



NEGOCIOS INTERNACIONALES

Blum Alcívar Hilda

Maestría en Administración de Empresas en la Universidad Autónoma de los Andes, de Ambato. Arquitecto de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Catedrática de la Universidad de Guayaquil

Flores Villacrés Emilio

Magíster en Educación Superior por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero en Sistemas Administrativos Computarizados. Catedrático de la Universidad de Guayaquil
emilio.floresv@ug.edu.ec

Vallejo de la Torre Cesar

Ingeniero en Sistemas Administrativos Computarizados por la Universidad de Guayaquil, Magíster en Administración de Empresas con mención en Sistemas de Información Empresarial por la Universidad de Guayaquil
vallejod@ug.edu.ec

Sánchez Parrales Carlos Eduardo

Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior. Ingeniero Comercial, Catedrático de la Universidad de Guayaquil y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
caredusanchez@hotmail.es

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Blum Alcívar Hilda, Flores Villacrés Emilio, Vallejo de la Torre Cesar y Sánchez Parrales Carlos Eduardo (2016): "Negocios internacionales", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/12/negocios.html>

Resumen

Los Negocios internacionales en las empresas no solo se limitan a llevar a cabo operaciones privadas y gubernamentales a nivel local sino también con otros países, por eso, negocio internacional a la relación existente entre una organización a la relación entre una organización y el mundo exterior. Es necesario e importante que los empresarios conozcan el ambiente internacional para buscar nuevas formas para el crecimiento de la empresa, competitividad y tener la oportunidad de obtener nuevos mercados en diferentes países; por lo tanto, la organización puede obtener un mayor posicionamiento competitivo, conseguir nuevos negocios, mejorar imagen de la empresa y marca, identificar nuevos segmentos, impulsar intercambio de productos o servicios. Los objetivos para impulsar los negocios internacionales en la empresa dependen del interés de los consumidores en los productos y servicios y la disposición y capacidad para comprarlo, adicionalmente obtener recursos y la minimización de riesgos en las ventas y utilidades de las empresas. Las diferentes formas de comercio internacional son: tradicionales, especial o promovedoras. La importancia de los negocios internacionales permite el crecimiento de la empresa y posteriormente de un país en los mercados internacionales con el intercambio comercial de los productos o servicios, entre otras.

Palabras Claves: Empresa Intercambio, Producto o Servicio, Negocios Internacionales

Abstract

International Business companies are not just limited to carrying out private and government operations locally but also with other countries, therefore, international business to the relationship between an organization to the relationship between an organization and the outside world. It is necessary and important that entrepreneurs know the international environment to find new ways for company growth, competitiveness and have the opportunity to gain new markets in different countries; therefore, the organization can gain greater competitive positioning, win new business, improve company image and brand, identify new segments, promote exchange of goods or services. The aims to boost international business in the company depend on consumer interest in products and services and the willingness and ability to buy additionally obtain resources and minimizing risks in sales and corporate profits. The different forms of international trade are: traditional, special or promotive. The importance of international business allows the growth of the company and later a country in international markets with the trade of products or services, among others.

Keywords: Company Exchange Product or Service Business International

INTRODUCCIÓN

Comercio¹

Es un término que se usa con asiduidad en nuestro idioma y que se haya asociado a la actividad económica.

Si bien presenta varios usos, el más extendido, sin dudas, es aquel que permite referir al negocio que alguien efectúa al vender, comprar o trocar productos, mercancías, servicios, entre otros, a instancias de un mercado y con la misión de lograr a través de los mismos un beneficio económico.

Cabe destacar, que el indicado intercambio supone la entrega de algo a cambio de otra cosa que revista el mismo valor monetario, el pago de un determinado precio que quien vende le asigna a la cosa en cuestión.

Al individuo que se dedica de manera profesional a la actividad del comercio se lo conoce popularmente como comerciante.

El origen del comercio es realmente milenario, el mismo se remonta hacia finales de la etapa Neolítica y sería la agricultura la primera materia de intercambio entre los hombres, porque cuando se perfeccionó la actividad y la cosecha abundaba a punto tal de dejar un resabio, tal excedente comenzó a ser intercambiado por otros valores por parte del productor. Tiempo después el trueque sería reemplazado por la introducción de la moneda.

Existen diferentes tipos de comercio como ser: comercio mayorista (se caracteriza porque el comprador no es el consumidor final sino otro comerciante o empresa), comercio minorista (en este sí el comprador es el consumidor final del producto), comercio interior (es aquel que se establece entre individuos que pertenecen a la misma nación), comercio exterior (se produce entre individuos o empresas que residen en diferentes países).

Por otra parte, también se designa como comercio al establecimiento, es decir, al lugar físico en el cual tiene lugar el mencionado intercambio.

También, la palabra designa a la acción de comerciar y al resultado de la misma. En tanto, comerciar, implicará una negociación ya sea vendiendo o comprando productos o afines con el objetivo de alcanzar ganancias.

Y también al conjunto de los locales comerciales, así como también a los individuos que se dedican a este rubro de la economía, se lo suele denominar de modo general como comercio. El sector del comercio se ha visto muy golpeado por las recientes medidas económicas tomadas por el gobierno.

Empresa²

El término empresa es empleado para identificar a aquellas organizaciones que se encuentran conformadas por elementos distintos (humanos, técnicos y material) y cuyo objetivo es la consecución de algún beneficio económico, o comercial, satisfaciendo a la vez las necesidades de los clientes, para esto las empresas utilizan los elementos de producción que tienen a la mano como lo son el trabajo, el capital y la tierra.

Negocios³

El término negocio proviene del latín negotium, un vocablo formado por nec y otium ("lo que no es ocio"). Se trata de la ocupación, el trabajo o el quehacer que se realiza con fines lucrativos.

El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y al mismo tiempo beneficiando a los vendedores. En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico.

