

## Tema 1. Introducción a los negocios internacionales



### Introducción

¿Qué aspectos de los negocios internacionales son relevantes para comenzar a desarrollar una *Visión Internacional*?

El mundo de los negocios ha estado en un proceso de evolución acelerada durante los últimos 50 años, pero el desarrollo de nuevas tecnologías de información ha modificado sustancialmente los procesos y la interacción entre empresas de diversos entornos culturales.

El proceso de la llamada globalización ha

acercado a los diferentes actores en los mercados globalizados y por ello es que los directivos de las empresas deben desarrollar una visión internacional, no sólo para participar en esos mercados sino para hacerlo en forma eficiente y efectiva.

Actualmente el mundo está compuesto por 193 países (ONU, 2014) divididos política y geográficamente, cada uno con sus propias leyes, regulaciones comerciales y variantes culturales, lo cual da como resultado una complejidad para operar exitosamente a nivel global.

Para que las empresas puedan desarrollar estrategias de negocios efectivas y eficaces es necesario que sus líderes desarrollen una visión internacional y por ello en este tema se analizarán los conceptos fundamentales de los negocios internacionales.

### Subtema 1. ¿Qué es el comercio internacional?

¿Es simplemente el intercambio de bienes y servicios entre países? Técnicamente hablando la respuesta es correcta, aunque el comercio internacional implica mucho más que un trueque de mercancías.

La inmensa mayoría de los países del orbe participan en este intercambio; estas economías se denominan abiertas o de mercado. Existen algunas naciones cerradas o de régimen restringido al comercio internacional como Cuba o Venezuela, sin embargo aun así directa o indirectamente forman parte de la dinámica del comercio mundial. Por eso algunos expertos en la materia se atreven a decir que no hay un solo país en el mundo que no participe de esta interdependencia. Este proceso de apertura externa inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, después de la Segunda Guerra Mundial y con el avance de la tecnología se consolidó en la década de los 90, al incorporarse todas las regiones del planeta.

El **comercio internacional** se define como el intercambio, mediante la compra y venta, de bienes y servicios entre personas, empresas o gobiernos de diferentes países. Implica aprovechar las ventajas comparativas y/o la especialización de producción de ciertos bienes o servicios. De esta manera se originan salidas de mercancías de un país (exportaciones) y entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

No hay una sola nación en el mundo que pueda considerarse autosuficiente a sí misma y que no necesite del apoyo de los demás países. Incluso las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otros países o regiones.

Todos los países, incluidos los más pobres y pequeños, tienen activos (humanos, naturales, industriales y financieros) que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía clásica dicta que los países pueden beneficiarse



cuando esas mercancías y servicios se comercializan. De esta forma se consolida la **teoría de la ventaja comparativa** desarrollada por David Ricardo en el siglo XIX que indica que los países prosperan, en primer lugar aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor. Dicho de otro modo, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, como sucede con las llamadas naciones periféricas, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor (Fernández, 2013).

Para entender mejor esta teoría se presenta la siguiente tabla:

	México	Argentina
Petróleo	40	50
Carne Bovino	360	250

Tabla comparativa de producción por unidad de trabajo.

En el ejemplo anterior puedes apreciar que Argentina posee ventajas absolutas con respecto a México en la producción por unidad de trabajo del petróleo y que México tiene una ventaja absoluta sobre Argentina en la producción por unidad de trabajo de la carne

de bovinos. Por otro lado, en términos de “ventajas comparativas” México es más eficiente en términos relativos en la producción de la carne de bovino, ya que su ahorro en unidades de trabajo es de mayor proporción.

### Ventajas absolutas y ventajas comparativas



#### Ventajas absolutas

- Petróleo: 50 barriles es mayor que 40 barriles
- Carne de bovino: 360 toneladas es mayor que 250 toneladas

#### Ventajas comparativas

- Petróleo:  $40/50 = 0.80$
- Carne de bovino =  $250/360 = 0.69$
- Mayor proporción de ganancia en carne de bovino respecto al petróleo



David Ricardo enunció entonces la “**Ley de la ventaja comparativa**” que indica que cuando cada país se especializa en la producción de aquel bien en el cual tiene una ventaja comparativa, el producto total mundial de cada bien necesariamente aumenta por el resultado de que todos los países mejoran los niveles de producción que se traducen en un mayor bienestar, al disponer de mayor cantidad de bienes para consumir a precios más ventajosos. (Fernández, 2013).

