

2ª. edición
revisada y
aumentada

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Fundamentos y estrategias

JAHIR LOMBANA COY (Editor)
SILVIA ROZAS GUTIÉRREZ · CÉSAR CORREDOR VELANDIA
HAROLD SILVA GUERRA · ANDRÉS CASTELLANOS RAMÍREZ
JAIME GONZÁLEZ ORTIZ · MAURICIO ORTIZ VELÁSQUEZ

ECOE
EDICIONES

UNIVERSIDAD
DEL NORTE

Editorial

LOS AUTORES

SILVIA ROZAS GUTIÉRREZ. Economista. Magíster en Análisis de Problemas Económicos, Políticos e Internacionales Contemporáneos, Universidad Externado de Colombia. Profesora investigadora de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte (Colombia). srozas@uninorte.edu.co

CESAR CORREDOR VELANDIA. Doctor en Economía, Texas A&M University (USA). Magíster en Economía, Universidad Pompeu Fabra (España). Profesor del Magister en Economía de la Universidad del Norte (Colombia). cacorredor@uninorte.edu.co

JAHIR LOMBANA COY. Doctor en Economía, Universidad de Goettingen (Alemania). Economista con especialización y maestría en Estudios Internacionales, Universidad de Chile. Economista, Universidad del Rosario (Colombia). Profesor investigador de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte (Colombia). lombanaj@uninorte.edu.co

HAROLD SILVA GUERRA. Doctorante en Management, University of St. Gallen (Suiza). Magíster en International Business Administration, Bournemouth University (Inglaterra) y en Administración de Empresas, Universidad del Norte (Colombia). Profesor investigador de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. hsilva@uninorte.edu.co

ANDRÉS CASTELLANOS RAMÍREZ. Economista, Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia). Especialista en Desarrollo Económico Internacional y Gestión Portuaria. Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Norte (Colombia). Profesor investigador de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. acastellano@uninorte.edu.co

JAIME GONZÁLEZ ORTIZ. Abogado, Universidad Externado de Colombia. Especialista en Derecho Financiero, Universidad de los Andes (Colombia); Finanzas, CESA-EAFIT (Colombia) y Negocios Internacionales, Universidad del Norte (Colombia). Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Norte. Profesor investigador de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. jgonzalezl@uninorte.edu.co

MAURICIO ORTIZ VELÁSQUEZ. Administrador de Empresas, Universidad del Norte (Colombia). Magíster en Marketing Internacional, ESMA (España). Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Norte. Profesor Investigador de la Universidad del Norte. mortiz@uninorte.edu.co

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Fundamentos y estrategias
(2ª edición revisada y aumentada)

Jahir Lombana Coy (Editor)

Silvia Rozas Gutiérrez

César Corredor Velandia

Harold Silva Guerra

Andrés Castellanos Ramírez

Jaime González Ortiz

Mauricio Ortiz Velásquez

Barranquilla
(Colombia), 2014

UN UNIVERSIDAD
DEL NORTE

Editorial

ECOE
EDICIONES

Contenido

Prólogo xi

1

La Globalización como contexto de los Negocios Internacionales 1

Jahir Lombana y Silvia Rozas Gutiérrez

ANTECEDENTES CONCEPTUALES DE LA GLOBALIZACIÓN 3

GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA 8

Hitos recientes de la Globalización Económica, 8. Conceptos de Globalización Económica, 9. Clasificación de la Globalización Económica, 11.

DESAFÍOS DE LA GLOBALIZACIÓN 15

Los Consensos de la Globalización, 16. Globalización y Lo Local, 18.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA GLOBALIZACIÓN 19

INSTITUCIONES DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA 21

Organizaciones Rectoras de las Finanzas Internacionales, 22. Organizaciones Rectoras del Comercio Internacional, 25. Organizaciones Internacionales en América y su Influencia Económica, 34. Para reflexionar, 37. Preguntas, 41. Referencias, 41. Comercio internacional, 44.

