

FCA 70

ANIVERSARIO



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



FACULTAD DE
CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN



LICENCIATURA EN **NEGOCIOS**
Y COMERCIO INTERNACIONAL

Bienvenido al curso propedéutico para el ingreso a la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional, durante los seis sábados siguientes tendrás una muestra de lo que puedes encontrar en nuestra carrera y comprenderás lo importante que es en la vida económica de nuestro país y el mercado global.

Las sesiones semanales serán de retroalimentación y para resolver cualquier duda que se te presente en relación con el temario del curso, por favor lee con cuidado el material y prepárate con anticipación para las sesiones; te deseo el mejor de los éxitos y espero verte pronto como parte de la comunidad FCA .

Pablo Rodríguez Almaraz
Coordinador Licenciatura Negocios
y Comercio Internacional

Curso propedéutico
Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional
PROGRAMA

Módulo	Fecha	Tema	Maestro
I	Septiembre 19	Introducción Negocios y Comercio Internacional	Pablo Rodríguez Almaraz
II	Septiembre 26	Mercadotecnia Internacional	Adela Rojo Neumann
III	Octubre 3	INCOTERMS Términos de Comercio Internacional	Mónica López Arellano
IV	Octubre 10	Logística Internacional	Cesar Luna Enriquez
V	Octubre 17	Legislación de Comercio Exterior	Aarón Montes Olvera
VI	Octubre 24	Tratados Internacionales clausura de curso	Pablo Rodriguez Almaraz

Introducción

Negocios y Comercio Internacional

MA. Pablo Rodríguez Almaraz



¿ Que son los negocios y el comercio Internacional ?

Alguna vez te has preguntado :

- ¿Cómo es que se organizan las empresas para poner a tu disposición un sin fin de mercancías que necesitas para la vida cotidiana?
- ¿De qué están hechas?
- ¿Dónde fueron manufacturadas?
- ¿Fueron hechos en Mexico o en el extranjero?
- ¿Cómo llegaron a nuestro país?
- ¿Alguien controla su entrada?
- ¿Qué es una importación?

Negocios y Comercio Internacional

Esas preguntas tienen respuesta cuando hablamos del comercio internacional

El **comercio internacional** es la actividad económica en la que personas o empresas de diferentes países, realizan un intercambio de productos o servicios.

Dicha actividad económica involucra la compra, venta de productos y servicios en diferentes monedas, métodos de pago y medios de transporte.

A estas actividades de intercambio las llamamos importación, cuando mercancías de otros países llegan a México y exportación cuando nuestras mercancías se venden en otros países.



Negocios y Comercio Internacional

El comercio internacional es esencial porque provoca el crecimiento de cualquier país.

El intercambio de bienes y servicios entre países permite a las empresas expandirse a nuevos mercados, provocando el aumento de su rentabilidad y competitividad.

Este constante intercambio de mercancías entre los países precisa que los empresarios encuentren las mejores rutas, los mejores precios, la mejor calidad, el mejor servicio, así como las mejores formas de comprar, de la misma manera los países necesitan encontrar las mejores maneras de controlar el acceso de estas mercancías a sus territorios estableciendo leyes y procedimientos específicos pertinentes para la entrada y salida de mercancías de sus territorios.

Negocios y Comercio Internacional

El comercio permite a los países aprovechar sus ventajas comparativas para especializarse en la producción de bienes y servicios que son más eficientes en términos de costos y calidad.

De esta manera, el comercio internacional permite a los países aumentar su productividad y mejorar su competitividad en el mercado mundial.



La ventaja comparativa es la capacidad de una economía o país para producir un bien o servicio a un precio menor en comparación con otros, la ventaja comparativa se utiliza para explicar por qué las empresas, países e inversionistas se benefician del comercio.

La ventaja comparativa se relaciona directamente con el comercio internacional y sirve para referirse a los productos que un país puede producir, ya sea más baratos o más fácil, que cualquier otro.

Esto no significa que un país con ventaja comparativa es el mejor creando un producto o servicio, pero sí puede ser el que brinda mayores oportunidades de importación con las mejores condiciones, aunque no necesariamente a un precio más bajo.