Su conclusión es que, el libre comercio es ventajoso si existe una diferencia en los requerimientos relativos de trabajo entre los distintos países. México fue un país con un sistema proteccionista de su economía por muchos años, pero con su incorporación en diversos tratados internacionales fortaleció su apertura comercial.

## Subtema 2. El comercio exterior en México

El comercio exterior en México juega un papel muy importante. Siendo la decimotercera economía mundial según el volumen neto de su producto interno bruto (PIB) y teniendo como vecino geográfico y por supuesto comercial a Estados Unidos de América, el comercio internacional es un factor decisivo en la prosperidad de la economía del país. El comercio exterior de México se ha incrementado en forma importante, pasando a ser la piedra angular de la economía nacional y propiciando un gran crecimiento del sector industrial, comercial y de servicios, quedando atrás la fuerte dependencia petrolera que tuvo durante casi todo el siglo XX.

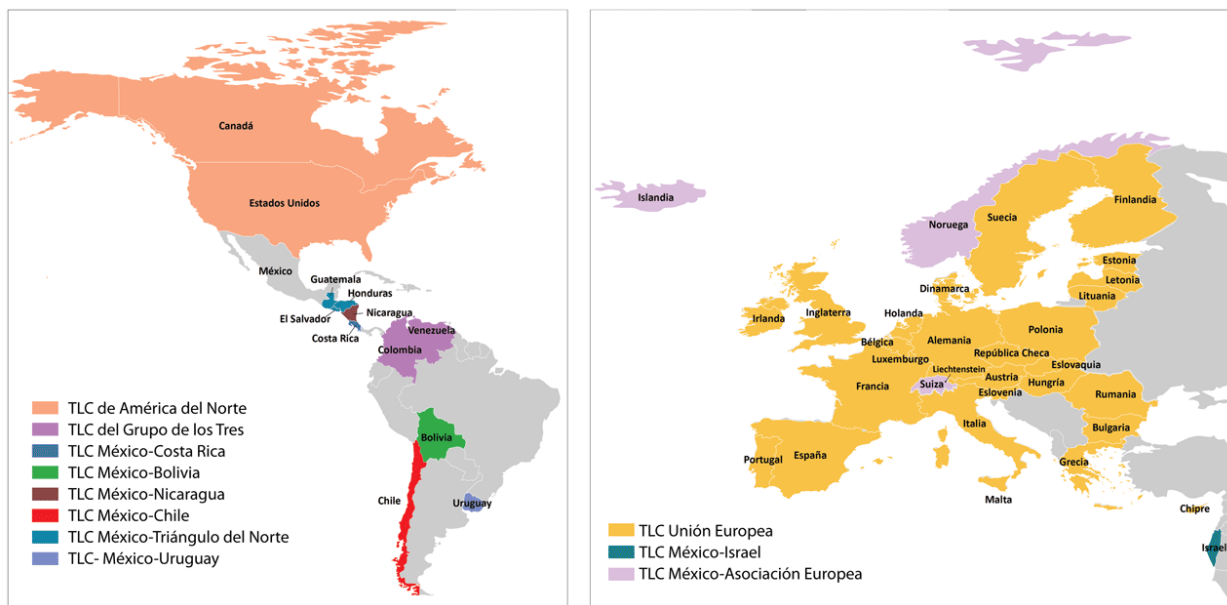


El comercio con otros países ha sido la base fundamental del **modelo de desarrollo** que ha seguido México a partir del cambio estructural registrado en la economía nacional en la década de los ochenta, donde el país se inclinó por un modelo económico neoliberal con un fuerte énfasis en la apertura comercial hacia otros mercados. Gracias a la importante red de tratados de libre comercio suscritos por México a partir de 1992, el intercambio de bienes con el exterior ha observado un crecimiento vertiginoso.

