

Nombre de la asignatura o unidad de aprendizaje

FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CICLO

ONCEAVO TRIMESTRE

CLAVE DE LA ASIGNATURA

LACE-1101

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso, el alumno manipulará los retos, oportunidades y factores clave en la competencia internacional, con el fin de aplicarlos en la formulación e instrumentación de estrategias administrativas dentro de la empresa.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- 1.1. Diferentes formas de hacer negocios en el plano internacional
- 1.2. Bienes
- 1.3. Servicios
- 1.4. Inversión
- 1.5. Propiedad intelectual
- 1.6. Solución de controversias
- 1.7. Notificación y vigilancia
- 1.8. Evolución de las estrategias en los procesos de internacionalización

2. EL FACTOR CULTURAL FRENTE A LOS NEGOCIOS

- 2.1. Impacto cultural
- 2.2. Identificación y dinámica de las culturas
- 2.3. Prácticas de conducta que afectan a los negocios
- 2.4. Estrategias para enfrentar las diferencias culturales

3. LOS FACTORES LEGALES Y POLÍTICOS FRENTE A LAS PRÁCTICAS COMERCIALES

- 3.1. El medio ambiente político
- 3.2. Ideologías políticas básicas
- 3.3. El impacto del sistema político en la toma de decisiones
- 3.4. Formulación e instrumentación de estrategias políticas
- 3.5. El factor legal y su influencia en los negocios

4. EL FACTOR ECONÓMICO

- 4.1. Elementos económicos para dividir a los diferentes países
- 4.2. Principales factores macroeconómicos que afectan las estrategias de negocios
- 4.3. El camino hacia la economía de mercado

5. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 5.1. Mercantilismo
- 5.2. Teoría de las ventajas absolutas
- 5.3. Teoría de las ventajas comparativas
- 5.4. Teoría de la especialización
- 5.5. Teoría del tamaño del mercado
- 5.6. Teoría del ciclo de vida del producto
- 5.7. Teoría de la similitud de los países
- 5.8. Grados de dependencia
- 5.9. Política de estrategias comerciales
- 5.10. Causas por las que las compañías tienden a la internacionalización
- 5.11. El papel de la empresa en el comercio

6. INFLUENCIA GUBERNAMENTAL EN EL COMERCIO

- 6.1. Paradojas en la aplicación de las políticas comerciales
- 6.2. Razones económicas para la intervención del Gobierno
- 6.3. Razones no económicas para la intervención del Gobierno
- 6.4. Barreras arancelarias
- 6.5. Barreras no arancelarias
- 6.6. La Organización Mundial de Comercio (OMC)
- 6.7. Como hacer frente a las políticas comerciales gubernamentales

7. ACUERDOS REGIONALES DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN ECONÓMICA

- 7.1. Tipos de integración económica regional y sus características
- 7.2. La unión europea
- 7.3. El tratado de libre comercio de América del Norte
- 7.4. Otras agrupaciones económicas regionales en el mundo
- 7.5. Acuerdos sobre productos básicos

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	
Bajo la Conducción Docente	De manera Independiente
	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Fichas de trabajo para analizar las características de la diversas formas de hacer negocios en el plano internacional. ❑ Cronología sobre la evolución de las estrategias en los procesos de internacionalización. ❑ Fichas de trabajo donde se analicen las diferentes estrategias para enfrentar las diferencias culturales. ❑ Propuesta sobre la formulación en instrumentación de una estrategia política. ❑ Investigación electrónica sobre las ideologías políticas básicas. ❑ Fichas de trabajo sobre cada una de las diversas teorías inmersas en el comercio internacional, analizando sus características, causas y su función dentro de la empresa. ❑ Cuadro comparativo para analizar las diferencias entre las razones económicas para la intervención del Gobierno y las razones no económicas. Publicar conclusiones en la red. ❑ Mapa conceptual sobre los tipos de integración económica regional. ❑ Trabajo analítico sobre las características y funciones básicas del Tratado de Libre Comercio de América

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ■ Fichas de trabajo (10%) ■ Cronología (20%) ■ Fichas de trabajo (10%) ■ Propuesta (20%) ■ Investigación electrónica (10%) ■ Cuadro comparativo (10%) ■ Mapa conceptual (10%) ■ Trabajo analítico (10%)

FORMA DE TRABAJO DURANTE EL CUATRIMESTRE

PUNTUALIDAD: Las clases presenciales son los JUEVES 19:00 a 22:00 Hrs.
TOLERANCIA 05 MINUTOS.

INASISTENCIAS: **3 FALTAS EN EL TRIMESTRE ES EL MÁXIMO PERMITIDO PARA TENER DERECHO A EXÁMEN. LOS ASUNTOS DE TRABAJO NO SON EXCUSA PARA JUSTIFICAR FALTAS. AUSENCIAS POR OTRAS RAZONES SERÁN ADMITIDAS, SIEMPRE Y CUANDO SE AMPAREN CON SOPORTE DOCUMENTAL FEHACIENTE (Hospitalización, enfermedades graves, cirugía, fallecimiento de familiares cercanos, entre otras)**

COMPORTAMIENTO EN EL AULA: Ante todo deberá existir un clima de respeto mutuo, haciendo énfasis entre los propios alumnos, respetando las opiniones de sus compañeros.

DINÁMICA DE CLASE: Se promoverá tanto la participación individual, como grupal para el desarrollo de los temas seleccionados.
Los trabajos tanto de investigación y desarrollo, serán considerados como parte de la evaluación final.

LOS PARÁMETROS PARA LA INTEGRACIÓN DE LA CALIFICACIÓN FINAL SON:

EXAMEN PARCIAL	AGOSTO	11	2022
EXAMEN FINAL	SEPTIEMBRE	08	2022

(Será considerado como un **plus** su participación activa, Investigación, exposición, asistencia puntual y, trabajos de calidad, entre otros).

Los exámenes parciales evaluarán el contenido de la primera parte del curso y el examen final evaluará los contenidos de todo el curso.

Los resultados de los exámenes serán informados personalmente, con la presencia de todo el grupo, mediante revisión de los mismos, para en su caso, aclarar dudas y retroalimentar el proceso de evaluación.

INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- 1.1. Diferentes formas de hacer negocios en el plano internacional
- 1.2. Bienes
- 1.3. Servicios
- 1.4. Inversión
- 1.5. Propiedad intelectual
- 1.6. Solución de controversias
- 1.7. Notificación y vigilancia
- 1.8. Evolución de las estrategias en los procesos de internacionalización

¿Qué son? ¿Cómo se realizan? ¿Qué componentes los integran?

¿Qué son los negocios internacionales?

Una respuesta simple es que, los Negocios Internacionales son “todas las transacciones comerciales, incluyendo comercio, inversiones y transporte, privadas o gubernamentales, que involucran a dos o más países”. (Daniels & Radebaugh, 2013)

¿En qué consisten los Negocios Internacionales?

Los negocios internacionales consisten en “transacciones que se diseñan y se llevan a cabo a través de las fronteras nacionales para satisfacer los objetivos de individuos, empresas y organizaciones”. Estas transacciones toman diversas formas o tipos, que normalmente están relacionadas entre sí.

Los principales tipos de negocios internacionales son:

- a) El comercio de **exportación e importación** y
- b) La **inversión extranjera directa**, tan descuidada en el presente sexenio, donde los inversionistas están emigrando a otros países a invertir su dinero.
- c) Otros tipos de negocios internacionales son **licencias, franquicias y contratos de gestión**. (Czinkota, Ronkainen, & Moffett, 2003).

Un **Contrato de Gestión de Cartera de Valores**, es un documento por medio del cual, un inversionista delega la administración de su portafolio a un tercero (el gestor).

¿Qué aspectos abarcan los Negocios Internacionales?

Los negocios internacionales abarcan una amplia gama de intercambios transfronterizos de bienes, servicios o recursos entre dos o más naciones. Estos intercambios pueden ir más allá del intercambio de dinero por bienes físicos, para incluir transferencias internacionales de otros recursos, como personas y propiedad intelectual.

Por ejemplo, patentes, derechos de autor, marcas registradas y datos. Y activos o pasivos contractuales. Por ejemplo, el derecho usar algún activo extranjero, proporcionar algún servicio futuro a clientes extranjeros o ejecutar un instrumento financiero complejo.

México tiene presencia permanente ante la ONU y otros organismos internacionales con sede en Suiza donde México está íntimamente involucrado junto con multitud de países en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de la cual se transcriben textualmente los siguientes aspectos fundamentales:

Objetivos:

Fomentar que la innovación se convierta en un elemento prioritario de las políticas públicas del país, incluyendo la política exterior, a fin de fomentar la Propiedad intelectual (PI).

- *Impulsar acciones con el fin de identificar los Objetivos de la Agenda de Desarrollo Sustentable 2030 que se encuentran en el marco de las competencias de la OMPI y promover actividades para apoyar su cumplimiento.*
- *Promover el uso de los mecanismos de PI la OMPI para que se incrementen las patentes, las marcas, los diseños industriales, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas en México.*
- *Participar en los Comités y en la Asamblea General de la organización a fin de que los acuerdos internacionales estén en armonía con el sistema de propiedad intelectual de México.*
- *Promover leyes internacionales que salvaguarden los intereses de México en el exterior. Protección de organismos de radiodifusión; diseños industriales; conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales.*
- *Colaborar con la OMPI a fin de implementar en México programas de mejores prácticas para fomentar la innovación y el desarrollo de la PI.*
- *Promover acciones concretas que vinculen la PI como herramienta de apoyo a las MPyMES, incluido el diseño de una estrategia nacional en materia de PI para dicho segmento empresarial.*
- *Bajo la guía de la política exterior feminista, impulsar en la OMPI y a nivel nacional acciones en favor de una mayor participación de las mujeres en la propiedad intelectual.*

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) fue creada el 14 de julio de 1967 con la firma del Convenio de Estocolmo, enmendado el 28 de septiembre de 1979.

La OMPI (Organismo Mundial de la Propiedad Intelectual) es el organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas dedicado al uso de la propiedad intelectual (patentes, derechos de autor, marcas, diseños, etc.) como medio de estimular la innovación y la creatividad. Su objetivo es promover la innovación y la creatividad al servicio del desarrollo económico, social y cultural de todos los países, por medio de un sistema internacional de propiedad intelectual equilibrado y eficaz.

Las funciones de la OMPI se pueden sintetizar en cinco áreas fundamentales:

- 1) El fomento del respeto a la propiedad intelectual mediante la promoción de los instrumentos jurídicos que administra y la armonización de legislaciones nacionales sobre la materia;**
- 2) La asistencia técnico-jurídica a los Estados miembros y la coordinación con otros organismos internacionales en asuntos relacionados con la propiedad intelectual;**
- 3) La conducción de estudios e investigaciones y la difusión de información sobre la propiedad intelectual;**
- 4) La prestación de servicios de registro internacional y la publicación de sus datos;**
y
- 5) La administración de las diversas “uniones” y de los acuerdos internacionales sobre la materia.**

El Sr. Daren Tang (Singapur) fue nombrado Director General de la OMPI el 1 de octubre de 2020 por un periodo de seis años. El Sr. Tang ha manifestado que, bajo su dirección, la labor de la OMPI se orientará hacia el establecimiento de un ecosistema mundial de PI inclusivo, equilibrado y con visión de futuro, que dé cabida a los intereses de todos los países y sus partes interesadas.

