



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

NEGOCIOS INTERNACIONALES VS COMERCIO EXTERIOR:
ANÁLISIS COMPARATIVO Y TENDENCIAS ACTUALES

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMERCIO EXTERIOR

ELÍAS KEVIN VALENCIA GUACHAMÍN

MGT. DUEÑAS ANDREA

ESMERALDAS, 2019
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de Tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR.

Presidente Tribunal de Graduación

Lector 1
Mgt. Mario Armas Arias

Lector 2
Mgt. Francisco Mila

Director de Escuela
Mgt. Mario Armas Arias

Director de Tesis
Mgt. Andrea Dueñas

Noviembre, 2019

AUTORÍA

Yo, Valencia Guachamin Elías Kevin, declaro que la presente tesis está enmarcada en un proyecto de investigación que es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud de que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

.....
Valencia Guachamin Elías Kevin

C.I. 0803787654

DEDICATORIA

Principalmente a Dios, haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi familia y de manera especial a mis amados padres por estar junto a mí en cada paso que doy, brindándome su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo que me motivaron a ser perseverante.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

Con una expresión de gratitud a Dios por haberme guiado y acompañado en este largo camino de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos difíciles y por brindarme una vida académica llena de gratas experiencias.

A mi familia y padres por ser perseverantes conmigo y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

A los docentes por compartir sus conocimientos académicos, compartir su amistad, tiempo y apoyo.

ÍNDICE

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	12
Presentación del tema de investigación.	12
Planteamiento del problema.	14
Justificación.	15
Objetivos.	15
Objetivo general.	15
Objetivos específicos.	
15 CAPÍTULO I	16
1. MARCO TEÓRICO	16
1.1. Bases teóricas y científicas	16
1.1.1. Teoría de la Internacionalización	16
1.1.2. Globalización	16
1.1.3. Concepto de los Negocios Internacionales	17
1.1.4. Dimensiones de los Negocios Internacionales	17
1.1.5. Marketing en los Negocios Internacionales	19
1.1.6. Negocios internacionales en el Ecuador	19
1.1.7. Orígenes del comercio exterior	20

1.1.8.	Concepto de comercio exterior	24
1.1.9.	Dimensiones del comercio exterior	24
1.1.10.	Aspectos del comercio exterior	24
1.1.11.	Organismos y normas nacionales e internacionales del Comercio Exterior ..	26
1.1.12.	Comercio Exterior en Ecuador	27
1.2.	Antecedentes	29
1.3.	Marco legal	33
CAPÍTULO II		
	
	35	
2.	METODOLOGÍA	35
2.1.	Tipo de estudio	35
2.2.	Método	35
2.3.	Técnicas e instrumentos	36
2.4.	Análisis de datos	37
	CAPÍTULO III	
	38	
3.	RESULTADO	38
3.1.	Conceptualización epistemológica de los negocios internacionales y comercio exterior.....	38
3.2.	Alcance desde el punto de vista operativo de los negocios internacionales y el comercio exterior.	42
3.3.	Tendencias actuales que manejan los negocios internacionales y el comercio exterior	45
CAPÍTULO IV		
	47
4.	DISCUSIÓN	47

CAPITULO V	50
5. CONCLUSIONES	50
CAPITULO VI	52
6. RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	53
Definición conceptual y operacionalización de las variables	63

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad analizar los negocios internacionales versus comercio exterior un análisis comparativo y tendencias actuales, en donde se identificó la conceptualización epistemológica, se descubrió el alcance en cuanto a operatividad y se determinó las tendencias actuales que manejan los Negocios Internacionales y Comercio Exterior.

Posteriormente se efectuó la búsqueda de información en las bases de datos de artículos de revistas científicas y académicas de Redalyc, Scielo, Dialnet, ScienceDiret, WorldWideScience, base de estudios doctorales y libros digitales aplicando la técnica revisión

bibliográfica a través de programa Mendeley para mayor filtrado de información para comprender y conocer más a fondo de las características de estas ciencias antes mencionadas.

La metodología aplicada fue de tipo cualitativo con alcance descriptivo con el método inductivo que permitieron elaborar conclusiones generales de hechos particulares, para de esta manera determinar con mayor precisión que las hace diferente pero complementarias al comercio y negocios internacionales desde su epistemología, operatividad y tendencias actuales.

Proporcionando en efecto que Negocios Internacionales es la manera en que se concretar un negocios donde se ven incluidas la cultura, estrategias de negocios y la inversión extranjera directa (IED), por otro lado, el Comercio Exterior es la parte operativa, en otras palabras todo el procedimiento que se va a llevar a cabo para hacer que una mercancía pueda salir y entrar de un país a otro cumpliendo con formalidades aduaneras.