Desde que comenzó la era de florecimiento económico con la Revolución Industrial, los modos antiguos de hacer negocios sufrieron ciertas modificaciones, dando lugar al nacimiento de los métodos de organización empresarial que se conocen en la actualidad. Gracias a esto, diversas ramas de la industria evolucionaron y comenzaron a trabajar de manera más eficiente.

Aquello que es materia de una ocupación lucrativa, la acción y efecto de negociar y el interés que se logra en lo que se comercia son otros usos del concepto: "Tengo que hablar de negocios contigo", "Mi esposo viajará a Estados Unidos para tratar de cerrar varios negocios importantes".

En algunos países latinoamericanos, negocio también es el local en que se negocia o comercia, aunque la forma más correcta de referirse a este concepto es a través del término tienda.

¹ Comercio. Definición comercio. Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/comercio.php>

² Empresa. Definición de empresa. Definición de empresa. Definición <http://conceptodefinicion.de/empresa/>

³ Negocios. Definición de negocios. Definición.de. Disponible en: <http://definicion.de/negocio/>

Ventas⁴

Tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr los objetivos en una forma económica.

Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.

Existen diversos tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

- Ventas directas: involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detal, ventas puerta a puerta, venta social).
- Ventas industriales: ventas de una empresa a otra.
- Ventas indirectas: ocurre un contacto, pero no en persona (telemercadeo, correo).
- Ventas electrónicas: vía Internet (B2B, B2C, C2C).
- Ventas intermediadas: por medio de corredores.

Transacciones⁵

Se denomina transacción a una operación comercial consistente en intercambiar un bien o servicio por una suma determinada de dinero. El término también puede aludir a una operación técnica propia de las bases de datos en donde se ejecutan una serie de operaciones que deben operarse juntas sí o sí. No obstante, la acepción más difundida remite inevitablemente al intercambio de cosas, circunstancia propia de la actividad económica.

En el mercado, innumerables agentes interactúan buscando obtener una cuota de beneficio. Para ello, intercambian incesantemente bienes y servicios a cambio de dinero. Este tipo de circunstancia estuvo presente desde la antigüedad e incluso antes de la existencia del dinero, cuando los intercambios se realizaban mediante trueque. La lógica que sigue a este incesante comercio es el hecho de que los agentes económicos son más eficientes en la producción de determinados bienes y servicios y proceden a centrarse en éstos, generando excedentes que intercambian por los excedentes de otros agentes. Este tipo de comportamiento tiene en gran medida la responsabilidad del alto grado de desarrollo que evidencia el capitalismo; en efecto, cada agente se dedica así a aquellas tareas en las que se encuentra mejor posicionado y es más competitivo, redundando en mayor abundancia y calidad en los bienes y servicios que se producen.

Desde el punto de vista tecnológico, como queda sugerido, una transacción es una operación que consiste en una serie de instrucciones o procedimientos que deben llevarse a cabo de modo conjunto. Este tipo de circunstancia se debe a que estas instrucciones solo tienen sentido si se ejecutan conjuntamente; en el caso de que por un desperfecto técnico se imposibilite esta circunstancia, aquellas operaciones realizadas deben eliminarse puesto que faltarán algunas, las no realizadas. Este tipo de procedimiento es típico de bases de datos relacionales, que incorporan datos constantemente cuando se trata de entornos productivos. En estos casos, el motor de la base suele contar con archivos de registro que van siendo escritos con todas las transacciones recibidas; estos son especialmente útiles en caso de que exista un problema con la base y esta deba ser restaurada.

Como queda dicho, el caso de una transacción considerada como una operación de intercambio económico es aquella que el común de la población tiene más presente. Esta es la base del mercado y es la que posibilita el crecimiento económico en buena medida, circunstancia que está presente casi desde que el hombre pisó este mundo.

⁴ Ventas. Definición de ventas. Degerencia.com. Disponible en: <http://www.degerencia.com/tema/ventas>

⁵ Transacciones. Definición de transacción. Definición.mx. Disponible en: <http://definicion.mx/transaccion/>

1. CONTENIDO

Importación⁶

Es necesario considerar ciertos aspectos sobre como importar, y la definición de importar:

- Importar es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales.
- Importar permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad.



Figura 1 Importaciones

Formas de importar⁷

- Importación Ordinaria: Este tipo de importación corresponde a la introducción de mercadería dentro de un país, pagando los tributos aduanero correspondientes, y "liberándola" dentro del país al que se importó. Es decir que puede permanecer por tiempo indefinido y ser susceptible de formar parte de diferentes operaciones comerciales, siempre y cuando se atengan a las leyes correspondientes del país en que se encuentre.
- Importación de Franquicia: Se trata de las importaciones de bienes o servicios que por estar sujetas a determinados tratados entre países o diversas legislaciones, estén o no dotadas de la exención total o parcial de tributación aduanera. El material importado puede ser susceptible de tener una restringida circulación, dependiendo de las normas a las que se vea afectada.
- Reimportaciones: Pueden ser de dos tipos: reimportaciones en iguales condiciones o reimportaciones para perfeccionamiento o refacción. Ambas importaciones en general suelen contar con exención aduanera por tratarse de situaciones temporales. Es decir, que la mercadería ingresará al país para luego ser exportada. En el caso de las importaciones por refacción, se generarán tributos por los agregados o actualizaciones que se le efectúe a la mercadería importada.
- Importación por Garantía: Es la que se realiza en ausencia de tributos a la aduana, que forma parte de retornos por garantías de proveedor, para ser reemplazada, refaccionada o devuelta. Al igual que las importaciones ordinarias, las mercancías de este origen poseerán la misma característica de libre circulación, siempre dependiendo de las regulaciones de cada país.
- Importación de Ensamble: Tiene que ver con los procesos productivos de determinados bienes que son elaborados en diversas etapas de producción, que son llevadas a cabo en diferentes países. Son por lo tanto mercaderías que serán sometidas a procedimientos fabriles o industriales de transformación o ensamble, dentro de la composición de otro objeto, el desarrollo o el acabado del mismo