México ha desplegado liderazgo dentro de la Organización. Con un enfoque conciliador, México ha presentado alternativas prácticas que acercan las posturas divergentes. México presidió el Comité intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos y Folklore en 2009, la Conferencia Diplomática sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales de Beijing en junio de 2012 y el Comité de Derechos de Autor en 2012. Desde abril de 2019, México preside el Comité Permanente sobre Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT).

México ha sido pionero al impulsar el tema de las mujeres y la propiedad intelectual en la OMPI y ha logrado que, por primera vez, la Organización considere el tema de manera periódica. Así mismo y con base a una decisión presentada por México en 2018 y adoptada por consenso en noviembre de ese año, los Estados miembros y el Secretariado de la OMPI cuentan con una batería de medidas para impulsar una mayor participación de las mujeres en la propiedad intelectual.

Para mayor información sobre la OMPI se puede visitar el sitio web <http://www.wipo.int/portal/es/>

Factor Cultural frente a los negocios

La existencia de diferencias culturales entre unos países y otros es algo innegable y que forma parte, por ejemplo, del encanto de viajar. Pero cuando comenzamos un desafío profesional en un país que no es el nuestro o cuando formamos parte de equipos de trabajo internacionales o cuando contamos con clientes, proveedores o *partners* de otras regiones del mundo, estas diferencias culturales pueden llegar a convertirse en un auténtico problema si no somos capaces de reconocerlas y actuar en consecuencia.

Comunicación: explícita vs implícita

Hay países como Japón o Arabia Saudí en los que muchas cosas se sobreentienden y nadie hace mención a ellas, en otros como en Estados Unidos o Australia la comunicación es mucho más clara y directa. El principal consejo que se da para salvar esta diferencia cultural, al igual que con las siguientes, es precisamente estar consciente de que existen diferencias puesto que es la única forma de no sentirse incómodo si se habla de algo sobre lo que no se está acostumbrado a que se debata ni a dar por sentado nada sin previamente haberse asegurado de la opinión o percepción de los demás. Por eso nacen los INCOTERMS

FIGURE 1.1. COMMUNICATING



Cómo se da y se recibe el feedback: retroalimentación negativa directa vs retroalimentación negativa indirecta

En muchos países cuesta mucho decir lo que no nos gusta del trabajo de otros y al mismo tiempo no en todo el mundo se recibe de igual forma una crítica, aunque esta sea negativa. Aprender a no frustrarnos cuando no recibimos feedback y estamos habituados a ello o aprender a aceptar las críticas de mejor forma es algo en lo que deberemos esforzarnos cuando trabajemos en equipos internacionales.

FIGURE 4.1. LEADING



Toma decisiones: consensual vs. arriba hacia abajo

Muy relacionada con el punto anterior. La jerarquía de una empresa afecta enormemente tanto a la comunicación como a la forma en la que se toman las decisiones en su seno.

FIGURE 5.3. DECIDING



Confianza: tarea vs. relación

Diferencia cultural interesante. Meyer aprecia que hay países como EE.UU., Alemania o Finlandia en los que los negocios se cierran por cuestiones prácticas (plazo, precio, prestaciones, etc.) y otros, en los que la relación de confianza con el proveedor o partner se hacen fundamentales. En estos países como India o España es habitual cerrar contratos después de una comida o por recomendación de alguien. Meyer relaciona esta variable cultural con la confianza que tienen los distintos países en que las leyes les ayuden a que los contratos se cumplan o no.

FIGURE 6.1. TRUSTING



Cómo se muestra el desacuerdo: la confrontación vs. evitarla

Algunas culturas enfrentan la confrontación, mientras que otras la evitan. Las primeras consideran que el desacuerdo y el debate es positivo para alcanzar mejores acuerdos, llegar a una mejor decisión, etc. Las segundas creen que la confrontación mina la armonía del grupo y puede dificultar el trabajo diario o la toma de decisiones.

FIGURE 7.1. DISAGREEING



Programación: estructurado vs. flexibles

El tiempo y la forma de medirlo no son iguales en todas las culturas. Mientras que alemanes y suizos, por ejemplo, tienen fama de cumplir los plazos a rajatabla, los latinos somos más flexibles en este sentido. Para unos planificar y controlar posibles variables es fundamental, mientras que para otros existen cualidades como la capacidad de adaptación y de improvisar frente a imprevistos.

FIGURE 8.1. SCHEDULING



Conocer todas estas diferencias es el primer paso para aceptarlas y adaptar nuestro comportamiento y nuestras expectativas a las distintas culturas con las que trabajemos.

VIDEO DEL DIRECTOR/GERENTE DE YAKULT CARLOS KASUGA OSAKA ¿Por qué México es más rico que Japón?

La globalización, es un factor a tener en cuenta en el ámbito de los negocios internacionales pues genera unas ventajas al facilitar el comercio de bienes y

servicios, el desplazamiento de capital y la inversión directa, así como la movilidad de las personas, especialmente en los países con tratados de libre comercio. Sin embargo, los negocios internacionales son más complejos que los domésticos por las diferencias que se pueden presentar entre los países como, las divisas, los regímenes fiscales, el sistema legal, e incluso, la cultura que implica diversidad de costumbres, tradiciones y formas diferentes de hacer acuerdos.

¿Cuáles son los componentes de los Negocios Internacionales?

Los negocios internacionales están **compuestos de dos partes** principales:

1. **Comercio exterior.** Se refiere a las condiciones, formas y contenido que presenta el intercambio de bienes y servicios; exactamente, son las leyes y regulaciones nacionales para manejar el comercio internacional.
2. **Comercio internacional.** Se refiere a todas las operaciones comerciales, importaciones y exportaciones, inversión directa, financiamiento internacional, mercadeo, etc., que se realizan a nivel mundial y en las cuales participan las diferentes comunidades nacionales.

Pero, los negocios internacionales son esto, y mucho más...

Las **costumbres y tradiciones culturales** llevan el mando en las negociaciones internacionales. Con estadounidenses, por ejemplo, prevalecen la competencia, los resultados a corto plazo y no se cultivan las relaciones personales.

Lo contrario sucede con los japoneses, quienes **toman decisiones en grupo** con resultados a largo plazo; para ellos, es indispensable desarrollar la amistad antes de negociar. (Comentar el caso de la junta de negocios en GMM)

1. Bases históricas

Los negocios internacionales han existido, en cierto sentido, desde la prehistoria, cuando el comercio del trueque, la cerámica y otras mercancías se hacía recorriendo grandes distancias. Incluso, durante el Imperio Romano, los mercaderes llevaban sus mercancías a los consumidores de todo el mundo. Sin embargo, las empresas multinacionales, como las conocemos hoy, eran cosa rara hasta el siglo XIX. Para entonces, sociedad estadounidenses como General Electric, International Telephone and Telegraph y Singer Sewing Machine Company habían empezado a invertir en instalaciones fabriles

en el extranjero, y lo mismo hicieron compañías de Europa Occidental como Ciba, Imperial Chemicasls, Nestlé, Siemens y Unilever. (*Stoner, Freeman y Gilbert, p.151*)

2. ¿Por qué hacer negocios internacionales?

Principalmente se tienen 3 objetivos generales como impulsores de los negocios internacionales en las empresas:

a) **Expansión de ventas.** Las ventas de las empresas dependen en mucho, del interés de los consumidores en sus productos y servicios y de su disposición y capacidad para comprarlo. El número de personas y el monto de su poder adquisitivo son mayores en la totalidad del mundo que en un solo país, así que las empresas pueden aumentar su mercado potencial al buscar mercados internacionales.

b) **Obtención de recursos.** Los fabricantes y distribuidores buscan productos, servicios y componentes producidos en países extranjeros. Además, buscan capital, tecnología e información provenientes del extranjero que puedan utilizar en sus países de origen; en ocasiones lo hacen para reducir sus costos, a veces para adquirir algo que no está disponible en su país de origen.

Aunque una empresa puede usar inicialmente recursos domésticos para expandirse en el exterior, una vez que inicia sus operaciones en el extranjero, los recursos del exterior, como el capital o las habilidades, pueden servir para mejorar sus operaciones domésticas.

c) **Minimización de riesgos.** Para poder minimizar las fluctuaciones de ventas y utilidades, las empresas deben buscar los mercados extranjeros para aprovechar las diferencias de los ciclos económicos (recesiones y expansiones) que existen entre países. Muchas empresas ingresan a los negocios internacionales por razones

defensivas, pues desean contrarrestar las ventajas que los competidores pudieran obtener en mercados extranjeros, que a su vez, pudieran perjudicarlas.

La mayoría de las empresas participan más en exportación e importación, que en cualquier otro modo de operación internacional.

Esto es especialmente cierto para las empresas pequeñas, aunque participan menos en la exportación que las empresas grandes. Estas tienen mayor capacidad para participar en otras formas de operaciones en el extranjero, además de la exportación e importación. Las exportaciones consisten en enviar fuera del país mercancías (bienes); las importaciones consisten en ingresar bienes al país. Para la mayoría de los países, las exportaciones e importaciones de bienes son las fuentes principales de ingresos y gastos en los negocios internacionales.

¿Cómo se realizan los negocios internacionales?

Existen básicamente 3 diferentes actividades o modos operativos para hacer negocios internacionales, que son las importaciones y exportaciones de bienes o mercancías, las de servicios y las inversiones.

1. Exportaciones e importaciones de mercancías

- i. La mayoría de las empresas participan más en exportación e importación que en cualquier otro modo de operación internacional. Esto es especialmente cierto para las empresas pequeñas, aunque participan menos en la exportación que las empresas grandes. Estas tienen mayor capacidad para participar en otras formas de operaciones en el extranjero, además de la exportación e importación. Las exportaciones consisten en enviar fuera del país mercancías (bienes); las importaciones consisten en ingresar bienes al país. Para la mayoría de los países, las exportaciones e importaciones de

bienes son las fuentes principales de ingresos y gastos en los negocios internacionales.

ii. **2. Exportaciones e importaciones de servicios**

iii. **Las exportaciones e importaciones de servicios generan ingresos internacionales que no provienen de productos. La empresa o el individuo que recibe el pago realiza una exportación de servicios. La empresa o el individuo que paga lleva a cabo una importación de servicios. Las exportaciones e importaciones de servicios adquieren muchas formas, entre ellas:**

iv. **Turismo y transporte.** Cuando los nacionales de un país visitan otro generalmente consumen hospedaje y alimentación de este último, estos gastos se constituyen en exportaciones de servicios para el segundo país e importaciones para el primero. Lo mismo ocurre con el transporte de personas y de mercancías, cuando se emplean medios de un país diferente se están realizando estos procesos.

v. **Desempeño de servicios.** Algunos servicios generan rentas en forma de honorarios, por ejemplo, Disney, una empresa estadounidense, recibe honorarios gerenciales por la administración de parques temáticos en Francia y en Japón.

vi. **Uso de activos.** Cuando las empresas permiten a otras usar sus activos, como marcas comerciales, patentes, derechos de autor o experiencia bajo contrato, conocidas también como contratos de licencia o franquicias, reciben ingresos denominados regalías.

vii. **3. Inversiones**

viii. **Inversión extranjera** significa la posesión de propiedades en el extranjero a cambio de un rendimiento financiero, como los intereses y dividendos. La inversión extranjera adquiere dos formas: directa y de cartera.

ix. **Inversión directa.** Una inversión directa es la que proporciona al inversionista un interés de control en una empresa extranjera. Esta inversión directa es una inversión directa extranjera (IDE). El control no tiene que constituir el 100% -y ni siquiera el 50%-. Si una empresa mantiene una participación minoritaria y el resto de la propiedad está muy dispersa, ningún otro propietario podrá oponerse a la empresa de manera eficaz. Cuando dos o más empresas comparten la propiedad de una IDE, la operación es una empresa conjunta. Cuando un gobierno se une a una empresa en una IDE, la operación se denomina empresa mixta, que es un tipo de empresa conjunta. Las empresas pueden elegir una IDE como una forma para tener acceso a ciertos recursos o alcanzar un mercado.

x. **Inversión de cartera.** Inversión de cartera es un interés sin control de una empresa o la propiedad de un préstamo a otra parte. Una inversión de cartera generalmente toma una de dos formas: acciones en una empresa o préstamos a una empresa o país en la forma de bonos, certificados o pagarés que el inversionista compra. Las inversiones de cartera extranjeras son importantes para la mayoría de las empresas que poseen operaciones internacionales extensas. Las empresas las usan principalmente para obtener una ganancia financiera de corto plazo, es decir, como un medio que permite a una empresa ganar más dinero sobre su dinero con relativa seguridad. Los tesoreros de las empresas mueven fondos de manera rutinaria

entre países para ganar mayores rendimientos en inversiones de corto plazo.

