

**UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA  
ESCUELA CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA DE MATERIAL IMPRESO**



## **GUÍA DE ESTUDIO**

# **INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Código 4036

Elaborado por:

Helene Chang Castillo

© **Derechos reservados**

**Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica**

## TABLA DE CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	2
DESCRIPCIÓN DEL CURSO	3
Instrucciones generales	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
<b>Tema VI. Influencia gubernamental en el comercio</b>	<b>4</b>
<b>Tema V. Teoría del comercio internacional</b>	<b>5</b>
Contenidos	5
Objetivos específicos	5
Bibliografía de referencia para el tema	5
Instrucciones	5
Resumen	5
Ejercicios de autoevaluación	7
Respuestas a los ejercicios de autoevaluación	7
<b>Tema VI. Influencia gubernamental en el comercio</b>	<b>8</b>
Contenidos	8
Objetivos específicos	8
Bibliografía de referencia para el tema	8
Instrucciones	8
Resumen	9
Ejercicios de autoevaluación	10
Respuestas a los ejercicios de autoevaluación	10

## PRESENTACIÓN

El proceso actual de globalización de los mercados conlleva a una mayor apertura e internacionalización de las economías, por lo cual se hace evidente la necesidad de que empresas orientadas al comercio exterior cuenten con profesionales de alta capacidad estratégica para analizar su entorno, y que tengan los conocimientos necesarios para competir exitosamente en un mercado caracterizado por las ventajas competitivas.

Es entonces, cuando el entorno mundial ha presenciado una evolución en todos los niveles: educativo, económico, social, migratorio, tecnológico y cultural, en la que se destaca el paso de las sociedades cerradas y la relación multisectorial en el ámbito local y regional, a una sociedad de proyección e interacción mundial en diversos campos.

Debido a lo anterior, la metodología educativa está enfocada a preparar estudiantes para enfrentar formas de competir en distintos escenarios internacionales. Por este motivo, la Universidad Estatal a Distancia (UNED) ofrece la carrera: Bachillerato en Administración de Empresas con énfasis en Negocios Internacionales, con el fin de que los estudiantes obtengan una visión mundial de los mercados globales.

El curso Introducción a los Negocios Internacionales, es parte de esta carrera. Sus contenidos son expuestos por los autores Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004)<sup>1</sup>, en su texto *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*. En este libro, los autores conceptualizan desde las perspectivas generales de los negocios internacionales, hasta los esquemas ambientales comparativos, la dinámica de las relaciones entre los negocios internacionales y los gobiernos, la aplicación de alternativas tácticas, tanto como la gestión de las funciones de negocios en el nivel internacional. Precisamente, la presente guía de estudio tiene por objetivo orientar al lector en el estudio de los diferentes temas del libro de texto.

Lo invitamos a utilizar esta guía, así como el resto del material escrito, como instrumentos de apoyo. De tal forma, le instamos a asumir el reto que plantean los objetivos del curso, con intensidad, motivación e interés, pero principalmente, con la visión de que esta herramienta que hoy se le da, será uno de sus principales instrumentos en su campo profesional.

---

<sup>1</sup>Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2004). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*. Décima edición. México: Pearson Educación.

## DESCRIPCIÓN DEL CURSO

### Instrucciones generales

Esta guía proporciona un material que tiene por objetivo orientar al estudiante en el estudio de los diferentes temas del libro de texto<sup>2</sup>. Para cada tema de estudio, se expone un resumen de su contenido, con aclaraciones de algunos conceptos. Se aportan esquemas y contenidos complementarios así como los ejercicios de autoevaluación con sus respectivas respuestas, con lo que se espera facilitar la adquisición de conocimientos.

### Objetivo general

Utilizar las herramientas teórico-prácticas necesarias para el manejo de los negocios internacionales, a través de los conceptos, ejemplos y casos que se analizan en el curso.

### Objetivos específicos

- Definir ¿qué son los negocios internacionales?
- Explicar ¿por qué las empresas participan en negocios internacionales?
- Analizar los ambientes culturales, políticos y legales, que enfrentan los negocios.
- Evaluar el contexto económico en el que se desenvuelven los negocios internacionales para explorar cómo las decisiones de negocios influyen en el comercio internacional.
- Analizar los efectos de la integración económica regional y los acuerdos de cooperación.
- Relacionar tanto las negociaciones como la diplomacia con los negocios internacionales.
- Explicar las capacidades que deben tener los gerentes internacionales con respecto al manejo del recurso humano.
- Desarrollar habilidades para negociar eficaz y exitosamente.