⁶ Importación. Concepto que es importar. Comercio y Adunas. Disponible en: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>

⁷ Formas de importación. Tipos de importaciones. Tipos. Disponible en: <http://www.tipos.co/tipos-de-importaciones/#ixzz4Kp8bbei6>

- **Importación Postal:** Este tipo de importación es el referido al tráfico postal de un país a otro, es decir, que el objeto de importación es efectuado por envíos de correspondencia. Generalmente, los aranceles a los que está sujeto no son mayores, aunque sí lo son las restricciones relacionadas a controles sobre el contenido. En estos casos, el pago de altas tarifas corresponde mayormente al transporte y a la necesidad de entrega en cortos plazos y no a la tributación.
- **Pasajeros:** Aquí se hace referencia al equipaje y el contenido de mercadería o diferentes objetos que pueda llegar a transportar un viajero internacional. En situaciones particulares, existen muchas restricciones en cuanto al equipaje que pueda llevar el pasajero, no solo en la cantidad sino también en el tipo de mercaderías que transporte, aunque sean estas de libre y legal circulación dentro del país. Esto se debe a que existen regulaciones en cuanto a la entrada por vías de transporte de pasajeros comerciales.

Exportación⁸

La exportación radica en la división internacional del trabajo. Por otro lado, los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos que cuentan con una ventaja productiva y que les servirá para obtener los productos y servicios que son más difíciles o más costosos de producir.

La empresa exportadora diversifica riesgos, es decir que experimenta las variaciones de las preferencias de los consumidores, como también los productos que lanza la competencia en el mercado objetivo. Por eso la exportación pretende asegurar el crecimiento continuo de la empresa que vende los productos a terceros países.

Un país puede tener la necesidad de exportar con el objetivo de incrementar el desequilibrio que se produce en la balanza comercial con el exterior para de esa manera obtener ingresos que le permitan financiar el proceso productivo y económico de la nación

Adicionalmente las empresas buscan exportar para obtener beneficios adicionales y tener la posibilidad de ingresar en nuevos mercados ganando con ello una gran ventaja competitiva con respecto a las otras empresas.

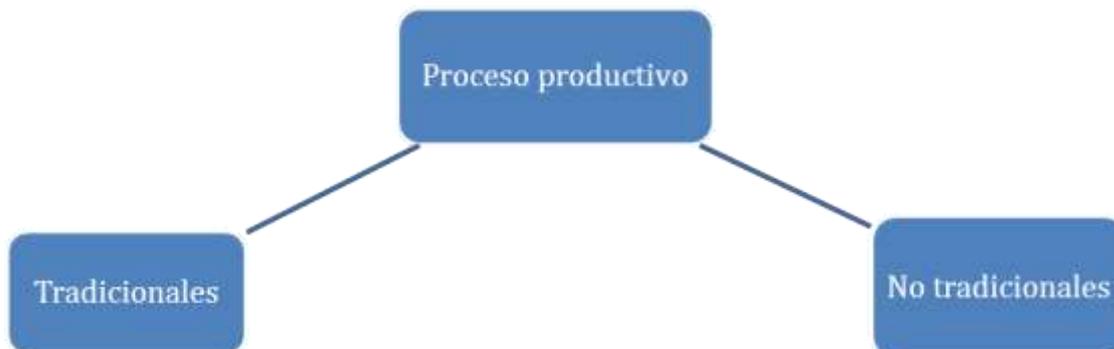


Figura 2 Proceso productivo

Dentro del proceso productivo se puede encontrar con productos tradicionales y no tradicionales:

- Los tradicionales, se refiere a los productos de origen natural, los cuales se constituyen por materias primas utilizadas en la producción de manufacturas. Estos productos tienen escaso valor agregado y resultar ser de fácil sustitución en los países industrializados. Los precios de venta por lo general son fijados por mercados internacionales.
- Los no tradicionales, corresponden a los productos que no están incluidos en la lista de productos de exportación tradicional. Son productos manufacturados los cuales han sido obtenidos luego de un proceso de transformación e incorporación de valor agregado.

La comercialización está regulada por la oferta y la demanda del mercado en donde los precios de venta son determinados en el proceso de negociación.

Balanza comercial⁹

Se define como el valor de las exportaciones menos el valor de las importaciones. De esta definición se deduce que la Balanza comercial es positiva cuando las exportaciones superan en valor a la

⁸ Exportación. Concepto de exportación. Gestión.otg. Disponible en: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

⁹ Balanza comercial. Exportaciones. EFXTO. Disponible en: <https://efxto.com/diccionario/exportaciones>

importación y, por el contrario, es negativa cuando se importan bienes y servicios por un valor superior a los bienes y servicios exportados. La Balanza Comercial forma parte del PIB y de ahí la importancia que puede llegar a tener el nivel de exportación de un país en la economía:

$$\text{PIBpm} = C + I + G + X - M$$

Donde PIBpm es el Producto Interior Bruto medido en precios de mercado, C es el valor del consumo, I representa la inversión, G el gasto público (del gobierno), X es el valor de las exportaciones y M el valor de las importaciones.

Inversiones¹⁰

Una inversión supone la renuncia a la satisfacción inmediata y cierta que producen los recursos financieros invertidos, a cambio de la esperanza de obtener en el futuro un beneficio incierto derivado de los bienes en los que se invierte. Por tanto, los elementos que definen una inversión son:

- El sujeto que invierte o inversor.
- La renuncia a una satisfacción en el presente.
- El producto en el que se invierte.
- La esperanza de una recompensa o ganancia en el futuro.