Negocios y Comercio Internacional

Para el desarrollo del comercio internacional convergen una gran variedad de elementos, como:

- Mercado
- Oferta exportable
- Regulaciones específicas según la mercancía
- Impuestos
- Legislación del país vendedor y del país comprador
- El empaque, el embalaje
- La logística
- Formas de pago, etc.

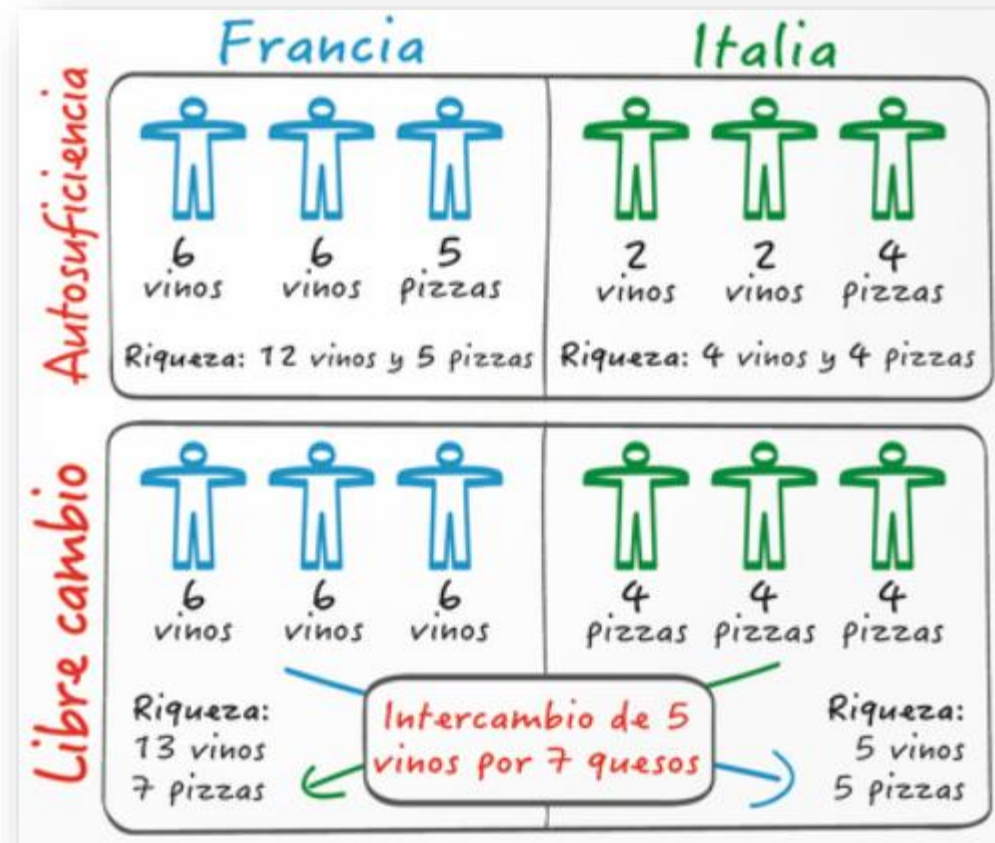
Cuando existen las mejores condiciones entonces es posible hablar de negocios.

Al conjunto de estas condiciones suele denominarse “***Ventaja Competitiva***”

Elementos para la ventaja competitiva

- **Precio**
Se trata de disminuir los precios en la producción, mano de obra y distribución de los productos, sin poner en riesgo la calidad
- **Calidad**
Importa más cuidar los detalles y el prestigio de la compañía, aunque el precio no sea tan accesible para el consumidor.
- **Atención**
Pondera que te hace diferente o especial con respecto a la competencia; la experiencia, la capacidad para resolver y la confiabilidad como proveedor te vuelve competitivo.
- **Personalización y servicio**
El cliente espera que sepas lo que necesita por lo que si te anticipas a ofrecerle los productos que necesita eres competitivo y diferente de los demás proveedores.