Se determinaron que estas dos ciencias operativamente hablando son diferentes puesto que el comercio está dentro de los negocios internacionales debido a que operativamente el comercio concreta todo los términos que se han pactado en la negociación, todo el proceso logístico que se lleva a cabo desde que sale la mercancía de su país de origen hasta su destino.

Por otro lado, la tendencias que están revolucionando y lo harán con mayor medida el principal es el ECOMMERCE puesto que facilita la obtención y comunicación entre compradores y vendedores, esto va a estar de la mano con el avance tecnológico, cambios portuarios, surgimientos de nuevos mercados, cambio de la cadena de suministro, marketing digital por los cuales las empresas deben optar para mantenerse en el mercado.

Palabras claves: Negocios Internacionales, Comercio Exterior, epistemología, tendencias actuales, operatividad.

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze International business versus Foreign trade, a comparative analysis and current trends, where epistemological conceptualization was identified, the scope of operation was discovered and the current trends that handle International Business and Foreign Trade were determined.

Subsequently, the search of information in the databases of articles of scientific and academic journals of Redalyc, Scielo, Dialnet, ScienceDirect, WorldWideScience, base of doctoral studies and digital books was applied, applying the literature review technique through Mendeley program for greater filtering of information to understand and learn more about the characteristics of these sciences mentioned above.

The methodology applied was of qualitative type with descriptive scope with the inductive method that allowed the elaboration of general conclusions from particular facts, in order to determine with greater precision what makes them different but complementary to international trade and business from their epistemology, operability and current trends.

Providing in effect that International Business is the way in which a business is realized where culture, business strategies and Foreign Direct Investment (FDI) are included, on the other hand, Foreign Trade is the operative part, in other words, the whole procedure that is going to be carried out to make a merchandise can leave and enter from one country to another complying with customs formalities.

It was determined that these two sciences operatively speaking are different since the Foreign trade is within the International business because operationally the trade specifies all the terms that have been agreed in the negotiation, all the logistic process that has been carried out since it leaves the merchandise from their country of origin to their destination.

On the other hand, the trends that are revolutionizing and will do it with greater measure, the main one is ECOMMERCE since it facilitates the obtaining and communication between buyers and sellers, this will be hand in hand with the technological advance, port changes, new

developments markets, changing the supply chain, digital marketing for which companies must choose to stay in the market.

Keywords: International Business, Foreign Trade, epistemology, current trends, operability.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación.

La globalización ha sido un factor determinante en la evolución de los Negocios Internacionales y Comercio Exterior, sin embargo, ha existido confusión sobre la epistemología, competencias y ámbitos en los cuales se desarrollan estas carreras, si bien, ambas intervienen en los procesos económicos asociados a la globalización, como señala Ferrer citado por Vázquez, (2000) “los intercambios internacionales de bienes y servicios, y la internacionalización del capital y de la producción.”, estas son necesariamente complementarias para el aprovechamiento de los acuerdos o tratados internacionales a través de la compra y venta.

Asimismo, estos dos idealismos son de vital importancia en un estado, porque cuanto mayor y mejores sean las relaciones económicas, políticas y culturales de un país con el resto del mundo, en efecto determinarán estas su desarrollo económico.

Dada la creciente necesidad de internacionalización de las empresas con la cual se busca el posicionamiento en el mercado internacional para aumentar su poder adquisitivo, por ende, el crecimiento de sus ventas; en efecto los negocios internacionales, son base fundamental para la relación de estas, con el exterior en dirección a un crecimiento a escala mundial.

Cabe destacar que, “los negocios internacionales están conformados por las siguientes categorías: comercio internacional que abarca tanto a las exportaciones como las importaciones, inversiones internacionales directas e indirecta, maquila internacional, franquicias internacionales, turismo internacional” (Lerma y Márquez, 2010).

De esta manera, se entiende que los negocios internacionales tienen un mayor alcance al poseer más ámbitos de estudio. En el mundo de las relaciones internacionales con los acuerdos, tratados y bloques económicos existentes, la aplicación de estos conocimientos resultan ser un factor crítico para la facilitación del comercio, el desarrollo de estos se sustenta en el intercambio de bienes y servicios además de la inversión que representan las relaciones entre estas naciones para el beneficio de ambas o de las partes que estén involucradas.