Razones para expandir el negocio a nivel global¹¹

Las principales razones para expandir los negocios a nivel global

- Búsqueda de mercados objetivo
 - Analiza los datos del mercado disponibles para centrarte en los países donde tus productos o servicios resulten más atractivos. Las herramientas online, como Global Market Finder, resultan útiles para explorar mercados potenciales. Está en concreto utiliza los datos de búsqueda en Internet de todo el mundo para mostrarte las búsquedas de palabras clave por país, estimaciones de pujas y la competencia existente para cada palabra clave por mercado e idioma.
 - Descubre cuáles son las expectativas de tus clientes objetivo e intenta superarlas. Asegúrate de conocer el uso que los consumidores hacen de Internet en la ruta de compra. Los datos de análisis gratuitos, como las herramientas de exportación que ofrece Google, te permiten disponer de más información sobre los distintos mercados objetivo sin tener que gastar dinero en encuestas.
- Adaptación del negocio
 - Adopta un modelo de "prioridad digital" para llegar a nuevos mercados, aunque utilices una estrategia de comercio minorista multicanal para las operaciones que realices en el Reino Unido.
Con una ligera presencia en el comercio electrónico, en lugar de utilizar una oferta híbrida más compleja, las empresas pueden internacionalizarse mucho más deprisa. Por ejemplo, el minorista de moda de lujo internacional Matchesfashion.com ha dejado de ser solo una tienda física gracias a la expansión de la presencia digital y a la agrupación de todas las plataformas bajo un único nombre de marca para materializar el potencial internacional.
 - Crea un equipo de profesionales dinámicos y especializados que se centre en las exportaciones internacionales.
Si puede trabajar de forma rápida y autónoma como una entidad independiente, tomará decisiones más acertadas para estos mercados, lo que permitirá que los proyectos evolucionen con mayor celeridad y fluidez.
 - Reúne al mejor equipo de directivos de exportación. Este equipo puede colaborar con el anterior para promover las exportaciones y convertirlas en una prioridad estratégica para el resto de la empresa. Esto garantizará que las decisiones que se toman en las altas esferas de la empresa en relación con aspectos como los productos, los precios y el marketing tengan en cuenta el posible impacto internacional.
- Localización para adaptarse al mercado y aumentar el rendimiento

¹⁰ Inversión. Definición de inversión. Expansión. Disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/inversion.html>

¹¹ Razones para expandir el negocio a nivel global. Diez consejos para expandir el negocio hacia nuevos territorios. Think with google. Disponible en: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/article/diez-consejos-para-expandir-el-negocio-hacia-nuevos-territorios/>

- No te dejes guiar por la impresión que tengas de los clientes extranjeros. Es mejor que utilices las herramientas de análisis de datos y los estudios de los analistas para conocer los cambios reales en el comportamiento de los consumidores.
Esto te permitirá realizar las adaptaciones necesarias, ya sea en tu sitio web, en los productos, en el marketing o en los precios, así como estar al día de los cambios del mercado. Un ejemplo muy claro de este enfoque es el del minorista de moda de lujo Ralph Lauren, que ha conseguido mantener la relevancia en todo el mundo tras analizar los distintos comportamientos de compra online de cada país y adaptar la oferta en consecuencia.
- Utiliza las herramientas disponibles para localizar tu sitio web en diferentes idiomas y monedas. Por ejemplo, el mayor minorista de belleza online independiente del Reino Unido, Beautybay.com, utilizó la herramienta de traducción gratuita de Google para traducir un sitio web a 80 idiomas y adaptarlo así a los consumidores extranjeros.
No obstante, debes recordar lo siguiente:
 - Utiliza la localización solo allí donde sea importante para los clientes. En algunos mercados será menos necesaria que en otros.
- Participación en nuevos mercados
 - No te pongas fronteras. La ventaja de ser el primero en llegar a un mercado determina el éxito de la empresa, así es que no debes tener miedo de probar tu oferta rápidamente en distintos mercados.
 - Con el comercio electrónico, el coste inicial es muy inferior respecto al de las empresas físicas tradicionales, que deben gestionar el gasto de contratar a personal local y de alquilar un espacio comercial y de oficinas. Por ello, cuentas con un mayor margen de experimentación.
 - Por último, utiliza distintos canales de marketing digital para llegar a tu audiencia. No supongas que, si creas una empresa, los clientes vendrán solos.
 - El marketing digital es vital para ampliar el negocio, experimentar con él y expandirlo de forma global.

Negocios¹²

Es cualquier ocupación, quehacer o trabajo que se realiza para obtener un beneficio de efecto lucrativo, por medio de actividades de producción, comercialización o prestación de servicios. La palabra negocio es de origen latín "negotium", formado por los vocablos "nec" y "otium" que significa "no sin recompensa".

También, negocio es la utilidad o interés que se logra en lo que se trata, comercia o pretende como es el caso de: negocio de publicidad, negocio de restauración. Asimismo, es el tema o asunto en el que se ocupa una persona, por ejemplo: "aquel hombre debe de estar metido en negocios turbios."

Por otro lado, negocio hace referencia al local en que negocia o comercia, por ejemplo: restaurant, concesionario, tiendas de artefactos, ropas, concesionarios, entre otros.

No obstante, existen diferentes tipos de negocios. El negocio en internet o electrónico consiste en realizar actividades de producción y ventas a través de internet, específicamente el negocio en internet es poseer como tienda una página web en la cual se publica productos o servicios, lo cual los usuarios pueden escoger y pagar con tarjeta de crédito.

¹² Negocios. Significado de negocios. Significados. Disponible en: <http://www.significados.com/negocio/>



Figura 3 Negocios

El negocio internacional, tal como lo indica su nombre, son el conjunto de transacciones que se realiza entre 2 o más países. Se puede deducir que el negocio internacional abarca exportaciones e importaciones, así como financiamientos e inversiones. No obstante, cada país contiene su regulación jurídica para establecer la forma y los requisitos para llevar a cabo el intercambio internacional de bienes y servicios.