2

Comercio internacional 44

Silvia Inés Rozas Gutiérrez

TEORÍAS DE COMERCIO INTERNACIONAL 44

Mercantilismo, 45. Ventaja Absoluta, 45. Ejemplo de Ventaja Absoluta, 47. Ventaja Comparativa, 50. Ejemplo de Ventaja Comparativa, 51. El modelo de comercio de Heckscher - Ohlin (HO), 57. Nuevas Teorías del Comercio, 59. Comercio Intraindustrial, 59. Teoría del Ciclo de vida del producto, 60.

POLÍTICAS COMERCIALES 62

Aranceles, 63. Efectos económicos del arancel, 66. Progresividad arancelaria, 70. Cuotas, 72. Subsidios, 75. Barreras no arancelarias: medidas sanitarias y normas técnicas, 76. Resumen, 78. Preguntas, 78. Ejercicios, 79. Referencias, 80.

3

Integración económica internacional 82

Silvia Inés Rozas Gutiérrez

MODELO DE GRAVEDAD..... 83

ACUERDOS DISCRIMINATORIOS 84

Acuerdos de Alcance Parcial, 85. Acuerdos de Libre Comercio, 86.
Unión Aduanera, 88. Mercado común, 89. Unión económica, 90.
Unión Política, 90.

POSIBLES EFECTOS DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL 91

Creación de Comercio, 91. Desviación de Comercio, 92. Triangu-
lación, 94. Normas de Origen-Herramienta de política comercial,
95.

ACUERDOS NO DISCRIMINATORIOS:

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC) 99

Aranceles OMC, 101. Instrumentos de defensa comercial, 102.
Servicios, 106. Propiedad Intelectual, 107. Órgano de Solución
de Diferencias (OSD), 109. Examen de Políticas Comerciales, 110.
Convergencia de Mercados Emergentes, 111. Resumen, 114. Para
reflexionar..., 115. Preguntas, 119. Referencias, 120.

4

Finanzas internacionales: Balanza de pagos y tasa de cambio 121

César Corredor Velandia

IMPORTANCIA DE LAS FINANZAS INTERNACIONALES..... 123

EL PAPEL DEL COMERCIO, LAS

MULTINACIONALES Y EL SISTEMA FINANCIERO 124

LA BALANZA DE PAGOS (BP) 127

LA TASA DE CAMBIO Y SU EQUILIBRIO 134

El Mercado de Divisas, 135. ¿Devaluación o Revaluación?, ¿Depre-
ciación o Apreciación?, 135. Regímenes de Tasa de Cambio, 136.
Tasa de Cambio Fija, 137. Tasa de Cambio Administrada, 138.
Sistema de Banda Cambiaria , 138. Tasa de Cambio Flexible, 138.

UNA TEORÍA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CAMBIO 139

El equilibrio de largo plazo de la tasa de cambio, 139. Tasa de cam-
bio nominal, tasa de cambio real y *pass-through*, 142. La tasa de
cambio en el corto plazo: flujos de capitales, 145.

CAMBIOS EN EL EQUILIBRIO DE CORTO PLAZO..... 148

Tasas de interés, 148. Política Monetaria, 148. Efecto Fischer, 149.
El dólar en la práctica, 150. ¿Qué es un ataque cambiario o ataque
especulativo?, 151.

