



EL ENTORNO EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Curso: NEGOCIOS INTERNACIONALES

Equipo de Profesores del Curso

Logro de la Unidad

Al término de la unidad, los alumnos, trabajando grupalmente reconocen la importancia del entorno económico, cultural, político, legal y competitivo, en los negocios internacionales, y su influencia en la toma de decisiones comerciales.

Temario

- 7. El Entorno en los Negocios Internacionales I
 - 7.1 Las Fuerzas Económico - Financieras
 - 7.2 Las Fuerzas Culturales

- 8. El Entorno en los Negocios Internacionales II
 - 8.1 Entorno Político
 - 8.2 Entorno Legal
 - 8.3 Entorno Competitivo
 - 8.4 La Aceleración del Cambio Global: Analizando las Tendencias
 - 8.5 Implicaciones del Entorno en la Estrategia de Marketing Internacional



CIBERTEC

Empieza por ti

El Entorno

Se emplea para hacer referencia a todas las fuerzas que influyen en la vida y desarrollo de la empresa. Estas fuerzas pueden ser clasificadas como: externas e internas.



Fuerzas Externas

Denominadas como fuerzas incontrolables.

La gestión administrativa no posee un control directo sobre ellas. Se pueden mencionar las siguientes:

competitivas, distributivas, económicas, socioeconómicas, financieras, legales, físicas, políticas, socioculturales, laborales y tecnológicas.



1. Competitivas: tipos y número de competidores, sus ubicaciones y actividades.



2. Distributivas: compañías (nacionales y extranjeras) disponibles para la distribución de los bienes y servicios.



3. Económicas: variables que influyen sobre la capacidad de la empresa para realizar negocios (Producto Bruto Interno, costos laborales, gastos de consumo personal, etcétera).



4. Socioeconómicas: características y distribución de la población.



5. Financieras: tasa de interés, tasa de inflación y presión tributaria.



6. Legales: leyes (nacionales y extranjeras) que regulan la actividad de las empresas internacionales.



7. Físicas: elementos de la naturaleza (topografía, clima y recursos naturales).



8. Políticas: elementos del clima político de los países (nacionalismo, formas de gobierno y organizaciones internacionales).



9. Socioculturales: elementos de la cultura de un país (actitudes, creencias y opiniones).



10. Laborales: composición, calificaciones y actitudes de la mano de obra.



11. Tecnológicas: habilidades técnicas y el tipo de equipos que afectan el proceso de transformación de los recursos en productos.



Fuerzas Internas

Son los elementos sobre los cuales la administración posee control. Los gerentes deben administrarlos con la intención de adaptarlos a los cambios en las variables incontrolables del entorno de la organización. Éstos pueden ser:

- factores de producción (mano de obra, capital y materia prima)
- actividades de la organización (del personal, financieras, productivas y de marketing)



El Entorno Internacional

El estudio del entorno de los negocios internacionales nos lleva a comprender las dinámicas de las fuerzas económico-financieras, las fuerzas culturales, las fuerzas políticas, las fuerzas legales y las fuerzas competitivas.



Las Fuerzas Económico-Financieras



El Mercado de Divisas

Una divisa es un medio de cambio cifrado en una moneda distinta a la nacional o doméstica. Es dinero denominado en la moneda de otro país o grupo de países. El mercado en el que se llevan a cabo estas transacciones es el mercado de divisas. Una divisa puede encontrarse en forma de efectivo, fondos disponibles a crédito y tarjetas de débito, depósitos u otros títulos de corto plazo.



El Mercado de Divisas

El tipo de cambio es el precio de una moneda. Es el número de unidades de una moneda que compra una unidad de otra moneda, y esta cifra, de hecho, puede cambiar diariamente. El tipo de cambio permite hacer comparaciones de precios y costos.



Ejemplo

1 euro es equivalente a 1.42231 dólares americanos (a abril del 2012)



€1

=



US\$1.42231

El mercado de divisas tiene dos segmentos importantes:

- El mercado OTC (extra bursátil): está integrado por bancos tanto comerciales como por bancos de inversión y otras instituciones financieras. Es donde se lleva a cabo la mayor parte de la actividad del mercado de divisas.



- El mercado organizado (bursátil): está compuesto por las bolsas de valores donde se comercian ciertos tipos de instrumentos de divisas, como los futuros y las opciones.



Principales Instrumentos de Divisas

El del Mercado al Contado (Spot)

Mercado en el cual las transacciones ocurren al contado y la entrega es inmediata. El mercado de transacciones inmediatas es para transacciones de divisas que ocurren en un plazo máximo de 2 días hábiles.