En relación a lo anterior, cualquier negocio que se establece puede ser lucrativo o no, lo que es lo mismo un negocio lucrativo o un negocio no lucrativo. Por su parte, la finalidad de montar un negocio es de fines lucrativos, cuya palabra significa ganancia o beneficios. Por lo tanto, al obtener a final de año buenas ganancias como resultado de la comercialización de productos o servicios que se dedica el negocio, se puede hablar sin duda alguna de un negocio lucrativo, en caso contrario, es un negocio no lucrativo ya que no se obtiene ganancias favorables.

Ahora bien, en relación a lo anterior, “el negocio va en marcha”, hace referencia a que el negocio continuará operando en el futuro. El negocio en marcha se comprueba a través de los estudios que realiza el fiscal o auditor de los estados financieros de la empresa y concluye con un dictamen sobre la capacidad que posee la empresa para continuar el negocio. Algunas de las situaciones que pueden afectar a la continuidad del negocio son: incapacidad de pago de obligaciones, flujos negativos de efectivo, pérdidas de mercado, escasez de productos, entre otros.

De igual manera, existen expresiones con la palabra negocio como por ejemplo: “negocio redondo”, la misma indica aquel negocio muy ventajoso y, permite obtener muchas ganancias, por ejemplo: la venta de un bien inmueble por el doble del precio, con respecto a este ejemplo se puede deducir que es un negocio redondo ya que las ganancias son máximas; “el negocio de la ocasión”, hace referencia a una buena oferta, a un negocio con condiciones únicas y favorables para el individuo y, por lo tanto, debe de ser aprovechado.

Tipos de negocios¹³

De acuerdo a la actividad realizada, los negocios se clasifican en:

- De manufactura o producción: por medio de estos negocios se transforman a los insumos o materias primas en productos finales. Dentro de esta categoría se encuentran, entre otros, las fábricas de electrodomésticos, de textiles, de automotores y de muebles
- De servicio: estos negocios incluyen a todos aquellos quehaceres destinados a la prestación de algún servicio a otro negocio o bien, a un individuo en particular. Los negocios de servicios más comunes son: gimnasios, agencias de viaje, empresas de transporte, los seguros, los colegios, las financieras, los bancos, los hoteles, restaurantes, talleres de reparación, entre otros.

¹³ Tipos de negocio. Tipos de negocios. Tipos. Disponibles en: <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/511-tipos-de-negocios/>

- De extracción: estos negocios aluden a aquellas actividades que se especializan en la extracción de recursos naturales, que luego serán utilizados para producir bienes y servicios. Aquí se encuentra las empresas petroleras, ganaderas, mineras, pesqueras, madereras, entre otras.
- Minoristas o de ventas al por menor: estos son los negocios que se encargan de comprar ciertas cantidades de productos para después vendérselos al público en pocas cantidades para que este lo consuma. Para realizar estas actividades, los vendedores suelen instalar un almacén donde el inventario es colocado y desde donde los productos son promocionados y ofrecidos al público en general. Algunos ejemplos de este tipo de negocio son las tiendas de electrodomésticos, de ropa, bazares, almacenes de comida, ferreterías, quioscos, farmacias, etcétera.
- Mayoristas o de ventas al por mayor: estos negocios son los que se encargan de mediar entre los de producción y los minoristas. Estos negocios compran grandes cantidades de productos a los primeros y luego se los venden a los segundos, también en cantidades elevadas, para que estos lo revendan al consumidor final. Dentro de esta categoría se encuentran las distribuidoras de alimentos, bebidas, materiales de construcción, entre otras.
- Nacionales
- Internacionales

Negocios Internacionales¹⁴

Las empresas no sólo se limitan a llevar a cabo operaciones privadas y gubernamentales a nivel local, sino también con otros países. Precisamente a eso se llama negocio internacional, a la relación existente entre una organización y el mundo exterior. Este tipo de actividad implica también el comercio exterior y el internacional, el cual incluye las transacciones (exportaciones, importaciones, inversiones, financiaciones) que se realizan a nivel mundial.

Entre los factores de éxito que se puede mencionar en las operaciones de los negocios internacionales, incluimos la competitividad, el apoyo financiero entre las partes y la logística. Este último aspecto es de suma importancia ya que cuando los actores involucrados se encuentran en diferentes países o regiones, la concreción y el éxito del negocio se complican aún más.

Es importante que los empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para, de esta forma, buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de la empresa, la competitividad y la oportunidad de explorar nuevos mercados.

El negocio internacional implica entonces el manejo de la inversión extranjera y de la estructura de mercados, que se da entre diferentes naciones. Dentro de este marco, es primordial que la empresa tenga pleno conocimiento de la situación política, diversidad de mercados y riesgos del país con el que establece el negocio, para de esta forma estudiar si esta situación le afecta o no y si es preciso entablar el enlace.

Por qué los negocios internacionales

- La empresa obtiene un mayor posicionamiento competitivo
- Se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor
- Mejora la imagen de la empresa y de la marca
- Se identifican y se crean nuevos segmentos
- Permite una rápida explotación de innovaciones
- Se impulsa el intercambio de productos o servicios
- Implica una ampliación del mercado interno
- Permite desarrollar economías de escala
- Impulsa la relación y credibilidad con socios locales

Objetivos para impulsar los negocios internacionales en las empresas¹⁵

- **Expansión de ventas.** Las ventas de las empresas dependen del interés de los consumidores en los productos y servicios y de la disposición y capacidad para comprarlo. El número de personas y el monto del poder adquisitivo son mayores en la totalidad del mundo que en un solo país, así que las empresas pueden aumentar el mercado potencial al buscar mercados internacionales.
- **Obtención de recursos.** Los fabricantes y distribuidores buscan productos, servicios y componentes producidos en países extranjeros. Además, buscan capital, tecnología e información provenientes del extranjero que puedan utilizar en los países de origen; en ocasiones lo hacen para reducir los costos, a veces para adquirir algo que no está disponible en el país de

¹⁴ Negocios internacionales. Definición de negocios internacionales. Degerencia.com. Disponible en: http://www.degerencia.com/tema/negocios_internacionales

¹⁵ Impulsar negocios internacionales. Que son negocios internacionales. Gestipolis. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/que-son-negocios-internacionales/>

origen. Aunque una empresa puede usar inicialmente recursos domésticos para expandirse en el exterior, una vez que inicia las operaciones en el extranjero, los recursos del exterior, como el capital o las habilidades, pueden servir para mejorar las operaciones domésticas.