Por un lado, el comercio exterior emplea sus conocimientos en la parte legal y normativas de un país en el intercambio de bienes con otro, en otras palabras los procedimientos a seguir en aduanas y los papeles a presentar en las transacciones para cumplir con todas las formalidades

aduaneras para el ingreso o salida de una mercancía del territorio nacional; y por el otro lado, los negocios internacionales abarca de manera general los puntos antes mencionado, también se centra en las inversiones y financiamientos ya sea entre dos o más países o empresas públicas o privadas estas últimas mencionadas con fin de lucro.

El desarrollo de la región latinoamericana está ligado a la aplicación de estas, puesto que con la ayuda de los acuerdos comerciales existentes se genera dinamismo de la economía regional, simultáneamente los países necesitan empresarios capacitados para que adquieran estas destrezas facilitando el comercio intrarregional hasta poder alcanzar el global, y así proyectar la región hacia nuevos mercados. Por estas razones se debe realizar un análisis comparativo entre los negocios internacionales y el comercio exterior, estudiando su epistemología, operatividad es decir prácticas y alcance, por último, las tendencias actuales de cada una.

Planteamiento del problema.

Con el avance exponencial de la globalización existe una interdependencia de los países en términos comerciales, comunicación y financieros.

Por tal razón se produce la necesidad de atravesar fronteras que produzca el intercambio de bienes y servicios donde los negocios internacionales y el comercio exterior van estrechamente entrelazados; sin embargo, existe un sentido equívoco al pensar que estos conceptos son iguales o que han nacido a raíz de la globalización, lo que conduce a que personas o empresas que no estén involucradas en este ámbito comercial conciban una idea confusa y errónea de igualdad y origen para ambos conceptos, sin tener en consideración los aspectos que los hacen interesantemente diferentes para el comercio de un país.

En relación con las implicaciones anteriores, dentro de un mundo globalizado las empresas pierden su visión en el mundo internacional y ocasiona el mal ejercicio empresarial al querer abarcar todo dentro del proceso comercial, sin poseer la suficiente madurez internacional para llevarlo a cabo, esto está sujeto a que no están definido el alcance y las prácticas, es decir su operatividad, que tienen los negocios internacionales y comercio exterior en dicho proceso (Barrera ,2010).

Asimismo, con un mundo que cambia constantemente para realizar negociaciones, ventas y compras; donde los mercados se ajustan a las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, ocasiona que las empresas estén en un proceso continuo de actualización; por tal motivo es obligatoriamente necesario para las firmas conocer las inclinaciones o tendencias globales de los negocios internacionales y comercio exterior. Por lo consiguiente surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el comportamiento de los negocios internacionales y del comercio exterior en cuanto a las transacciones comerciales?
- ¿Cuál es la conceptualización epistemológica de los negocios internacionales y comercio exterior?
- ¿Cuál es el alcance en cuanto a operatividad de los negocios internacionales y del comercio exterior?
- ¿Cuáles son las tendencias actuales de los negocios internacionales y comercio exterior?

Justificación.

La presente investigación es relevante para la comunidad estudiantil, empresarial y/o social, debido a que su aporte abarca la revisión de las tendencias más importantes de los conceptos objetos de estudio, así mismo los entornos que influyen en el desarrollo total tanto de los negocios internacionales como del comercio exterior, puesto que sin la ayuda de otros elementos como la cultura, políticas comerciales, capital, inversiones, economía, derecho entre otras; estas ciencias no son capaces de entenderse y esclarecer sus concepciones.

Por otro lado, por medio del análisis del comportamiento de los negocios internacionales y del comercio exterior se logrará identificar su conceptualización epistemológica, prácticas y alcance y tendencias actuales para generar la capacidad de reconocer las oportunidades de negocios que tiene cada una, de igual manera ayudar a crear estrategias ideales para el crecimiento comercial con la ayuda de tecnología de comunicación e información.

Objetivos.

Objetivo general.

- Analizar comparativamente las diferencias existentes entre negocios internacionales y el comercio exterior.

Objetivos específicos.

- Identificar la conceptualización epistemológica de los negocios internacionales y comercio exterior.
- Describir el alcance que tienen, en cuanto a operatividad, los negocios internacionales y el comercio exterior.
- Determinar las tendencias actuales que manejan los negocios internacionales y el comercio exterior.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teóricas y científicas

Las semejanzas entre negocios internacionales y comercio exterior se hallan en la compra y venta de productos o servicios entre entes económicos, involucrando regulaciones, tratados, normas que conllevan cada transacción comercial.

Para poder comprender las diferencias, tendencias, enfoques y estrategias que requieren cada una, se toma como referencia;

1.1.1. Teoría de la Internacionalización

La cual, teniendo sus orígenes en la teoría clásica, hace referencia al intercambio de flujos de bienes y servicios dando como consecuencia la especialización y la división del trabajo.