CAMBIO	
INDUMEX	
DOLAR	20902.150
ARG	630 7.10
REAL	11.10 12.10
EURO	3030 32.30

Los corredores cotizan una tasa de oferta de compra y una tasa de oferta de venta.

La oferta de compra es el precio al que el corredor está dispuesto a comprar moneda extranjera; la venta es a la que está dispuesto a vender la moneda extranjera. El margen de diferencia entre las tasas de compra y de venta constituyen el margen de utilidades del corredor.

Ejemplo

Tasa a la que se cotiza 1 euro:

- Compra: 1.40352 dólares americanos
- Venta: 1.42231 dólares americanos
- Utilidad: 0.01879 dólares americanos por cada euro



Existen los siguientes métodos de cotización:

- a. **Directa:** el tipo de cambio en términos norteamericanos se expresa como la cantidad de dólares por moneda extranjera.
- b. **Condiciones europeas:** el tipo de cambio en términos europeos se expresa como la cantidad de euros por moneda extranjera.
- c. **Tasa cruzada:** es el precio de una moneda en términos de otra, pero calculados a través de una tercera moneda.

Principales Instrumentos de Divisas

El del Mercado a Plazo (Forward)

Un contrato a plazo (forward) es un acuerdo de compra (o venta) de una cantidad específica de un activo financiero en una fecha futura determinada a un precio fijado en el momento de la firma del contrato.



Ejemplo

En algunas transacciones, un vendedor extiende un crédito al comprador por un periodo mayor de 2 días hábiles.

Por ejemplo, un exportador japonés de equipo electrónico podría vender televisores a un importador estadounidense con entrega inmediata, pero con pago a 30 días. El importador estadounidense estaría obligado a pagar en yenes en 30 días y podría participar en un contrato con un corredor de divisas para entregar los yenes a una tasa a plazos, esto es, la tasa cotizada hoy para una entrega futura.



CIBERTEC
Empieza por ti

Principales Instrumentos de Divisas

El del Mercado de Futuros

Un contrato a futuro en moneda extranjera es un acuerdo de intercambio de moneda que requiere la entrega futura de una cantidad estándar de la moneda extranjera en una fecha, lugar y precios determinados.





CIBERTEC

Empieza por ti

La Convertibilidad de las Divisas

Las monedas totalmente convertibles son aquellas que los gobiernos permiten tanto a residentes como a no residentes comprar en cantidades ilimitadas.

Las monedas fuertes, como el dólar estadounidense o el yen japonés, son monedas totalmente convertibles. También son relativamente estables en valor o tienden a ser fuertes en comparación con otras; además, son activos deseables.

Las monedas que no son totalmente convertibles se denominan con frecuencia monedas depreciadas o débiles. Por lo general, son las monedas de los países en desarrollo y se conocen también como monedas exóticas.

¿Cómo Usan las Divisas las Empresas?

La mayoría de las transacciones de divisas se llevan a cabo en los departamentos internacionales de bancos comerciales, los cuales realizan tres funciones financieras básicas:

- Compran y venden divisas
- Cobran y pagan dinero de transacciones de compradores y vendedores extranjeros
- Prestan dinero en moneda extranjera

Al realizar los cobros, el banco sirve como vehículo de pago entre sus clientes domésticos y extranjeros. Los préstamos generalmente se realizan en la moneda que manejan las oficinas generales del banco, pero este debe tener la capacidad de otorgar préstamos en una moneda extranjera si cuenta con una sucursal en ese país.

Determinación de los Tipos de Cambio



Los regímenes del tipo de cambio son fijos y flotantes, con tasas fijas que varían en cuanto a qué tan fijas son, y tasa flotantes que varían en cuanto a qué tanto flotan en realidad.

Regímenes de tasa flotante

Las monedas que flotan libremente responden a condiciones de oferta y demanda libres de intervención gubernamental.

Regímenes de tasa fija controlada

Cuando los países deciden controlar su tipo de cambio.



❖ Tipo de Cambio Fijo

❖ Tipo de Cambio Flotante



Variaciones del Tipo de Cambio

❖ Tipo de Cambio Fijo



✓ Devaluación



✓ Revaluación

❖ Tipo de Cambio Flotante



✓ Depreciación



✓ Apreciación





CIBERTEC
Empieza por ti

La Flotación “sucia”

Es la intervención del BCRP para suavizar los movimientos del tipo de cambio y evitar una excesiva volatilidad.



Implicancia en los Negocios



Decisiones de Marketing

Los gerentes de marketing vigilan los tipos de cambio porque éstos pueden afectar la demanda de los productos de una empresa, tanto a nivel doméstico como en el extranjero.

