

ASIGNATURA:

Clave CA06

Ciclo 20-1

HORARIO: Sábados 07:00-11:00

CUATRIMESTRE: Septiembre 13 – Diciembre 13, 2019

C.P. y Mtro. en A. Héctor Marín Ruiz

OBJETIVOS: Al final del curso el alumno conocerá los retos y 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.

BIBLIOGRAFÍA. NEGOCIOS INTERNACIONALES Charles W.L. Hill
McGrawHill

FORMA DE TRABAJO DURANTE EL CUATRIMESTRE

PUNTUALIDAD: La clase comprenden los viernes de las 20:00 hrs. las 22:00 hrs.

TOLERANCIA 10 MINUTOS.

INASISTENCIAS: 3 FALTAS EN EL CUATRIMESTRE ES EL MÁXIMO PERMITIDO PARA TENER DERECHO A EXAMEN. 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. No se permitirá fumar, consumir bocadillos, bebidas, utilización de celulares, entradas y salidas del salón de clase.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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, además del estudio independiente, investigación y lectura obligada de documentos oficiales.

PARÁMETROS PARA LA INTEGRACIÓN DE LA CALIFICACIÓN

FINAL

EXÁMEN PARCIAL (Octubre 05, 2019)	40%
EXÁMEN FINAL (Noviembre 30, 2019)	50%
<u>ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS</u>	10%
<u>(Participación, Investigación, Exposición, Asistencia, Trabajos de Calidad, entre otros)</u>	

El examen parcial evaluará el contenido de la primera mitad del curso y el examen final evaluará los contenidos tanto de la segunda mitad del curso, más elementos del conocimiento adquirido en el cuatrimestre.

En ambos casos, 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.

Objetivos particulares del docente:

- Resolver cualquier duda de los temas expuestos en clase y cualquier otro que se pueda presentar a nivel individual.
- En cada clase se promoverá la retroalimentación de los temas vistos en clase y se ejemplificarán los conceptos puntuales, inclusive asociándolos con otras materias y al mismo tiempo se promoverá la adquisición de nuevos conocimientos.
- Nos apegaremos totalmente al programa de la asignatura y en la medida de lo posible abarcaremos temas adicionales de Impuesto Sobre la Renta y Financiera de las empresas, esto significa que estudiaremos adicionalmente ISR, CFF, IVA, aspectos financieros, entre otros temas, lo cual dará pie para involucrarnos en otros temas igualmente importantes.
- La forma de trabajo será por participación en clase, exposición y entrega de los temas asignados en forma individual, con calidad profesional.

Objetivos particulares y de grupo del alumnado:

- Cualquier duda o aclaración de los alumnos será atendida de inmediato.
- Como responsabilidades de los alumnos se solicita puntualidad perfecta, es decir, llegar a tiempo y no faltar a clase, excepto por casos fortuitos o de causa mayor documentados, considerando que los contratiempos de trabajo no son excusa para no cumplir con la puntualidad perfecta.
- No debiera existir excusa para no conocer los temas vistos en clase y todos aquellos adquiridos en la licenciatura, en cuyo caso si fuese necesario, se reforzarían los temas donde observara cierta debilidad en conocimientos.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

1) Dirección de Empresa

2) Fundamentos de Negocios Internacionales

3) Diseño y Evaluación de Organizaciones

CICLO: 13vo TRIMESTRE

CLAVE DE ASIGNATURA: LAC-B1301/LAC-B1302/LAC-B1303

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD BLOQUE XIII

OBJETIVO (S) GENERAL (ES) DE LA ASIGNATURA Al final del curso el alumno conocerá los retos y 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.

1.-GENERALIDADES

1.1 Globalización

2.-DIFERENCIAS ENTRE PAÍSES

2.1 Diferencias nacionales en economía política

2.2 Diferencias Culturales

2.3 Ética en los negocios internacionales

3.-EL COMERCIO MUNDIAL Y EL ENTORNO DE LAS INVERSIONES

3.1 Teoría del comercio internacional

3.2 Política económica del comercio internacional

3.3 Inversión extranjera directa

3.4 Integración económica regional

4.-EL SISTEMA MONETARIO GLOBAL

4.1 Mercado extranjero de divisas

4.2 El sistema monetario internacional

4.3 Mercado global de capitales

5.- LA ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

5.1 La estrategia de los negocios internacionales

5.2 Organización de los negocios internacionales

5.3 Estrategia de entrada y alianzas estratégicas

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

6.- OPERACIONES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

- 6.1 Exportación, Importación e intercambio compensado
 - 6.2 Producción global, subcontratación y administración de materiales
 - 6.3 Marketing mundial e investigación y desarrollo
 - 6.4 Administración global de recursos humanos
 - 6.5 Contabilidad en los negocios internacionales
 - 6.6 Administración financiera en los negocios internacionales
- EXAMEN Y RETROALIMENTACIÓN DE TRABAJOS

BIBLIOGRAFÍA: **NEGOCIOS INTERNACIONALES** Charles W.L. Hill McGrawHill

ASPECTOS GENERALES DE LA GLOBALIZACIÓN

¿Qué es la Globalización Económica?

