industria. Una baja en los impuestos ayudará a disminuir los costos de producción. Si se quedan mejores accesos viales, se verá esto reflejado en menores costos de producción para las empresas de la zona afectada. Si se aumentan el número de empresas dedicadas a la fabricación de muebles en un determinado lugar, esto generaría beneficios económicos a todas aquellas compañías en donde se evidencia que va a existir una disminución de los costos de fabricación debido al aumento de la producción.**

Dumping.

Es una feria del mercado en el comercio internacional, puesto que es una práctica de comercio desleal, en la cual se vende un bien del país importador a precios por debajo de los del mercado de esa nación.

En la manipulación de precios, donde una empresa vende un bien a precios inferiores a los del mercado. Muchas veces a precios más bajos que en el mercado interno inclusive hasta con pérdida para la empresa que produce el bien con distintas finalidades. Esta práctica desleal tiene la habilidad de mantener

apartados los mercados, en pocas palabras, dividido los mercados de influencia con estrategias diferenciadas de mercadeo. Esto es lo que hace Estados Unidos con México.

Cosas del dumping.

En los países exportadores en su mercado doméstico, el dumping será por las siguientes razones:

- ♪ **Sobreproducción que causa excedentes.**
- ♪ **Deseo de apoderarse del mercado exterior.**
- ♪ **Pudiera ser el país que importa, el dumping pudiera ser favorable.**

Tipos de Dumping.

- ♪ **Esporádico: es aquel en que el exportador o productor presenta un exceso de mercancías y la demanda en el país donde se produce el bien no es favorable, por lo que se ve obligado a llevarlas a otros mercados en el exterior.**
- ♪ **Predatorio: es aquel en que el exportador llega con precios inferiores al país en el extranjero, haciendo la demanda se dirija hacia él, hasta el punto que logra sacar del mercado a toda su competencia convirtiéndose en monopolio, así poder subir los precios nuevamente. Este tipo es el más dañino, por lo que se considera una práctica desleal de competencia.**
- ♪ **Existente: se basa en el firme propósito de incrementar las utilidades de un monopolista, el cual se da cuenta de que los mercados propios y del extranjero están desconectados debido a los altos costos de transporte, barreras arancelarias, aranceles entre otros.**
- ♪ **Echange dumping: sucede cuando hay una devaluación en el país, favoreciendo de esta manera las exportaciones. Este es el caso típico de México, que al devaluarse el peso, los**

extranjeros compran lo mismo o más a menor precio debido a la devaluación de la moneda.

- ♪ **Freight dumping (De carga o de flete).** Se presenta cuando un gobierno crea tasas preferenciales para el transporte de algunos bienes destinados a la exportación. Esta manera se puede decir que se está enfocando en la disminución del costo de transporte y no en los costos de producción.
- ♪ **Dumping oculto.** Se fijan precios iguales en ambos mercados, de tal manera que no se detecte el dumping, pero existen diferencias marcadas en el bien como lo es la calidad, la presentación, la tecnología, valor agregado, el estilo u otras variables dependientes está ofertando.

Clases de Dumping;

- ♪ **Dumping Oficial.** Se crea cuando el gobierno establece subsidios a las exportaciones.
- ♪ **Dumping Social:** consiste en la disminución de los costos que obtienen los productores, gracias al abaratamiento del costo de la mano de obra, debido a violaciones a la ley Federal del trabajo.
- ♪ **Dumping ecológico:** En este caso, los favorecidos son los productores por lo general de países tercermundistas con legislaciones de medio ambiente poco rigurosas.

Después de haber visto lo anterior, a la fecha países cuentan con leyes antidumping, que son medidas encaminadas a tirar el mercado interno de la competencia y a veces también con competencia desleal externa.

MODELO Heckscher-Ohlin.

Existen diversos modelos que contribuyen al desarrollo del comercio internacional. El modelo Heckscher-Ohlin, también llamado teoría de las proporciones factoriales, presenta sin duda beneficios al comercio. Nace de las críticas realizadas al modelo de Ricardo. El modelo Heckscher-Ohlin hoy en día es una de las teorías del comercio internacional más importantes, ya que dictamina que si un país tiene abundancia de uno de los factores de la producción (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, o sea que en los países tienen exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados. Los tubos que este modelo es explicar el funcionamiento del flujo internacional comercial para definir las circunstancias bajo las cuales los países comercian entre sí.

Supuestos de la teoría Heckscher-Ohlin.