- **Minimización de riesgos.** Para minimizar las fluctuaciones de ventas y utilidades, las empresas deben buscar los mercados extranjeros para aprovechar las diferencias de los ciclos económicos (recisiones y expansiones) que existen entre países.

Muchas empresas ingresan a los negocios internacionales por razones defensivas, pues desean contrarrestar las ventajas que los competidores pudieran obtener en mercados extranjeros que, a la vez, pudieran perjudicarlas domésticamente.

Formas de comercio internacional¹⁶

Existen varias formas de comercio internacional como: Formas tradicionales, Formas especiales, Formas promovedoras.

Formas tradicionales

- **Exportación**

La exportación es la venta de bienes y servicios fuera del territorio nacional. El envío de los productos y servicios a cualquier otro lugar del mundo fuera de nuestras fronteras con fines comerciales. Esto da lugar, lo que da lugar a operaciones transfronterizas y créditos.

Se pueden distinguir entre exportación directa e indirecta en función de la presencia o no de agentes intermediarios en la distribución de los bienes y servicios.

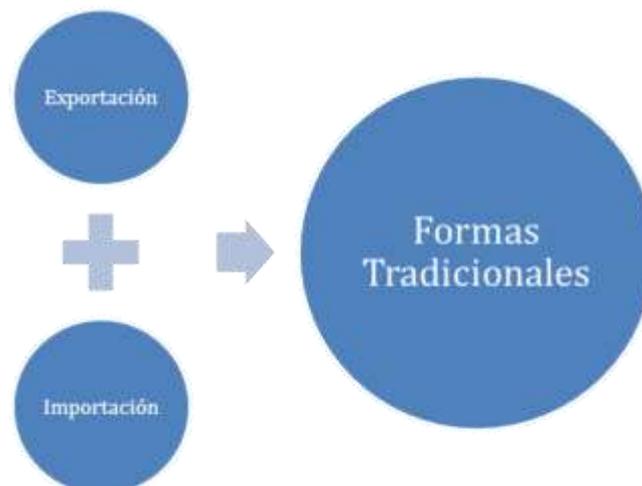


Figura 4 Formas tradicionales

- Directa. La más común en el marco de negocios europeos. Al realizarse directamente entre el país exportador y el país destinatario, requiere tener buenos conocimientos sobre los mercados exteriores, así como realizar campañas de publicidad o ferias para captar y mantener un contacto directo con los clientes potenciales. Esta opción es la más interesante para grandes compañías.
- Indirecta. El productor vende a un intermediario nacional especializado en comercio internacional. La función del fabricante es sólo facilitar la mercancía, mientras que es el intermediario quien asume los posibles riesgos y gastos de distribución. De ahí que la exportación indirecta sea ventajosa para comercios de tamaño medio pues dispone de menos medios para organizar y financiar una red de distribución en el extranjero ni suministrar regularmente grandes cantidades.

- **Importación**

En el comercio internacional o exterior, se entiende la importación como la compra y venta de bienes y servicios extranjeros para el uso y consumo en un país o territorio o bien para la elaboración posterior. Existen dos tipos:

- Directa.

¹⁶ Formas de comercio internacional. Comercio internacional. Comunidad IEBS. Disponible en: <http://comunidad.iebschool.com/iebs/scm-comercio-exterior/formas-comercio-internacional/>

Se compra directamente a un productor o proveedor en el país exportador. Habitualmente estas operaciones tienen como objetivo comprar materias primas o productos inacabados. La principal ventaja para las empresas es que disponen de grandes cantidades a largo plazo y hay un flujo constante del material.

- Indirecta.
Una empresa intermediaria de comercio exterior es la encargada de realizar la compra a un productor extranjero.
En el caso de la exportación, esta opción es la más favorable para pequeñas y medianas empresas pues pueden cubrir las necesidades de importación temporalmente, sin estar obligadas a continuar posteriormente con dicha operación. Además, también suele tener menos coste que el mantenimiento de sucursales en el exterior.
- Comercio de tránsito.
Es la mediación entre la oferta de un país exportador y la demanda de un país importador realizada por un transitorio establecido en un tercer país. Forma parte del comercio intermediario.

Formas especiales

Complementarias a las básicas, pero que, por su naturaleza económica, la magnitud o su carácter jurídico no se pueden englobar dentro de las anteriores. Destacan:

- Inversiones internacionales directas. Inversiones de capital que pueden realizar las empresas de un país en regiones extranjeras. ¿Finalidad? Establecer relaciones económicas duraderas con empresas de esos lugares, facilitándoles capital y otros recursos.
- Operaciones de compensación. Negocios de reciprocidad. Una forma de relaciones exteriores con características de cooperación de producción y venta, pero con efectos diferentes. El objeto es importar sin gastar mucho en divisas y efectuar los pagos a cambio de otros productos o servicios. Aquí se agrupan operaciones como el trueque o la contra compra.
- Operaciones de perfeccionamiento. Un operador perfecciona las materias primas o productos semielaborados en productos acabados por encargo de un socio extranjero a cambio de un salario.
- Fabricación bajo licencia. Se trata de otorgar licencias de tus productos o servicios a otras empresas. Se considera una alternativa a la exportación y se realiza habitualmente cuando una empresa no tiene recursos financieros o humanos para implantarse en un determinado mercado o en casos en los que no pueda realizar intercambios con el país de destino debido a diversos motivos.
- Franquicia. Forma de colaboración entre empresas. Hay un franquiciador (el dueño de la marca, producto o servicio) que pone a disposición de un franquiciado la duplicación y venta a cambio de remuneración para montar el negocio por cuenta propia.
- Cooperación. Actuación y agrupación de varias empresas independientes legal y económicamente para realizar actividades como: ejecutar juntos encargos de gran envergadura en el extranjero o dirigir una empresa común en ambos países o un tercer país.
- Compañías de proyectos en el extranjero. Entidades autónomas que se ubican en el extranjero (jurídica y económicamente) creadas, financiadas y fomentadas en el mercado por un consorcio de empresas.
Tras un primer periodo de arranque, las compañías deben contar con el capital de explotación requerido para actuar por sí mismas sin ayuda del consorcio.