EL RIESGO EN EL MERCADO CAMBIARIO.....	153
El EMBI, una forma de comparar inversiones en la misma moneda, 153. La volatilidad y el riesgo de la tasa de cambio, 155. Futuros y <i>forwards</i> , 158. Opciones, 160. Resumen, 161. Preguntas, 162. Para reflexionar..., 164. Referencias 165	
5	
La inversión extranjera directa.....	166
Silvia Rozas y Jahir Lombana	166
INVERSIÓN EXTRANJERA.....	167
INVERSIÓN EXTRANJERA DE PORTAFOLIO O INDIRECTA.....	168
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA.....	171
Clasificación de la IED, 172. Conductores de la IED, 174. Ideolo- gías para el manejo de la IED, 179. Pros y contras de la inversión extranjera directa, 184. Políticas relacionadas con la IED, 185. Organismos de promoción de inversiones hacia y desde América latina y el Caribe, 187. Para reflexionar..., 191. Preguntas, 193. Referencias, 194	
6	
La Competitividad en el proceso de internacionalización	195
Jahir Lombana Coy	
CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD.....	195
LOS CONCEPTOS DE COMPETITIVIDAD DE	
ACUERDO CON LOS NIVELES Y UNIDADES DE ANÁLISIS	196
Conceptos cuantitativos, 197. Conceptos cualitativos, 199. Uni- dad de análisis Sector, 200.	
MODELOS DE LA COMPETITIVIDAD.....	206
El Diamante de la Competitividad, 206. Los determinantes endó- genos, 207. Los determinantes exógenos, 209. Interrelación de los determinantes endógenos, 210	
MODELOS ALTERNATIVOS DE LA COMPETITIVIDAD	212
Modelo del Doble Diamante de la Competitividad, 212. Modelo del Pentágono de la Competitividad, 214. Modelo de los Nueve Factores, 215. Modelo de Competitividad Sistémica, 217. Mo- delo de Cluster - Cadena de Valor, 219. Principios que se deben tener en cuenta para la creación de un cluster, 220. Cadena de Va- lor, 221. Resumen, 227. Preguntas, 228. Para reflexionar..., 229. Referencias, 230.	

7

Marketing internacional: una mirada al comercio global232

Harold Silva Guerra

INTRODUCCIÓN..... 232

MARCO CONCEPTUAL 233

ASPECTOS CULTURALES..... 238

PERSPECTIVAS DE LA CULTURA 239

CULTURAS DE ALTO Y BAJO CONTEXTO 240
 Culturas de Alto Contexto, 240. Culturas de Bajo Contexto, 240.
 Comparación de culturas de Alto y Bajo Contexto, 240.

ELEMENTOS DE LA CULTURA..... 242
 Costumbres y modales, 243. Idioma, 243. Religión, 244. Educa-
 ción, 245. Estética, 246. Valores y actitudes, 247. Instituciones so-
 ciales, 247. Elementos materiales , 247. Adaptación, 249. Riesgo
 Político, 249. Oportunidades Globales de Mercado, 250. Conclu-
 siones y Recomendaciones, 251. Resumen, 253. Preguntas, 253.
 Para reflexionar..., 254. Taller, 257. Referencias, 259.

8

La logística del comercio exterior.....260

Andrés Castellanos Ramírez

CONCEPTOS BÁSICOS..... 262

LOGÍSTICA COMERCIAL INTERNACIONAL..... 264

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE MERCANCÍAS..... 266

GESTIÓN LOGÍSTICA DE LA DFI..... 274
 Cómo mejorar la Logística del Comercio Exterior, 276. Para re-
 flexionar..., 284. Referencias, 295.

9

Estrategias en los negocios internacionales296

Jaime González Ortiz

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN..... 298
 Estrategia de Economía de Localización, 299. Economías de Costo
 basadas en la Experiencia, 301. La Curva de la Experiencia, 301.
 Efectos del Aprendizaje, 301. El concepto de economías de escala,
 302. Apalancamiento de las habilidades desarrolladas por el perso-
 nal de las subsidiarias, 302.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	303
Estrategia de Estandarización Global, 305. Estrategia de Localización, 306. Estrategia Transnacional, 306. Estrategia Internacional, 307. Estrategias logísticas, 308.	
ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN.....	313
TIPOS DE ACUERDOS DE COLABORACIÓN	317
Licencia, 317. Franquicia, 318. Contratos gerenciales, 319. Operaciones llave en mano, 320. Consorcio, 320. Alianzas de intercambio accionario, 321.	
ESTRATEGIAS DE CONTROL ORGANIZACIONAL	322
PLANEACIÓN.....	323
Estructura de División Internacional, 325. Estructura de División Funcional, 325. Estructura de División de Productos, 325. Estructura de División Regional, 326. Estructura de División Matricial, 326. Estructura de Empresas en Red, 327. Resumen, 328. Para reflexionar..., 330. Preguntas, 331. Referencias, 332.	