Negocios y Comercio Internacional





Aunque suena a un tema complicado, la realidad es que tu vida diaria está rodeada de marketing.

La mercadotecnia en el comercio

El concepto de mercadotecnia es una filosofía de 'detectar y responder' centrada a los clientes en el cliente. El trabajo no es encontrar adecuados para el producto, sino encontrar los productos adecuados para sus clientes"

Philip Kotler Padre de la mercadotecnia

Es el sistema global de actividades de negocios proyectados para planear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales.

William Stanton

Consiste en el desarrollo de una eficiente distribución de mercancías y servicios a determinados sectores del público consumidor

Louis Boone y David Kurtz

La mercadotecnia es hacer conexiones entre tus consumidores y tus productos, marcas y empresas con el fin de que compren tus ofertas

Saul Colt.

La mercadotecnia es el proceso de crear relaciones con los prospectos y clientes para desarrollarse de manera rentable y promover productos y servicios

Chris Garrett.

La mercadotecnia es el medio por el cual una organización se comunica, se conecta y se compromete con su público objetivo para transmitir el valor de marca y en una última instancia, el de vender sus productos y servicios. Sin embargo, desde la aparición de los medios digitales, en particular las redes sociales y las innovaciones tecnológicas, se ha convertido cada vez más sobre la construcción de relaciones más profundas, significativas y duraderas con las personas que quieren comprar tus productos y servicios.

Julie Barile.

La mercadotecnia es el arte y ciencia de la comunicación persuasiva

Jerry Kaup.



Mercadotecnia

El objetivo de la mercadotecnia es: **“Llevar al potencial consumidor al límite de la decisión de compra”**, o lo que es lo mismo, facilitar el intercambio de bienes y capitales entre productores y consumidores en un determinado nicho comercial. Según *Phillip Kotler*, para que la mercadotecnia exista **deben cumplirse las siguientes condiciones**

1. Debe haber **dos interesados** en llevar a cabo el intercambio.
2. Cada parte debe **extraer un valor** de la operación de intercambio.
3. Cada parte debe poder **entregar y comunicar valor**.
4. Cada parte debe ser **libre de aceptar o rechazar la oferta** que se propone.
5. Cada parte debe entender como **conveniente o deseable llevar a cabo el intercambio**.

Las funciones de la mercadotecnia están orientadas a la producción y al producto, o bien a las ventas *(al mercado y a la marca)*.

Ojo, la mercadotecnia no es la publicidad

Imagina un mundo donde cada producto que utilizas, desde tu smartphone hasta tus alimentos, llega a tus manos sin ningún contratiempo.

La logística es el engranaje maestro que pone en movimiento a los negocios en el mundo, es un sistema estratégico que abarca la planificación, ejecución y supervisión de la dinámica de bienes y servicios con una meta es clara:

“asegurar que los productos alcancen su destino de manera eficiente y en el momento justo”

Imagina la armonía detrás de la obtención de materias primas, la transformación, y finalmente, la entrega a tu puerta.

La logística permite que la cadena de suministros o “Supply Chain “ exista y se involucre aumentando el valor de las mercancías, aquí el término valor no se refiere a precio sino a sus atributos en cuanto eficiencia y disponibilidad, entre otras cosas.

La cadena de valor es el conjunto de estrategias diseñadas para optimizar cada paso en la producción de un bien o servicio y reducir los costos productivos, aumentar las ganancias y hacer competitiva la operación de una empresa. Gracias a este enfoque, las compañías pueden asegurar que sus operaciones son rentables.