La globalización económica es el proceso de interdependencia económica entre el conjunto de países e incluye el volumen de las transacciones de bienes y servicios, flujos de capital, mano de obra, difusión acelerada y generalizada de la tecnología, como lo son los casos de Alemania, Japón, China, Medio Oriente (Dubái, por ejemplo), entre otros muchos países.

La globalización económica afecta al ámbito económico y a otras dimensiones y efectos, como el conocimiento, aspectos culturales, políticos o medioambientales (video clip).

Está originada por fenómenos económicos; geopolíticos, como el fin del comunismo, o la aparición de nuevos competidores; fenómenos demográficos, como el envejecimiento de la población que es el caso de Europa (Francia, por ejemplo), transformación de las estructuras familiares.

En el proceso de globalización económica intervienen las grandes empresas multinacionales, financieras y no financieras; los gobiernos nacionales, con los cambios normativos liberalizadores; los organismos internacionales y las economías domésticas.

Rasgos diferenciadores de la globalización económica en la actualidad

La globalización no es un fenómeno reciente. No obstante, si presenta rasgos diferenciadores en el presente, ya que:

- Está implicada la **mayor parte de los países** del mundo.
- El grado de **movilidad de la mano de obra es menor**.
- Hay una **distinta canalización de los recursos financieros**. Y afectación irreversible al medio ambiente.
- **Flujos financieros internacionales de capital móviles**.
- Este proceso recibe mayores críticas por la destrucción del planeta, empobrecimiento extremo, deterioro de la salud, hambruna, etc.

La globalización, pensamiento global, y la localización, actuación local, dan lugar a lo que se ha denominado como **“glocalización”**.

Efectos de la globalización económica

La globalización económica tiene múltiples efectos sobre las economías nacionales:

- **Igualamiento de las condiciones de producción. Esto implica:**
 - Internacionalización de la competencia.
 - Cooperación inter-empresarial.
 - Recolocación fácil de las empresas en cualquier parte del mundo.
- **Beneficios de la globalización desigualmente repartidos. Ricos más ricos y pobres más pobres**
- **Trabajo vs contra el capital. Es más fácil comerciar en el caso del capital que en el del trabajo.**
- **Países periféricos vs. países centrales. Es más fácil que un país central se vea en este proceso globalizador.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- **Disminución de protagonismo de gobiernos nacionales**, en beneficio de los mercados financieros.
- **Movimiento especulativo de flujos financieros**, que conlleva inestabilidad monetaria.
- **Recalentamiento global** y deterioro de la capa de ozono. Caso de hoy, desaparición de glaciares de millones de años.

La Globalización Económica, es un fenómeno que sin duda pasará a los libros de historia, como lo fue la Revolución Industrial, entre otros.

Nos encontramos ante una globalización que trata de unir esfuerzos, intereses y deseos para generar un mercado único. Se sustenta en tres ideas básicas:

- 1. La especialización de la productividad:** la red económica mundial permite a los países aprovechar las capacidades productivas de cada país, pero también incorporarlos de manera eficiente a la hora de potenciar las mejoras y especialización de los sistemas de producción local.
- 2. Competitividad de los mercados:** la red de mercado permite a los países exportar aquellos productos en los que se ha especializado y produce a un costo menor que otros países y que, por tanto, lo hacen económicamente competitivos.
- 3. Productos a un precio atractivo:** los beneficios obtenidos a través de la exportación, permiten a las naciones importar a un precio menor aquellos productos para los cuales no tienen capacidad de producir a bajo costo.

ESTRATEGIAS DE UN MERCADO GLOBALIZADO

Las estrategias que se siguen dentro de un mercado globalizado son variadas y cada una habría que analizarla por separado, vamos a estudiar las más importantes.

- a) **Promulgación y aplicación de leyes** que favorecen la integración de los países a través de la libre circulación de sus capitales, bienes, materias primas y productos finales a nivel mundial.
- b) **Formación de bloques comerciales:** con moneda común y la unión de fronteras se han creado bloques comerciales como el Mercosur y la Unión Europea, por ejemplo.

Como podemos observar, la **Globalización Económica es la suma de muchos factores, pero sobretodo se basa en la idea de que la unión hace la fuerza.** Las **carencias** de un país, **son suplantadas por otro(s)**, y viceversa, de tal modo que se genera una red global de producción casi imposible de superar.

IMPLICACIONES DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA

Vamos a analizar cuáles serían las implicaciones que este fenómeno produce en la humanidad, su desarrollo y proyección.