10

De la teoría a la práctica en los negocios internacionales333

Mauricio Ortiz Velásquez, Harold Silva Guerra y Jahir Lombana Coy

INTRODUCCIÓN.....	333
GLOBALIZACIÓN.....	334
Los retos de las empresas de la Región Caribe frente a la globalización, 334. Orientación global: Acesco (Colombia), 336.	
COMERCIO INTERNACIONAL.....	343
Canadá: un destino de exportación exigente, 343. Expansión Internacional: Luz Verde en Construcción - El caso de Cementos Argos, 345.	
INTEGRACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL	346
TLC con Corea del Sur: oportunidad de crecimiento internacional, 346.	
FINANZAS INTERNACIONALES	348
Regulaciones y trámites frente a la competitividad, 348.	
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA.....	351
De la Inversión Extranjera Directa y los TLC, 351. Ambiente en México, 353. China e India, 355.	

LA COMPETITIVIDAD EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN	358
La competitividad como eje estratégico de la internacionalización de la Región Caribe, 358. El Diamante Competitivo de Bavaria, 360. Drummond: origen del cluster incidental, 363.	
MARKETING INTERNACIONAL	367
El desafío de los mercados internacionales para las mipymes, 367. Variables de la multiculturalidad: Carnecos, 369. Grupo Mundial (Colombia), 371. Onda de Mar: innovadores y visionarios, 376.	
LA LOGÍSTICA DEL COMERCIO EXTERIOR	378
Infraestructura local con visión global, 378. De la logística concreta a la virtual: Caso Amazon, 380. Airbus A380: entre subcontratación y producción propia, 384. Tecnologías de la información y encadenamientos en el sector de frescos, 387.	
ESTRATEGIAS EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.....	389
La gestión como estrategia de competitividad permite alcanzar los objetivos, 389. Lo excelente es enemigo de lo bueno: caso Kodak, 391. Quala y la Estrategia Multibranding, 396. La Diferenciación de Hamburguesas El Corral, 400.	

Prólogo

En esta segunda edición se adicionan preocupaciones recientes en el área de los negocios internacionales y se profundiza en la temática de capítulos que por su relevancia se han incorporado paulatinamente a las aulas de clase.

Ver más allá de las fronteras se ha convertido en un imperativo. La globalización es un concepto de uso relativamente reciente, pero su significado se remonta a los comienzos de la historia humana. Lo único que ha cambiado en nuestro tiempo ha sido la consciencia que se tiene sobre ella. Los negocios internacionales son los relacionamientos de las empresas con el mundo, y se convierten, por tanto, en el vehículo de la globalización.

A nuestro alrededor es muy difícil, por no decir imposible, encontrar algo que no tenga que ver con los negocios internacionales. Desde el papel, proveniente de madera importada, para hacer los primeros borradores de este libro, pasando por el teclado plástico, elaborado con materia prima importada de algún país petrolero, con procesamiento en un país de bajos costos laborales, que utilizamos para escribir estas líneas, o el servicio de internet que se presta para mercadearlo. Cada proceso, cada producto, cada relacionamiento, por pequeño que sea, tiene implicaciones en los negocios internacionales.

El objetivo de este libro es analizar las herramientas fundamentales de los negocios internacionales para entender y, sobre todo, confrontar el entorno internacional. Fue pensado para estudiantes de pregrado de Negocios Internacionales, pero puede ser útil como material de consulta básico para el lector que quiera tener una primera aproximación teórica a los negocios internacionales.

Cada capítulo presenta una introducción al tema principal, el cual se desarrolla desde un punto de vista teórico con aplicaciones puntuales a casos y/o ejemplos. Para una aproximación rápida al tema, cada capítulo finaliza con un resumen y una evaluación que busca generar espacios de debate para los lectores.