Pero en la actualidad, la globalización está generando un crecimiento exponencial sobre la integración de países, por tal razón existe la influencia de otros factores que intervienen en el comercio como la tecnología y capital, teniendo en cuenta la diversificación de mercados, cultura, inversión, clientes, proveedores, desarrollo empresarial y sectores de actividad (Cardozo, Chavarro, y Ramírez, 2007).

1.1.2. Globalización

En este contexto de globalización se desarrolla la estrategia de internacionalización, para Arnoldo (2006), es la presencia de una empresa dentro de la realidad de la globalización, la cual proyecta sus actividades en el mercado internacional de esta manera se produce diferentes tipos de flujos, tal como económico, financiero y conocimiento ya sea entre firmas gubernamentales o privadas de distintos países.

De esta manera se evidencia que dentro de los negocios internacionales la empresa tiene más enfoque en los mercados internacionales y las oportunidades que tienen en otros países haciendo frente a desafíos de mundialización, transnacionalización, multi nacionalización, cultura, marketing e inversión directa en el extranjero; por otra parte una empresa de comercio exterior se enfoca en el ámbito técnico de comerciar, es decir que se encarga de las leyes, trámites que regulan los procedimientos de comercialización en una nación específica.

1.1.3. Concepto de los Negocios Internacionales

Los negocios internacionales para Mayorga y Araujo (1992) hace alusión al intercambio comercial realizadas por una persona natural, jurídica o gubernamental de dos o más países, las transacciones ocasionan el movimiento de bienes, servicios, personas, capitales y tecnología desarrolladas fuera de las fronteras nacional.

Compartiendo la misma idea anterior Rodríguez (2007) enfatiza que dichas firmas privadas buscan aquellas transacciones con el deseo de un beneficio económico, en cambio las gubernamentales pueden o no buscar los mismos beneficios financieros.

Compartiendo el mismo pensamiento de Mayorga y Araujo; Rodríguez, se precisa a negocios internacionales como todas aquellas transacciones privadas o gubernamentales, es decir a todas operaciones comerciales, importación y exportación, inversión extranjera directa, financiación internacionales, marketing, logística internacional que compromete a dos o más países y comunidades internacionales a nivel mundial, por ende los riesgos son muy altos en una dimensión más amplia que las transacciones locales.

1.1.4. Dimensiones de los Negocios Internacionales

Debido al incremento de las conexiones entre negocios internacionales y comercio exterior resultada cada día más complicado establecer una separación entre ellas.

Según Taggart (1996) citado por McDonald, Tüselmann, & Wheeler, (2002) la principal característica que distingue a una empresa local de una internacional, se evidencia en la administración de diversos ambientes extranjeros y no solo se encarga del ambiente interno como las locales.

Por tal razón, se pueden distinguir cuatro tipos de empresas diferentes según Canals citado por Arnoldo (2006) en el proceso de internacionalización siendo tres de ellas, parte de la rama de negocios internacionales.

- Empresa Exportadora.

La cual se hablará luego ya que es la primera etapa de la internacionalización, y parte de la rama de comercio exterior.

- Empresa Multinacional.

Las oportunidades en los mercados internacionales se pueden dar por intensivos impuestos, aranceles, cuyo objeto es producir el producto como lo realizan en la empresa matriz, en cada una de las sucursales que se encuentran en el extranjero, claro ejemplo lo es Nestlé, Coca cola, General Motors, Volkswagen, en muchos de los casos el abastecimiento de materia prima o fabricación aún es realizada por la empresa matriz posteriormente enviada a cada país para sus distribución y comercialización (Rueda, 2008).

- Empresa Global.

Se produce una creciente demanda internacional, así como los beneficios que trae consigo, generado la toma de decisión en construir instalaciones propias en los países internacionales para sus manufactureros provocando la disminución de costes de producción (Rueda, 2008).

- Empresa Transnacional.

El desafío de operaciones es grande, por lo cual la empresa se ve en la obligación de eliminar de forma total o parcial la producción de sus productos en el territorio local, para trasladarse haciendo un territorio extranjero y ahí empezar con su producción con el fin de proveer para todo el mercado nuevo y el antiguo (Rueda, 2008).

1.1.5. Marketing en los Negocios Internacionales

En ámbito de aplicación territorial el marketing se divide en cinco niveles, el último, es el marketing global que se enmarca en los negocios internacionales. Sin embargo, existe una confusión de términos entre el marketing internacional y el global, puesto que el primero se adapta a la simplifica las transacciones comerciales entre dos países, en cambio el segundo comprende al mercado de cualquier parte del mundo (Kirchner y Márquez, 2010).