Componentes clave de la cadena de suministro

1. **Proveedores:** Fuente inicial de materias primas y productos. Establecen la base para el proceso de producción.
2. **Fabricantes:** Transforman las materias primas en productos terminados.
3. **Distribuidores:** Almacenan y mueven productos desde los fabricantes hacia los minoristas y puntos de venta.
4. **Minoristas:** Vender productos directamente a los consumidores finales.
5. **Clientes:** Representan la demanda final y el propósito principal de la cadena de suministro. Sus necesidades y preferencias guían todo el proceso.
6. **Transporte y Logística:** Comprende los medios de transporte utilizados para mover productos entre los diferentes puntos de la cadena, así como la planificación para garantizar la eficiencia en el movimiento.
7. **Almacenes y Centros de Distribución:** Lugares donde los productos se almacenan temporalmente antes de ser distribuidos a su destino final.
8. **Inventario:** El seguimiento y gestión de la cantidad de productos disponibles en cada etapa de la cadena de suministro.
9. **Sistemas de Información:** Plataformas tecnológicas que permiten rastrear y monitorear la información en tiempo real a lo largo de toda la cadena.
10. **Gestión de Pedidos:** El proceso de recibir, procesar y coordinar los pedidos de los clientes, asegurando su entrega oportuna.
11. **Planificación y Pronóstico de la Demanda:** La estimación de cuántos productos serán requeridos en un período de tiempo determinado, lo que guía la producción y distribución.
12. **Colaboración con Socios Comerciales:** Implica la comunicación y colaboración constante entre todos los eslabones de la cadena para garantizar un flujo continuo y eficiente.
13. **Gestión de Riesgos:** La identificación y mitigación de posibles problemas o interrupciones en la cadena, como demoras en el transporte o escasez de materias primas.
14. **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Considerar el impacto ambiental y social de las operaciones a lo largo de la cadena de suministro.
15. **Calidad y Control de Calidad:** Asegurarse de que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos en todas las etapas del proceso.

Logística



Se refiere al marco de planificación que permite a las empresas almacenar y transportar sus mercancías a sus clientes. Abarca la adquisición, la gestión de **inventarios, la distribución, el almacenamiento, el transporte, el embalaje y la gestión de riesgos.**

En las empresas de comercio electrónico, la logística debe considerarse esencial para reducir costos, mantenerse competitivos y llevar los productos a los clientes a tiempo.

La logística es:

1. Mover productos y/o materiales de un lugar a otro
2. Obtener materias primas de los proveedores para su negocio
3. Depende de un transporte confiable
4. Depende del almacenamiento y el almacenamiento
5. Parte del proceso más amplio de gestión de la cadena de suministro
6. Digno de una inversión seria

La logística no es:

1. Una ocurrencia tardía o algo que debe dejarse para el último minuto
2. La cadena de suministro.
Es *parte* de la cadena de suministro
3. Una función que su empresa necesita hacer por sí misma: puede subcontratarse fácilmente

A veces, la logística se confunde con la "cadena de suministro", que se refiere a la cadena más amplia de bienes y materiales antes de que lleguen a su negocio, establecimiento o bodega.