Formas promotoras.

- Agentes comerciales o intermediarios independientes.
- Características de los negocios internacionales

Importancia de los negocios internacionales

Permite el crecimiento de un país y para la apertura internacional de las empresas, esto ha determinado que las empresas en el mundo logren un mayor alcance y una penetración en los mercados internacionales, mediante un intercambio comercial de los productos, entre otras.

Elementos claves de los negocios internacionales¹⁷

Existen varios elementos claves de los negocios internacionales:

- La globalización en los negocios internacionales.

¹⁷ Elementos claves de los negocios internacionales. 6 Elementos claves de los negocios internacionales Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/6-elementos-clave-negocios-internacionales/>

La globalización de los mercados implica que los mercados nacionales se funden en un enorme mercado único. La globalización de la producción significa que las empresas establecen las actividades productivas en los lugares óptimos del mundo para llevarlas a cabo.

La tendencia hacia la globalización se basa en dos factores: la reducción de las barreras al comercio y los cambios en las tecnologías de comunicación, información y transporte.

Como consecuencia de la globalización de los mercados y la producción, en los últimos años, el comercio mundial creció más rápido que la producción; la inversión extranjera directa se incrementó, las exportaciones penetraron más en las naciones y las presiones de la competencia se intensificaron en todas las ramas de la economía.

Uno de los elementos que muestran el avance de la globalización en las economías es el aumento de las empresas multinacionales. Las empresas multinacionales nacieron como consecuencia del proceso de ampliación de los mercados. Una empresa multinacional es una compañía con actividades productivas en dos o más países.

Como los mercados tienden hacia la globalización y cada vez más actividades empresariales traspasan las fronteras nacionales, es necesaria la existencia de instituciones que manejen, regulen y vigilen el mercado mundial y promuevan el establecimiento de tratados multinacionales que rijan el sistema mundial de los negocios.

- Diferencias entre países.

El sistema político de un país moldea los sistemas económicos y sociales del mismo. Por eso se debe entender la naturaleza de los sistemas políticos antes de analizar los sistemas económicos y legales.

Por sistema político, se entiende el sistema de gobierno de una nación. Los sistemas políticos se analizan en dos vertientes.

- Colectivismo o el individualismo.
- Democracia o totalitarismo.

Un sistema económico, es un mecanismo (institución social) que organiza la producción, distribución y consumo en beneficio de una sociedad particular.

- Comercio mundial e inversiones internacionales

Es el intercambio sistemático y generalizado de productos y servicios entre un país y otro o entre un país y varios países". En la actualidad el comercio internacional es una actividad importante porque el desarrollo contribuye al crecimiento económico y al bienestar de los ciudadanos.

Las Teorías del Comercio Internacional son síntesis científica que trata de explicar el funcionamiento del comercio internacional bajo ciertos modelos establecidos. Las Teorías Del Comercio Internacional son importantes para las empresas, sobre todo porque les ayuda a decidir donde establecer las diversas actividades productivas.

La política comercial de los países es el conjunto de acciones que emprenden los gobiernos para promover y mejorar el comercio exterior. La política comercial se divide en dos: política arancelaria y política no arancelaria.

- Entorno financiero en los negocios internacionales.

En las negociaciones internacionales, intervienen varias monedas. Cada país tiene una moneda local propia de curso legal, con la que se pagan bienes y servicio. El tipo de cambio es el número de unidades que se tienen que entregar de una moneda para obtener otra.

En las finanzas, existen dos tipos de cambio: el tipo de cambio a la compra y el tipo de cambio a la venta.

- Estrategia y estructura de los negocios internacionales.

La estrategia de una empresa se define como el conjunto de acciones encaminadas a alcanzar los objetivos de una empresa. Para la mayoría de las empresas, el objetivo principal consiste en maximizar el valor de la empresa para los propietarios. Los administradores deben adoptar estrategias que incrementen la rentabilidad de la empresa, así como la tasa de crecimiento de la utilidad a largo plazo.

- Operaciones de negocios internacionales.

Se puede definir a la producción como las actividades relacionadas con la creación de un producto. Se utiliza el término producción para señalar tanto las actividades de servicio como las de fabricación.

La logística comprende las actividades necesarias para hacer llegar los materiales a las instalaciones de manufactura a lo largo del proceso de producción y los sistemas de distribución hasta el usuario final.

La subcontratación consiste en que una empresa encargue a una segunda empresa algún proceso o actividad de creación de valor a cambio de un pago por medio de un contrato. A

menudo, los negocios internacionales se enfrentan a la decisión sobre realizar ellos mismos deben llevar a cabo cierta actividad de creación de valor o subcontratar esas actividades a una segunda entidad.

Cuando una empresa decide internacionalizarse, es decir, ofrecer los productos o servicios en un mercado extranjero, debe pensar como dará a conocer, como deberá adaptar la oferta, y como hará llegar la oferta a los consumidores finales en ese mercado extranjero.