1.1.6. Negocios internacionales en el Ecuador

Al hablar de Negocios Internacionales, hace referencia a empresas que realizan inversiones en tecnología, cuentan con gran presencia en el extranjero, busca constantemente su innovación en sus estructuras organizacionales como de producción.

En el caso de Ecuador, según publicado por el Banco Mundial, se ha visto una mejora, puesto que en el año 2014 se encontraba entre los dieciocho puestos más bajos del ranking.

Los aspectos por tomar en consideración para el ranking son el tiempo aproximado para empezar una empresa que para el país son 50.5 días, tiempo para sacar permiso de construcción alrededor de 114 días, número de procedimientos para registrar una propiedad cerca de 7 días, horas invertida en un año para pago de impuestos sobre 654 días. Además, se debe tomar en consideración y mejorar la confianza en el sistema jurídico y menos modificaciones en impuestos (Banco Mundial, 2014).

Marzano (2010), proporciona una importante acotación referente a la marca país como una propuesta para la competitividad del Ecuador en el sector de los Negocios internacionales, Nagashima (1970), citado por Marzano, (2010) define el efecto “country of origin” como “la imagen, la reputación y los estereotipos que tanto los hombres de negocios como los consumidores vinculan con los productos de un determinado país.

Al no poseer una marca país definida que caracteriza al Ecuador como tal, provoca confusión y/o reconocimiento de los productos exportados, en el caso de Panamá Hat, producto realizado por manos ecuatorianos, pero lamentablemente al nivel mundial se crea una confusión porque creen que son “country origin” de Panamá.

Sin embargo, para el presente año el país ya cuenta con una marca país “Ecuador ama la vida”, Lozada (2017) menciona el direccionamiento principal de esta marca fue hacia el turismo, pero en la actualidad busca promover las inversiones, reconocimiento y posicionamiento de los productos terminados del Ecuador, abriendo camino al nivel mundial.

Por otro lado, Barrera (2001) manifiesta que las ciudades con mayor desarrollo son Quito y Guayaquil que asienta el 77% de empresas, reflejando que Ecuador aún hay que seguir trabajando el sector industrial al nivel nacional, puesto que el sector de industrias predominan las Pymes con un 84,3% mientras que la gran industria tan solo llega al 15,7% de empresas.

Las razones a tales fenómenos son el hecho que no exista suficiente desarrollo tecnológico, niveles bajo en los estándares de calidad en sus productos, y altos costos, mano de obra sin calificación, escaso aporte del Estado al desarrollo de las industrias por medio de la política comercial.

Esto genera que las empresas no tengan la suficiente madurez para crecer en la magnitud que lo hacen las empresas que se desenvuelven al nivel de los negocios internacionales, en otras palabras, aún queda mucho por hacer fortalecer el sector industrial puesto que de tal manera se verá reflejado en productos de calidad que puede fabricar Ecuador.

En otro sentido, las Inversiones extranjeras directas y atracción de divisas son esenciales en los negocios, en el caso del país, el Ministerio de Comercio Exterior (2017), señala que a nivel latinoamericano el país ha tenido poco éxito en atraer a la IED, durante los años 2008 se tuvo un máximo de \$1000 MM mientras que en el 2013 un mínimo de 163 MM, según las cifras de BCE, cifras que van más abajo de la media que la región logró alcanzar en dicho periodo. En América Latina y el Caribe, el mayor país que atrajo nuevas divisas es Brasil, seguido de México, Chile, Colombia, Perú y Argentina.

1.1.7. Orígenes del comercio exterior

Desde la aparición del comercio han surgido varias teorías que han evolucionado al ritmo de la economía, Zwerg precisa que el comercio exterior se encarga de los procesos de las transacciones comerciales y a su vez estas tiene influencia en el desarrollo de cada país y menciona las siguientes teorías (2008).

- Teoría del ciclo del producto.

Vernon citado por Mayorga y Araujo (1992), asevera que un país se encuentra apto cuando ha alcanzado la madurez en el ciclo producto entiéndase que se refiere a calidad, bajos costos, productos estandarizados, tecnología, mano de obra calificada, capital entre otros.

- Teoría de la localización.

Esta teoría considera tres elementos esenciales, que permiten la optimización de tiempo y costes en la producción de un bien, se considera en primer lugar obtención de la materia prima, seguido de tamaño del mercado y mano de obra; estos tres aspectos proporcionan la ventaja competitiva de precios en una empresa que compite al nivel internacional, es por eso que la localización de una fábrica se convierte en una estrategia que puede influenciar positivamente o negativamente según dónde está se encuentre posicionada. La localización geográfica del centro de producción puede cambiar según las necesidades de las empresas y los máximos beneficios que quieran alcanzar (Bustos, 1993).