- ♪ **Hay dos países, nación 1 y nación 2, con dos bienes X y Y y dos factores de producción, trabajo y capital.**
- ♪ **Ambos países tienen la misma tecnología de producción.**
- ♪ **La mercancía X es intensiva en trabajo, y la mercancía Y es intensiva en capital en ambos países.**
- ♪ **Las dos mercancías se producen con rendimientos constantes a escala en ambos países.**
- ♪ **Hay especialización incompleta en la producción en ambos países.**
- ♪ **Las preferencias son iguales en ambos países.**
- ♪ **Existe competencia perfecta en los mercados de mercancías y también de los factores de producción en ambos países.**
- ♪ **En movilidad perfecta de factores dentro de cada país, pero no hay movilidad internacional.**

- ♪ **No existen costos de transporte, aranceles, y otras obstrucciones al libre flujo del comercio internacional.**
- ♪ **Todos los recursos se emplean por completo en ambos países.**
- ♪ **El comercio internacional entre los dos países está equilibrado.**

La teoría Heckscher-Ohlin H-O se presenta en forma de teoremas:

- 1. Teorema H-O que trata y predice el patrón de conducta del comercio.**
- 2. Teorema de igualación en los precios de los factores que aborda el efecto del comercio internacional sobre los precios de los factores.**

El teorema Heckscher-Ohlin predice que un país exportará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya función requiera del uso intensivo del factor relativamente escaso y caro. En otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exportará la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importará la mercancía relativamente intensiva en capital.

Debido a que la teoría pone de relieve la interacción entre las proporciones entre los diferentes factores están disponibles en diferentes países, y la proporción en que son utilizados para producir diferentes bienes, también se le conoce como la teoría de las proporciones factoriales.

El teorema de la igualación de los precios de los factores, también se le conoce como el teorema de Heckscher-Ohlin-Samuelson, debido a que Paul Samuelson (Premio Nobel de economía 1976) de quien comprobó este teorema de igualación de precios de los factores. El teorema de igualación de los precios los factores nos

dice que el comercio internacional dará lugar a la igualación en las remuneraciones relativas absolutas a los factores homogéneos a través de las naciones. De igualación absoluta de los precios de los factores, significa que el libre comercio internacional también iguala los salarios reales para el mismo tipo de trabajo en los dos países, así como la misma tasa real interés para el mismo tipo de capital en ambas naciones. En realidad, la igualación de los precios de los factores no se observa a causa de enormes diferencias de recursos, barreras comerciales y diferencias internacionales en tecnología.

Este modelo es muy importante frente al comercio internacional porque busca:

- ♪ **Demostrar que los países pueden presentar menores costos de oportunidad en la producción de bienes cuando las técnicas empleadas para la producción de estos, no presentan los factores necesarios para su desarrollo, es decir, no tienen factores abundantes.**
- ♪ **El modelo busca que los países exportan aquellos bienes que tengan una ventaja comparativa e importen aquellos bienes que presenten una desventaja comparativa.**
- ♪ **El comercio se ve como un sustituto de la modalidad internacional de los factores.**
- ♪ **Para que los costos relativos de producción se igualen, es necesario que se presente un equilibrio en los precios relativos, esto por medio de libre comercio; es decir, los países deben presentar el mismo rendimiento constante a escala y la misma tecnología entre sí.**

Diamante y fuerzas de PORTER.

Diamante de Porter.

Este modelo permite determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado largo plazo, y para ello se realiza una evaluación de sus recursos y objetivos frente a cinco fuerzas administran la competitividad.

Este modelo recibe el nombre del diamante competitivo, en el cual interactúan los cuatro requisitos de las ventajas competitivas que provienen de la ubicación de las empresas, los sectores y sus interrelaciones.

Estos principios son elementos, deben funcionar adecuadamente para lograr el éxito competitivo de los sectores. Los cuatro determinantes básicos son:



Industrias conexas y de apoyo

Casualidad

- 1. Estrategias, estructura rivalidad de las empresas. En este aspecto el DELC incluye un concepto de competencia empresarial distinto al de la competencia salvaje existe en la actualidad y para la cual se propone un sustituto de competencia, sustituyéndolo por la EMULACIÓN.**
- 2. Condiciones de la demanda. En el tamaño del mercado interno sería la más importante. Aquí no se toma en cuenta el mercado interno como una determinante de la gran importancia en la que el mercado interno es parte importante del mercado internacional.**
- 3. Industrias relacionadas. Están unidas como en una cadena, y que son internacionalmente competitivas.**
- 4. Condiciones de los factores de producción. Son localización, clima, recursos naturales, capital de trabajo. También considera otros factores avanzados como son: fuerza de trabajo calificada, dado tecnológico de los sistemas de comunicación, institutos de investigación y similares.**