- **Procesos productivos internacionales:** aunque la identificación de origen de un producto es un requisito para integrar la red de mercado global en rubros como el tecnológico y **automotriz**, los procesos productivos están distribuidos en unidades de producción localizadas en varias partes del mundo. Comentario sobre la exportación mexicana de la industria terminal automotriz.

- **Liberalización del comercio:** la apertura y la integración de los mercados locales al mercado mundial implica la supresión parcial o total de barreras arancelarias, culturales, políticas, migratorias y sociales de igual manera significa la adopción de avances tecnológicos e industriales.
- **Especialización:** al unir fuerzas e ideas, se genera una especialización que favorece principalmente al consumidor, creando productos cada vez más avanzados y también atractivos en cuanto a su valor económico.

DESVENTAJAS DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA

Las desventajas de la Globalización Económica también son variadas. Al mismo tiempo que hemos visto los enormes beneficios que conlleva este tipo de globalización, también existen otros puntos a tener en cuenta que ensombrecen este fenómeno.

- **Estimula el consumismo** como forma de vida, **haciéndonos más dependientes a un tipo de mercado casi idéntico** en muchos países.
- **La supresión de tasas arancelarias y otros impuestos** podría significar la **reducción en los beneficios de los menos favorecidos**, o sea más pobres.
- **Los mayores beneficios los obtienen los grandes conglomerados y los países ricos** en materias primas codiciadas, en perjuicio de las economías emergentes.
- **Estimula una estrategia de negocios que no es compatible** con la preservación del medio ambiente.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- **En algunos casos, se degrada la cultura e estilos de vida** de determinadas poblaciones, haciéndolas cada vez más parecidas a los poderosos grandes países.

Los **beneficios y riesgos dependen también de cada país** y situación en concreto, por lo que en una balanza sería muy difícil posicionarnos en qué tiene más valor y qué no. Lo que si es cierto, es que se han creado más oportunidades en países en vías de desarrollo que antes del efecto de la Globalización. Estos efectos son el resultado de la Globalización.

Uno de los **cambios más profundos** que podemos observar en la Globalización Económica, lo podemos sentir en nuestra **forma de comunicarnos**. Nunca en la historia de la humanidad hemos estado tan interconectados como ahora, y esto se debe en parte a la Globalización.

La Globalización, ha permitido que la gente una esfuerzos para conseguir objetivos muy parecidos. Por ejemplo, **la especialización de algún trabajo "globalizado" te puede permitir tener una facilidad de empleo en otros países**, al mismo tiempo nos encontramos con una sociedad que comparte gustos e ideas y gracias a los grandes medios (como las redes sociales) poco a poco vamos pareciéndonos todos en gustos e ideas, los que tiene sus beneficios y sus riesgos.

Aunque los efectos de la Globalización puedan tener sus puntos oscuros, lo que si es cierto es que ha permitido que países sin oportunidades económicas puedan ahora tener una nueva visión del mundo, y "unirse" a los nuevos movimientos que está generando la sociedad. Comentar sobre lo que le sucedió a México hace ya 35 años, cuando se abrió el TLCAN.

¿Qué es el Comercio Internacional de bienes y servicios?

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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.

¿Qué es el Comercio Internacional?

La carrera de Comercio Internacional otorga las herramientas teóricas necesarias para entender y ejercer de manera sustentable el intercambio de bienes y servicios a nivel mundial, esto ligado a regulaciones preestablecidas que otorgan transparencia y dinamismo a la actividad comercial.

¿Qué tareas desarrolla un profesional en Comercio Internacional?

- Analizar, complementar, satisfacer las necesidades de los mercados, sean internos (sociedad) o externos (nuevos mercado).**
- Analizar las propiedades del país (o de los países) en todos los sectores económicos, para enfrentar problemas reales y solucionarlos eficazmente.**
- Responder a los requerimientos del sector público y privado, realizando desde investigación, hasta la gestión en el intercambio de bienes y/o servicios.**
- Desde el estudio de la evolución del comercio internacional hasta la identificación de oportunidades de mercado, pasando por la estimación de los efectos del comercio en la actividad económica nacional.**

¿Qué aptitudes debe tener un especialista en Comercio Internacional?

- **Capacidad de investigación. Es fundamental estar al día con la actualidad legislativa y comercial.**
- **Facilidad en establecer relaciones.**

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

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

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

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

La definición que adoptaremos será la siguiente: “Consiste en una serie de transacciones llevadas a cabo fuera de las fronteras nacionales a fin de satisfacer los objetivos de los****

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

individuos organizaciones involucradas, es tener un proveedor y un comprador en el mercado internacional”.

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

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

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

¿Qué tienen en común este grupo de personas?