Decisiones de Producción

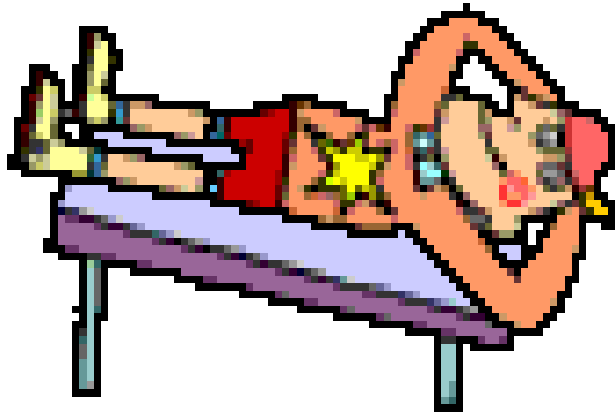
Las variaciones en el tipo de cambio también pueden afectar las decisiones de producción .

Decisiones Financieras

Las variaciones del tipo de cambio pueden influir en el informe de los resultados financieros.



CIBERTEC
Empieza por ti



¡¡¡Actividad!!!

En equipos, desarrollar los siguientes ejercicios:

Ejercicio 1

Un comerciante francés importa computadoras de China. El exportador chino le ha pedido al francés que le pague en la moneda nacional de Francia. Pero el francés tiene sus dudas sobre cuál es la moneda que se utiliza en China y a cuánto equivaldría ese pago expresado en la moneda nacional de Francia. Para esto le pide su ayuda.

El monto total de la transacción fue de 10,000 unidades monetarias chinas. ¿Cuánto dinero necesita reunir el francés (expresado en la moneda local de Francia) para pagarle al exportador chino?

Su respuesta debe estar en moneda francesa y puede ayudarse de los siguientes datos:

Ejercicio 1

- 1 yuan = 0.20 dólares americanos
- 1 yen = 0.50 dólares americanos
- 1 franco francés = 0.50 dólares americanos
- 1 euro = 100 yenes
- 1 dólar americano = 0.50 euros
- 1 dólar americano = 2 francos franceses

Ejercicio 2

Un comerciante suizo importa computadoras de Japón. El exportador japonés le ha pedido al suizo que le pague en la moneda nacional de Suiza. Pero el suizo tiene sus dudas sobre cuál es la moneda que se utiliza en Japón y a cuánto equivaldría ese pago expresado en la moneda nacional de Suiza. Para esto le pide su ayuda.

El monto total de la transacción es de 10,000 unidades monetarias japonesas. ¿Cuánto dinero necesita reunir el suizo (expresado en la moneda local de Suiza) para pagarle al exportador japonés?

Su respuesta debe estar en moneda suiza y puede ayudarse de los siguientes datos:

Ejercicio 2

- 1 yuan = 0.20 dólares americanos
- 1 yen = 0.50 dólares americanos
- 1 franco suizo = 0.50 dólares canadienses
- 1 euro = 100 yenes
- 1 euro = 1.50 dólares americanos
- 1 dólar americano = 1 franco suizo
- 1 euro = 100 yuanes

Ejercicio 3

Un importante comerciante peruano de textiles le solicita su ayuda para determinar el tipo de cambio del dólar americano y del euro. Para ello le proporciona los siguientes datos:

- 1 yuan = 0.35 dólares americanos
- 1 euro = 3.781 nuevos soles
- 1 yen = 0.50 dólares americanos
- 1 franco francés = 0.50 dólares americanos
- 1 libra esterlina = 124 yenes
- 1 dólar americano = 2.671 nuevos soles

El comerciante necesita saber:

- a. ¿Cuántos euros debe pagar por cada dólar americano?
- b. ¿Cuántos dólares americanos debe pagar por cada euro?

Las Fuerzas Culturales

La cultura es el conocimiento adquirido que sirve para interpretar la experiencia y producir comportamiento social.

A través de ella adquirimos los valores y actitudes que moldean nuestro comportamiento individual y colectivo.



Las Fuerzas Culturales

Los empresarios que no estén alertas a las diferencias culturales, no podrán trabajar eficientemente en el extranjero.

Es muy importante una preparación transcultural.



1. **Lenguaje.** El lenguaje es un elemento esencial de la cultura, por ser el medio principal con que se transmiten información e ideas. El conocimiento del idioma local ayuda mucho.



