PONENTES

- **NEGOCIOS INTERNACIONALES**

  – C. a Dr. José Sánchez Gutiérrez.
  Universidad de Guadalajara

  – Mtro. Carlos Morales Troncoso.
  UNAM

NEGOCIOS INTERNACIONALES

• Introducción

La indiscutible importancia del sector externo de la economía de México, estimulada por el fenómeno de la mundialización, exige que las empresas puedan identificar y aprovechar mejor las crecientes oportunidades de los mercados extranjeros.

El LNI es el profesional especialmente preparado para lograr esto, sea como empleador o como empleado.

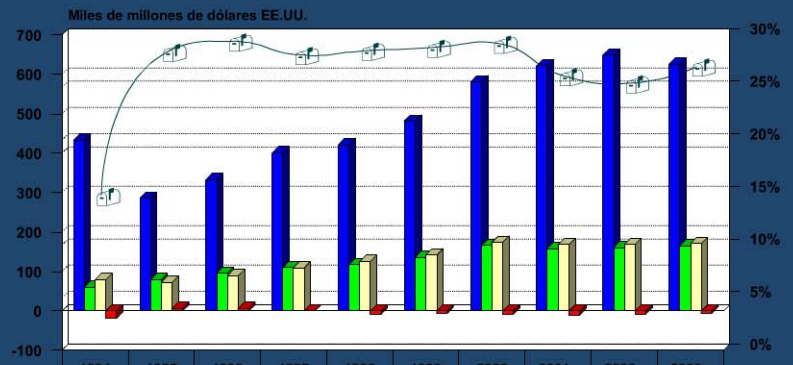
ANFECA

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

IMPORTANCIA DEL SECTOR EXTERNO DE LA ECONOMÍA MEXICANA

PIB, COMERCIO EXTERIOR Y SALDO, 1994-2003

Carlos Morales Troncoso, Junio 2004



	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001p	2002p	2003p
PIB	433,1	286,4	332,5	401,2	421,9	481,1	581,3	622,3	648,5	626,1
EXP	60,9	79,5	96	110,4	117,5	136,4	166,5	158,4	160,8	165,4
EXP/PIB	14,1%	27,8%	28,8%	27,5%	27,9%	28,2%	28,6%	25,5%	24,8%	26,4%	
IMP	79,3	72,5	89,5	109,8	125,4	142	174,5	168,4	168,7	171
SALDO	-18,5	7,1	6,5	0,6	-7,9	-5,6	-8	-10	-7,9	-5,6

Fuentes: INEGI, SHCP, BANXICO y SE

PIB a precios corrientes

p = preliminar

CAPTACIÓN MEXICANA DE DIVISAS, 2003

Carlos Morales Troncoso, Junio 2004

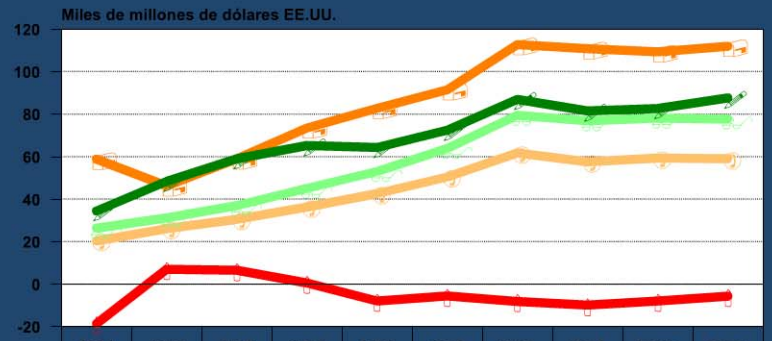
Fuentes: INEGI, SE y Banxico

ANFECA

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO 1994-2003

Carlos Morales Troncoso, Febrero 2004



	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002p	2003p
Export	34,6	48,4	59,1	65,3	64,4	72,5	87	81,6	82,7	87,6
Exp maq	26,3	31,1	36,9	45,2	53,1	63,9	79,5	76,9	78,1	77,7
Exp total	60,9	79,5	96	110,4	117,5	136,4	166,5	158,4	160,8	165,4
Impor	58,9	46,3	59	73,5	82,8	91,6	112,7	110,8	109,4	111,9
Imp maq	20,5	26,2	30,5	36,3	42,6	50,4	61,7	57,6	59,3	59,1
Imp total	79,3	72,5	89,5	109,8	125,4	142	174,5	168,4	168,7	171
Saldo	-18,5	7,1	6,5	0,6	-7,9	-5,6	-8	-10	-7,9	-5,6