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

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

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

Diferencia ente el comercio internacional y el Comercio Exterior.

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

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

Comercio exterior.

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

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

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

Comercio internacional.

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

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

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

Diferencia general.

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

Mientras que el comercio exterior es el:

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

Diferencias específicas.

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

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

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

Formas de comercio internacional.

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

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

Las formas de comercio internacional son:

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

1. Fabricación bajo licencia.

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

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

Estos **beneficios son:**

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

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

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

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

2. Franquicias.

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

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

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

Las modalidades de la franquicia son:

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

Según el lugar del contrato.

FRANQUICIA VERTICAL

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

Dentro de la franquicia vertical existen dos modalidades:

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

FRANQUICIA HORIZONTAL

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

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

3. MAQUILAS

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

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

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

Los beneficios son los siguientes:

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

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

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

4. **Explotación en aguas internacionales.**

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

5. **Neocolonialismo.**

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

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

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

Historia del comercio internacional.

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

De riesgo esta situación tan tensa, se decidió firmar un acuerdo que frenaría esta plaga de proteccionismo que avanzaba hacia la liberación, es cuando aparece el General Agreement on Tariffs and Trade GATT, que fue lo que dio origen a lo que conocemos como Organización Mundial del Comercio OMC.

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

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

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

Teoría de la ventaja absoluta.

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

Otras definiciones:

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

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

Teoría de la ventaja comparativa.

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

Otras definiciones:

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

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

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

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

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

Teoría de la ventaja competitiva.

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

Alguna de las estrategias que se establecen son:

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

Bienes Commodity, clúster, economías a escala, dumping.

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

En otras palabras, son aquellas materias primas que han sufrido procesos de transformación muy pequeños o significantes o que no han sufrido ninguna transformación.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

Esto quiere decir que estos bienes poseen una característica homogénea entre ellos es que son similares entre sí.

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

Algunos Commodities:

- **Granos: soya, trigo, maíz, avena o cebada.**
- **Algodón, café, azúcar, cacao, concentrado de jugos.**
- **Energía: petróleo crudo, combustible, gas natural, etanol o nafta.**
- **Metales: oro, plata, cobre, platino, aluminio y paladio.**
- **Carnes: ganado bovino vivo, ganado porcino vivo, manteca o leche.**
- **Financieros: bonos a largo plazo, seguro, dólar, valores gubernamentales a 30 días.**

Los bienes Commodities y las inversiones.

En el pasado, no era atractivo invertir en Commodities por el tiempo y por el dinero invertido. Sin embargo, en la actualidad, con el avance de la tecnología, el campo de acceso para los inversionistas es mucho más amplio que antes, generando mayor oportunidad inversión y ganancias.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

Por ejemplo si compra un Commodity vale 500 que mañana sube a 750, el inversionista habrá ganado el 50%; este retorno de inversión en lo que se denomina ganancia de capital. La inversión en Commodities, como cualquier otra, es comprar bienes a un precio bajo y venderlo a un precio alto y por esta razón es que representa un riesgo en la compra de este tipo de bienes, pero a su vez, el apalancamiento que esta genera, puede generar grandes ganancias y tal debido a que el tamaño en que se comercia es en contratos y no en acciones.

Clúster.

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

También se define como las concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, firmas en industrias relacionadas e instituciones asociadas (Ejemplo: universidades, agencias y asociaciones de comercio) en un campo particular que compiten entre ellos, pero también cooperan entre ellos.

Objetivos del clúster.

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

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

5. Por aumentar la presión de coordinación entre empresas.

Características del clúster.

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

- 1. Geográfico: cuando las actividades se concentran en una misma área.**
- 2. Sectorial: cuando las empresas operan en un mismo sector económico.**
- 3. Horizontal: cuando hay interconexión de empresas para compartir recursos.**
- 4. Vertical: los participan varias empresas en la cadena de suministros.**

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

igualmente las instituciones de formación pueden prosperar económicamente y elevar el nivel general de productividad.

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

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

Clústeres *know how* histórico: Se basan en éste, ya que permiten determinar las capacidades y habilidades propias de cada persona que tiene sobre cierta actividad y que pueden servir de referencia para otros.

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

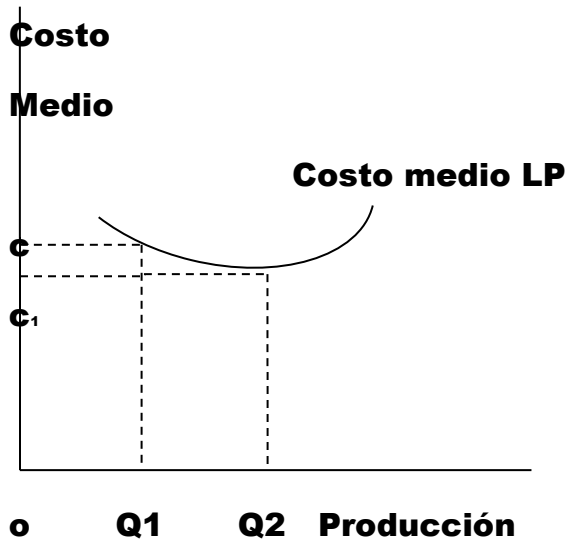
Economías a escala.