**Al año 2014 México cuenta con una red de 10 Tratados de Libre Comercio que cubre 45 países.**

Además cuenta con 30 acuerdos para la promoción y protección recíproca de inversiones (APPRI) y 9 acuerdos de alcance limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). México se posiciona como una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores y 60 por ciento del PIB mundial, gracias a que ha firmado acuerdos comerciales en tres continentes (SE, 2014):

Tratados internacionales vigentes



TLC: Tratado de Libre Comercio



Acuerdo de asociación económica México-Japón

Mapa de tratados de libre comercio de México. SIAP, (2014).  
<http://infosiap.siap.gob.mx/images/stories/infogramas/100517-alimentos-decima-parte-2.gif>.  
Sólo para fines educativos)

En la tabla, emitida por la Secretaría de Economía de México (2014), se pueden visualizar los tratados que tiene México con otros países, con datos de referencia del

número de habitantes y del porcentaje del producto interno bruto mundial de dichos países.

### Tratados de libre comercio de México y poblaciones

Tratado	Países	Habitantes (millones) <sup>1</sup>	% PIB Mundial
<b>TLCAN</b>	Estados Unidos, Canadá y México (3)	444.358	27.96%
<b>TLC-G3</b>	Colombia y México (2)	155	2.18%
<b>TLC México-Costa Rica</b>	Costa Rica y México (2)	111.216	1.84%
<b>TLC México-Nicaragua</b>	Nicaragua y México (2)	112.876	1.80%
<b>TLC México-Israel</b>	Israel y México (2)	113.797	2.12%
<b>TLC México-TN</b>	El Salvador, Guatemala, Honduras y México (4)	133.812	1.91%
<b>TLC México-AELC</b>	Islandia, Noruega, Liechtenstein, Suiza y México (5)	119.1	3.38%
<b>TLC México-Uruguay</b>	Uruguay y México (2)	110	1.84%
<b>TLC México-Japón</b>	Japón y México (2)	234.375	9.85%
<b>TLCUEM</b>	Unión Europea y México (28)	501.259	31.98%
<b>TLC México-Chile</b>	Chile y México (2)	123.433	2.06%
<b>Total</b>	43	1,090.885	67.20%

Tratado de libre comercio de México y poblaciones. Secretaría de Economía de México, (2014).  
<http://www.imf.org/external/index.htm> Tomado de <http://www.imf.org/external/index.htm>

Es importante revisar diferentes leyes y aplicaciones de Inteligencia de Mercados Internacionales que estén actualizados por el DOF de nuestro país para consultar los acuerdos internacionales de los cuales México forma parte.

En la tabla se muestran los acuerdos vigentes que tiene México para los tomates *cherry* en el mercado Internacional.

**Historial de Tratados para la fracción 07020001-Tomates *Cherry***

Tratado	País	Tasa o Impuestos	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Observaciones	Justificación Legal
TLCAN	Canadá	Exento	1/1/1994	Indefinida		Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable durante 2003, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de América del Norte
TLCAN	Estados Unidos de América	Exento	1/1/1994	Indefinida		Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable durante 2003, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de América del Norte

TLC México - Chile	Chile (República de)	Exento	1/8/1999	Indefinida		Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable a partir del 1 de enero de 2004, del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de la República de Chile
TLC México - Colombia	Colombia (República de)	7.2	2/8/2012	Indefinida	La importación de esta mercancía proveniente de Colombia se sujeta a la preferencia arancelaria del 28%, respecto a la tasa arancelaria <i>ad valorem</i> prevista en el artículo 1 de la LIGIE (arancel general), siempre que se cumpla con lo establecido en la Resolución 252 de la ALADI	Decreto que modifica el diverso por el que se establece la Tasa aplicable a partir del 19 de noviembre de 2006 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la República de Colombia.
TLC México - Costa Rica	Costa rica (República de)	Exento	1/1/1995	Indefinida		Decreto por el que se establece la tasa aplicable a partir del 1



						de enero de 2004 del Impuesto General de Importación, para las mercancías originarias de la República de Costa Rica
TLC México - Israel	Israel (estado de)	TIGI	1/7/2000	Indefinida		Decreto por el que se establece la tasa aplicable a partir del 1 de enero de 2005 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias del Estado de Israel.
TLC México - Nicaragua	Nicaragua (República de)	Exento	1/7/1998	Indefinida		Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir del 1 de julio de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la República de Nicaragua.

Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental del Uruguay	Uruguay (República oriental del)	Exento	15/7/2004	Indefinida	Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la República Oriental del Uruguay
TLCUE	Países miembros de la Unión Europea	Exento	1/7/2000	Indefinida	Decreto por el que se establece la Tasa aplicable a partir de 2007 del Impuesto General de Importación para las mercancías originarias de la Comunidad Europea.
TLC México – Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza	Exento	7/1/2000	12/31/2000	Decreto que establece la tasa aplicable para el periodo del 1 de julio al 31 de diciembre de 2000 del Impuesto General de Importación para las mercancías

						originarias de la Comunidad Europea y el Estado de Israel.
TLC Único. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.		Pendiente	Indefinida		

Historial de Tratados para la fracción 07020001-Tomates Cherry. Diario Oficial de la Federación, (2012). ([http://www.economia.gob.mx/files/comunidad\\_negocios/comercio\\_exterior/acuerdos\\_y\\_tratados\\_comerciales\\_de\\_MExico.pdf](http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/comercio_exterior/acuerdos_y_tratados_comerciales_de_MExico.pdf)). Solo para fines académicos. Esta información no genera compromiso(s) para ninguna de las partes, ante cualquier diferencia prevalece lo publicado en el D.O.F.

Una vez que se han analizado aspectos relevantes de los tratados comerciales internacionales de México, es necesario que se estudien los factores que impulsan el comercio internacional.

### Subtema 3. Factores que lo impulsan: efectos micro y macroambientales

Existen ciertos factores que motivan el comercio internacional, los más comunes para hacer negocios en el extranjero son los que se muestran en la siguiente figura.

## Factores micro y macroambientales que impulsan el comercio internacional

Saturación del mercado
Búsqueda de mercados menos competitivos
Aparición de nuevos mercados sumamente competitivos
Creación de incentivos gubernamentales y déficit comercial
Buscar mercados mas amplios para aprovechar economías de escala
Diversificación del riesgo
Seguimiento de los clientes actuales en mercados ajenos al propio
Aprovechamiento de la capacidad ociosa
Vocación internacional de su <i>staff</i>

Factores micro y macroambientales que impulsan el comercio internacional. Daniels, (2013).

Solo para fines educativos.

### Microambientales:

- 1. Búsqueda de mercados menos competitivos o en una etapa diferente del ciclo de vida del producto y/o servicio**  
Cuando un producto ha llegado a la fase de madurez, se enfrenta a muchos competidores y la tasa de crecimiento del mercado es muy baja. En otros países donde el producto aún no es muy conocido hay muchas posibilidades para exportarlo.
- 2. Diversificación del riesgo**  
Vender en países diferentes contribuye a la diversificación del riesgo; es una manera de no concentrar el éxito de la empresa en un sólo país.
- 3. Seguimiento de los clientes actuales en mercados ajenos al propio**  
Algunas empresas tienen su venta concentrada en muy pocos clientes; para este tipo de compañías las razones para entrar en los mercados internacionales son muchas veces clientes claves que deciden entrar en mercados extranjeros.

4. **Aprovechamiento de la capacidad ociosa de producción**  
En ocasiones existen máquinas y otros dispositivos ociosos de la producción que causan costos fijos que no son cubiertos.
5. **Vocación internacional de su staff:**  
La cual viene dada por el interés que tengan principalmente los altos directivos, para hacer un esfuerzo y abrirse y experimentar en nuevos mercados; esta vocación suele existir cuando dichos directivos tienen o han tenido experiencia en otros países, dominan idiomas, han estudiado o realizado algún curso en el extranjero, etc.