Las cinco fuerzas.²⁶

El poder colectivo de las 5 fuerzas (Ver diagrama del diamante competitivo) determina la capacidad de beneficio de un cierto sector. Esto puede ser intenso en donde algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existe rentabilidad elevada. El objetivo de la empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor. Si bien, a simple vista las industrias pueden parecer muy distintas entre sí, los sectores subyacentes de la rentabilidad son los

mismos. Si queremos comprender la competencia industrial de la rentabilidad en cada uno de los sectores de la industria, y no debemos analizar las cinco fuerzas que conforman su estructura subyacente común. En otras palabras, esto es similar a las variables del FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades, amenazas) en lo relativo a las amenazas:

- 1. La amenaza de nuevos competidores.**
- 2. La influencia de los proveedores.**
- 3. La influencia de los compradores.**
- 4. La amenaza de los sustitutos.**
- 5. La rivalidad entre los competidores existentes.**

Si estas fuerzas son intensas, como ocurre en sectores como el a ello, textil ú hotelero, prácticamente ninguna empresa obtiene beneficios de su inversión. Si las fuerzas son positivas, como ocurre en tecnología de información, refrescos, artículos de aseo, muchas empresas tienden a ser rentables.

Lo que impulsa la competencia y la rentabilidad definitivamente el estructura de la industria, manifestada en fuerzas competitivas, y no en el hecho de si se produce un producto o servicio determinado, si es emergente, o maduro, si es de alta o baja tecnología, o si está regulado o no.

Para comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes nos revela los orígenes de la rentabilidad utilidad actual de una industria en determinado sector, el tiempo que nos ofrece en un marco para anticipar influir en la competencia a lo largo del tiempo. La estructura saludable de una industria debía ser el aspecto competitivo a considerar por los que hacen las estrategias, al igual que la posición de sus empresas. La comprensión esta estructura en una industria determinada es también fundamental para lograr un posicionamiento estratégico efectivo, debe defenderse de las fuerzas competitivas y

moldeadas en beneficio de la propia empresa son aspectos cruciales de estrategia.

Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia de un sector determinado.



FUERZA 1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: Los nuevos competidores por lo general traen consigo nuevas capacidades, un deseo de participar en una porción del mercado.

Barreras de Entrada. Son ventajas de las que gozan los que ya están establecidos y que impiden parcialmente a los nuevos competidores que están entrando al mercado. La amenaza de entrada es un límite al potencial de beneficios de la industria. Cuando la amenaza es real, los integrantes deben reducir sus precios o incrementar la inversión para detener a los nuevos competidores.

La amenaza de entrada es alta y la rentabilidad de la industria se ve reducida o moderada. La amenaza de entrada es lo que sustenta la rentabilidad y no el hecho de si se produce o no. Existen 7 fuentes principales.

- 1. Economías de escala por parte de la oferta.** Estas economías surgen cuando las empresas que producen a gran volumen se benefician de precios más bajos por unidad, porque pueden repartir los costos fijos entre más unidades.
- 2. Beneficios de escala por parte de la demanda.** Estas ventajas se conocen como “efectos de red” que surgen en industrias donde la disposición de un comprador a pagar por el producto se incrementa al haber otros compradores que también le compran a la misma empresa.
- 3. Costo por el cambio de clientes.** Los costo de cambio son costos fijos que los clientes deben pagar cuando cambian de proveedor, por ejemplo, cuando se cambian las especificaciones del producto. O por ejemplo cuando una empresa migra a un software ERP tipo SAP, los costos se incrementan sensiblemente por la compra y por la capacitación individual a los nuevos usuarios del sistema.
- 4. Requisitos de Capital.** La necesidad de invertir grandes recursos financieros para entrar a competir en el mercado puede desalentar a los posibles aspirantes, sobre todo si son gastos no recuperables y por tanto difíciles de financiar, como por ejemplo, campañas de publicidad.
- 5. Beneficios para los miembros, independientemente del tamaño de la empresa.** Los integrantes establecidos pueden gozar de las ventajas en la calidad o en los costos que no tienen los posibles rivales. Por ejemplo, ya cuentan con tecnología, acceso a mejores costos con proveedores. Por ejemplo Wal-Mart que instalan sus tiendas en lugares independientes, en lugar de centros comerciales, ya que en esos centros se encuentran a comerciantes rivales establecidos.
- 6. Acceso desigual a los canales de distribución.** El nuevo inversionista debe asegurar la distribución de su producto o servicio. A veces, el acceso a la distribución constituye una

barrera infranqueable que los nuevos jugadores deben esquivar los canales de distribución o crear otros canales propios.