En resumen: **¿Cuáles son los principales objetivos de los negocios internacionales?**

Las empresas buscan mercados extranjeros para aprovechar distintas oportunidades, como podrían ser beneficios fiscales y/o el momento económico de otros países. Esto, además, diversifica el riesgo, ya que hay perspectivas de éxito puestas en más de un lugar.

A su vez, las organizaciones pueden encontrar tecnología, capital, materias primas y conocimientos en otros países y adquirir algunos beneficios.

Estos beneficios podrían ser la reducción de costos, la facilidad para obtener cierta materia prima debido a la poca o nula disponibilidad en su país, la introducción de ciertos tipos de tecnología que mejoren ciertos procesos, entre otros.

¿Cómo se componen los negocios internacionales?

Hay tres maneras principales para hacer negocios internacionales:

I. Inversiones. Se refieren a la adquisición de propiedades fuera del país que, como resultado, otorgan algún tipo de rendimiento.

II. Importación y exportación de mercancías. Las importaciones son las que se encargan de ingresar bienes a un país, a diferencia de las exportaciones, que consisten en enviar fuera del país ciertos productos

III. Importación y exportación de servicios. En este caso, se generan ingresos que no son resultado de productos manufacturados. Por ejemplo, una empresa mexicana recibe honorarios por la administración de bienes inmuebles que se ubican en Estados Unidos.

Como podemos ver, existen muchas oportunidades para que los empresarios puedan incrementar el crecimiento y la competitividad de sus compañías explorando distintos mercados. Para ello, las empresas deben contar con firme conocimiento sobre el contexto económico y político, y los posibles riesgos del mercado al que se pretenden incursionar.

Gracias a los negocios internacionales las empresas pueden llevar a cabo nuevas oportunidades de negocio, insertarse en segmentos del mercado, crear nuevos nichos de mercado, posicionar su marca, apoyar en la generación de empleos, entre muchos otros beneficios.

REPASEMOS CONCEPTOS ANTERIORES:

¿Qué es un negocio internacional?

Nuevas oportunidades que cruzan fronteras

¿Sabes realmente qué es un negocio internacional?

En los últimos años, la profesión de Negocios Internacionales ha tenido un auge, ya que, actualmente, la globalización es un hecho.

Esta nueva carrera que cautiva a miles de jóvenes alrededor del mundo se ha vuelto una ventana de acceso al mundo empresarial, por lo que todas las personas deberían tener al menos los conceptos básicos de lo que es un negocio internacional.

Si bien se suele pensar que dominar la industria de los negocios internacionales solo requiere de profesionales de administración y economía, las obligaciones y necesidades de una empresa multinacional son distintas.

Los negocios internacionales son una nueva oportunidad para eliminar las fronteras entre países y establecer relaciones organizacionales, independientemente de donde te encuentres. Aunque casi todos los negocios se relacionan con distintos agentes y compañías fuera del país donde principalmente operan, hay ciertos secretos que debes conocer si quieres destacar en la industria.

1. ¿Qué define a un negocio internacional?

Los tipos de negocios internacionales han existido desde la prehistoria, si lo piensas en detalle, seguro lo habrás estudiado en la escuela, cuando el comercio de mercancías se hacía recorriendo grandes distancias. Incluso durante el Imperio Romano, los mercaderes llevaban sus mercancías a los consumidores de todo el mundo.

Cabe destacar que las costumbres y tradiciones culturales son claves en las negociaciones internacionales. ¿Cómo es esto? Veamos un ejemplo con dos de las potencias más fuertes en la carrera de negocios internacionales.

En los Estados Unidos, por ejemplo, prevalece la competencia, los resultados a corto plazo y no se cultivan las relaciones personales.

En cambio, los japoneses, toman decisiones en grupo con resultados a largo plazo; para ellos es indispensable desarrollar la amistad antes de negociar.

De esta manera podemos decir que hay mucho más allá en relación a los tipos de negocios internacionales que lo que podemos ver a simple vista. **Entre los factores de éxito** que podemos mencionar en las operaciones de las formas de negocios internacionales, incluimos la:

- a) **Competitividad, y**
- b) **El apoyo financiero entre las partes y la logística.**

Este último aspecto es de suma importancia ya que cuando los actores involucrados se encuentran en diferentes países o regiones, la concreción y el éxito del negocio internacional se complican aún más.

Es muy importante mencionar que es primordial que la empresa tenga pleno conocimiento de la situación política, diversidad de mercados y riesgos del país con el que establece el negocio, para estudiar en detalle si alguna situación puntual le afectará o no y si es confiable entablar el enlace.

Es por eso que se requiere el saber y el conocimiento de expertos en la materia para no fracasar en el intento de generar lazos con otros países. En resumen, como hacer negocios internacionales surge de una relación que hacen las empresas y personas físicas, cuando exportan o importan productos a todo el mundo.

1. Áreas de los negocios internacionales

1. Comercio exterior

Para entender bien qué es un negocio internacional, se debe tener en claro qué es el comercio exterior. Este concepto se refiere a las condiciones y formas en las que se presenta en el PROCESO DE NEGOCIACIÓN del intercambio de bienes y servicios; exactamente, son las leyes y regulaciones nacionales para manejar el comercio internacional.

Se encuentra sujeto a diversas normas tanto de control de los productos, por ejemplo sanitarios y de seguridad; como de procedimientos, trámites burocráticos, registros y tributación (impuestos, aranceles, etc.). El comercio exterior permite también complementar a la producción interna cuando ésta es insuficiente para poder satisfacer la demanda local.

2. Comercio internacional

Es aquél que consiste en las negociaciones (*importaciones, exportaciones, inversión directa, financiaciones externas, etc.*) que se realizan alrededor del mundo y en las que intervienen diferentes empresas multinacionales.

2. Características de un plan de negocios internacionales

El comercio exterior presenta las siguientes **características** básicas:

FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

- **Se trata de un comercio fuera de las fronteras del país, que puede comerciar con una o más naciones.**
- **Los países que comercian tienen economías abiertas, esto significa que permiten las transacciones con otros países, o al menos, tienen acuerdos con algún país en particular.**
- **Los países interesados en intercambiar bienes y/o servicios con otros suelen suscribir acuerdos o convenios comerciales que buscan facilitar los procesos de intercambio.**
- **La entrada o salida de productos generará un flujo de divisas. Cuando los países que comercian tienen distintas monedas, el valor de la divisa con respecto a la moneda local se refleja en el tipo de cambio.**
- **Las fluctuaciones del tipo de cambio pueden afectar los flujos de comercio exterior entre los países que tienen distintas monedas.**
- **Usualmente existe un organismo público encargado de controlar la entrada y salida de bienes de un país. Este organismo es lo que se conoce como “Aduana” y está encargada de controlar los flujos de entrada y salida de bienes a través de la frontera y de la aplicación de impuestos que determine la ley.**

3. Elementos de un plan de negocios internacional

Existen tres puntos centrales operativos para hacer un plan de negocios internacionales:

1. Exportación e importación de mercancías o bienes

Si hablamos de qué se considera como un negocio internacional, probablemente lo primero que se te venga a la cabeza es la exportación e importación de productos. No es ningún secreto que la exportación e importación es la operación internacional más aplicada por empresas grandes y pequeñas, aunque en distintas proporciones, lógicamente. Sin embargo personas físicas con actividades empresariales utilizan mucho el negocio internacional.

Normalmente, las grandes empresas tienen una participación distinta en las operaciones internacionales, a las que se le suman la importación y exportación. Lo más relevante es que las exportaciones e importaciones son importantes fuentes de ingresos y gastos para todos los países del mundo y esto es bien aprovechado por las empresas.

2. Inversiones extranjeras

Cuando hablamos de inversión extranjera nos referimos a las **posesiones que tiene una empresa en otros países** con las cuales tienen planeado generar mayores ganancias con intereses y dividendos. Existen dos TIPOS DE INVERSIONES en el mundo de los negocios internacionales que se deben diferenciar:

- **Inversión directa.** Cuando hablamos de una inversión directa nos referimos a aquella que proporciona al inversionista un interés de control en una empresa en un país extranjero. Esta participación no tiene que necesariamente estar ligada al control total de la empresa, basta únicamente con un porcentaje minoritario de la inversión para empezar a tomar decisiones dentro de la organización que se da en el extranjero.
- **Inversión de cartera.** Esta inversión es un interés sin control de una empresa o la propiedad de un préstamo a otra parte. Este tipo de inversiones **de cartera extranjeras son muy importantes para la mayoría de negocios internacionales, ya que permiten obtener ganancias a corto plazo, lo cual significa ingresos monetarios extra a lo que usualmente genera.**

3. Exportación e importación de servicios

Aunque muchas personas piensan que solo se pueden importar y exportar productos físicos, también se pueden generar ingresos que provienen de servicios.

Algunos de los mejores ejemplos para entender este tipo de empresas que llevan a cabo algunos negocios internacionales son los siguientes:

- **Turismo y transporte.** Generalmente, las personas que visitan un lugar consumen en establecimientos como restaurantes, hoteles, actividades recreativas, entre muchas más. Es así como abrir negocios en lugares estratégicos es también una forma de empezar en lo que es un negocio internacional.
- **Desempeño de servicios.** Existen ciertas franquicias o grandes empresas que generan ingresos a modo de renta. Por ejemplo, industrias como Disney o McDonalds tienen sucursales alrededor de todo el mundo de las cuales reciben honorarios por el uso de la marca. Esto difícilmente se puede ver en una empresa que recién está surgiendo.

4. Ventajas y desventajas de un negocio internacional

1. Ventajas de un negocio internacional

Ya conoces bien qué es un negocio internacional y cómo construir un plan de negocios internacionales; sin embargo, ¿has pensado en cuáles son las ventajas de un negocio internacional? Existen tres objetivos generales que sí o sí deben motivar tu aprendizaje:

Más ventas

Lógicamente, el número de personas y el monto de su poder adquisitivo son mayores en la totalidad del mundo que en un solo país, así que las empresas pueden aumentar su mercado potencial al buscar mercados internacionales.