---

<sup>2</sup>Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2004). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*. Décima edición. México: Pearson Educación.

## **III PARTE**

# **TEORÍAS E INSTITUCIONES: COMERCIO E INVERSIÓN**

**Tema V. Teoría del comercio internacional**

**Tema VI. Influencia gubernamental en el comercio**

## **Tema V. Teoría del comercio internacional**

### **Contenidos**

- Mercantilismo
- Ventaja absoluta
- Ventaja natural
- Ventaja adquirida
- Ventaja comparativa
- Supuestos y limitaciones de las teorías de especialización
- Teoría del tamaño país
- Teoría de las proporciones de los factores
- Teoría comercial del ciclo de vida del producto

### **Objetivos específicos**

Al finalizar el tema, el estudiante estará en capacidad de:

- Explicar las teorías comerciales.
- Analizar cómo la eficiencia mundial puede generarse a través del libre comercio.
- Presentar recomendaciones para modificar patrones comerciales.
- Explorar cómo las decisiones de negocios influyen en el comercio internacional.

### **Bibliografía de referencia para el tema**

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2004). Capítulo 5: "Teoría del Comercio Internacional". *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*.

### **Instrucciones**

1. Lea cuidadosamente el Tema V. Capítulo 5: "Teoría del comercio internacional", del libro de texto (pp.138-169).
2. Para el estudio de este tema es importante realizar la lectura de los siguientes dos casos que se encuentran en el libro de texto:
  - "Comercio en Sri Lanka" (pp.139-141) y
  - "La industria del procesamiento de nueces de la India" (pp.166-168).Responda las preguntas de cada caso considerando los temas estudiados. Puntualice sus respuestas.
3. Elabore un esquema donde se visualice las teorías comerciales.
4. Analice y resuma la siguiente pregunta: ¿cómo la eficiencia mundial puede aumentar los patrones comerciales?
5. Desarrolle los ejercicios de evaluación y repaso que se plantean en la guía de estudio.

### **Resumen**

Cuando se realizan negocios internacionales, las empresas deben considerar cómo funciona el mercado internacional y valorar el comercio internacional. A continuación se mencionan algunos aspectos importantes que son considerados dentro del comercio internacional.

- La teoría comercial es útil porque ayuda a explicar qué se podría producir competitivamente en un escenario específico donde una empresa manufacture determinado producto y si las prácticas gubernamentales interfieren con el libre flujo del comercio entre países.
- Algunas teorías comerciales examinan qué sucedería con el comercio internacional en ausencia de la interferencia gubernamental; otras, prescriben cómo deben interferir los gobiernos con los flujos comerciales para lograr ciertos objetivos nacionales.
- La teoría mercantilista propone que un país debía tratar de lograr un saldo comercial favorable (exportar más de lo que importa) para recibir una entrada de oro. La política neomercantilista también busca un saldo comercial favorable, pero su propósito es lograr algún objetivo social o político.
- Adam Smith (1746), en su trabajo sobre las riquezas de las naciones, desarrolló la teoría de la ventaja absoluta, la cual afirma que los consumidores tendrían una mejor posición económica si pudieran comprar productos hechos en el extranjero que sean más baratos que los domésticos.
- Según la teoría de la ventaja absoluta, un país puede producir bienes con mayor eficiencia porque posee una ventaja natural (por ejemplo, materias primas o el clima) o porque tiene una ventaja adquirida (por ejemplo, tecnología o destrezas para lograr una ventaja de producto o proceso).
- La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo (1817), afirma que la producción global total puede aumentar por medio del comercio exterior, aún cuando un país posea una ventaja absoluta en la manufactura de todos los productos.
- Los diseñadores de las políticas han cuestionado algunos de los supuestos de las teorías de la ventaja absoluta y comparativa. Estos supuestos son los siguientes: existe el pleno empleo; la eficiencia de la producción es siempre el objetivo principal de un país; no hay costos de transporte entre países; los países están satisfechos con sus ganancias relativas, las ventajas parecen ser estáticas; y los recursos se mueven libremente en los países, pero son inmóviles a nivel internacional. Aunque las teorías emplean un análisis de productos de dos países, también son aplicables al comercio entre varios países y para los servicios.
- La teoría del tamaño país sostiene que como los países que tienen grandes áreas de tierra cuentan con climas y recursos naturales variados, son por lo general más autosuficientes que los países pequeños. Una segunda razón de esta mayor autosuficiencia, es que los centros de producción de los países grandes se ubican a una distancia mayor de otros países, lo que aumenta los costos de transporte del comercio exterior.
- La teoría de las proporciones de los factores sostiene que la aportación relativa de tierra, mano de obra y capital de un país, determinará los costos relativos de estos recursos. A su vez, los costos de estos recursos determinarán los bienes que el país puede producir con mayor eficiencia.