7. Política restrictiva gubernamental. El gobierno puede favorecer o entorpecer al nuevo integrante, por ejemplo, exigiendo licencias e imponiendo restricciones a la inversión extranjera

8. Influencia de los proveedores. Los proveedores influyentes monopolizan más valor para ellos mismos al cobrar precios elevados, limitando la calidad o los servicios o cargando sus costos a los participantes de la industria. Por ejemplo Microsoft ha erosionado la rentabilidad entre sus competidores subiendo los precios de su sistema operativo.

Los proveedores se consideran influyentes si:

- **Están más concentrados que la industria a la que le venden (Monopolio de Microsoft).**
- **No dependen demasiado de la industria para generar sus utilidades.**
- **Los participantes de la industria se enfrentan a fluctuaciones en los costos de los proveedores inestables. Es caro adaptarse a los nuevos sistemas de manejo de un producto de otro proveedor, como por ejemplo aprendiendo a utilizar Bloomberg utilizados por los financieros.**
- **No existe sustituto de algún producto que ofrece el grupo proveedor; los sindicatos de pilotos, por ejemplo, que tienen una gran influencia sobre las empresas aéreas.**

9. La influencia de los compradores. Los clientes influyentes pueden forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones, como las que se ofrecen año con año los

nuevos modelos de automóviles. Ejercen presión para que los precios bajen.

- 10. La amenaza de los productos que sustituyen a los actuales. Por ejemplo, una videoconferencia puede sustituir a un viaje físico de una reunión de negocios. Y la rentabilidad de la industria se afecta por este nuevo sistema de comunicación.**
- 11. Rivalidad entre competidores. Por ejemplo descuentos, mejoras en los productos o servicios. El crecimiento se hace lento por la lucha en la mayor participación de mercado. Aquí es donde se reducen costos para bajar precios y tener mejor participación del mercado.**
- 12. Implicaciones para la estrategia. Basado en la intensidad de las 5 fuerzas competitivas determina el potencial de utilidades a largo plazo porque establece el modo en que se reparte el valor económico que crea: cuánto está en manos de las empresas, en qué cantidad retienen a los clientes cautivos, que tantos productos similares se venden y compiten con los ya existentes.**

Comprender la estructura de un sector es igualmente importante tanto para los inversionistas como para los directivos. Las 5 fuerzas nos dice si una industria es realmente atractiva o no lo es. Se pueden detectar posibles problemas mediatos e inmediatos.

Esta forma de pensar estratégica (a largo plazo) acerca de la competencia es una forma efectiva de tener éxito asegurado en las inversiones hechas por los financieros.

Señale con falso (F) o verdadero (V) cada una de las siguientes afirmaciones:

1. Definición de comercio internacional

() a) Actividades comerciales o económicas relacionadas con el intercambio de bienes y/o servicios entre diferentes naciones del mundo.

() **b) Actividades comerciales o económica que llevan a cabo grandes grupos de naciones organizadas.**

() **c) Intercambio de bienes y/o servicios llevado a cabo entre diferentes ciudades de una nación.**

2. Para la definición de comercio exterior:

() **a) La definición de Comercio Exterior se encuentra inmersa en el comercio internacional**

() **b) El comercio exterior es de carácter universal y se refiere al intercambio económico dado entre diversas naciones.**

() **c) Cuando se evalúa desde el interior de un país refiriéndose Al intercambio de bienes y servicios entre un país y otro, es cuando hablamos de comercio exterior.**

3. En el siguiente enunciado se listan algunas características que corresponden a los conceptos de comercio internacional y comercio exterior. Debe usted relacionar cada una de ellas en su respectivo recuadro, anotando el número de la característica en el respectivo espacio.

a) De carácter Universal, abarca todas la naciones del mundo.

b) De carácter Nacional, intercambio entre dos naciones.

c) Intercambio entre bloques comerciales.

d) Exportaciones de café mexicano hacia EUA.

e) Relaciones comerciales entre la Unión Europea y Mercosur.

f) Intercambio comercial dado entre una empresa mexicana y una argentina.