### Macroambientales

1. **Saturación del mercado**  
En muchos países occidentales hay mercados que ya están saturados; si la demanda no crece al ritmo deseado las empresas buscan nuevos mercados para sus productos aunque sea fuera de los límites nacionales.
2. **Aparición de nuevos mercados sumamente atractivos**  
Muchos países asiáticos o latinoamericanos se están convirtiendo en zonas con un fuerte empuje tanto desde el lado de la oferta como del de la demanda; mientras los mercados domésticos son saturados, las empresas utilizan estrategias internacionales para participar en estas economías crecientes.
3. **Creación de incentivos gubernamentales y déficit comercial**  
Muchos países con un alto déficit comercial incentivan las exportaciones con el objeto de obtener divisas para comprar lo que necesita el país, que no está en su interior.
4. **Buscar mercados más amplios para aprovechar las economías de escala**  
En las economías de escala los costos de producción unitarios disminuyen al aumentar la cantidad de unidades producidas. Si el mercado doméstico no permite una subida de la producción porque está saturado, la empresa puede buscar posibilidades por la distribución en este tipo de mercados extranjeros.



La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación económica entre las partes. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad.

Al inicio del tema se habló sobre la ventaja comparativa, donde uno de los aspectos relevantes es la posibilidad de que los países se especialicen en aquellos productos que mayores ventajas les ofrecen, esto nos lleva a requerir de productos de otros países en los cuales no se es especialista en relación a ellos y por tanto obtener beneficios derivados de esas operaciones comerciales. El

intercambio que existe entre dos naciones al exportar e importar sus productos, es lo que se denomina **comercio internacional**.

Algunas de las ventajas del comercio internacional son:

#### **Ventajas del comercio internacional**

- **Impulso del bienestar económico y social**
- **Estabilidad de los precios**
- **Disminución de la tasa de desempleo**
- **Aumento de la productividad y competitividad**
- **Menor riesgo de pérdidas económicas**

Es importante, en el proceso de desarrollar una visión internacional de negocios, entender esas ventajas de tal forma que se aprovechen de forma eficiente y efectiva las oportunidades que ofrece el comercio internacional y tener herramientas en los procesos de negociación que implican la ejecución de las estrategias de comercialización internacional.

Por lo tanto, hay que destacar algunos cuestionamientos relevantes que un directivo con visión internacional de negocios debe considerar:

**¿Qué estrategias de comercialización internacional pueden utilizar los países?**

**¿Existen diversas formas de realizar negocios internacionales (importaciones, exportaciones, inversiones, etc.)?**

## ¿De qué forma los aspectos culturales pueden impactar el desarrollo de las negociaciones internacionales?

### ¡Quiero más!

Para conocer más sobre los **aspectos del comercio internacional de México**, te recomendamos leer el artículo:

- Mayoral, I. (2013). *Los tres frenos comerciales de México*. CNN Expansión. <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/06/18/comercio-pena-tlcan-violencia-amcham>

Para conocer sobre la **evolución del comercio internacional** te invitamos a ver el siguiente video titulado Tendencias del Comercio Internacional en:

<https://www.youtube.com/watch?v=XqYeq2ueXjc>

### Mi Reflexión

- Una vez que se han analizado los fundamentos de los negocios internacionales, reflexiona a partir de estas preguntas: ¿qué factores microambientales afectan el desarrollo de las negociaciones comerciales de la empresa donde estoy trabajando?, ¿de qué forma los factores macroambientales, aun cuando son externos a la empresa, pueden afectar sus operaciones comerciales con empresas en otros países?
- En cuanto al comercio exterior de México, ¿cómo puedo aprovechar los beneficios de algún tratado comercial para realizar operaciones de compra-venta con empresas en algún país de la Unión Europea?, ¿cualquier tratado de libre comercio tiene como beneficio la exención de impuestos?

### Bibliografía

- Daniels, J. (2013). *Negocios Internacionales* (14<sup>a</sup> ed.). México: Pearson Educación. ISBN 9786073221603
- ONU. (2014). *Estados Miembros de las Naciones Unidas*. Recuperado de: <http://www.un.org/es/members/index.shtml>
- Fernández, D. (2013). ¿Quién gana de un posible acuerdo de Libre Comercio entre la UE y los EE.UU? Krugman versus David Ricardo. *Economy Weblog (ie)*. Recuperado de: <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2013/11/quien-gana-de-un-posible-acuerdo-de-libre-comercio-entre-la-ue-y-los-ee-uu-krugman-versus-david-ricardo.php>

- SE. (2014). *Tratados y Acuerdos firmados por México*. Recuperado de: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos>



*La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.*

*El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.*

*Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.*