Por ejemplo, no es lo mismo que una familia de clase media que viva en América Latina, adquiera productos que una familia de clase media en Estados Unidos, teniendo en cuenta que este último EUA tiene las sedes principales de muchas marcas reconocidas alrededor del mundo. Su exportación implica un alza de precios pero a su vez permite que muchas más personas consuman sus productos.

1. Más recursos

Aunque una empresa puede usar inicialmente recursos de su propio territorio para expandirse en el exterior, una vez que inicia sus operaciones en el extranjero, los recursos del exterior, como el capital o las habilidades, pueden servir para mejorar sus operaciones domésticas.

Asimismo, otro aspecto importante es la tecnología que se utiliza en los países más desarrollados del mundo.

Por ejemplo, para nadie es un secreto que los países asiáticos (por ejemplo Corea del Sur) cuentan con las mejores empresas tecnológicas y los mejores recursos, por lo cual muchas empresas de todo el mundo buscan abrir sedes centrales en dichos países para ser competitivos en el mercado mundial de productos tecnológicos.

De esta manera, podemos decir que **una de las principales ventajas de lo que es un negocio internacional es la posibilidad de encontrar elementos fuera de tu territorio para destacar y ser competitivo, tanto a nivel nacional como internacional.** No es tarea fácil y requiere inversión, pero, a largo plazo, es la mejor opción.

2. Menos riesgos

Al entender qué es un negocio internacional se debe entender que existen diferencias en todos los países respecto a los ciclos económicos. Con eso nos referimos a las **recesiones y expansiones**.

Es así como muchas empresas buscan entrar a los negocios internacionales como una **estrategia de defensa antes las posibles ventajas que puedan sacar sus competidores en otros mercados alrededor del mundo y que puedan afectarlos en su país natal**. Es por ello que, muchas veces, al hablar de lo que es un negocio internacional, se debe mencionar una necesidad de ser competitivo en el mercado actual.

2. Desventajas de un negocio internacional

Si bien, después de conocer qué es un negocio internacional y cómo funciona, **ponerlo en marcha uno no es tan sencillo**. Existen ciertas **desventajas o complicaciones que debes tener presentes para que no te tomen de sorpresa cuando empieces a diversificar tu empresa en otros países**.

- La riqueza que tiene cada nación es diferente, **algunas tienen mucho más que otras lo que provoca una disparidad**. Es importante considerar que al establecer un negocio internacional **consideres que tanto la inversión como las ganancias van a ser muy variadas, por lo cual es indispensable dedicarle mucho tiempo a un buen estudio de mercado**.
- Existe una diversidad regional de acuerdo con la relación riqueza/población. **Cada país o ciudad tiene un promedio de ganancia por ciudadano, lo cual puede influir de manera negativa en el negocio si es que no lo has tomado en consideración**.
- La diversidad lingüística y cultural es inmensa, existen alrededor de **100 grupos culturales en todo el mundo**. Asimismo, **la barrera del idioma puede ser una dificultad que debes considerar**.

Si bien se dice, y lo ratifico plenamente, que **aprender inglés es esencial**, además de aprender otros idiomas, ya que el Inglés es el idioma universal, sin embargo, hay ciertos países en los cuales tendrás que hacer un esfuerzo extra si es que realmente quieres construir buenas relaciones empresariales.

- Debido al **tamaño del país y la diversidad de su población**, es muy complicado encontrar un negocio perfecto que le guste a todo un país al cien por ciento, y más aún si es extranjero. Poner en marcha un negocio internacional implica saber establecer posiciones estratégicas que resulten convenientes para la empresa.

3. Leyes y regulaciones de un buen negocio internacional

Traspasar fronteras también significa cambiar de leyes y regulaciones sobre nuestros productos. Además, es necesario conocer las leyes del país con el cual deseamos establecer negocios internacionales. Debemos anticiparnos a los posibles costos de logística (*transporte e inventarios*), para poder determinar dónde ubicar al buen negocio internacional y dónde no es adecuado establecer un negocio, y ello puede marcar la diferencia para que nuestra estrategia de internacionalización resulte exitosa o sea un fracaso.

Pensar globalmente, significa también pensar que en el mundo existen muchos otros idiomas para comunicarnos. Es cierto que el idioma inglés en el mundo empresarial, abre muchísimas puertas hoy en día, pero hay ocasiones en las que no dominar el idioma local puede terminar transformándose en una costosa barrera para concretar negocios internacionales exitosos.

Existen circunstancias que no podemos controlar (*variables exógenas*) como la escasez de recursos naturales en un territorio o un inesperado cambio de precio en los mismos. Estos cambios imprevisibles e incontrolables deben ser gestionados/considerados y conllevarán a que se agrande la ventana de tiempo necesaria hasta conseguir rentabilidad.

5. ¿Qué es un plan de negocios internacional y cómo armarlo?

Por definición un plan de negocios internacional es la herramienta más poderosa que puede utilizar una empresa que se inicia u opera en la actual economía globalizada, ya que este es un documento que en forma ordenada y sistemática, detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa. Dedicarle buena cantidad de hora a tu plan de negocio va a ayudarte a que tu emprendimiento vaya por el camino correcto. Además, te ayudará a evaluar los objetivos que vayas consiguiendo de forma progresiva.

¿Qué debe incluir un plan de negocio internacional?

En nuestro plan de negocio internacional debemos plasmar primeramente las bases para crear un proyecto, los objetivos a cumplir y los medios a nuestra disposición para alcanzarlos. El Plan de Negocios nos sirve para poder tener claro cada paso a seguir, para cumplir cada objetivo marcado y que no todo quede "en el aire".

Pero, no es la única razón por la que debemos plantearnos el realizar un plan de negocios exhaustivo: un buen *business plan internacional* actúa como la mejor de las tarjetas de presentación posibles.

Un buen **business plan internacional** consta de los siguientes elementos:

- **Descripción del producto:** ¿Por qué este mercado necesita mi producto y en qué se diferencia del resto?, ¿Cuál es el valor distintivo?
- **Competencia:** Es indispensable que estudiemos a nuestros competidores. De esta forma podremos diferenciarnos de ellos, mejorar sus puntos fuertes y no caer en sus errores.
- **Recursos Humanos:** Detrás de los proyectos hay personas cuyo éxito es en gran parte gracias a ellos. No dudes en tomar en cuenta a RRHH desde el comienzo y presentarlos de forma detallada, con nombre y apellido.
- **Análisis financiero:** Debemos detallar el valor de nuestra empresa, en qué punto partimos y qué rendimientos pretendemos alcanzar en el corto, medio y largo plazo.
- **Alianzas estratégicas:** Es muy conveniente no abordar el mercado en solitario, en algún momento necesitaremos de apoyo exterior, evaluar las posibles alianzas de antemano, sin duda, es una gran ventaja.
- **Marketing:** Debes calcular los posibles riesgos, barreras de entrada. Debemos planear con bases sólidas, cómo alcanzar las primeras posiciones del mercado lo más rápidamente posible y otras dificultades que el marketing *online* pueda solucionar.

¿Cómo saber si realmente los negocios internacionales son lo tuyo y pudieras desempeñarte bien en eso? Para ello, siempre deberás considerar lo siguiente

- **Estratégica.** Si te gusta planificar cosas y crees que tienes una visión emprendedora, sin duda alguna la carrera de negocios internacionales es una buena opción para ti. Asimismo, esto será esencial para poder crear un plan de negocios internacionales.
- **Adaptabilidad.** Al hablar de lo qué es un negocio internacional, muchas veces, es necesario abrir sucursales en otros países. Eso implica que vas a tener que viajar constantemente, por lo que es necesario que tu adaptación al cambio sea buena, para que puedas desempeñarte en cualquier lado sin problemas.

No necesariamente debes cumplir todas estas características, basta que te identifiques con alguna de ellas para empezar a considerar a los negocios internacionales como una gran opción para tu futuro.

Ahora, ¿cuáles son los mejores institutos o universidades para aprender qué es un negocio internacional?

Algunas características que debería poseer tu centro de estudios para que logres desarrollar todas tus capacidades y triunfes en el mundo de los negocios.

- **Buena reputación en negocios internacionales.** Puedes guiarte de los rankings que se elaboren en tu país.
- **Ofrecen posibilidades de intercambios.** Ganar la experiencia de viajar y conocer diferentes lugares mientras aprendes de los negocios internacionales siempre será un plus.
- **Networking internacional.** Que tu centro de estudios promueva las redes de contactos con estudiantes de otras partes del mundo será de mucha ayuda para ti al momento de graduarte.
- **Empleabilidad.** Si tu centro de estudios cuenta con una buena bolsa de trabajo, podrás encontrar oportunidades para conocer qué son los negocios internacionales y cómo funcionan en el campo laboral de forma más sencilla.

CONTROVERSIAS

Una controversia ha sido definida de acuerdo a la Corte Permanente de Justicia Internacional, como “un desacuerdo sobre un punto de derecho o de hecho, una contradicción, una oposición de tesis jurídicas o de intereses entre dos personas”.

El término controversia es sinónimo de diferendo, litigio, disputa y conflicto, cuando dos o más empresas internacionales oponen entre sí a dos Estados o dos sujetos de derecho internacional.

Para probar la existencia de una controversia, no sólo hay que demostrar que hay una divergencia de puntos de vistas entre dos Partes respecto de un punto de hecho o de derecho, sino también es necesario probar que la pretensión de una de las partes enfrenta una oposición manifiesta de la otra parte.

El Derecho Internacional y la Carta de las Naciones Unidas imponen a los Estados la obligación de solucionar sus controversias internacionales por medios pacíficos, sin recurrir a la amenaza o al uso de la fuerza, pero no les imponen determinados medios de solución.

La elección de un medio determinado depende del acuerdo de los Estados en litigio. La práctica internacional ha establecido que los medios de solución pacífica de las controversias internacionales son de dos clases:

- a) Los “Políticos o Diplomáticos” que tienden a facilitar el acuerdo entre las partes en litigio, siendo estos: la negociación directa, los buenos oficios, la mediación, la investigación y la conciliación, y*
- b) Los “Jurídicos” que consisten en someter el litigio a un Tribunal Internacional o Arbitral para que lo resuelva a través de una sentencia o de un laudo, siendo estos: el arbitraje y la jurisdicción internacional (arreglo judicial).*
- c) A. Los Medios Políticos o Diplomáticos Las negociaciones directas, son el medio normal para resolver las controversias internacionales, se desarrollan normalmente por vía diplomática y por regla general entre plenipotenciarios nombrados por los Estados en litigio, incluso pueden llegar a ser los Ministros de Relaciones Exteriores e incluso*

los Jefes de Estado. El arbitraje internacional, de conformidad al artículo 37 de la Convención de La Haya (Holanda) sobre Solución Pacífica de los Conflictos Internacionales de 1907, tiene SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS por objeto “la solución de los conflictos entre Estados por jueces de su elección sobre la base del respeto al derecho. El recurso al arbitraje implica la obligación de conformarse de buena fe a la sentencia”. Por lo que, el arbitraje tiene como fundamento el consentimiento de los Estados en litigio, siendo la Sentencia o Laudo Arbitral obligatoria.