- Teoría de Heckscher Ohlin.

Demuestra que el comercio internacional se da al ver que los países tienen diferentes factores de producción, en este caso capital y/o trabajo, esto determina la relatividad de los costes y la intensidad de las exportaciones e importaciones; en efecto los países tienden a especializarse en el mayor factor de producción que posea, en otras palabras, aquellas naciones como las desarrolladas se especializan en bienes o servicios de capital, mientras que en las vías de desarrollo se dedica a los bienes de trabajo, en muchos casos son proveedores de materias primas (González, 2011).

- Ventaja competitiva nacional: el diamante de Michael Porter.

Por lo general se cree que cuanto mayor diversidad de recursos naturales tenga un estado podría poseer mayor ventaja competitiva nacional, pero sin embargo “la prosperidad nacional no se hereda, sino que es creada por las oportunidades que brinda un país a sus empresas” (Buendía, 2018).

Por otro lado, Machinea (2007) menciona que Michael aportó un determinante en este nuevo modelo que es la productividad, el modelo de diamante se forma con cuatro factores de productividad, a continuación son;

- o Condiciones de los factores.

Las creaciones de factores son esenciales para competir en un mercado amplio, no basta con poseer recursos sino estos no son aprovechados de la forma correcta para el desarrollo de la productividad, en otras palabras, es necesario poseer mano de obra calificada o una

infraestructura idónea e innovadora para suplir las necesidades de la firma. Al poseer dichos factores es necesario que la empresa sepa mantenerlos con la búsqueda constante de actualización, caso contrario influirá de forma negativa en la competitividad.

- o Condiciones de la demanda.

La mayoría de las empresas toman con mayor relevancia a la demanda externa, sin embargo para Porter la demanda interna es la que define el carácter del mercado, en otras palabras son los consumidores locales que generan que las empresas desarrollen y mejoren su competitividad, porque cuanto mayor conocimiento tengan los consumidores interno, la demanda interna será más exigente, de mayor calidad de esta forma las firmas podrá reconocer las necesidades locales y satisfacerlas; por ende al entrar en nuevo mercado, el conocimiento experimental en las condiciones de la demanda, le posibilita tener mayor competitividad.

- o Industrias relacionadas y de apoyo.

Dentro de este factor son clave los proveedores que pueda tener una empresa para ser competitiva internacionalmente; en otras palabras, una firma que tenga proveedores de calidad y por su cercanía a estos ayudará a la optimización de su cadena de valor. De tal manera es importante que una empresa maneje las relaciones de clúster para que les cooperen su proceso de producción, distribución y comercialización.

- o Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas.

Las políticas gubernamentales son factor crítico para generar el ambiente idóneo para la creación, organización y sostenimiento de las empresas. Por otro lado, la competencia entre rivales locales impulsa el establecimiento y mejora de la ventaja competitiva, pues incentiva a las firmas a progresar, mejorar e innovar tanto como en la calidad de sus productos, precios, promociones e incluso aplicar estrategias de marketing.

- Teoría sobre el origen del intercambio desigual.

Jedlicki (2007), la preocupación del intercambio desigual de los países de tercer mundo en relación con los desarrollados, establecida por Emmanuel cambia el enfoque y lo centraliza en la oferta y los costos.

Las ganancias del intercambio comercial deben ser equitativas para ambas partes, pero algo diferente ocurre en las naciones centrales al poseer un estado de bienestar que parcialmente es pagado por países en vías de desarrollo al momento de adquirir los bienes de los desarrollados y de este modo generan que los productos de ellos tengan precios relativamente más bajos precios.

De forma ejemplificada, en términos de horas de trabajo dos productos X uno de cada estado respectivamente centrales y en vías de desarrollo, la relación un intercambio se supone que va a ser de 1 a 1, sin embargo el salario se aumenta al 50% en el país central ahora la transacción comercial las ganancias van hacer mayores para dicho país (Zambon, 2012).

Se debe a que los países en vías de desarrollo siempre han sido explotados por los centrales, ya que como en el caso de Ecuador por mucho tiempo fue proveedor de materia prima, caso del cacao; mientras que los centrales de estas materias hacían productos elaborados como el chocolate, que era importador por el país proveedor de materia prima. Al final del siglo XX, esto ha ido cambiado porque se ha dado lugar al capitalismo financiero que provoca el crecimiento del producto en el mercado global como internos de los países en vías de desarrollo, mediante la mejorar de precios de las materias primas y los costos relativamente bajos de los productos que importan.

1.1.8. Concepto de comercio exterior

El comercio exterior es un factor importante sector de la economía puesto que involucra el intercambio de bienes, servicios, entre vendedor y compradores en dos o más países y/o mercados, a través de pasos fronterizos habilitados por la aduana nacional; estas exportaciones e importación conforman la balanza comercial de cada país; en el caso de Ecuador, el comercio exterior que el país realiza con los diferentes estados del mundo (Cantos, 1998).

1.1.9. Dimensiones del comercio exterior

Las dimensiones del comercio exterior responden a la influencia de factores internacionales como locales, en el proceso de internacionalización, encontramos a la empresa Exportadora como primera etapa, donde “la internacionalización es pasiva y consiste en exportaciones puntuales a mercados internacionales. Esta exportación presenta dos características: exportación desde el país de origen a algunos mercados extranjeros y la concentración de actividades de la empresa en el país de origen (Arnoldo, 2006).

Estas exportaciones e importaciones correspondientemente de los países son reguladas por leyes y entes públicos para el legal procedimiento de estas al ingresar al territorio nacional o su salida a país destinatario.

1.1.10. Aspectos del comercio exterior

- Política comercial

Para Macas (2016), la política se convierte en un factor crítico en la economía de un país y fundamental en el ámbito comercial, en términos de comercio exterior, se concluye que puede interferir según la política comercial, aquella que optimiza y organiza las relaciones comerciales con otros países, un gobierno puede implementar una política que fomente el libre mercados o en contraposición una proteccionistas.

Los principales elementos que se utilizan en una política comercial son las importaciones, las cuales se buscan disminuir, y por otro lado se tiene a las exportaciones que si bien es cierto cualquier país persigue constantemente su incentivo.

Estos instrumentos se pueden encontrar en la balanza comercial que registra dichos flujos comerciales que se realizan en un determinado tiempo, y está se encuentra registrada en la balanza de pagos con otras más, y es ahí el indicador de la economía de un país.

- Balanza comercial.

Aquella cuenta en la que se encuentran registradas todas aquellas exportaciones e importaciones realizadas por un país en un periodo determinado, esta se puede encontrar en superávit, es donde las exportaciones superar a las importaciones; También se puede encontrar

de forma viceversa, la cual se le llama como déficit que no es buena para la economía , por lo tanto una equilibrada o superávit balanza es lo idóneo (MAGAP, 2016).

- Exportaciones.

Todas aquellas mercancías que sale de un país por vías autorizadas respectivamente cumpliendo con todas las formalidades aduaneras para su salida como tal, ya sea de forma definitiva, exportación temporal para reimportación en el mismo estado y exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (SENAE, 2017).

- Importaciones.

En este término hace referencia a las mercancías que entran a un territorio nacional, las cuales deben pasar por todas las regulaciones aduaneras de país destino, en muchos países se puede evidenciar que existen algunas barreras al momento de importar; estas pueden ser barreras arancelarias, barreras no arancelarias, documentos de acompañamientos y soporte que respalden dicha transacción comercial (SENAE, 2017).

Así mismo como en el caso anterior esta puede ser importación de consumo, admisión temporal para reexportación en el mismo estado, reimportación en el mismo estado, reposición con franquicia arancelaria, depósitos aduaneros, admisión temporal para perfeccionamiento activo, transformación bajo control aduanero y almacén especial.

1.1.11. Organismos y normas nacionales e internacionales del Comercio Exterior

- Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

Establecido tras la segunda guerra mundial; sistema de reglas establecidas con el objetivo de elevar el bienestar social en el mundo, controlar la optimización de los recursos productivos para el libre comercio internacionales en el mundo (SENAE, s.f.).

- Organización Mundial de Comercio (OMC).

Creado en 1995, a partir del GATT, conformada por 160 países, representa el 65% del comercio mundial, “es la única organización internacional que se ocupa de las normas globales que rigen

al comercio entre los países, su principal función es garantizar que las corrientes comerciales circulen con la máxima fluidez, previsibilidad y libertad posible” (OMC, 2014).

- Organización Mundial de Aduanas (OMA).

Fundada en 1952 bajo el nombre de Consejo de Cooperación Aduanera y actualmente cuenta con 165 Miembros, siendo la única organización intergubernamental mundial idónea para encarar desafíos aduanero; tiene por objetivo “incrementar la eficiencia de las administraciones de aduanas, contribuyendo al bienestar económico y a la protección social de sus miembros, favoreciendo de esta forma un entorno aduanero honesto, transparente y previsible” (SENAE, s.f.).