Fuentes: INEGI, SHCP, BANXICO y SE

p = preliminar

Principales países exportadores de mercancías, 2003

Carlos Morales Troncoso, Junio 2004

	Miles millones dls.	Crec % anual 03/02
1 Alemania	748	22
2 EEUU	724	4
3 Japón	472	13
4 China	438	35
5 Francia	385	16
6 Reino Unido	304	8
7 Países Bajos	293	20
8 Italia	290	14
9 Canadá	272	8
10 Bélgica	255	18
11 Hong Kong	224	11
12 Corea	194	20
13 México	165	3
14 España	152	21
15 Taipei	151	12
16 Singapur	144	15
17 Fed. Rusa	135	26
18 Suecia	101	24
19 Malasia	101	8
20 Suiza	101	14

Fuente: OMC

EXPORTACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD 1994-2003

Carlos Morales Troncoso, Marzo 2004

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Maquila	26,3	31,1	36,9	45,2	53,1	63,9	79,5	76,9	78,1	77,7
Mfras	24,8	36,3	44,1	49,6	53,0	58,2	65,9	64,5	63,9	63,7
Petro/Ext	7,1	8,1	11,4	11,8	7,6	10,4	16,9	13,2	14,9	19,2
Agropec*	2,7	4,0	3,6	3,8	3,8	3,9	4,2	3,9	3,9	4,8

Fuentes: INEGI, SHCP, BANXICO y SE

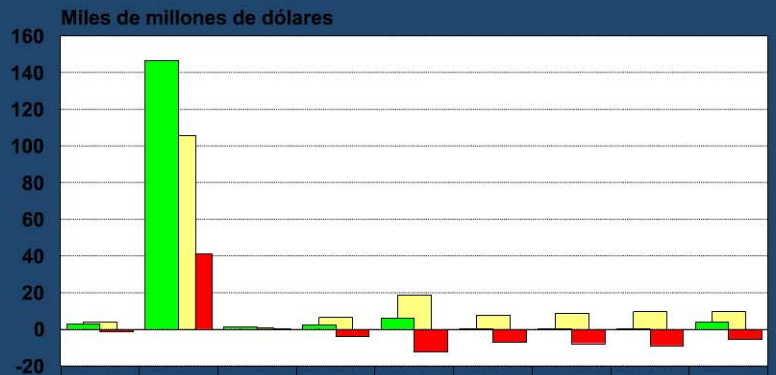
* incluye caza y pesca

ANFECA

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

COMERCIO EXTERIOR, PRINCIPALES SOCIOS 2003

Carlos Morales Troncoso, Junio 2004



	CAN	EEUU	C.A.	ALADI	UE+EFTA	JAPÓN	NICs	CHINA	RESTO
EXP	2,832	146,803	1,504	2,394	6,298	0,606	0,647	0,463	3,808
IMP	4,121	105,686	0,868	6,529	18,783	7,623	8,501	9,401	9,448
SALDO	-1,289	41,117	0,636	-4,135	-12,485	-7,017	-7,854	-8,938	-5,64

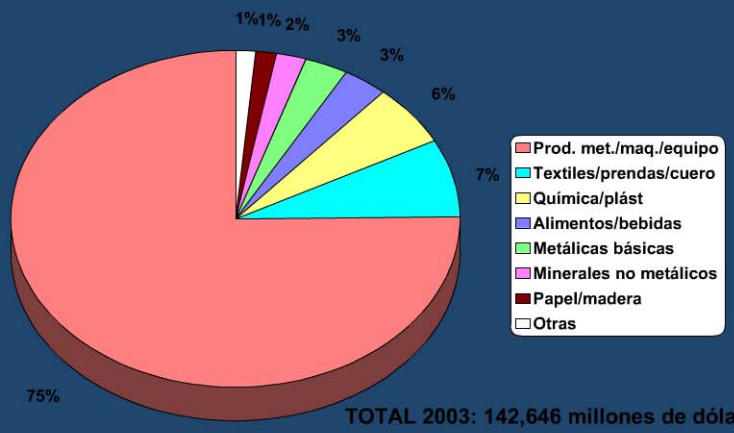
Fuente: SE (cifras redondeadas a millones)

ANFECA

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

EXPORTACIÓN MANUFACTURERA: GRANDES DIVISIONES

Carlos Morales Troncoso, Marzo 2004



TOTAL 2003: 142,646 millones de dólares, incluye industria maquiladora

Fuente: INEGI, SHCP, BANXICO y SE

PENETRACIÓN DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS

Carlos Morales Troncoso, Junio 2004

País o bloque	Importación total	Exportación México	%
EEUU	1305,6	146,8	11,2
Canadá	245	2,8	1,1
ALADI	124,3	2,4	1,9
Centroamérica	23,2	1,5	6,5
UE-15	1113,8	5,6	0,5
Suiza	96,3	0,7	0,7
Israel	36,4	0,06	0,1
Japón	383	0,6	0,1
China	412,8	0,4	0,1
NIC's	666,6	0,6	0,09

Fuentes: OMC, ALADI, SIECA, SE, elaboración del autor

Oferta Nacional

- 174 IES ofrecen licenciaturas en el área.
- 117 Licenciatura en Comercio Internacional
- 22 Licenciatura en Negocios Internacionales
- 35 Otros nombres.