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

mucho menor al llevar a cabo una compra de alto volumen, ya que se llega a un ajuste de precios a la baja con los fabricantes.



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

Tipos economía de escala.

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

Clasificación de las economías a escala.

- ♪ **Interna:** se presenta en la empresa es debido a diversas variables implementadas, como lo que crecer el aumento de la capacidad instalada, e introducir nuevas técnicas de producción, mejorar los costos a medida que se incrementa la producción. Todos estos cambios son controlados internamente por la empresa.

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

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

Dumping.

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

En la manipulación de precios, donde una empresa vende un bien a precios inferiores a los del mercado. Muchas veces a precios más bajos que en el mercado interno inclusive hasta con pérdida para la empresa que produce el bien con distintas finalidades. Esta práctica desleal tiene la habilidad de mantener apartados los mercados, en pocas palabras, dividido los mercados de influencia con estrategias diferenciadas de mercadeo. Esto es lo que hace Estados Unidos con México.

Cosas del dumping.

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

Tipos de Dumping.

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

Clases de Dumping:

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

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

MODELO Heckscher-Ohlin.

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

Supuestos de la teoría Heckscher-Ohlin.

- ♪ Hay dos países, nación 1 y nación 2, con dos bienes X y Y y dos factores de producción, trabajo y capital.**
- ♪ Ambos países tienen la misma tecnología de producción.**
- ♪ La mercancía X es intensiva en trabajo, y la mercancía Y es intensiva en capital en ambos países.**
- ♪ Las dos mercancías se producen con rendimientos constantes a escala en ambos países.**
- ♪ Hay especialización incompleta en la producción en ambos países.**
- ♪ Las preferencias son iguales en ambos países.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- ♪ **Existe competencia perfecta en los mercados de mercancías y también de los factores de producción en ambos países.**
- ♪ **En movilidad perfecta de factores dentro de cada país, pero no hay movilidad internacional.**
- ♪ **No existen costos de transporte, aranceles, y otras obstrucciones al libre flujo del comercio internacional.**
- ♪ **Todos los recursos se emplean por completo en ambos países.**
- ♪ **El comercio internacional entre los dos países está equilibrado.**

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

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

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

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

El teorema de igualación de los precios los factores nos dice que el comercio internacional dará lugar a la igualación en las remuneraciones relativas absolutas a los factores homogéneos a través de las naciones.

De igualación absoluta de los precios de los factores, significa que el libre comercio internacional también iguala los salarios reales para el mismo tipo de trabajo en los dos países, así como la misma tasa real interés para el mismo tipo de capital en ambas naciones.

En realidad, la igualación de los precios de los factores no se observa a causa de enormes diferencias de recursos, barreras comerciales y diferencias internacionales en tecnología.

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

- ♪ **Demostrar que los países pueden presentar menores costos de oportunidad en la producción de bienes cuando las técnicas empleadas para la producción de estos, no presentan los factores necesarios para su desarrollo, es decir, no tienen factores abundantes.**
- ♪ **El modelo busca que los países exportan aquellos bienes que tengan una ventaja comparativa e importen aquellos bienes que presenten una desventaja comparativa.**
- ♪ **El comercio se ve como un sustituto de la modalidad internacional de los factores.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- ♪ **Para que los costos relativos de producción se igualen, es necesario que se presente un equilibrio en los precios relativos, esto por medio de libre comercio; es decir, los países deben presentar el mismo rendimiento constante a escala y la misma tecnología entre sí.**

Diamante y fuerzas de PORTER.