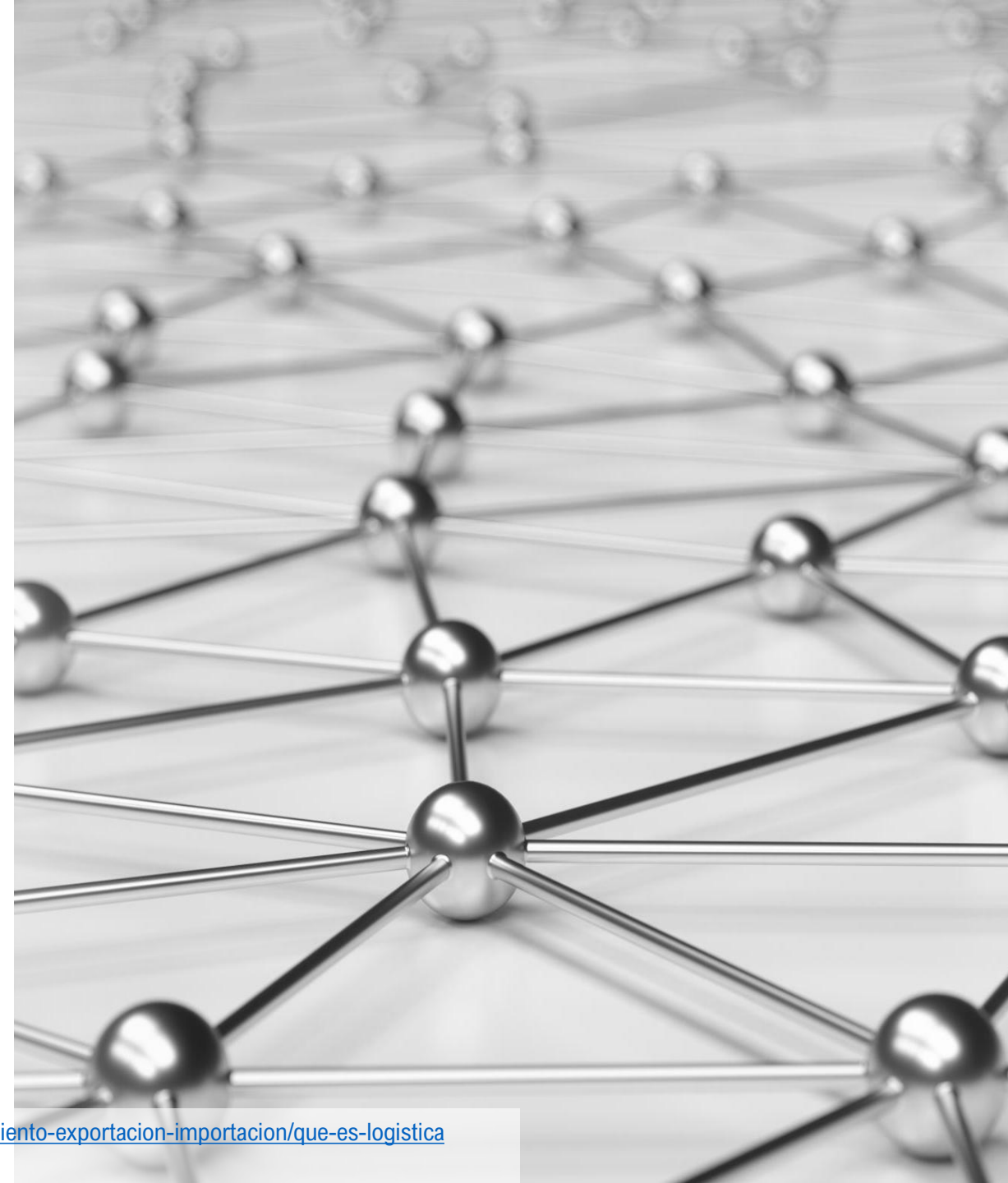
- **Cadena de suministro**

Es la red de actividades involucradas en el abastecimiento y adquisición de materias primas, la conversión de esos materiales en productos terminados y la distribución de esos productos terminados.

La cadena de suministro es a menudo algo sobre lo que su empresa tiene poco o ningún control.

- **Logística**

Es la parte de la cadena de suministro sobre la que su empresa tiene control directo y cubre el embalaje, el transporte, la gestión de inventario y el almacenamiento de sus suministros y productos.



Regulaciones y restricciones al comercio exterior

La entrada y salida de las mercancías de un país y hacia él siempre están sujetas a regulaciones específicas que no tiene nada que ver con los impuestos que se tendría que pagar por su importación o exportación, a estas regulaciones se les denomina *REGULACIONES Y RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS*.

Las regulaciones y restricciones son medidas establecidas por los gobiernos de todos los países para controlar el flujo de las mercancías hacia sus mercados.

Estas regulaciones establecen límites a la cantidad de mercancía que puedes exportar o importar, o bien, exigen el cumplimiento de estándares para las mercancías que se importan o se exportan, en México a estas regulaciones se les conoce como RRNA's y se dividen en cuantitativas y cualitativas .

Cuantitativas

- Permisos de importación y de exportación
- Avisos Automáticos
- Cupos de importación y exportación
- Cuotas Compensatorias
- Visas

Cualitativas

- Etiquetado
- Envase y embalaje
- Marcado de origen
- Regulaciones sanitarias
- Cumplimiento de normas
- Normas Oficiales (MOM's)

La importación y exportación

En México, el proceso de importación y exportación está regulado por el Agencia Nacional de Aduanas (ANAM) y el Servicio de Administración Tributaria (SAT), a través de sus unidades administrativas, estas son las autoridades del gobierno mexicano que se encargan de hacer cumplir la legislación aduanera y de comercio exterior en las aduanas que son el punto de entrada y salida del país.

La autoridad aduanera es la responsable de verificar que las mercancías que se van a importar o exportar cumplan con todas y cada una de las RRNA's establecidas y asimismo, que se paguen los impuestos al comercio exterior que correspondan.

Actores en el proceso:

Agente Aduanal	Despacho aduanero	Reconocimiento aduanero	Aduana	Régimen aduanero	Mercancía
Persona física autorizada por el SAT mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho aduanero de mercancías en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley Aduanera. Cuando éstos se asocian pueden ser autorizados como agencias aduanales.	Es el conjunto de formalidades y trámites que se realizan para autorizar la entrada y salida de mercancías a un país. Este proceso se lleva a cabo en cualquier operación de comercio internacional y es necesario para controlar y autorizar las importaciones y exportaciones.	Es un procedimiento obligatorio que consiste en la revisión física y documental de las mercancías que se importan o exportan. Este proceso se realiza en las aduanas por parte de funcionarios del Servicio de Administración Tributaria (SAT)	Aduana es una oficina pública ubicada en el acceso o salida del país. Tiene capacidad para recaudar impuestos, monitorear y revisar la entrada y salida de mercancías y exigir que se cumplan las normativas de salubridad, comunicaciones y migratorias, (RRNA's) entre otras.	Son un conjunto de operaciones orientadas a dar un destino aduanero específico a una mercancía, en base a la declaración que el interesado presente. Los regímenes aduaneros generales para la importación y exportación son: • Temporales • Definitivos	Son bienes tangibles que se pueden comprar o vender, y que son objeto de intercambio en el mercado.

Los impuestos a la importación

Las mercancías que se importan a México están sujetas al pago de impuestos de importación, los impuestos de importación o aranceles están establecidos en la Tarifa del Impuesto General de importación y Exportación (TIGIE).

Los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, los cuales podrán ser:

AD-VALOREM.- se expresan en términos porcentuales sobre el valor de las mercancías

ESPECIFICOS.- se expresen en términos monetarios por unidad de medida, y

MIXTOS.- cuando se trate de la combinación de los dos anteriores

Otros impuestos de los que en su caso puede exigirse su pago son :

IVA .- Impuesto al Valor Agregado

ISAN.- Impuesto Sobre Automóviles Nuevos

IEPS.- Impuesto Especial sobre Producción y Servicios

Los impuestos relativos al comercio exterior son recaudados por las autoridades aduaneras en el momento que las mercancías son importadas o exportadas hacia nuestro país.

Cuando una mercancía es importada es originaria de un país con el que México tiene un Tratado de Libre Comercio y se cumplen todas las formalidades establecidas en el Tratado, el arancel a cobrar será el arancel preferencial que generalmente es 0%.



Como pudiste ver en este pequeño resumen en los negocios y el comercio exterior no solamente se trata de cumplir con reglas, más bien se trata de establecer estrategias basadas en las posibilidades y condicionantes que el entorno internacional ofrece o demanda; para ello, necesitas conocer el mercado, las demandas del consumidor, los requisitos que cada país impone, el medio de transporte que usarás, las formas de pago, el tipo de envase y embalaje necesario, contratos, formas de pago internacional, las formalidades legales que tienes que cumplir para tu negocio en el país de origen y de destino, etc. todo esto, aplicado con la inteligencia necesaria, sin olvidar la parte financiera y fiscal.

Te deseo el mayor de los éxitos

Pablo Rodríguez Almaraz
Coordinador LNCI - UAQ



AYER, HOY Y **SIEMPRE** **FCA7C** ANIVERSARIO
GENERACIONES QUE INSPIRAN. HISTORIAS QUE TRASCIENDEN.