### **Ejercicios de autoevaluación**

1. ¿En qué consiste la “teoría internacional del ciclo de vida del producto”?
2. ¿En qué consiste la “teoría de la similitud de países”?

### **Respuestas a los ejercicios de autoevaluación**

1. La “teoría internacional del ciclo de vida de producto (CVP)”, afirma que las empresas manufacturan los productos primero en los países donde se llevó a cabo su investigación y desarrollo. Estos son casi siempre países industrializados. Durante el ciclo de vida del producto, la producción se desplazará a sitios en el extranjero, sobre todo a países en vías de desarrollo, a medida que el producto alcanza las etapas de madurez y declinación.
2. Según la “teoría de similitud de países”, en la actualidad la mayor parte del comercio se lleva a cabo entre países industrializados porque comparten segmentos de mercado similares y porque producen y consumen mucho más que los países en vías de desarrollo.



## **Tema VI. Influencia gubernamental en el comercio**

### **Contenidos**

- Conflictos resultantes de las políticas comerciales
- Argumentos económicos para la intervención gubernamental
- Argumentos no económicos para la intervención gubernamental
- Instrumentos de control comercial

### **Objetivos específicos**

Al finalizar el tema, el estudiante estará en capacidad de:

- Evaluar los argumentos de las políticas gubernamentales que fomentan o restringen el comercio.
- Examinar los efectos de los grupos de presión en las políticas comerciales.
- Comparar los argumentos proteccionistas que se usan en los países desarrollados con los que se usan en los países en vías de desarrollo.
- Identificar los efectos potenciales y reales de la intervención gubernamental en el flujo libre del comercio.
- Describir los principales medios a través de los cuales el comercio se restringe, regula y liberaliza.
- Analizar el perfil GATT y el de la Organización Mundial de Comercio.
- Exponer las políticas comerciales gubernamentales como oportunidades en los negocios.

### **Bibliografía de referencia para el tema**

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2004). Capítulo 6: “Influencia gubernamental en el comercio”. *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*.

### **Instrucciones**

1. Lea cuidadosamente el Tema VI. Capítulo 6: “Influencia gubernamental en el comercio” (pp.170-201).
2. Para el estudio de este tema es importante realizar la lectura de los siguientes dos casos del libro de texto:
  - “Relaciones comerciales entre Europa y Estados Unidos” (pp.171-175) y
  - “Comercio entre Cuba y Estados Unidos” (pp.197-199).Responda las preguntas que se presentan al finalizar cada caso, considerando los temas estudiados. Puntualice sus respuestas.
3. Analice los argumentos de las políticas gubernamentales que fomentan o restringen el comercio.
4. Analice y comente la Figura 6.1 del libro de texto (p.175): “Influencias físicas y sociales en el proteccionismo y el ambiente competitivo de las empresas”.
5. Desarrolle los ejercicios de evaluación y repaso que se plantean en la guía de estudio.

## Resumen

En la actualidad, la apertura de mercados y el libre comercio ha generado que la mayoría de los países asuman un papel de mayor participación a la hora de realizar negocios; por esta razón, el gobierno juega un papel fundamental ya que genera políticas gubernamentales que fomentan o restringen al comercio. Seguidamente, se resumen algunos aspectos sobre el tema de influencia gubernamental.