- d) *En el artículo 92 de la Carta de la ONU lo siguiente: “La Corte Internacional de Justicia será el órgano judicial principal de las Naciones Unidas; funcionará de acuerdo con el Estatuto anexo, que está basado en el de la Corte Permanente de Justicia Internacional, y que forma parte integrante de esta Carta”.*

GLOBALIZACIÓN

La globalización atrae a los empresarios/accionistas/inversionistas para que analicen y apliquen estrategias empresariales para adaptarse a una lucha constante de supervivencia y competitividad del mercado donde destaca en primer lugar: precio, calidad y servicio, aunada del “esfuerzo emprendedor, que nos proporciona: creatividad, pasión, desarrollo y perseverancia tanto la empresa como a la sociedad en donde se desarrolla”. En todo momento, la creación de una empresa intacta de una manera personal la vida del empresario y de su familia.

Los países de economías emergentes, como lo es México, han pasado por varias etapas, desde una sustitución de importaciones, de una industrialización de gran escala y en tercer lugar de una formación de cooperativas, hasta el neoliberalismo como lo tuvimos con Carlos Salinas de Gortari.

Es el motor de desarrollo económico se basó en el gobierno; sin embargo, el resultado este tipo de políticas y planeación a largo plazo no fueron satisfactorios, especialmente en México.

En la década de los noventas se incrementó la privatización de la economía que se tomó como impulso para el desarrollo de la iniciativa privada.

Ejemplos de lo comentado anteriormente, están: Argentina, Bangladesh, España y por supuesto, México, entre otros muchos países en donde se tomó la decisión de disminuir la participación del gobierno al privatizar ciertos organismos paraestatales y así poder incrementar la participación de la iniciativa privada.

Si se promueve el crecimiento de la iniciativa privada, cosa que actualmente ya no se está haciendo en México, también se estaría promoviendo el crecimiento de una nueva generación de emprendedores: micro y pequeños empresarios.

El espíritu emprendedor es indispensable para el funcionamiento de las economías de mercado. Ya que contribuyen a acelerar la creación, divulgación y aplicación de ideas verdaderamente innovadoras.

Con esta actitud se promovería el uso eficiente de los recursos organizacionales, además de dar un crecimiento al Producto Interno Bruto. Los empresarios buscan oportunidades rentables, pero también asumen riesgos en esta búsqueda de crecimiento.

Es verdad que no todos los empresarios tienen éxito, pero existe la flexibilidad para que las oportunidades se aprovechen en el momento indicado.

Por ejemplo, tenemos en Italia a la firma Benetton, en México a la Michoacana (recientemente con cambio de nombre), Taco Inn, La Tablita, por mencionar algunos. No todas las actividades, como se piensa, son de alta tecnología, sino que existe una amplia gama de oportunidades que incluyen enfoques innovadores en todo el organigrama de la empresa, como lo es el departamento de compras, marketing, distribución.



La parte central este comentario, concluido por Japón y Estados Unidos, es que “el entorno dinámico de la actualidad exige que todas las organizaciones y sus gerentes sean capaces de adaptarse y renovarse continuamente para tener éxito con el paso del tiempo”.


El tener un espíritu emprendedor, concepto que se aplica para describir el pensamiento altamente motivado y el esfuerzo en correr riesgos empresariales, dan la posibilidad de crear nuevas oportunidades tanto para los individuos como para las empresas.

Frecuentemente esas oportunidades aparecen en forma de nuevas posibilidades de negocios de empresa como lo fue Dunkin Donuts, Starbucks Coffee, entre otros muchos.

Los nuevos empresarios toman riesgos, son creativos, pero sobre todo con una gran pasión, diseñan nuevos programas de cómputo, redes sociales a nivel mundial como Facebook, empresarios que ponen en marcha una cadena de pequeñas empresas de alimentos, artesanías, o bien como lo hizo la empresa 3M.

Comparativo de Porcentajes de Inflación por Sexenios

Presidente	Año	Porcentaje de Inflación
<p>Luis Echeverría Álvarez</p> 	1971	4.98
	1972	5.50
	1973	21.37
	1974	20.64
	1975	11.31
	1976	27.23
<p>José López Portillo</p> 	1977	20.66
	1978	16.14
	1979	20.02
	1980	29.84
	1981	28.70
	1982	98.84

<p>Miguel de la Madrid Hurtado</p> 	<p>1983 1984 1985 1986 1987 1988</p>	<p>80.77 59.16 63.75 105.75 159.17 51.66</p>
<p>Carlos Salinas de Gortar</p> 	<p>1989 1990 1991 1992 1993 1994</p>	<p>19.70 29.93 18.79 11.94 8.01 7.05</p>
<p>Ernesto Zedillo Ponce de León</p> 	<p>1995 1996 1997 1998 1999 2000</p>	<p>51.97 27.70 15.72 18.61 12.31 8.95</p>

FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

<p>Vicente Fox Quesada</p> 	<p>2001 2002 2003 2004 2005 2006</p>	<p>4.40 5.70 3.98 5.19 4.50 4.05</p>
<p>Felipe Calderón Hinojosa</p> 	<p>2007 2008 2009 2010 2011 2012</p>	<p>3.76 6.53 6.04 4.40 3.78 3.50</p>
	<p>2013 2014 2015 2016 2017 2018</p>	<p>3.97 4.08 2.13 3.36 6.04 4.83</p>



INFLACIÓN 2019	2.83%
INFLACIÓN 2020	3.15%
INFLACIÓN 2021	7.36% la más alta en 21 años
PIB 2019	-0.1
PIB 2020	-12.8
PIB 2021	5.0%
PIB estimado 2022	3.4%
La inflación en Julio 2022	7.99%

¿**Cuál fue la inflación acumulada en el 2021?** 7.36% la más alta en 21 años y ahora es 7.99 % al 7 de julio del 2022 lo cuál es perjudicial para la población Mexicana, ya que aumentan todos los precios, no se incrementan los sueldo y viene un deterioro al no poder pagar tarjetas de crédito, créditos hipotecarios idexados, etc.

El pronóstico del PIB 2021 5% no compensó el descalabro del PIB en 2020 del 9%. O sea se tiene un Déficit del 4% lo cual es terrible para la economía mexicana. La inflación desmedida sigue causando estragos en la población más desprotegida y golpeada.

El problema que se gesta desde Palacio Nacional es que los factores que pueden limitar el desempeño de la economía son la **INCERTIDUMBRE DE LA POLÍTICA INTERNA**, seguido de los problemas de inseguridad pública con un

14%. Se relaciona directamente al Poder Ejecutivo con el crimen organizado. Hasta la Iglesia en Julio 2022 ya protestó enérgicamente ante la impunidad del narcotráfico y complacencia del Poder Ejecutivo.

Otro problema ha sido el mal manejo de contagios de Covid 19 que afectó negativamente todo lo asentado anteriormente debido a las malas decisiones internas. Desafortunadamente el mal manejo de la Economía en México, aunado a la inflación de los EUA ha provocado alza en las tasas de interés al 7.75% a partir del 24 de junio del 2022 para controlar la inflación desbordada.

Algo que nos está ayudando son las exportaciones de la Industria Automotriz.

- 1. Existen razones por las cuales una empresa puede decidir incluir sus productos en el mercado internacional, pero como todo negocio, se requiere preparación y capacitación para que sea exitoso.**
- 2. Un plan de negocios de exportación es una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está situado frente a los mercados externos.**
- 3. Esto sirve como instrumento para analizar previamente con qué riesgos puede llegar a encontrarse y armar un plan de contingencia a su medida.**
- 4. También le permitirá conocer mejor los mercados de destino, elaborar una estrategia de exportación y**
- 5. ayudará a mejorar la relación tanto con proveedores como con agentes de ventas o entidades financieras.**

¿En qué consiste un plan de exportación?

Un plan de exportación **no tiene una estructura predeterminada**, ya que varía en función de los productos, servicios y características particulares de cada empresa

Lo que se busca con la planificación de un negocio de exportación es penetrar sistemáticamente un producto o servicio en los mercados internacionales maximizando la eficiencia y la rentabilidad.

O sea, darles continuidad a nuestras exportaciones con menores costos, mayores ganancias y optimizando el negocio.

El **plan de negocios de exportación** no es más que una forma organizada de exponer:

- + lo que queremos exportar,
- + a dónde queremos exportar,
- + cómo lo vamos hacer y
- + con qué recursos contamos para hacerlo.

Todo **plan de exportación** debe contar con los siguientes puntos claves:

Descripción del negocio

- + Es importante exponer información detallada acerca de la empresa, en especial una descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto.
- + Deben definirse las fortalezas y debilidades de la empresa. (FODA)
- + Además, deben incluirse los **objetivos a largo y corto plazo**, si hay antecedentes de un plan de negocios de exportación, la estrategia de inserción al mercado meta, y la descripción del producto o servicio.
- + Este último punto debe abarcar desde las clasificaciones arancelarias, descripción del consumo y segmentos de mercado, principales productos competidores, tecnologías, normas de calidad, adaptaciones del producto, costos y precios para el cliente hasta investigaciones y desarrollo de nuevos productos.

Análisis de mercado

Todo plan de exportación debe incluir a dónde se quiere exportar y las características de dicho mercado. Esto incluye aspectos políticos, legales, económicos y socioculturales. Es muy importante que se incluya una descripción de la industria en el mercado a exportar, análisis de la competencia, segmentación de mercado y barreras arancelarias.

Recursos humanos

- + Es valioso indicar el capital humano con el que cuenta la empresa para enfrentar el proyecto de exportación.
- + Cualquier información relacionada a la experiencia y competitividad en los diferentes aspectos del comercio internacional
- + la estructura organizacional de la empresa y del área internacional es beneficioso.
- + Además, es importante detallar si su empresa cuenta con asesores externos en el área de comercio internacional como así también las alianzas estratégicas.

Operativa

Esta es a parte principal del plan de exportación.

- + En esta sección se define una estrategia de penetración al mercado meta compatible con los objetivos de largo plazo que tenga la empresa.
- + Se debe exponer que es factible de llevar a cabo la operación desde el punto de vista administrativo, técnico, financiero, y comercial.
- + Es necesario incluir todo aquello relacionado a los aspectos internacionales de la operativa como también de la producción.

A continuación, se analizan los elementos que deberían contener estos dos segmentos.

- ***Aspectos Internacionales:***

- Precio de Exportación
- Logística internacional
- Requisitos formales para exportar/importar
- Barreras arancelarias y no arancelarias
- Cotizaciones (INCOTERMS)
- Contratos, formas de pago, negociaciones
- Envase/embalaje
- Seguros
- Promoción
- Distribución
- Actividades de desarrollo del mercado
- Contactos en el extranjero

- ***Aspectos de Producción:***

- Materias primas
- Calidad y normas
- Capacidad
- Instalaciones
- Localización
- Mano de obra
- Subcontratación
- Proveedores
- Tecnología
- Inventarios

Riesgos

Un aspecto importante del plan de exportación es “la identificación de los problemas potenciales que puedan tener un efecto negativo en el proyecto”.

Además, se deben detallar los planes de contingencia para contrarrestarlos.

Una de las formas más fáciles de mitigar los riesgos que pueda llegar a tener la operación contratando un seguro de crédito a la exportación.

Este seguro otorga cobertura a las ventas a crédito realizadas en el mercado internacional (exportaciones en cobranza). Debe contratarse un seguro que proteja al exportador de los siguientes riesgos:

- ✚ Guerra, guerra civil, revolución u ocupación del territorio por fuerzas extranjeras
- ✚ Expropiación o confiscación, requisición de mercadería
- ✚ Retraso en la transferencia de divisas por falta de divisas o instrucciones de gobierno
- ✚ Cancelación de permisos de exportación o importación
- ✚ Cancelación unilateral del contrato por el gobierno del importador

Proyecciones financieras

Muchas pequeñas y medianas empresas (PYMES) carecen de proyecciones financieras adecuadas para elaborar un plan de exportación sólido. Este es un tema financiero que abordaremos con toda amplitud.