- 2. Valores y actitudes.** Los valores son convicciones básicas que se tienen respecto a lo que es bueno o malo, correcto o incorrecto, importante o intrascendente. Una actitud es una tendencia persistente a determinados sentimientos y situaciones. Los valores influyen en la cultura, como lo vemos, por ejemplo, en el valor que los estadounidenses atribuyen actualmente a la igualdad en el trabajo y que da origen a las leyes e iniciativas en contra de la discriminación sexual. Este cambio de valores se refleja asimismo en nuevas actitudes en el trato con los culpables de la discriminación laboral.



- 3. Costumbres y modales.** Las costumbres son prácticas comunes o establecidas. Los modales son comportamientos que se juzgan correctos en una sociedad en particular. Las costumbres indican cómo deben de hacerse las cosas, los modales son las formas de realizarlas.



4. **Estética.** La estética se refiere a los gustos culturales de un país, por ejemplo, los valores estéticos de los peruanos no son iguales a los de los chinos, como lo vemos en el arte, la música, la literatura y los gustos artísticos de ambos pueblos. Para entender una cultura es preciso estudiar de qué manera este tipo de diferencias afectan el comportamiento. Por ejemplo, la ópera es más popular en Europa que en otras partes del mundo.



- 5. Educación.** La educación influye en muchos aspectos de la cultura. Las personas que saben leer, por lo regular entienden mucho mejor lo que acontece en el mundo. Además los altos índices de alfabetización favorecen la productividad económica y los avances tecnológicos. Asimismo, la educación contribuye a proporcionar la infraestructura necesaria para desarrollar el talento gerencial. En conclusión, es un factor decisivo para comprender la cultura.



6. **Religión.** La religión se define como un sistema de credos y ritos acerca del ámbito de lo sagrado, mientras que los sistemas éticos se refieren a conjunto de principios o valores morales que guían y forman la conducta. La relación entre religión, ética y sociedad es sutil y compleja.



Problemas Éticos de los Negocios Internacionales

Los problemas y dilemas éticos de las empresas internacionales se originan en las diferencias significativas de los sistemas políticos, las leyes, el desarrollo económico y la cultura entre diversas naciones.



Prácticas de Empleo

Las prácticas de empleo en otras naciones plantean problemas éticos. Cuando las condiciones laborales en otra nación son muy inferiores a las que priman en el país de la multinacional.

Por ejemplo, si en algunas naciones en desarrollo son comunes las jornadas de 12 horas, pagos bajísimos y falta de protección contra sustancias tóxicas, ¿significa que es bueno que una multinacional tolere estas condiciones en sus filiales o que las condene al momento de recurrir a contratistas locales?



Derechos Humanos

Los derechos humanos básicos todavía no se respetan en muchas naciones.

Uno de los ejemplos más patentes proviene de Sudáfrica en los días del régimen de los blancos y el apartheid, que no terminó hasta 1994. Este sistema negaba los derechos políticos básicos a la mayoría de la población negra, imponía la segregación de blancos y negros, reservaba ciertas ocupaciones para los blancos y prohibía algunas ocupaciones a los negros.



Obligaciones Morales

Las corporaciones multinacionales tienen un poder que procede de su control sobre recursos y su capacidad de trasladar la producción de un país a otro. Algunos filósofos morales afirman que con el poder viene la responsabilidad social, para las multinacionales, de dar algo en reciprocidad a las sociedades en las que prosperan y crecen.

NUESTRO VALOR: RESPONSABILIDAD



RESPONSABILIDAD ES HACER LO QUE
NOS CORRESPONDE, DE LA MEJOR
MANERA, POR EL BENEFICIO COLECTIVO.

El concepto de Responsabilidad Social se refiere a la idea de que los empresarios deben contemplar las consecuencias sociales de los actos económicos. La responsabilidad social se sustenta sola porque es la forma correcta en que debe conducirse una empresa.

Corrupción

Es un problema de casi todas las sociedades de la historia, y todavía lo es. Siempre ha habido y siempre habrá funcionarios corruptos.

Las empresas internacionales pueden ganar y han ganado ventajas económicas de entregar pagos a funcionarios.



Contaminación Ambiental

Muchas naciones desarrolladas tiene amplias normas oficiales sobre la emisión de contaminantes, descarga de sustancias tóxicas, uso de materiales peligrosos en el trabajo, etc.

Muchas naciones en desarrollo carecen de estas normas y, de acuerdo con los críticos, el resultado es que la operación de las multinacionales en estos países genera concentraciones de contaminantes mayores de las que se habría permitido en su propia patria.