- (Anuario Estadístico 2000, ANUIES)

Principales características que solicita el mercado de trabajo

Muestra de octubre de 2003 a febrero 2004

- Inglés
- Capacidad de negociación
- Trámites aduanales en general
- Logística comercial, almacenes, distribución
- Clasificación arancelaria
- Programas de fomento
- Operación de Tratados de Libre Comercio
- Experiencia en compras
- Anexo 24, operaciones virtuales
- Negociación de contratos.

The Academy of International Business (AIB)

- Internationalizing the Business School: Global Survey of Institutions of Higher Learning in the Year 2000 (AIB, 2000)

- Tras un análisis de 152 universidades concluyen que NO EXISTE un método universal óptimo o un acercamiento único a la educación en los Negocios Internacionales. El estudio refleja la gran DIVERSIDAD de formas de tratar a los NI en las universidades.

The Academy of International Business

- Muestra
- 1200 instituciones , 54% de ellas en EEUU
- Respuestas 152

– África/Medio Oriente	17	0	0%
– Asia	36	4	10%
– Europa	339	29	8%
– Latinoamérica	78	6	7%
– EEUU/Canadá	643	108	15%
– Australia/ NZ	26	5	19%

The Academy of International Business

Objetivos más citados:

- Todos los alumnos deberían al menos tener conciencia general del ambiente de los NI.
- Todos los estudiantes deberían desarrollar un entendimiento básico en los NI en al menos un campo funcional.
- Todos los alumnos deberán desarrollarse como expertos en las dimensiones internacionales de los negocios.
- Todos los alumnos deberán desarrollarse como expertos en NI y en al menos un campo funcional.

The Academy of International Business

Las universidades fuera de EEUU prestan más atención a:

- Las áreas funcionales
- Estudios por áreas geográficas
- Idiomas
- Departamentos especializados en Negocios Internacionales
- Experiencias internacionales

Universidades acreditadas y no acreditadas en EEUU

Acreditadas

- Ofrecen más cursos especializados.
- Tienen más requisitos de internacionalización de estudiantes y profesores.
- Ofrecen otros grados de carácter internacional.
- 55% pertenecen a Asociaciones como la AIB.

No Acreditadas

- No ofrecen cursos de negocios en otros idiomas.
- No ofrecen estudios especializados por áreas geográficas.
- Ofrecen más experiencias internacionales.
- Sólo 12% pertenecen a Asociaciones del área.

Mercado de Trabajo
Orientaciones solicitadas

El mercado de trabajo solicita los siguientes perfiles:

- Marketing Internacional (PYMES y Transnacionales)
- Operaciones en comercio exterior
- Política comercial internacional
- Financiamiento internacional
- Plan de Negocios Internacionales
- Logística Internacional

NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Definición genérica de la Licenciatura.

  "Es un profesional con conocimentos, habilidades, actitudes y valores que le permiten detectar, analizar y evaluar oportunidades de negocios internacionales, elaborar e implementar los planes de negocios correspondientes y contribuir asi al logro de los objetivos organizacionales al llevarlos a cabo, teniendo en cuenta el desarrollo sustentable de México".

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Habilidades)

- Promover el desarrollo de la oferta mexicana de bienes y servicios y concebir proyectos de negocios internacionales.
- Utilizar la tecnología y el diseño para crear ventajas competitivas.
- Contribuir sustancialmente al mejoramiento y profesionalización de las actividades de comercio exterior de las empresas.
- Identificar y allegarse la información necesaria para la correcta toma de decisiones en materia de mercados y competidores extranjeros.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Habilidades)

- Desarrollar destreza en comunicación oral y escrita (en cuando menos dos idiomas) para formular y comunicar ideas complejas que le permitan negociar, persuadir y convencer a sus interlocutores en contextos organizacionales multiculturales.
- Emprender nuevos negocios exitosos que se introduzcan y permanezcan en los mercados extranjeros.
- Identificar ventajas comparativas (países) y competitivas (empresas).

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Conocimientos)

El LNI debe conocer:

- Las diferentes formas de hacer negocios internacionales.
- Los tratados y acuerdos comerciales para aprovechar las oportunidades de negocios que de ellos se puedan derivar.
- Las estructuras y actividades de los organismos internacionales que tienen relación con la promoción y regulación de los intercambios económicos así como la normatividad que de ellos emana.
- Los procesos regionales de integración económica.
- Las técnicas financieras para evaluar proyectos de inversión.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Conocimientos)

- Las leyes, reglamentos, actividades y programas de las instituciones (públicas y privadas) que regulan y promueven los intercambios económicos con el exterior.
- La metodología para elaborar un Plan de Negocios.
- Las técnicas de negociación.
- El comercio exterior de bienes y servicios y sus barreras.
- Los aspectos de propiedad intelectual.
- Los aspectos logísticos del comercio de bienes.
- Los mecanismos de financiamiento y pago internacionales.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Actitudes)

- De gusto por la entrevista y trato con la gente, sobre todo con extranjeros.

- De servicio a la comunidad para promover proyectos que, además de generar ganancias, busquen el bienestar social.

- De interés por el conocimiento de las lenguas, cultura y civilización extranjeras que favorezcan su capacidad para negociar en ambientes multiculturales.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Perfil del egresado (Actitudes)

- De entendimiento y aprecio por las diferencias culturales, superándolas y transformándolas en puntos de convergencia.

- De liderazgo para estimular la innovación y dirigir el cambio organizacional, asumiendo responsabilidades sociales.

- Crítica para evaluar objetivamente la competencia internacional así como las crecientes exigencias de los consumidores extranjeros.

- De reconocimiento de las necesidades más apremiantes de México en el orden social y ecológico para enfrentarlas y superarlas.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Áreas de Conocimiento

- Administración
- Contabilidad
- Finanzas
- Mercadotecnia
- Plan de Negocios
- Aspectos logísticos de los negocios internacionales

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Áreas de conocimiento

- Derecho
- Economía
- Métodos cuantitativos para la toma de decisiones
- Negociaciones
- Idiomas
- Ética

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Flexibilidad de los planes

- Educación a distancia
- Universidad abierta
- Movilidad estudiantil (nacional e internacional)
- Colaboración universidad/empresa
- Reducción de horas aula y seriación de materias
- Incremento de horas de prácticas y materias optativas

Básica Común	Básica Particular Obligatoria	Especializante Obligatoria	Menor Administración De Negocios	Menor Procedimientos en comercio exterior	Menor Política comercial	Menor Finanzas	Menor Mercadotecnia Internacional	Menor Logística	Optativas abiertas
Administración I Administración II Estadística I Estadística II Matemáticas I Matemáticas II Economía I Economía II Contabilidad I Derecho I Derecho II Derecho Laboral Metodología de la Investigación I Informática básica Taller de expresión oral y escrita	Sistemas de calidad Derecho fiscal Contabilidad de costos Contabilidad administrativa Mercadotecnia Derecho internacional Comercio Internacional Política internacional Negocios Internacionales Investigación de operaciones I Investigación de operaciones II Matemáticas financieras Análisis socioeconómico de México Administración financiera	Formulación y evaluación de proyectos de negocios internacionales Investigación de mercados Legislación aduanera I Legislación aduanera II Finanzas internacionales Geografía del comercio internacional Logística de la distribución comercial internacional Mercadotecnia Internacional Organismos económicos internacionales Diferencias culturales Política comercial mexicana Comercio exterior I	Administración estratégica Diseño Organizacional Desarrollo de Emprendedores Habilidades Directivas Administración de la producción y tecnología Administración de la pequeña y mediana empresa Desarrollo e innovación tecnológica	Comercio exterior II Procedimientos en materia de comercio exterior Programas de fomento al comercio exterior Operación de tratados de libre comercio Clasificación arancelaria Impuestos relacionados al comercio exterior Auditoría en comercio exterior	Integración económica y globalización I Integración económica y globalización II Instrumentos de política comercial Relaciones económicas internacionales Entorno económico internacional Política y gestión pública Desarrollo regional y sustentabilidad Promoción de inversiones	Administración del capital y fuentes del financiamiento Mercado de valores Mercados bursátiles internacionales Financiamiento del comercio exterior Contabilidad internacional Seguros y fianzas	Regulación comercial nacional e internacional Comercializadoras internacionales Laboratorio de casos de Negocios Internacionales Empresas agroindustriales de exportación Franquicias y alianzas E Commerce Propiedad Industrial e intelectual Ferias y misiones internacionales Compras internacionales Internacionalización de la micro y pequeña empresa	Logística integral Envase empaque y embalaje Servicios al comercio exterior Transporte internacional Contratos internacionales	Optativa de movilidad I Optativa de movilidad II Optativa de movilidad III Mercados en América del Norte Mercados en América Latina Mercados en Asia Mercados en Europa Software aplicado I Software aplicado II Administración de la fuerza de ventas Conducta del Consumidor Laboratorio de casos de mercadotecnia Servicio al cliente Taller de mercadotecnia Taller de publicidad Administración de empresas agroindustriales Seminario de investigación administrativa Estrategias producto precio Administración de ONG Administración de casinos y casa de juegos Actualización fiscal permanente Relaciones económicas internacionales Historia económica de México I Historia económica de México II Economía internacional I Economía internacional II Software especializado I Software especializado II