Con respecto a las finanzas, el empresario debe exponer:

- ✚ con qué recursos cuenta para llegar a cabo el proyecto de exportación
- ✚ información financiera histórica
- ✚ flujo efectivo
- ✚ estados financieros
- ✚ principales razones financieras de liquidez, de actividad y de rentabilidad.

Sumario/Resumen

Este segmento contiene un resumen del plan de exportación. Su propósito es presentar en una manera concisa la situación actual de la empresa y los **planes para la nueva operativa**.

Debe incluirse:

- ✚ **el perfil de la empresa**

- ✚ una descripción precisa de qué consiste el negocio
- ✚ descripción del producto o servicio que se ofrece
- ✚ ventajas competitivas, y
- ✚ requerimientos financieros.

Indudablemente un plan de exportación, es una herramienta fundamental para que las pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica y el Caribe se integren cada vez más y de mejor manera al mercado internacional.

Muchas pequeñas y medianas empresas cuentan con la mayoría de la información anteriormente mencionada pero **la desorganización y falta de experiencia** puede llevar a que no prospere la expansión hacia el mercado internacional.

Elaborar adecuadamente el plan de exportación no solo ayudara desde un punto de vista comercial, sino que le permite a la empresa a evaluarse a sí misma, generando mayor participación y conciencia de la operativa.

Como todo instrumento de gestión, el plan debe ser flexible y adaptable, permitiendo su revisión a medida que avanza la operativa.

¿Qué es el Comercio?

Es una actividad que persigue un fin de lucro consistente en el intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores y que facilita la circulación de la riqueza. Desde el **punto de vista económico** se identifica por la actividad de intermediación entre productores y consumidores con la finalidad de obtener un lucro. Desde el **punto de vista jurídico**, además de la definición anterior, se incluye la actividad de la empresa, de la industria, de los títulos de crédito, patentes, marcas y todo aquello que el Legislador haya considerado como tal y sea inscrito en el Derecho Positivo. Tal es el caso del artículo **3º del Código de Comercio que define como comerciantes a:**

Art. 3º Código de Comercio

- 1) Las personas, que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación cotidiana
- 2) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles, y
- 2) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales que dentro el territorio nacional ejerza actos de comercio

Los actos de comercio denotan la expresión de la voluntad susceptible de producir efectos jurídicos dentro del ámbito de la realidad. Art. 75 Código de Comercio.

¿Qué es el Comercio Exterior de bienes y servicios?

El C. Exterior se encuentra ligado con las transacciones físicas de mercancías y productos, pero evidentemente incluye servicios y transacciones de tecnologías que en la mayoría de los casos son más importantes que los bienes tangibles. De la modernidad tecnológica nacen operaciones tales como compraventas internacionales de bienes y servicios, arrendamientos entre residentes de dos o más países, licencias, franquicias, entre otros.

EL COMERCIO EXTERIOR constituye aquella parte del sector externo de la economía que regula los intercambios de bienes y servicios entre proveedores y consumidores residentes en dos o mas territorios aduanero y/o países distintos, cuyas operaciones se registran estadísticamente en su balanza comercial.

La **disciplina que regula el intercambio del comercio exterior es la política comercial externa o política económica internacional**, sector, que, junto a las demás políticas sectoriales, **conforma a la Política Económica de un país**. Constituye el objetivo de la política comercial, misma que, puede orientarse a finalidades proteccionistas, liberales o neoliberales y estadistas según el sistema económico aplicable.

¿Qué es el Comercio? Es una actividad que persigue un fin de lucro consistente en el intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores y que facilita la circulación de la riqueza. Desde el **punto de vista económico** se identifica por la actividad de intermediación entre productores y consumidores con la finalidad de obtener un lucro. Desde el **punto de vista jurídico**, además de la definición anterior, se incluye la actividad de la empresa, de la industria, de los títulos de crédito, patentes, marcas y todo aquello que el Legislador haya considerado como tal y sea inscrito en el

Derecho Positivo. Tal es el caso del artículo 3° del Código de Comercio que define como comerciantes a:

Art. 3º Código de Comercio

- 3) Las personas, que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación cotidiana
- 2) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles, y
- 4) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales que dentro el territorio nacional ejerza actos de comercio

Los actos de comercio denotan la expresión de la voluntad susceptible de producir efectos jurídicos dentro del ámbito de la realidad. Art. 75 Código de Comercio.

¿Qué es el Comercio Exterior de bienes y servicios?

El C. Exterior se encuentra ligado con las transacciones físicas de mercancías y productos, pero evidentemente incluye servicios y transacciones de tecnologías, que en la mayoría de los casos son más importantes que los bienes tangibles. De la modernidad tecnológica nacen operaciones tales como compraventas internacionales de bienes y servicios, arrendamientos entre residentes de dos o más países, licencias, franquicias, entre otros.

El COMERCIO EXTERIOR constituye aquella parte del sector externo de la economía que regula los intercambios de bienes y servicios entre proveedores y consumidores residentes en dos o más territorios aduanero y/o países distintos, cuyas operaciones se registran estadísticamente en su balanza comercial.

La disciplina que regula el intercambio del comercio exterior es la política comercial externa o política económica internacional, sector, que, junto a las demás políticas sectoriales, conforma a la Política Económica de un país. Constituye el objetivo de la política comercial, misma que, puede orientarse a finalidades proteccionistas, liberales o neoliberales y estadistas según el sistema económico aplicable

¿Cuál es la disciplina que regula el intercambio del Comercio Exterior?

La disciplina que regula el intercambio del comercio exterior política comercial externa o política económica internacional, sector, que, junto a las demás políticas sectoriales, conforma a la Política Económica de un país. Constituye el objetivo de la política comercial, misma que puede orientarse a finalidades proteccionistas, liberales o neoliberales y estadistas según el sistema económico aplicable.

¿Cuáles son los orígenes del comercio exterior?

Desde que la tecnología perfeccionó los medios de comunicación, el comercio se fue ampliando y evolucionando desde el primitivo comercio de la antigüedad hasta el desarrollado comercio actual. Dicha evolución significó la ampliación del comercio en el volumen de intercambios y extensión de la zona geográfica de influencia de dichos intercambios. Cuando la zona de intercambios traspasó la frontera nacional, apareció como una necesidad natural el **COMERCIO INTERNACIONAL** y este se incrementa a medida en que surgen nuevas necesidades entre los países que buscan nuevas formas de desarrollo económico.

Como antecedente, podemos decir que el intercambio de bienes y servicios tuvo como causa la desigualdad en la distribución de los recursos naturales, las diferencias étnicas, diferencias en habilidades, división y especialización del trabajo. Por ello el primer tipo de comercio que existió fue el terrestre, fluvial y marítimo y debido a su complejidad han surgido un sinnúmero de instituciones jurídicas marítimas que son válidas hasta nuestros días.

¿Qué es la integración económica entre los países?

Son varias las etapas implícitas que se dan entre los países que celebran acuerdos comerciales, a fin de lograr mayor cooperación y acercamiento en los aspectos relacionados en el comercio y según el grado de integración habrá cuestiones monetarias, fiscales, de seguridad social, entre otras. Dichas etapas de integración

económica, reguladas necesariamente por la Organización Mundial de Comercio (OMC), son

- 1) Zonas de libre comercio
- 2) Uniones Aduaneras
- 3) Mercados Comunes
- 4) Uniones económicas

¿Cuáles son las principales formas de integración comercial?

1) **COOPERACIÓN:** Es un acuerdo bilateral o multilateral mediante el cual los estados miembros se comprometen a cumplir recíprocamente asuntos de interés común sin que los mismos menoscaben su libertad o soberanía

2) **SISTEMA DE PREFERENCIAS ADUANERAS:** Es el conjunto de territorios aduaneros en el cual se conceden entre sí una serie de ventajas no extensibles a terceros. EUA con Puerto Rico y las Islas Vírgenes, y la Commonwealth Británica integrada por Inglaterra, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, India, entre otros países, son algunos ejemplos de este tipo de integración de preferencias aduaneras.

3) **A) ZONAS DE LIBRE COMERCIO Y B) UNIONES ADUANERAS:** Este tipo de integraciones entre Gobiernos se encuentran reconocidos en el artículo XXIV del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Permite a las partes contratantes formar bloques regionales comerciales sin que sus miembros hagan extensivas las concesiones que se otorgan entre ellos a los otros miembros de la OMC que no sean parte del grupo de integración. Esto va en contra a principio de la NO discriminación, especialmente la cláusula de nación más favorecida del propio GATT

A) La **ZONA LIBRE DE COMERCIO** existe cuando hay una eliminación de las restricciones comerciales entre ellos, pero cada Gobierno Miembro mantiene una política comercial y un arancel propio frente a terceros países no miembros, o sea, la eliminación de barreras comerciales es solo interior de la zona libre. Por ejemplo, el TLCAN “Tratado de Libre Comercio de

América del Norte celebrado entre México, Canadá y los Estados Unidos; la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y la Zona Australia-Nueva Zelanda, entre otros.

B) La UNIÓN ADUANERA se forma cuando los Estados Miembros eliminan las trabas de comercio entre ellos y establecen un arancel unificado frente al exterior; existiendo una sustitución de dos o más territorios aduaneros por uno solo. Su **característica principal** es la formación de un arancel aduanero común frente a terceros países a la unión. Esta forma de integración económica es de mayor grado que las zonas de libre comercio. Como ejemplos tenemos a las uniones conformadas por Bélgica, Holanda y Luxemburgo y la Comunidad Económica del África del Oeste (CEAO)

- 4) **MERCADO COMÚN.**- Es un grado de integración más alto y complejo, ya que establece un sistema que permite la libre circulación de mercancías, servicios, personas, tecnología y capitales, en combinación con la supresión de los derechos de aduana y de restricciones cuantitativas a la entrada y salida de mercancías y cualesquiera otra medida de efecto equivalente, así como el establecimiento de una sola nomenclatura arancelaria y política comercial común para los países miembros y de éstos en sus relaciones con terceros. Se supone la creación de un territorio sin fronteras y a la vez un ente supranacional con personalidad propia cuyas resoluciones emitidas por sus órganos, son obligatorios para sus miembros

¿Cuáles son las etapas para formar un Mercado Común?

El procedimiento para formar un Mercado Común, que es la **unificación económica, social y política** e implica varias etapas:

- a) La formación de la Unión Aduanera
- b) La integración económica
- c) La unificación política

Como ejemplo de lo comentado anteriormente es la Comunidad Económica Europea (CEE), actualmente llamado Unión Europea (UE) o llamado también Mercado Común Europeo.

UNIFICACIÓN Es la forma más elevada de integración entre dos o más países, quienes solo se reservan algunos atributos de soberanía, quedando los asuntos más importantes bajo la competencia de la Unión, con lo cual se da paso a un NUEVO ESTADO. Las resoluciones de la UNION son obligatorias para sus asociados.

¿Qué son los bloques regionales?

En el artículo XXIV del GATT, como excepción al principio de no discriminación, permitía el establecimiento de bloques regionales comerciales sin que sus socios hagan extensivas las concesiones que se otorgan entre ellos a los demás países miembros de la OMC. Por lo mencionado anteriormente, las Uniones Aduaneras y las Zonas de Libre Comercio constituyen formas de integración económica como ya se comentó, basadas conforme a acuerdos o tratados comerciales internacionales que pasan a ser parte del sistema jurídico de cada país suscriptor. Tal es el caso de México y sus tratados comerciales internacionales.

Si hablamos de una regionalización de los mercados es contradictorio con la globalización de la producción, el comercio y los flujos de capital en el contexto mundial, ya que cada bloque regional crea sus propias reglas de integración internamente, lo cual va en contra del multilateralismo comercial internacional.

¿Cuáles son los bloques regionales que afectan al Comercio de México?

La Unión Europea

- a) La Cuenca del Pacífico, la cual actualmente es el tercer mercado para los productos mexicanos después de EUA y la UE.
- b) La Zona de Libre Comercio de América del Norte, en la cual está incluido México.

¿Qué es el Territorio Aduanero?

Es aquel que está delimitado por las fronteras aduaneras dentro del cual resulta de aplicación un único sistema tributario aduanero (o sean derechos de importación y derechos de exportación) y de prohibición a la introducción y a la salida de mercancías.

Desde el punto de vista de la Ley Aduanera Mexicana considera como territorio aduanero para efectos fiscales, con base en el artículo 8 del CFF, de aplicación supletoria a la Ley Aduanera, entendiéndose como tal, **México, país y territorio nacional, que conforme a nuestra Constitución Política integra el territorio nacional y zona económica exclusiva situada fuera del mar territorial.**

Esto significa que no siempre las fronteras aduaneras coinciden con las fronteras políticas de los diferentes Estados. Por ello existe un territorio político y un territorio aduanero como territorios diferentes. Puede haber coincidencias. Por otro lado, pueden existir varios territorios aduaneros en coexistencia o bien que un territorio aduanero abarque el territorio nacional de comprenda a varios Estados, o bien que en un territorio aduanero existan zonas libres que no formen parte de aquél.

¿A qué se considera como mercancías en el comercio internacional?

La definición la encontramos en la Ley Aduanera (Art. 2do.F-III):

“Son los productos, artículos, efectos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular” Sin embargo, no todos los bienes tangibles son mercancías para efectos aduanales, ya que las Reglas Complementarias de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE) establece que no se gravarán los siguientes:

- a) Ataúdes y urnas**
- b) Piezas postales (correspondencia)**
- c) Importaciones vía postal hasta cierto monto.**
- d) Las muestras y muestrarios sin valor comercial**

Por otra parte, se entiende que no tienen valor comercial:

- a) Los que han sido privados de dicho valor por inutilización que eviten ser comercializados.**
- b) Los que, por su cantidad, peso, volumen u otras condiciones de presentación indiquen sin duda que solo pueden servir de muestras o muestrarios.**

En ambos casos se exige documentación comercial, bancaria, consular o aduanera, que demuestre que dichas muestras carecen de valor alguno.

La conclusión es que la ley aduanera mexicana considera **mercancía a todos los bienes tangibles, excluyendo a los servicios y derechos de propiedad intelectual, los cuales tienen un tratamiento especial tanto en la legislación nacional como internacional, así como aquellos que por razones humanitarias y convencionales no tienen valor comercial.**

Obligaciones administrativas y fiscales en Importaciones y Exportaciones

El artículo 33 del CFF aplicable en materia aduanera establece que las autoridades proporcionarán asistencia gratuita a los contribuyentes. Sin embargo, debido a la influencia de los tratados internacionales, la parte jurídica se ha vuelto cada vez más compleja, como lo es el caso de la nomenclatura arancelaria, cuotas compensatorias, cupos máximos, permisos previos, certificados de origen y medidas de salvaguarda, entre otras.

¿Entre otros aspectos, que alternativas establece la Ley Aduanera en materia de Comercio Exterior?

Adicionalmente, la Ley Aduanera y la Ley de Comercio Exterior establecen algunas alternativas como por ejemplo en los regímenes aduaneros, entre los que se encuentran el depósito fiscal, importaciones temporales y definitivas, entre otras, que obligan o bien liberan a los importadores y exportadores del compromiso de

cumplir con diferentes obligaciones en materia de importaciones y exportaciones.

¿Cuáles son en términos generales, en materia de Comercio Exterior, que tipo de sanciones se establecen en la Ley Aduanera y la Ley de Comercio Exterior, cuando se incurren en irregularidades?

En materia de sanciones, éstas van desde la pérdida de las mercancías hasta la pérdida de la libertad, y en medio existen multas excesivas que no necesariamente se aplican con detallada legalidad debido a la mala interpretación, a veces dolosa o ignorante de las propias autoridades aduaneras.

ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

Obligaciones Administrativas y fiscales en materia de importaciones y exportaciones

Con base en el artículo 73-XXIX de la CPEUM indica que el Congreso de la Unión tiene la facultad de establecer contribuciones y expedición de normas de naturaleza estrictamente administrativa sobre el Comercio Exterior que permitan proteger la economía mexicana, incluyendo la producción nacional, como lo son las medidas de regulación y restricción no arancelarias entre las que se encuentran los permisos previos, cupos máximos, marcado de país de origen y sus correspondientes certificaciones, así como medidas de salvaguarda como lo son los aranceles específicos y ad valorem, entre otros.

¿En materia de Comercio Exterior, cuáles son las funciones básicas del Poder Ejecutivo?

En casos excepcionales el Poder Ejecutivo en casos de urgencia también puede intervenir en materia de regulación de Comercio Exterior, al igual que el Congreso de la Unión, basado en el artículo 131 de la CPEUM. Al mismo tiempo el Ejecutivo, basado en el artículo 89-I, tiene entre otras facultades las de promulgar y ejecutar las leyes que expida el Congreso de la Unión.

Los ingresos que percibe el Estado como lo son Impuestos, Derechos, Productos, Aprovechamientos, Contribuciones de Seguridad Social, no solo provienen de obligaciones tributarias, sino que también pueden provenir de Obligaciones Administrativas.

¿Entre otras, qué Secretarías de Estado intervienen en materia de CE, ¿en base a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal?

1) SEDENA: Por la importación y exportación de toda clase de armas de fuego, municiones, explosivos, productos químicos agresivos, artificios y material estratégico. (Art. 26 LOAPF)

SHCP: Le corresponde cobrar Impuestos, Contribuciones de mejoras, Derechos, Productos, Aprovechamientos Federales y asegurar el cumplimiento de las disposiciones fiscales, así como “dirigir los Servicios Aduanales y de Inspección y la Unidad de apoyo para la inspección fiscal y aduanera. (Art. 31 LOAPF)

SEMARNAT: Le corresponde imponer restricciones que establezcan las disposiciones aplicables sobre la circulación o tránsito en territorio nacional de especies de Flora y Fauna silvestres procedentes del o destinados al extranjero y promover ante la SE las medidas de regulación o restricción de importación o exportación, cuando se requiera para su conservación o aprovechamiento

SE Le corresponda formular y conducir las políticas generales de industria y comercio exterior; así como estudiar, proyectar y determinar los aranceles y fijar los precios oficiales, escuchando la opinión de la SHCP, estudiar y determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación; establecimiento de estímulos al Comercio Exterior, incluyendo subsidios sobre impuestos de importación y exportación y vigilar y evaluar los resultados

S. de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación: Le corresponde proponer el establecimiento de políticas en materia de asuntos internacionales y de comercio exterior agropecuarios

S. Salud: Le corresponde ejecutar el control sobre la preparación, posesión, uso, suministro, importación, exportación y distribución de drogas y productos medicinales, a excepción de las de uso veterinarios que no estén comprendidos en la Convención de Ginebra

¿Cuál es el papel de las Secretarías de Estado que intervienen en materia de Comercio Exterior?

De todo lo mencionado anteriormente, si bien es cierto que tienen dichas Secretarías de Estado ciertas atribuciones en su favor, entre las que podemos mencionar las facultades para establecer y expedir Reglas Generales y Disposiciones de Carácter Administrativo, deben entenderse referidas a la ejecución y aplicación de las leyes previamente expedidas por el Congreso de la Unión o bien por el Poder Ejecutivo, pero no se faculta a dichos servidores públicos a legislar. Es decir, la facultad para crear, modificar y suprimir aranceles corresponde solo al Congreso (73 CPEUM) y por excepción al Ejecutivo (131 CPEUM)

LAS MERCANCÍAS COMO OBJETO DE COMERCIO EXTERIOR

¿Cómo define la Ley Aduanera a las “mercancías”? El artículo 2-II establece que mercancías son:” Los productos, artículos, efectos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables e irreductibles a propiedad particular”

¿Cuál es la problemática jurídica al establecer la Ley Aduanera, dentro de la definición de Mercancías, la palabra “inalienables”?
nalienable significa que un bien no se puede enajenar, es decir, en otras palabras, que pertenecen a la colectividad. Entonces las mercancías son enajenables y los bienes inalienables no lo son. Pero una incongruencia es que por sentido común y para la generalidad de las personas, las mercancías las constituyen todos los bienes que se pueden comprar y vender, es decir que sean objetos de comercio (no necesariamente enajenar - comentar

En conclusión, **debe eliminarse la expresión de inalienables**, ya que ni las propias autoridades se encuentran posibilitadas a distinguir los

bienes que tienen la característica de mercancías, de los bienes que no tienen estos atributos. (Discusión en clase)
(Código Civil: Artículos 765,767,768 y 770)

¿Cuál es la problemática jurídica al establecer la Ley Aduanera, dentro de la definición de Mercancías, la frase “cualquier otro bien”?

Los contribuyentes ignorar la clase de bienes a los que la ley se refiere, aumentando aún más la incertidumbre, ya que dichos bienes pueden tener múltiples características, como por ejemplo “muebles” por su naturaleza o por disposición legal, incluyéndose entre otras, acciones de tengan socios de empresa, derechos de autor

¿Cuál es la problemática jurídica de establecer dentro de la definición de Mercancías el concepto de “bienes irreductibles a propiedad particular”?

Irreductibles en este contexto de Comercio, significa mercancías que están fuera del comercio, ya sea por su propia naturaleza o por disposición expresa de la ley

Por lo tanto, esta clase de bienes no pueden ser denominados “mercancías” y por consiguiente debería suprimirse de la Ley Aduanera, ya que de lo contrario solamente conduciría a confusiones no justificables.

¿Cuál es la problemática jurídica de establecer dentro del Artículo segundo de las Reglas Generales para la aplicación de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, al señalar que “cualquier alusión a un artículo en una partida determinada alcanza al artículo incompleto o sin terminar, siempre que éste presente las características esenciales de artículo completo o terminado, o bien cuando se presente desmontado”?

Las Reglas Complementarias de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación en su artículo 8 inciso a) señala que son artículos completos o terminados, aunque no tengan las características esenciales de los mismos, las mercancías que se importen en una o más remesas por una o varias aduanas por parte de empresas con registro aprobado por la SE.

El problema que se presenta es que se omite especificar y definir en primer lugar por parte del legislador lo que debe entenderse por características esenciales de los productos y los supuestos en los que dichas características esenciales resultan indispensables para determinar la integración de cualquier producto. Lo anterior provoca confusión para efectos del pago de las contribuciones correspondientes.

Si se desea determinar si una mercancía está terminada o no, completa o no, deben conocerse todas las características del producto como lo es: Finalidad, función, destino o propósito y no únicamente su montaje, armado o simple aspecto de presentación física. Lo anterior provoca inconsistencia, ineficacia para el pago de las contribuciones.

¿Cuál es la problemática jurídica al establecerse el concepto de “Mercancías Mezcladas o Compuestas”?

De igual manera, en las Reglas Generales y Complementarias para la aplicación de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación, irresponsablemente el Legislador no indica en ninguna disposición legal lo que debe entenderse por mercancías o productos compuestos, por consecuencia, se atenta contra las garantías de legalidad y seguridad jurídica de los artículos 14 y 16 de la CPEUM, por lo que se está expuesto a pagar contribuciones indebidas y excesivas que no corresponden a los productos en cuestión

¿Cuál es la problemática jurídica al establecerse el concepto de “Mercancías Idénticas o Similares”?

Idénticas y similares tienen diferentes significados, sin embargo, se les da la connotación de sinónimos.

El manejo equivocado e irresponsable y reiterado de la clase de expresiones comentadas en puntos anteriores en diferentes ordenamientos legales que regulan las importaciones y exportaciones, ha dado lugar a que continuamente se lleguen a

confundir y a interpretar como sinónimos, siendo que de que lo que se trata es de diferenciar aspectos entre sí y establecer claridad y transparencia e identidad

¿Cuáles son los servicios que son considerados como mercancías?

Es complejo entender cuáles son los bienes que tienen la calidad de mercaderías, y esto se magnifica si nos remitimos al artículo 24 de la LIVA que indica que “importación de bienes y servicios” son:

- 1. Introducción al país de bienes**
- 2. Adquisición por personas residentes en el país de bienes intangibles enajenados por personas no residentes en él.**
- 3. El uso o goce temporal, en territorio nacional, de bienes intangibles proporcionados por personas no residentes en el país.**
- 4. El uso o goce temporal, en territorio nacional, de bienes tangibles cuya entrega material se hubiera efectuado en el extranjero.**
- 5. El aprovechamiento en territorio nacional de los servicios a que se refiere el artículo 14, cuando se presten por no residentes en el país. Esta fracción no es aplicable al transporte internacional**

Cuando un bien exportado temporalmente retorna al país habiéndosele agregado valor en el extranjero por reparación, aditamentos o por cualquier otro concepto que implique un valor adicional, se considerará importación de bienes o servicios y deberá pagar el impuesto por dicho valor en los términos del artículo 27 de esta ley.

Por su parte el artículo 14-V de la LIVA dice que “para efectos de esta Ley, se considera prestación de servicios independientes”:

- 1) La prestación de obligaciones de hace que realice una persona a favor de otra, cualquiera que sea el acto que le dé origen y el nombre o clasificación que a dicho acto le den otras leyes.**

- 2) El transporte de personas y bienes.**
- 3) El seguro, reaseguro, el afianzamiento y el reafianzamiento.**
- 4) El mandato, la comisión, la mediación, la agencia, la representación, la correduría, la consignación y la distribución.**
- 5) La Asistencia Técnica y la Transferencia de Tecnología**
- 6) Toda otra obligación de dar, de NO hacer o de permitir, asumida por una persona en beneficio de otra, siempre que no esté considerada por esta ley como enajenación o uso o goce temporal de bienes.**

Los servicios subordinados no son servicios independientes

Los Servicios independientes tienen la característica de personal, cuando se trate de las actividades señaladas en este artículo que no tengan la naturaleza de actividad empresarial.

El Artículo 29 de la LIVA menciona que se considera exportación de bienes y servicios:

- a) La que tenga el carácter de definitiva, en los términos de la legislación aduanera.**
- b) La enajenación de bienes intangibles realizada por persona residente en el país a quien resida en el extranjero.**
- c) El uso o goce temporal, en el extranjero, de bienes intangibles proporcionados por personas residentes en el país.**
- d) El aprovechamiento en el extranjero de servicios prestados por residentes en el país, por concepto de:**
 - 1. Asistencia Técnica, servicios técnicos relacionados con esta e informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales o científicas.**
 - 2. Operaciones de maquila para exportación en los términos de la legislación aduanera.**
 - 3. Publicidad**
 - 4. Comisiones y mediaciones.**
 - 5. Seguros y reaseguros, como afianzamientos y reafianzamientos.**
 - 6. Operaciones de Financiamiento**

- e) La transportación internacional de bienes prestada por residentes en el país y los servicios portuarios de carga, descarga, alijo, almacenaje, custodia, estiba y acarreo dentro de los puertos e instalaciones portuarias siempre que se presten en maniobras para la exportación de mercancías.
- f) La transportación aérea de personas, prestada por residentes en el país, por la parte del servicio que en los términos del último párrafo del artículo 16 no se considera prestada en territorio nacional.
- g) La enajenación de bienes importados temporalmente que hagan las empresas catalogadas como maquiladoras de exportación a otras empresas, también catalogadas como maquiladoras de exportación, siempre que dichos bienes no cambien de régimen aduanero.

POR TODO LO COMENTADO ANTERIORMENTE, SE CONCLUYE QUE TODA ESTA RELACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS QUE QUEDAN CONCEPTUADOS POR LAS LEYES COMO MERCANCÍAS, ORIGINAN CONFUSIONES QUE NOS IMPIDEN DISTINGUIR CON CLARIDAD LOS OBJETOS QUE TIENEN LAS CUALIDADES DE MERCANCÍAS, DE LAS QUE NO TIENEN ESOS ATRIBUTOS, OBSCURIDAD QUE COBRA IMPORTANCIA EN EL MOMENTO EN QUE LOS PARTICULARES LLEVAN EL PAGO DE LAS CONTRIBUCIONES CORRESPONDIENTES, A LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES, LO QUE PROVOCA CAOS E INJUSTICIAS EN LA INTERPRETACIÓN DE LAS NORMAS FISCALES.

Evolución de las estrategias en los procesos de internacionalización

1. Fases del proceso de internacionalización de empresas

1. Departamento de gestión internacional

Es importante para iniciar el proceso de internacionalización contar dentro de la organización con un departamento de gestión internacional, sugiero que sea Finanzas, junto con Marketing, o bien, crear una Dirección de Proyectos Especiales, sean quienes desarrollen esta parte. Estos departamentos se encargarán de todo lo referente a la apertura a mercados exteriores, dejando libres de estas preocupaciones al resto de la empresa. Si este departamento no existiese en la organización, habría que crearlo cuanto antes.

2. Desarrollar un análisis interno

Antes de poder empezar con el proceso, además de contar con un departamento adecuado, es necesario realizar un análisis interno de la compañía. Un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) ayudará muy bien a entender la situación de la que parte la empresa para así poder evaluar cuáles serán los objetivos y las estrategias a seguir para mejorar.

3. Objetivos empresariales

Una vez realizado el análisis interno, y conociendo a la perfección la situación de partida para el proceso de internacionalización, es el momento de marcar los objetivos que desea obtener la empresa con la salida al exterior. Se trata de establecer qué se quiere conseguir.

Sin embargo, en este paso no es necesario saber cuáles son los objetivos, sino también cuáles serán las estrategias de trabajo que se deberán seguir para poder alcanzarlos.

1. Solvencia y situación financiera de la compañía

Este paso es también resultado de la fase de análisis. Además de un análisis DAFO, también se debe realizar un análisis de la situación

financiera de la empresa. Evaluará la solvencia actual de la compañía y en base a ella se podrán desarrollar unas estrategias u otras.

2. Estudiar los riesgos financieros

La internacionalización de empresas es un proceso de gran importancia para cualquier organización. Por ello es necesario analizar con cuidado los riesgos financieros que conlleva una operación así. Hay varios riesgos financieros a estudiar: (Caso de la empresa que exportó PET)

- **Riesgo país:** representa los peligros que un país tiene para los negocios internacionales. Algunas empresas usan como indicador el diferencial entre la rentabilidad de los bonos del país a evaluar con los bonos de Estados Unidos. *El riesgo de México es muy alto por la política comunista que se ha seguido, junto con una ausencia del Estado de Derecho.*
- **Riesgo económico:** este riesgo está asociado a las variaciones desfavorables del ciclo económico del país, y sus consiguientes impactos sociales.
- **Riesgo de tipo de cambio:** se trata de las pérdidas ocasionales que puede sufrir una empresa por operar con una moneda distinta. Se pueden producir sobre todo con deudas a cobrar en un futuro.
- **Riesgo político:** se trata de las normativas específicas de cada país y de cómo afectan a la actividad de la organización. También a las actuaciones de los organismos gubernamentales locales que provoquen cambios negativos para la empresa. *En el caso de México es PÉSIMO en la opinión internacional y de las calificadoras a nivel mundial Standard & Poor, FITCH y Moody's*

3. Elegir los mercados

La siguiente fase del proceso es **seleccionar cuáles son los mercados exteriores en los que la empresa quiere desarrollar su actividad**. Después todos los análisis anteriores internos, ahora es el momento de analizar los posibles mercados exteriores que serán el objetivo de la internacionalización y elegir el más favorable para la empresa.

Se trata de **escoger aquél o aquellos mercados en los que la compañía podrá desarrollar su actividad con mayor facilidad**, es decir, que pueda conseguir sus objetivos más rápido o le sea más rentable establecerse. En definitiva, **el mercado que más le pueda ayudar a crecer**.

A la hora de escoger los mercados, contamos con varios tipos de países:

- **Países estratégicos.** Son el objetivo prioritario del proceso, y a ellos se asignarán los principales recursos. Los procesos internos se adaptarán a ellos si es necesario (idiomas, servicios, horarios...).
- **Países complementarios.** Dependiendo de los recursos excedentes se podrá hacer una entrada gradual (con distribuidores y propuesta de valor estándar) a estos países.
- **Otros países.** En estos se podrá hacer una exportación pasiva, es decir, aplicar ciertas condiciones de productos o precios.

4. Establecer estrategia comercial y escoger el canal de venta

El paso siguiente es poder determinar la estrategia comercial que se seguirá en el país escogido y los canales de venta que se implantarán en el mismo para desarrollar la actividad.

5. Implantación física en otros países

Una vez realizadas todas las fases anteriores, ya solo queda la implantación de la actividad en el país o los países seleccionados para desarrollar la actividad exterior. Para que la implantación sea correcta y no desemboque en un fracaso del proceso, hay que realizarla de manera gradual en varias fases:

1. FASE 1 – Aterrizaje

En esta fase se busca minimizar riesgos y es cuando se produce la adaptación al nuevo mercado: cultural, legal... Se empieza a conocer el mercado en profundidad y a desarrollar el producto de acuerdo a las necesidades del mercado.

2. FASE 2 – Crecimiento

Se incrementa el volumen de las operaciones y se le da mayor prioridad a las actividades estratégicas. Se reducen los proveedores y se consolidan las actividades.

3. FASE 3 – Consolidación

La prioridad máxima es para el margen y el control de las actividades para una mayor integración de las operaciones.

Se estima que, de las empresas que llevan en mercados exteriores más de 10 años, solo el 33% ha tenido éxito. El resto falla principalmente por dos motivos. El primero es el efecto fatiga, es decir, abandonar el proceso tras dos o tres años. Y el segundo es por invertir en zonas inadecuadas para la empresa por no realizar correctamente las fases de planificación y análisis.

El proceso de internacionalización conlleva unos pasos complejos para las empresas. Es una decisión que se prolonga bastante en el tiempo y en la que hay que invertir recursos. Pero las ventajas que se pueden obtener de él compensan todo el esfuerzo si se implementa de manera adecuada.