- A pesar de los beneficios reportados por el libre comercio, ningún país permite un flujo no regulado de bienes y servicios a través de sus fronteras.
- Es difícil determinar cómo la protección de una industria afecta al empleo debido a la probabilidad de represalias y al hecho de que las importaciones y exportaciones crean empleos.
- Los legisladores continúan “batallando” con el problema de la redistribución del ingreso debido a los cambios en la política comercial.
- El argumento de la industria naciente sostiene que los gobiernos deben tratar de impedir la competencia de las importaciones para ayudar a ciertas industrias a desplazarse de una producción de costo alto a una de costo bajo.
- La interferencia gubernamental, como se argumenta a menudo, es benéfica si fomenta la industrialización, dada la relación positiva entre la actividad industrial y el desarrollo económico.
- Los controles comerciales se usan para regular los precios de bienes que se comercian a nivel internacional. Entre los objetivos de dichos controles están proteger las posiciones monopolistas, impedir los precios monopolistas en el extranjero, garantizar que los consumidores domésticos obtengan precios bajos y lograr que los productores extranjeros obtengan márgenes de utilidades más reducidos.
- Una interferencia gubernamental considerable en el comercio internacional está motivada más por intereses políticos que económicos, como mantener provisiones domésticas de bienes básicos e impedir que enemigos potenciales obtengan bienes que puedan ayudarlos a lograr sus objetivos.
- Muchos países en vías de desarrollo buscan mercados de exportación en el mundo industrializado para sus productos manufacturados; sin embargo, comúnmente argumentan que los aranceles reales sobre sus productos son excesivos.
- Los aranceles aumentan el costo de los productos importados. Los beneficios de los aranceles van directamente al gobierno, en la forma de un aumento de la recaudación tributaria, y a los productores, que reciben protección en contra de la competencia. Los costos de los aranceles corresponden a los consumidores, quienes deben pagar más por las importaciones.
- Los aranceles afectan los precios en tanto que las barreras no arancelarias puedan afectar el precio o la cantidad.

### **Ejercicios de autoevaluación**

1. Refiérase a la Organización Mundial del Comercio (OMC), en los siguientes aspectos: papel fundamental de la OMC, quiénes la conforman, y hacia quiénes está dirigida.
2. Explique el principio fundamental del GATT. Realice una referencia sobre este acuerdo.
3. Mencione cuatro aspectos que las empresas tienen para considerar la intervención gubernamental que afecta el flujo de importaciones y las exportaciones de productos entre países.

### **Respuestas a los ejercicios de autoevaluación**

1. La OMC es el principal organismo para efectuar negociaciones comerciales recíprocas y para hacer cumplir los acuerdos comerciales. Los principales organismos en la toma de decisiones de la OMC son: la conferencia ministerial, el consejo general, el consejo del comercio de bienes, el consejo del comercio de servicios, el consejo de la propiedad intelectual. La OMC adoptó los principios y acuerdos comerciales aprobados bajo los auspicios del GATT, pero amplió su misión para incluir el comercio de servicios, la inversión, la propiedad intelectual, las medidas sanitarias, la salud laboral, la agricultura y los textiles, así como las barreras técnicas para el comercio. La OMC tiene más de 140 miembros que en conjunto llevan a cabo más del 90% del comercio mundial. Más de 30 países están actualmente en negociaciones para ser miembros.
2. En 1947, 23 países integraron el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, *General Agreement on Tariffs and Trade*) para abolir cuotas y reducir aranceles. Cuando la OMC reemplazó al GATT en 1995, había 125 países integrantes. Muchos consideran que la contribución del GATT a la liberalización comercial permitió la expansión del comercio mundial en la segunda mitad del siglo XX. El principio fundamental del GATT era que cada país integrante debía abrir sus mercados en forma equitativa a cada uno de los demás países integrantes; cualquier clase de discriminación estaba prohibida. El GATT sostuvo varias conferencias importantes (conocidas como rondas) de 1947 a 1993 para abordar asuntos comerciales. Con el paso del tiempo, el GATT forcejeó con las barreras no arancelarias como normas industriales, adquisiciones gubernamentales, subsidios e impuestos compensatorios, licencias y valoración aduanera.
3. Las empresas tienen varias opciones para manejar esta situación; cuatro de ellas sobresalen:
  - Cambiar las operaciones a un país con costos bajos.
  - Concentrarse en nichos de mercado que atraigan menos competencia internacional.
  - Adoptar innovaciones internas (por ejemplo, mayor eficiencia o mejores productos).
  - Tratar de obtener protección gubernamental.

**© Derechos reservados**  
**Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica**