



# Catedra de Negocios Internacionales

Helman Quesada Méndez

Docente



## Helman Quesada Méndez

---

Teléfono: 3206917191

helmanquesada@yahoo.com

Helman.quesada@unilibre.edu.co

### COLCIENCIAS

[http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001491619](http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001491619)



Helman Quesada Méndez

Perfil Profesional

# Globalización

Catedra de Negocios Internacionales



Globalización

Una Visión Moderna que Requiere la Globalización de  
Nuestros Productos y de Nuestra Mente



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## Argumentos Globalizadores



El enorme crecimiento de la riqueza global, la entrada al comercio de la mayor parte del mundo y sobre todo la revolución tecnológica, del transporte y de las comunicaciones a finales del siglo XX han causado un rápido movimiento de la información y del dinero.

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



# Globalización

## Definición:

Se refiere al cambio hacia una economía mundial con mayor grado de integración e interdependencia, tiene dos componentes principales:

- **Globalización de Mercados:** Se refiere al fenómeno de fusión de mercados nacionales, históricamente distintos y separados, en un solo e inmenso mercado global.
- **Globalización de la Producción:** Se refiere a la tendencia entre empresas de abastecerse de bienes y servicios a partir de distintas ubicaciones alrededor del mundo, para sacar provecho de las diferencias nacionales del costo y de la calidad de los factores de producción (MO, tierra y capital); con el único fin de ser más competitivos.

Catedra de Negocios  
Internacionales

## La Estrategia Global Nace de:

- Creciente semejanza de los países en cuanto a las cosas que los ciudadanos quieren comprar
- Reducción de barreras arancelarias y no arancelarias
- Inversiones en Tecnología
- Competencia
- Derrumbe de trabas al comercio
- Maduración de mercados nacionales
- Volatilidad de los tipos de cambio
- Surgimiento de países industrializados

Helman Quesada

Méndez

Docente



## Características de la Globalización

- Las fuentes de abastecimiento y manejo se toman en centros de decisión localizados en diferentes puntos del planeta.
- Aprovechamiento de “Ventajas Comparativas” y desarrollo de “Ventajas Competitivas”.
- La inversión es móvil, por cuanto no implica grandes obras de infraestructura física o ataduras a largo plazo.
- Mano de obra calificada, facilidad de información, seguridad y buena infraestructura son las variables de mayor valor cuando las empresas globales toman la decisión de hacer inversiones.
- Bienes y servicios con mayor valor agregado.

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente

## Ventajas

- Reducción de costos
- Mejor calidad
- Más preferencia de los clientes
- Mayor eficacia competitiva
- Innovación permanente.





## Desventajas

- Costos de Coordinación.
- Cruce de fronteras nacionales.
- Pérdida de concentración en el cliente.



## Cambios que Inducen a una Estrategia Global

- Revolución de la informática y de las comunicaciones reduciendo el mundo a una “Aldea Global”.
- Suscripción acelerada de convenios de libre comercio y creación de bloques comerciales.
- Creciente semejanza entre países en adquisición de bienes por nivelación de estilos de vida, gustos y establecimiento de marcas mundiales.
- Fuerte aumento en los viajes que crean consumidores globales.
- Aumento de la competencia e inversiones extranjeras que “Globaliza” los negocios y advenimiento de nuevos competidores globales.
- Productividad y Capacidad Competitiva.
- Sustitución Modelo “Fordiano” de producción en escala por “Producción o manufactura Flexible”, con apoyo de “Innovaciones Tecnológicas” y estrategias competitivas para ingresar a “Mercados Segmentados”.

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada

Méndez

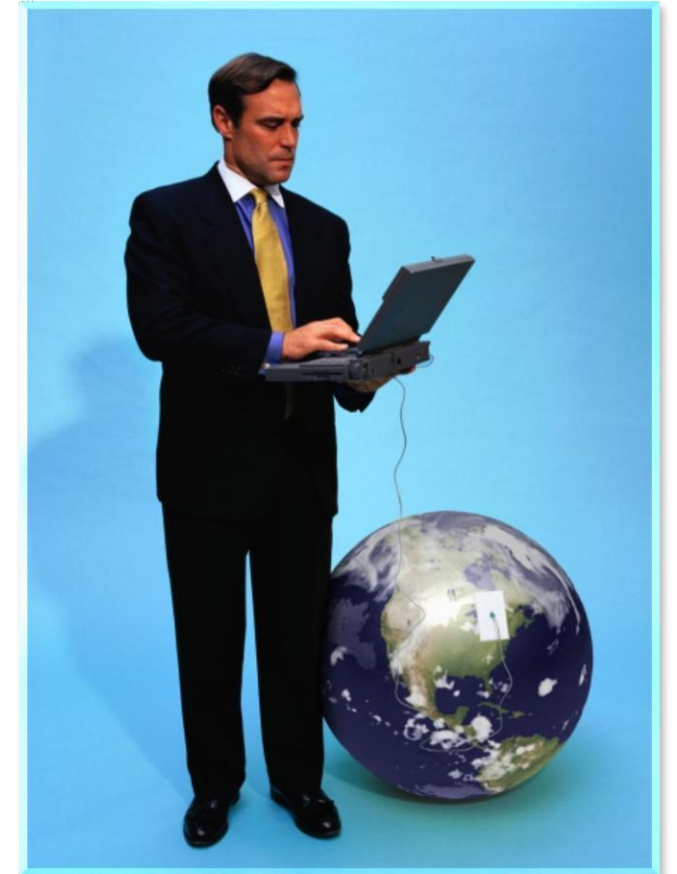
Docente





## Libre Movimiento De Personas?

- En el mundo existe el libre movimiento del capital y de la información, pero no de las personas.
- En un verdadero “open world”, los habitantes se mudarán de países buscando ingresos, seguridad, impuestos, etc.
- Este proceso lo restringirá la cultura, el idioma, el sentido de pertenencia de sus raíces, resistencia a vivir entre otros, etc.



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



# Entorno Político y Legal de los Negocios Internacionales

Catedra de Negocios Internacionales

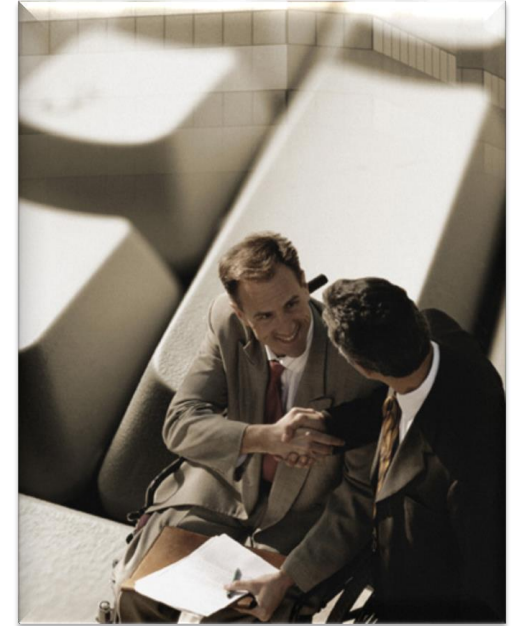
Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## Impacto del Sistema Político en las Decisiones Empresariales

El ambiente político de una nación afecta los negocios internacionales por medio de las leyes que regulan la actividad comercial en los niveles tanto nacional como internacional.

**Los gobiernos pueden tratar las transacciones internacionales en forma unilateral o con base en tratados y convenciones.**



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## Aspectos Legales de los Negocios Internacionales

Impacto de las leyes en los negocios:

- Las leyes nacionales afectan todas las actividades tanto locales como transfronterizas de los negocios.
- Reglamentación del comercio y la inversión
- Reglamentación de los flujos financieros
- Impuestos
- Disponibilidad de la información
- Reglamentación sobre la propiedad
- Tratados internacionales



## Evolución de las Estrategias Legales y Políticas en el Proceso de Internacionalización

Las compañías enfrentan problemas políticos y legales en diferentes niveles a medida que avanzan en su grado de internacionalización; así, a medida que el nivel aumenta, aumentan también la naturaleza, complejidad y amplitud de las interacciones políticas y legales de una compañía.

Inversión Directa con producción en el extranjero



Joint Ventures



Licencias



Exportaciones



Catedra de Negocios Internacionales

Helman Quesada Méndez  
Docente



## ¿Por qué Exportar?

- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenidas en el mercado.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.
- Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala.
- Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.
- Para mejorar la imagen con proveedores, bancos y clientes
- Por una puntualección de la política de desarrollo de la empresa
- Posibilidad de precios más rentables
- Alargamiento del ciclo de vida de un producto
- Para diversificar riesgos



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada

Méndez

Docente



## ¿Quién Puede Exportar?

Quien ha evaluado su capacidad de internacionalización y encara la exportación como una estrategia para mejorar la competitividad.



## ¿A Dónde Exportar?

Inicie con los mercados donde puede adquirir experiencia con el menor costo



## ¿Cuándo Exportar?

Cuando haya desarrollado puntos de fuerza competitivos internacionalmente



Catedra de Negocios Internacionales

Helman Quesada Méndez  
Docente



Catedra de Negocios  
Internacionales

# Mecanismos de Internacionalización

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## ¿Cómo Ingresar a los Mercados Extranjeros?

### 1- Exportar A Un Mercado Extranjero

**Exportación indirecta:** Exportación de bienes y/o servicios a través de varios tipos de exportadores ubicados en el país de origen de los bienes Agentes Exportadores

Comisionistas

Intermediarios

Firmas Internacionales

**Exportación Directa:** Exportación de bienes y servicios por la empresa que los produce.

**Empresa de Ventas:** (Negocio que se establece en el país de destino para vender los bienes y productos de la casa matriz.

### 2- Fabricar en Dicho Mercado

*Subsidiaria de Propiedad Total*

*Asociación en participación (Joint Venture)*

**Contrato de Administración:** Arreglo por el cuál una firma proporciona servicios de dirección y administración a otra empresa.

*Ejemplo:* Hoteles Intercontinental.

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada

Méndez

Docente





## ¿Cómo Ingresar a los Mercados Extranjeros?

### 2- Fabricar en Dicho Mercado

Subsidiaria de Propiedad Total

Asociación en participación (Joint Venture)

**Acuerdo de Licenciamiento:** Acuerdo contractual en el que una empresa da acceso a patentes, secretos del negocio o tecnología a otra mediante el pago de honorarios.

**Franquicia:** Forma de licenciamiento en que una empresa celebra un contrato con otra para operar cierto tipo de negocio, al amparo de una marca establecida y de acuerdo con reglas específicas.

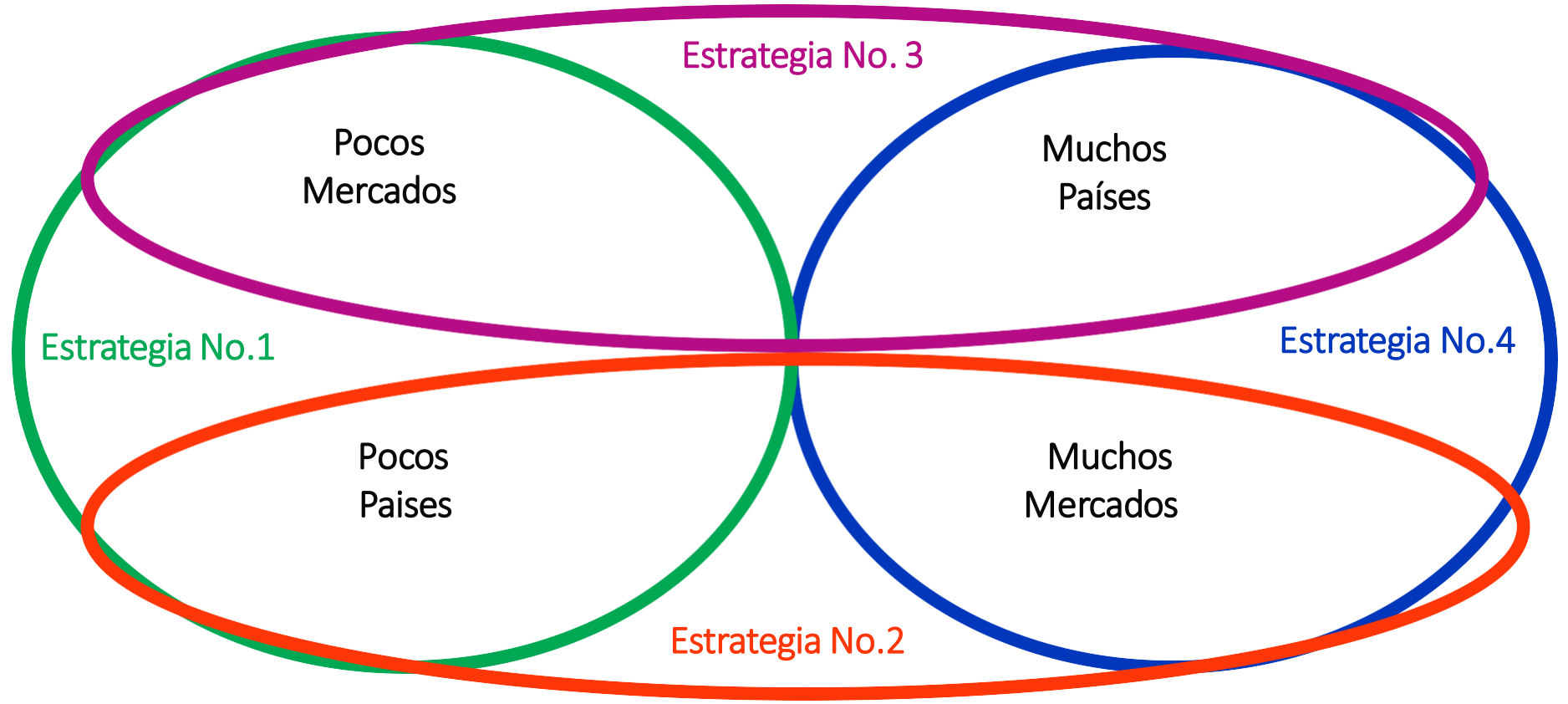
**Fabricación por contrato:** Maquila

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## Estrategias de Expansión en el Mercado Internacional



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## Estrategias de Entrada a los Mercados Internacionales

Alto  
Riesgo



Bajo  
Riesgo

Inversión Directa  
con producción en  
el extranjero



Joint Ventures



Licencias



Exportaciones



Alto control  
de la estrategia



Bajo control  
de la estrategia

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente

# Plan de Exportación



## El Plan de Negocio

### Definición:

- Es un proceso para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos las formas operativas, los resultados, y en resumen la visión del empresarios obre el proyecto.
- Es un mecanismo para proyectar la empresa en el futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a las coyunturas que pudiesen presentarse.



Catedra de Negocios  
Internacionales



El proceso de elaboración del plan de negocio implica una serie de etapas de análisis, durante cada una de las cuales los diversos elementos y variables de cada etapa deben ser analizados en relación con su finalidad propia y con su efecto sobre las otras etapas del proceso.

Por estas razones, el proceso de elaboración de un plan de negocio puede visualizarse como una serie de análisis interrelacionados con retroalimentación permanente que obliga muchas veces a repetir etapas.

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



## El Plan de Negocio

### Etapas en el Proceso de Análisis

Un Plan de Negocio debe incluir análisis sobre los siguientes aspectos:

- El Mercado
- Técnico
- Administrativo
- Legal y Social
- Económico
- De Valores Personales
- Financiero
- De Riesgos e Intangibles

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada

Méndez

Docente



# El Plan de Negocio

## Etapas en el Proceso de Análisis



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente



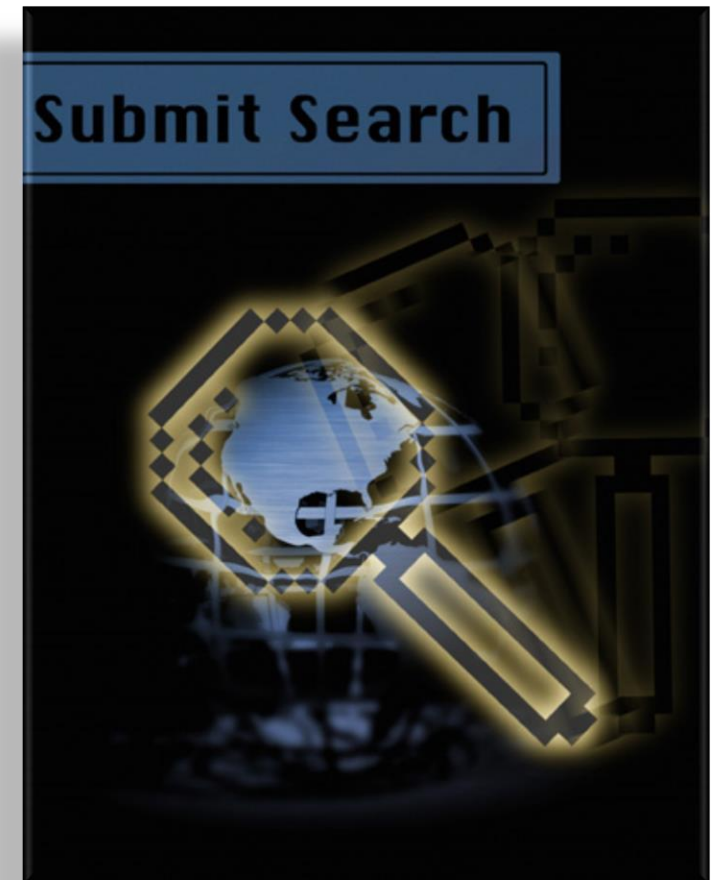
## El Plan de Negocio

### Etapas en el Proceso de Análisis

#### Evaluación Integral del Proyecto:

Tiene como objetivo central determinar los indicadores de factibilidad del proyecto (TIR, VPN, periodo de pago descontado, balance del proyecto, puntos de equilibrio económico) y el efecto, mediante el análisis de sensibilidad, qué cambios en las distintas variables del proyecto puedan tener en esa evaluación.

Una vez efectuados todos estos análisis y evaluaciones, es posible escribir el documento final denominado Plan de Negocio.



Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente





## El Plan de Negocio

### Etapas en el Proceso de Análisis

Este es el Formulario Único Nacional para la presentación de un anteproyecto al programa Jóvenes Emprendedores Exportadores, el cual se utiliza para elaborar el Plan de Negocio. Para mayor información y para obtener el formulario completo consulte la página Web en la siguiente dirección:

<http://www.jovenesemprendedores.gov.co/>

Catedra de Negocios Internacionales

Helman Quesada Méndez  
Docente



Formulario Único Nacional  
para la presentación de un anteproyecto al  
Programa Jóvenes Emprendedores Exportadores  
2002

#### A. Información del proyecto

<b>A1. Título del Proyecto</b>	Defina un nombre que identifique claramente la idea de su proyecto. Es conveniente incluir el nombre de la empresa, si ya lo ha definido o si la empresa ya está constituida legalmente.

<b>A2. Descripción breve del proyecto</b>	Cualquier persona que lea esta descripción, deberá entender en qué consiste su proyecto. No omita incluir el o los productos/servicios y el país o países meta. Esta descripción será incluida en los catálogos del programa.

#### A3. Bienes(s) o Servicio(s) a exportar

Inicie su proyecto con máximo 5 productos a exportar, identificando la posición arancelaria para Colombia. Tenga en cuenta que si va a trabajar con más de un producto, todos ellos deben ser afines en su causal de distribución. Puede trabajar con un solo producto, pero siempre deberá estudiar 3 mercados.

Nombre del Bien o Servicio	Posición Arancelaria <small>Solo para bienes, escriba los 10 dígitos de la posición arancelaria.</small>	País (es)/Ciudad(es) Destino <small>Enumere en orden de importancia los 3 principales mercados de exportación para sus productos.</small>
1.		1.
2.		2.
3.		3.
4.		
5.		

#### B. Información del titular

<b>B1. Nombres y Apellidos:</b>				<b>B2. Cédula:</b>	
<b>B3. E-mail:</b>					
<b>B4. Dirección:</b>				<b>B5. Ciudad:</b>	
<b>B6. Teléfonos:</b>				<b>B7. Fax:</b>	
<b>B8. Fecha de Nacimiento (dd/mm/aa):</b>					
<b>B9. Carrera Universitaria:</b>					
<b>B10. Universidad:</b>					
<b>B11. Semestre actual de estudios (o año de grado):</b>					

POR FAVOR NO SE EXCEDA DE LOS ESPACIOS ESTABLECIDOS

Página 1



## Bibliografía

- VELASQUEZ P. Jorge Alberto. Gerencia de Exportaciones. Ediciones Gráficas Ltda., 2ª Edición.
- DANIELS John D., RADEBAUGH Lee H. Negocios Internacionales. Pearson Education. Octava Edición. 2000.
- HILL Charles W.L. Negocios Internacionales. McGraw-Hill. Tercera Edición. 2001.
- SOTO B. Gerardo. Economía Internacional – Vademecum – 1996
- II Seminario – Cátedra de Negocios Internacionales. Santiago de Cali, Junio de 2001.
- III Seminario – Cátedra de Negocios Internacionales. Medellín, Noviembre de 2001.
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. Prentice hall. 2a. Edición.
- Páginas Web de Proexport, Mincomex, Coinvertir y Dane:

<http://www.proexport.com.co/>

<http://www.coinvertir.org.co/>

<http://www.mincomex.gov.co/>

<http://www.dane.gov.co>

Catedra de Negocios  
Internacionales

Helman Quesada  
Méndez  
Docente