A diferencia de muchos libros con título similar, este parte de lo disciplinar e incorpora como contexto de estudio el paradigma de la globalización. La Economía Internacional es una de las disciplinas que sustentan la teoría necesaria para entender los ámbitos especializados de los negocios internacionales; adicionalmente, con las áreas funcionales de la administración es con las que se sientan las bases para su debida aplicación en las empresas que tengan orientación más allá de sus fronteras. En este punto vale aclarar que temas de ciencia política, relaciones internacionales, derecho internacional y disciplinas afines son necesarios para complementar la integralidad de los negocios internacionales, pero no son abordados en este libro, que busca sentar bases en la disciplina. .

El *primer capítulo* aborda el contexto en el que se ubican los negocios internacionales. Es así como los profesores Jahir Lombana y Silvia Rozas presentan un recorrido por las diferentes concepciones de la globalización destacando el debate actual sobre sus beneficios y costos. Esto, de alguna forma, ofrece al lector un punto de entrada a los capítulos más disciplinares de este texto. Es así como en el *segundo capítulo* la profesora Silvia Rozas hace un recuento de los conceptos y teorías del comercio internacional; las teorías son complementadas con ejemplos prácticos que permiten una aproximación más real a la teoría del comercio internacional. En el *tercer capítulo* la profesora Rozas profundiza en el tema de integración económica, cubriendo tanto el ámbito teórico como lo práctico en el esquema regulatorio, principalmente de la OMC y la convergencia no formal de los llamados países emergentes.

El *cuarto capítulo* se centra en las finanzas internacionales. El profesor César Corredor analiza los principales elementos conceptuales de la balanza de pagos y la tasa de cambio. Una aproximación de reciente importancia por la crisis financiera mundial son los derivados financieros, que son expuestos en este capítulo con una orientación directa a países emergentes y/o en desarrollo.

El *quinto capítulo* hace referencia al estudio de la Inversión Extranjera Directa (IED) como aspecto aplicado y de creciente relevancia en las finanzas internacionales. Este capítulo, escrito por Silvia Rozas y Jahir Lombana, responde a las sugerencias y comentarios de lectores que buscan entender las razones por

las que empresas y países están interesados en su promoción o restricción. El debate entre los pros y los contras de la IED es un aparte que el lector debe tener en cuenta en su análisis crítico.

En el *sexto capítulo* se hace una primera aproximación a los temas especializados de los negocios internacionales. La competitividad se presenta como un concepto respecto al cual no existe consenso pero que motiva al debate tanto desde sus definiciones como de sus modelos. El profesor Jahir Lombana hace un recorrido por los conceptos y modelos tanto del *mainstream* como de sus críticos.

En el *séptimo capítulo*, siguiendo con la línea de temas especializados, el profesor Harold Silva presenta los conceptos básicos del marketing internacional. El eje fundamental de este capítulo son los aspectos culturales y cómo estos se relacionan con el entorno internacional a través del *marketing*.

En el *octavo capítulo*, correspondiente al tema de Logística Internacional, el profesor Andrés Castellanos hace un recuento de las operaciones del comercio trascendiendo las fronteras nacionales y superando los problemas que crea la distancia para el intercambio de bienes y servicios.

En el *noveno capítulo* el profesor Jaime González estudia el impacto de las estrategias en los negocios internacionales. Este capítulo busca encadenar los temas especializados de los capítulos tres a cinco con las formas de confrontar o de entrada a los mercados internacionales, y sirve además de punto de partida para aspectos más complejos de los negocios internacionales como lo son las estructuras organizacionales.

Finalmente, para cerrar el texto y llevar los elementos teóricos a la práctica, los profesores Mauricio Ortiz, Harold Silva y Jahir Lombana presentan en el *décimo capítulo* un conjunto de lecturas, casos y talleres que ellos han utilizado como soporte de sus clases y que estructurados de acuerdo con las temáticas teóricas de este libro ayudarán a los lectores a tener una perspectiva más dirigida a la realidad cotidiana de los negocios internacionales.