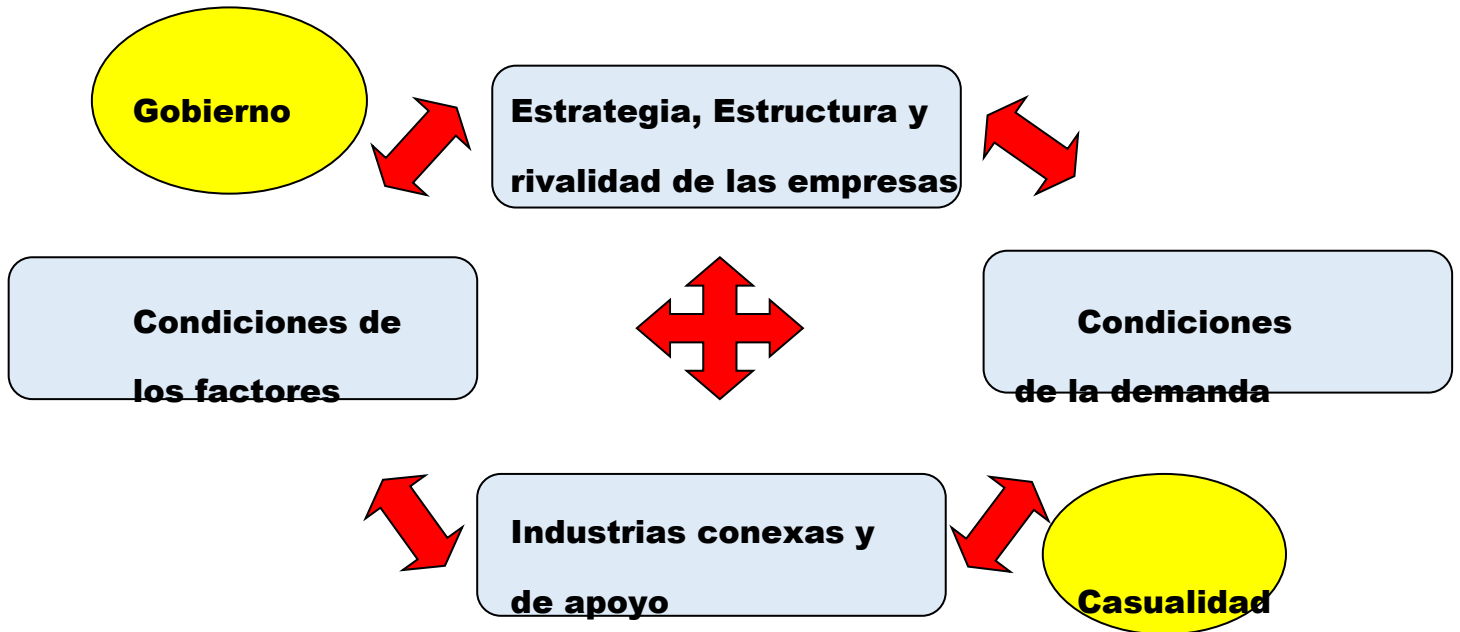
Diamante de Porter.

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

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

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

Diamante Competitivo.



- 1. Estrategias, estructura rivalidad de las empresas. En este aspecto el DELC incluye un concepto de competencia empresarial distinto al de la competencia salvaje existe en la actualidad y para la cual se propone un sustituto de competencia, sustituyéndolo por la EMULACIÓN.**
- 2. Condiciones de la demanda. En el tamaño del mercado interno sería la más importante. Aquí no se toma en cuenta el mercado interno como una determinante de la gran importancia en la que el mercado interno es parte importante del mercado internacional.**
- 3. Industrias relacionadas. Están unidas como en una cadena, y que son internacionalmente competitivas.**

- 4. Condiciones de los factores de producción. Son localización, clima, recursos naturales, capital de trabajo. También considera otros factores avanzados como son: fuerza de trabajo calificada, dado tecnológico de los sistemas de comunicación, institutos de investigación y similares.**

Las cinco fuerzas.²⁶

El poder colectivo de las 5 fuerzas (Ver diagrama del diamante competitivo) determina la capacidad de beneficio de un cierto sector. Esto puede ser intenso en donde algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existe rentabilidad elevada. El objetivo de la empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor. Si bien, a simple vista las industrias pueden parecer muy distintas entre sí, los sectores subyacentes de la rentabilidad son los mismos. Si queremos comprender la competencia industrial de la rentabilidad en cada uno de los sectores de la industria, y no debemos analizar las cinco fuerzas que conforman su estructura subyacente común. En otras palabras, esto es similar a las variables del FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades, amenazas) en lo relativo a las amenazas:

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

Si estas fuerzas son intensas, como ocurre en sectores como el a ello, textil ú hotelero, prácticamente ninguna empresa obtiene