Ventajas de los Negocios Internacionales¹⁸

Los Negocios Internacionales son las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países.

Es importante en los Negocios Internacionales que los empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de la empresa y la oportunidad de explorar nuevos mercados.

En los Negocios Internacionales es importante estar informado sobre cotizaciones y el mercado de divisas. El dólar varía mucho por diferentes razones, por eso hay que estar muy bien informado.

Las ventajas de los Negocios Internacionales son:

- Las empresas obtienen un mayor posicionamiento competitivo
- Se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor
- Mejora la imagen de la empresa y de la marca
- Se identifican y se crean nuevos segmentos
- Permite una rápida explotación de innovaciones
- Se impulsa el intercambio de productos o servicios
- Implica una ampliación del mercado interno
- Permite desarrollar economías de escala
- Impulsa la relación y credibilidad con socios locales

Dentro de un mundo globalizado los Negocios Internacionales son la palabra clave ante las exportaciones con la finalidad de dar a conocer los productos mexicanos para el uso o consumo en el extranjero.

Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

En la actualidad los Negocios Internacionales se han vuelto muy importantes para el crecimiento de un país y para la apertura internacional de las empresas, esto ha hecho que las empresas en el mundo logren un crecimiento, una penetración en los Negocios internacionales y un intercambio comercial de los productos, entre otras.

Desventajas¹⁹

Pueden aparecer durante las negociaciones y también se daría a la situación económica, política y social de un país

- Elevación de los impuestos, con esto no puedes transferir muchos productos. - Daño de mercancías.
- Menor interés en los productos nacionales.
- Mano de obra mal pagada y barata.
- Comercio ilegal, piratería.
- Explotación de unos países a otros.

¹⁸ Ventajas de los Negocios Internacionales. Ventajas de los Negocios Internacionales. Promexico. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/inversion-extranjera/mexico-ante-los-negocios-internacionales.html>

¹⁹ Desventajas de negocios internacionales. Ventajas y desventajas del comercio internacional o características del comercio internacional. Brainly. Disponible en: <http://brainly.lat/tarea/38206>

2. CONCLUSIONES

Los negocios se tratan de la ocupación, el trabajo o el quehacer que se realiza con los fines lucrativos, se relaciona con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes con el objetivo de satisfacer las necesidades de los compradores y al mismo tiempo beneficiando a los vendedores.

La importación es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras de cualquier producto o servicio que permita adquirir productos en el país que no se produce a un precio bajo y de mejor calidad. La Exportación radica en la división internacional del trabajo, de enviar a otros países productos y servicios que necesitan ya que ellos no lo producen.

Los negocios en cualquier ocupación, que hacer o trabajo que se realiza. Existen tipos de negocios de acuerdo a la actividad: de manufactura o producción, de servicio, de extracción, minoristas o de ventas, mayoristas o de ventas al por mayor, nacionales e internacionales.

Existen varias formas de comercio internacional como: forma tradicional que es la exportación de la venta de bienes y servicios, da lugar a operaciones en diferentes partes del mundo y la importación que se compre directamente a un productor o proveedor en el país exportador, una empresa intermediaria de comercio exterior y el comercio de tránsito. La primera son las formas especiales complementario a las básicas se destacan las inversiones internacionales directas, operaciones de compensación, operaciones de perfeccionamiento, fabricación bajo licencia, franquicia, cooperación y compañías de proyecto de inversión y las formas promovedoras; es decir, agendas comerciales o intermediarios independientes y las características de los negocios internacionales. Las formas promovedoras que son los agentes comerciales o intermediarios independientes o características de los negocios internacionales.

Elementos Claves de los negocios internacionales como la globalización en los negocios internacionales, diferencia entre países, comercio mundial e inversiones internacionales, entorno financiero en los negocios internacionales, estrategia y estructura de los negocios internacionales, operaciones de negocios internacionales, estos sirven para el mercado

Los negocios internacionales son para las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países, por lo que los empresarios deben conocer el ambiente internacional. Entre las ventajas se tienen: las empresas obtienen un mayor posicionamiento competitivo, se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor, mejora la imagen de la empresa y de la marca, se identifican y se crean nuevos segmentos, permite una rápida explotación de innovaciones, se impulsa el intercambio de productos o servicios, implica una ampliación del mercado interno, permite desarrollar economías de escala, impulsa la relación y credibilidad con socios.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Investigación. Definición de investigación. Definición .de. Disponible en:
<http://definicion.de/investigacion/>

Tipos de Investigación. Tipos de investigación. Tipos. Disponible en:
<http://www.tiposde.org/general/484-tipos-de-investigacion/>

Conocimiento. Definición de conocimiento. Definición.de. Disponible en:
<http://definicion.de/conocimiento/>

Metodología. Ecured. Disponible en: <http://www.ecured.cu/Metodolog%C3%ADa>

Ortiz E., Bernal M., Importancia de la incorporación temprana a la investigación científica en la Universidad de Guadalajara. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/286/index.htm>

Tipos de investigación. Definición tipos de investigación. Tipos de investigación. Disponible en:
<http://www.tiposdeinvestigacion.com/definicion-de-tipos-de-investigacion/>

Proceso de investigación. Proceso de investigación. Disponible en:
http://biblioteca.itson.mx/dac/sl/descargas/proceso_investigacion.pdf

Metodología de la investigación. Significados de metodología de la investigación. Significados. Disponibles en: <http://www.significados.com/metodologia-de-la-investigacion/>

Ventajas y desventajas de la investigación cuantitativa y cualitativa. eHow en español. Disponible en:
http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-investigacion-cuantitativa-cualitativa-info_166870/

Conocimiento. Definición de conocimiento. Concepto definición.de. Disponible en:
<http://conceptodefinicion.de/conocimiento/>

González Sánchez, J. (2014). Los niveles de conocimiento: El Aleph en la innovación curricular. Innovación educativa (México, DF), 14(65), 133-142.