Una vez haya leído este libro, el lector tendrá una visión más profesional de los negocios internacionales y podrá observar de manera crítica los relacionamientos entre empresas. Para que pueda incorporarse de manera práctica en el mundo empresarial, se le sugiere revisar temas más complejos de los negocios internacionales, que generalmente son estudiados en cursos avanzados. Disciplinas como el Derecho, la Ciencia Política y las Relaciones Internacionales pueden nutrir de manera importante estos temas complejos. Asimismo, se le recomienda consultar las fuentes de información periódica y las revistas especializadas, que cada día difunden nuevas aproximaciones al dinámico mundo de los Negocios Internacionales.

La Globalización como contexto de los negocios internacionales

Jahir Lombana y Silvia Rozas Gutiérrez

1

Un estudiante colombiano que hace pasantía en Italia llama a su novia, que hace una especialización en Alemania, desde su teléfono inteligente hecho en China con componentes de Taiwán, plástico procesado en Francia cuya materia prima es petróleo Saudí, a través de una aplicación creada en la India y financiada con capital británico. La conversación trata sobre el deseo que los novios tienen de encontrarse en un punto equidistante entre Alemania e Italia, por lo que piensan en Suiza, desde donde tomarían un vuelo en una aerolínea de bajo costo que tiene su sede principal en Irlanda, para viajar a las playas de Marruecos y de allí viajar en un transbordador de bandera griega por el mar Mediterráneo bordeando la costa africana hasta llegar a Egipto.

Para realizar este viaje deben pensar en las visas necesarias para visitar dichos países, además de hacer un presupuesto teniendo en cuenta el tipo de cambio entre los pesos colombianos que tienen ahorrados en una cuenta de un banco en Colombia y euros para llevar un poco de efectivo. Seguramente tendrán que verificar si la tarjeta de crédito tiene los suficientes fondos para cubrir sus gastos en los países que van a visitar y que el pago con tarjeta sea de aceptación general.

Es posible que algunos familiares que viven en Estados Unidos y que ya obtuvieron la nacionalidad estadounidense quieran unírseles en el recorrido, pero ellos no tendrán tanto problema en la consecución de las visas, pues dicho país tiene acuerdos de visas con muchos países del mundo. Quizás lo tengan en los costos en que deban incurrir, pues de momento el dólar se está devaluando y les resultará más costoso hacer turismo.

OTROS TÍTULOS
EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL NORTE

Pymes: rutas para la exportación

Dorian Martínez Martelo
Jahir Lombana Coy

**Manual de la gestión logística del
transporte y distribución de mercancías**

Andrés Castellanos Ramírez

**Decisiones estratégicas,
macroadministración**

José María Mendoza Guerra

Matemáticas financieras, 5ª edición

Jaime Castrillón Cifuentes
y Leonor Cabeza de Vergara

ECOE EDICIONES

Diccionario de comercio internacional

Cristóbal Osorio Arcila

**Diccionario de logística
y negocios internacionales**

Rubén Darío Muñoz
y Luis Aníbal Mora

**Marketing y comercialización
internacional**

Néstor Vergara Cortina

Esta obra tiene como punto de entrada la Globalización; ese es el contexto que permite analizar, desde el punto de vista disciplinar, aspectos como el comercio internacional, la integración económica, las finanzas y la inversión extranjera directa. Los capítulos relacionados con la competitividad, el marketing y la logística se ajustan al cambiante mundo, para suministrar a los lectores bases sólidas que faciliten la comprensión de las estrategias en los negocios internacionales. Con base en su experiencia en investigación y docencia, los autores presentan en cada capítulo marcos teóricos adaptados a las realidades actuales, así como ejemplos, resúmenes y evaluaciones.

En esta segunda edición se incluye un nuevo capítulo de casos y lecturas que, sin lugar a dudas, permiten una visión crítica de los relacionamientos entre las empresas y estimulan el debate alrededor de los fundamentos y estrategias de los negocios internacionales en el entorno actual.



ECOE
EDICIONES

UN UNIVERSIDAD
DEL NORTE