Dilemas Éticos



Se afirma que si el gerente de una multinacional se percata de que las empresas de otras naciones no siguen normas éticas en el país anfitrión, él tampoco debe hacerlo. El ejemplo clásico para ilustrar el enfoque es el llamado problema del traficante de drogas. Un gerente de Colombia paga por rutina a un narcotraficante local para que no ponga una bomba en su planta ni secuestre a ninguno de sus empleados. El gerente explica que estos pagos tienen justificación ética, porque todos los hacen.

La objeción es doble, porque no basta declarar que un acto se justifica porque todos lo hacen y no tiene que acatar las prácticas locales y puede decidir no invertir en un país donde las prácticas son tan negativas. Además, la multinacional debe aceptar que tiene la capacidad de cambiar una práctica común de un país. Es obvio que el problema del traficante de drogas constituye una de esas complicadas disyuntivas morales para las que no hay una solución correcta patente.



C U E N C A



¡¡¡Actividad!!!

En equipos, desarrollar la siguiente actividad:

Investigar y presentar en power point cómo hacer negocios con (seleccionar un país):

1. Singapur
2. Suecia
3. Emiratos Árabes Unidos
4. Turquía
5. Tailandia
6. Marruecos
7. Suiza
8. Qatar
9. Nueva Zelanda
10. Grecia
11. Sudáfrica
12. Ghana
13. Indonesia
14. Islandia
15. Túnez
16. Polonia

Entorno Político

El análisis de las fuerzas políticas señala que la evaluación del riesgo político y el nivel de intervención del gobierno en los mercados donde participa la empresa, se constituyen como dos aspectos fundamentales a considerar en las decisiones comerciales y de inversión de la empresa internacional para participar en la economía de dicho país.



Entorno Legal

La evaluación de las fuerzas legales indica que la empresa participará en un entorno económico donde predomine el derecho común, el derecho civil o el derecho teocrático. Ello obligará a la empresa a estar, permanentemente, al tanto con los cambios que establezca el país objetivo en materia legislativa, en especial, el del ámbito laboral por los costos de producción adicionales que se puedan originar.



Entorno Competitivo

Dentro del análisis de las fuerzas competitivas, Porter establece que la ventaja competitiva es un elemento que la empresa construye mediante la evaluación de las condiciones de los factores de producción (calificación del capital humano, bienes de capital e infraestructura), condiciones de la demanda del producto y condiciones de los sectores conexos y de apoyo para el acceso oportuno a los principales insumos y las coordinaciones de las actividades dentro de la cadena productiva.



La Aceleración del Cambio Global: Analizando las Tendencias

Para crear nuevos mercados y, recrear mercados existentes, se deben analizar los datos que ya se conocen desde una nueva perspectiva, comprendiendo sus tendencias, es decir el cambio producido y cómo es que se vislumbra de cara al futuro esta serie de acontecimientos, de modo tal que permita a las personas y empresas ser competitivas globalmente. Dichas tendencias se clasifican en: demográficas; en energía e industria; en management; en estrategia y marketing; en tecnología, telecomunicaciones, medios y entretenimiento.





CIBERTEC

Empieza por ti



Implicancias del Entorno Externo en la Estrategia de Marketing Internacional

- Nuevos competidores y nuevos métodos de competencia
- Posibilidad de acceder a nuevos mercados
- Nuevas fuentes de suministro
- Nuevos socios potenciales para la producción y el marketing

- Búsqueda de nuevas líneas de productos donde obtener una ventaja competitiva
- Necesidad de economías de escala para competir sobre una base mundial
- Las empresas tienen que ser cada vez más internacionales

Para recordar

Actuando en un mundo globalizado, conocer las oportunidades de negocio y promocionar nuestra empresa en mercados exteriores se convierte en una necesidad para potenciar la competitividad.

Las compañías que puedan entender el entorno, generar opciones estratégicas, y realinear sus recursos más rápido que sus rivales, disfrutaran de una ventaja decisiva.

En conclusión: para innovar es preciso experimentar:

- Un entorno innovador debe tolerar muy bien los fracasos
- Las empresas no se pueden dormir en los laureles
- Trabajar para que los propios productos queden obsoletos

Para recordar

Entorno: se emplea para hacer referencia a todas las fuerzas que influyen en la vida y desarrollo de la empresa. Estas fuerzas pueden ser clasificadas como: externas e internas.

Fuerzas externas: denominadas como fuerzas incontrolables.

Fuerzas internas: son los elementos sobre las cuales la administración posee control.

La cultura es el conocimiento adquirido que sirve para interpretar la experiencia y producir comportamiento social. A través de ella adquirimos los valores y actitudes que moldean nuestro comportamiento individual y colectivo.