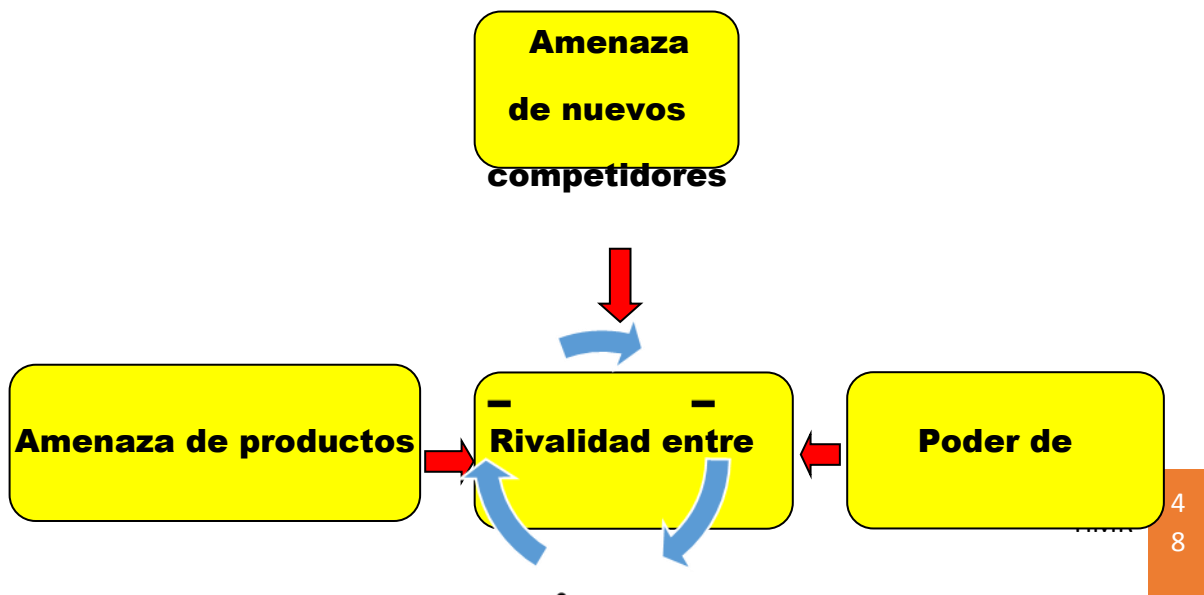
NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

beneficios de su inversión. Si las fuerzas son positivas, como ocurre en tecnología de información, refrescos, artículos de aseo, muchas empresas tienden a ser rentables.

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

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

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



NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

o servicios sustitutos

los competidores
existentes

negociación de
los compradores



**Poder de
negociación de
los proveedores**

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

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

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

- 1. Economías de escala por parte de la oferta. Estas economías surgen cuando las empresas que producen a gran volumen se benefician de precios más bajos por unidad, porque pueden repartir los costos fijos entre más unidades.**
- 2. Beneficios de escala por parte de la demanda. Estas ventajas se conocen como “efectos de red” que surgen en industrias**

donde la disposición de un comprador a pagar por el producto se incrementa al haber otros compradores que también le compran a la misma empresa.

- 3. Costo por el cambio de clientes. Los costo de cambio son costos fijos que los clientes deben pagar cuando cambian de proveedor, por ejemplo, cuando se cambian las especificaciones del producto. O por ejemplo cuando una empresa migra a un software ERP tipo SAP, los costos se incrementan sensiblemente por la compra y por la capacitación individual a los nuevos usuarios del sistema.**
- 4. Requisitos de Capital. La necesidad de invertir grandes recursos financieros para entrar a competir en el mercado puede desalentar a los posibles aspirantes, sobre todo si son gastos no recuperables y por tanto difíciles de financiar, como por ejemplo, campañas de publicidad.**
- 5. Beneficios para los miembros, independientemente del tamaño de la empresa. Los integrantes establecidos pueden gozar de las ventajas en la calidad o en los costos que no tienen los posibles rivales. Por ejemplo, ya cuentan con tecnología, acceso a mejores costos con proveedores. Por ejemplo Wal-Mart que instalan sus tiendas en lugares independientes, en lugar de centros comerciales, ya que en esos centros se encuentran a comerciantes rivales establecidos.**
- 6. Acceso desigual a los canales de distribución. El nuevo inversionista debe asegurar la distribución de su producto o servicio. A veces, el acceso a la distribución constituye una barrera infranqueable que los nuevos jugadores deben esquivar los canales de distribución o crear otros canales propios.**

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

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

Los proveedores se consideran influyentes si:

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

9. La influencia de los compradores. Los clientes influyentes pueden forzar lo precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones, como las que se ofrecen año con año los nuevos modelos de automóviles. Ejercen presión para que los precios bajen.

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

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

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

1. Definición de comercio internacional

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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

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

2. Para la definición de comercio exterior:

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

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

() c) Cuando se evalúa desde el interior de un país refiriéndose

Al intercambio de bienes y servicios entre un país y otro, es cuando hablamos de comercio exterior.

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

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

b) De carácter Nacional, intercambio entre dos naciones.

c) Intercambio entre bloques comerciales.

d) Exportaciones de café mexicano hacia EUA.

e) Relaciones comerciales entre la Unión Europea y Mercosur.

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

g) Es regido por los Tratados de Libre Comercio.

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

COMERCIO INTERNACIONAL			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
COMERCIO EXTERIOR			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

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

El comercio internacional.

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

Desde momentos previos a la aparición del dinero, las poblaciones organizadas ya _____ sus bienes con otras poblaciones, probablemente por residencia, o simplemente para obtener mayores _____. Esta misma causa se mantiene hasta el día de hoy, donde los _____ buscan satisfacer sus distintas necesidades generadas por la ausencia de algunos productos o servicios no presentes en su territorio geográfico, por ende, les es necesario _____ desde las diferentes naciones del mundo, caso opuesto se da en aquellas naciones en las que es abundante un determinado producto y/o servicio producido en su territorio,

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

donde una vez satisfecha la _____ se procede a realizar la venta del mismo hacia otras naciones, fenómeno conocido como

_____. En este punto, se puede concluir que el comercio internacional se genera debido a poca autosuficiencia de las naciones, siempre será necesario la _____ de los productos que las demás naciones ofrecen, cada uno de ellos con sus respectivas _____ que determinan la elección hacia uno o más productos determinados.

- *Adquisición*
- *Ventajas comparativas*
- *Comercio*
- *Trueque*
- *Valor*
- *Importarlos*
- *Demanda Nacional*
- *Exportación*
- *Dinero*
- *Económico*
- *Intercambian*
- *Necesidades básicas*
- *Riquezas*
- *Países*

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

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

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

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

- Relatividad general.**
- Las 5 fuerzas de Porter.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

Ventaja absoluta.

Ventaja comparativa.

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

d.

Costos Absolutos.

Costos Indirectos.

Costos Fijos.

Costos Relativos.

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

Busca una posición favorable frente a sus competidores.

Supone la utilización del costo más bajo posible.

La optimización del recurso humano es el pilar fundamental de la misma.

Utiliza estrategias básicas como campañas publicitarias, promociones, cambios de imagen, etc.

Es duradera, se mantiene a lo largo del tiempo y no requiere de mayor intervención.

Requiere de innovación y mejora constantes.

Algunos aspectos sobre los cuales una empresa

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

Puede tener ventajas como: marca, calidad del Producto o el servicio al cliente.

Postulada por David Ricardo en el Siglo XIX.

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

Poseen un valor o utilidad comercial, pero tienen un muy bajo nivel de diferenciación.	
Bienes duraderos usados en la producción de bienes y/o servicios	{ DUMPING
Agrupación de empresas pertenecientes al mismo sector industrial que colaboran entre sí	{ CLÚSTER
Venta de un producto a un precio considerablemente más bajo con respecto a los demás competidores	{ BIENES COMMODITY
Valor monetario cancelado a las autoridades aduaneras por importación de un bien y/o servicio.	

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.

¿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 entre otras:

- 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 extendibles 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 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 lo que fue el TLCAN; 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 implica varias etapas:

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

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

- 5) **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?

Se había establecido en el artículo XXIV del GATT, como **excepción al principio de no discriminación**, la autorización del establecimiento de **bloques regionales comerciales** sin que sus socios hicieran extensivas las concesiones que se otorgan entre ellos a los demás países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Por lo mencionado anteriormente, las Uniones Aduanales 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?

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

Los bloques más importantes actualmente son:

- Unión Europea (UE)
- Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)
- Asociación latinoamericana de libre comercio (ALALC)

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)**

- **Pacto Andino**

¿Qué tratados tiene México con el resto del Mundo?

1. **Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales**
2. **Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea**
3. **Tratado de Libre Comercio de América del Norte**
4. **Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres (Colombia, México y Venezuela).**
5. **Tratado de Libre Comercio México-Bolivia.**
6. **Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica.**
7. **Tratado de Libre Comercio México-Chile (Predecesor ACE 17 en el marco de la ALADI)**
8. **Tratado de Libre Comercio México-Nicaragua**
9. **Tratado de Montevideo estableció México acuerdos comerciales con los países del Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay), Perú y Ecuador.**
10. **Acuerdos Comerciales con los países del Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay), Perú y Ecuador**
11. **Acuerdo de Complementación Económica del Tratado de Montevideo.**
12. **Acuerdo Regional para la Recuperación y Expansión del Comercio.**
13. **Acuerdos Comerciales de ALADI.**
14. **Tratado de Libre Comercio Con la Unión Europea (TLCUE)**

¿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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- 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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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)
- 2) **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)
- 3) **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.
- 4) **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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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.

5) 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.

6) 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”? La LA 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”?

Inalienable 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 otros 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

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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 a la Ley del IVA nos 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, también la LIVA dice que “para efectos de esta Ley, se considera prestación de servicios independientes”:

- 1) La prestación de obligaciones de hacer que realice una persona a favor de otra, cualquiera que sea el acto que le dé**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

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.**
- 7) Los servicios subordinados no son servicios independientes**
- 8) 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.**

Se 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 ésta e informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales o científicas.**

NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DIRECCIÓN

- 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.

¿Qué es el Comercio Internacional 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.