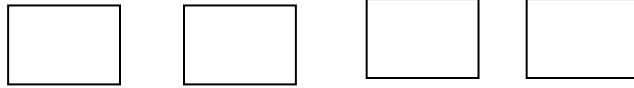
g) Es regido por los Tratados de Libre Comercio.

h) Es regido por la normatividad nacional del país en cuestión.

COMERCIO INTERNACIONAL

--	--	--	--

COMERCIO EXTERIOR



4. El siguiente es una narración que describe la historia del comercio internacional. Llene usted los espacios correspondientes:

El comercio internacional.

Para hablar de la historia del _____ hay que remitirse a los inicios del comercio mismo en sí, donde inicialmente se generaba por medio de _____, o intercambio de bienes y servicios a cambio de otros bienes y servicios, con el pasar de los tiempo se fueron presentado algunos inconvenientes inherentes a trueque, como la dificultad para establecer igualdad al _____ de dos bienes muy diferentes entre sí, lo que suponía un difícil acuerdo entre las partes involucradas. Es en este punto en donde surge el _____, que básicamente consistía en otros bienes exclusivamente destinados a intercambio _____.

Desde momentos previos a la aparición del dinero, las poblaciones organizadas ya _____ sus bienes con otras poblaciones, probablemente por residencia, o simplemente para obtener mayores _____. Esta misma causa se mantiene hasta el día de hoy, donde los _____ buscan satisfacer sus distintas necesidades generadas por la ausencia de algunos productos o servicios no presentes en su territorio geográfico, por ende, les es necesario _____ desde las diferentes naciones del mundo, caso opuesto se da en aquellas naciones en las que es abundante un determinado producto y/o servicio producido en su territorio, donde una vez satisfecha la _____ se procede a realizar la venta del mismo hacia otras naciones, fenómeno conocido como _____. En este punto, se puede concluir que el comercio internacional se genera debido a poca autosuficiencia de las naciones, siempre será necesario la _____ de los productos que las demás naciones ofrecen, cada uno de ellos con sus respectivas _____ que determinan la elección hacia uno o más productos determinados.

- ***Adquisición***
- ***Ventajas comparativas***
- ***Comercio***
- ***Trueque***

- *Valor*
- *Importarlos*
- *Demanda Nacional*
- *Exportación*
- *Dinero*
- *Económico*
- *Intercambian*
- *Necesidades básicas*
- *Riquezas*
- *Países*

5. Para las siguientes afirmaciones, seleccione la respuesta correcta marcando con una "X"

a. Capacidad de una persona o país para producir un bien o servicio utilizado relativamente menos recursos que otros.

- Ventaja Comparativa.**
- Ventaja Competitiva.**
- Comercio Exterior.**
- Capacidades de Producción**

b. La ventaja comparativa fue un modelo diseñado por David Ricardo para dar una mejoría a la Teoría de la:

- Relatividad general.**
- Las 5 fuerzas de Porter.**
- Ventaja absoluta.**
- Ventaja comparativa.**

c. La ventaja comparativa otorga una gran importancia a los costos, siendo éstos:

d.

- Costos Absolutos.**
- Costos Indirectos.**
- Costos Fijos.**
- Costos Relativos.**

6. De las lista que se presenta a continuación, maque con una “X” ¿Cuáles de estas características forman parte de la “Ventaja Competitiva”?

- Busca una posición favorable frente a sus competidores.**
- Supone la utilización del costo más bajo posible.**
- La optimización del recurso humano es el pilar fundamental de la misma.**
- Utiliza estrategias básicas como campañas publicitarias, promociones, cambios de imagen, etc.**
- Es duradera, se mantiene a lo largo del tiempo y no requiere de mayor intervención.**
- Requiere de innovación y mejora constantes.**
- Algunos aspectos sobre los cuales una empresa Puede tener ventajas como: marca, calidad del Producto o el servicio al cliente.**
- Postulada por David Ricardo en el Siglo XIX.**

7. Con una línea, relacione el texto del lado izquierdo, con su respectivo concepto ubicado en el lado derecho:

Poseen un valor o utilidad comercial, pero tienen un muy bajo nivel de diferenciación.	
Bienes duraderos usados en la	{ DUMPING

producción de bienes y/o servicios	
Agrupación de empresas pertenecientes al mismo sector industrial que colaboran entre sí	{ CLÚSTER
Venta de un producto a un precio considerablemente más bajo con respecto a los demás competidores	{ BIENES COMMODITY
Valor monetario cancelado a las autoridades aduaneras por importación de un bien y/o servicio.	