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Es una entidad pública responsable del control eficiente de las exportaciones e importaciones, estimulado la facilitación de un comercio justo de los negociantes para que cumpla con todas las formalidades aduaneras (El Telégrafo, 2018).

- Comité de Comercio Exterior (COMEX).

“Es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.” (COMEX, s.f.)

1.1.12. Comercio Exterior en Ecuador

En la actualidad el Ecuador ha optado por un libre mercado donde buscan aprovechar las nuevas relaciones comerciales para el beneficio del país a través de la cooperación de conocimiento, política, tecnología, comercio justo y transparente; recientemente ha creados vínculos comerciales con países como China, Estados Unidos, México, Unión Europea, entre otras; al crear relaciones y acuerdos comerciales a favor de las partes involucradas, Ecuador por su parte

se mantiene en la búsqueda de inversiones financiera, empresariales, de conocimientos, diversificar mercados para productos nacionales al ingresar al mercado europeo.

Pero el Ecuador ha tenido una participación activa en temas de integración en bloques económico como la CAN, ALADI, MERCOSUR, ALBA, UNASUR y CARICOM (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

Línea de acción estratégica con la Unión Europea, Canadá, Suiza, Rusia, Turquía, Consejo de Cooperación del Golfo con énfasis en Qatar, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Kuwait, Líbano, Belarús, Corea, Indonesia, Malasia, Vietnam, India, China, Japón entre otros. Al estudiar las exportaciones e importaciones se puede observar el cambio que ha venido sufriendo el país para mejora y desarrollo del sector industrial (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

Por mucho tiempo Ecuador en sus exportaciones predominaban las petroleras, pero a partir el 2008 aproximadamente se evidenció un cambio, según el Ministerio de Comercio Exterior (2014), la situación de las exportaciones en el mercado internacional tuvo un incremento por encima de la media regional, en el periodo de 2012 al 2013 fue el segundo en obtener un crecimiento de 7.5%.

Este incremento también se da a notar en las exportaciones de las cadenas productivas de elaborados de pesca, café, cacao, cartón, papel, plástico, cauchos entre otras puesto que en el 2008 tuvieron una cifra de \$2.9 MM que ascendió para el 2013 a \$5.1MM.

Para que el crecimiento económico tenga sostenibilidad es necesario aplicar estrategias en el caso del comercio, las marcas sectoriales promueven la potencialización del sector industrial puesto que a través de lograr la diferenciación de los productos a nivel internacional, lamentablemente hasta el año 2014, en el país no existía ninguna marca sectorial, por tal motivo el ministerio de comercio presentó un programa de inversiones con el cual se buscaba la aplicación de la marca país como sectorial para el incremento de las exportaciones.

En el tema de importaciones, es interesante puesto que tiene su lado positivo puesto que permite el ingreso de recurso y tecnologías para mejorar la industria local, mientras que caso contrario al tener acuerdo comerciales y bajos derechos arancelarios provoca consumo excesivo de los consumidores, esto estimula a la mayor salida de divisas de las que entran; el Ecuador para el

año 2013 obtuvo una elevación en las importaciones petroleras y no petroleras de 7,6% más que el 2012. Sin embargo, aunque hubo un incremento el concepto que predominó en las importaciones fueron las de materias primas y productos intermedios para la industria, en otras palabras, esto ayudó a la producción nacional. (Ministerio de Comercio Exterior, 2017)

1.2. Antecedentes

En la presente investigación cuyo objetivo principal es analizar los conceptos de negocios internacionales y comercio exterior dentro de un mundo globalizado donde interfieren diferentes ámbitos de demandas de la sociedad, para ello se ha realizado una exploración a la revisión literaria, donde diferentes artículos científicos, recogen y sintetizan perspectivas de los conceptos antes mencionados.

Los siguientes artículos académicos fueron usados como antecedentes en este estudio:

Los Negocios internacionales, comercio internacional y las evidencias de investigación académica (Vanegas, Restrepo, y González Mariano, 2014). Por otro lado, la negociación Internacional desde las tendencias en el uso de las tecnologías de información y comunicación (Cano y Baena, 2015) y las tendencias de investigación en negocios internacionales (Valbuena y Montenegro, 2017). Además, la cultural en los negocios internacionales (Acuña y Nonell, 2015), El capital intelectual y otros determinantes como ventaja competitiva en empresas exportadoras en el país de Honduras (Calix, Vigier, y Briozzo, 2015), La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en Medellín (Tabares, Anzo, y Estrada, 2014), por último Las cadenas globales de valor, comercio

internacional y actuación empresaria (Bianchi y Szpak, 2015); de esta manera se interpreta las relaciones en las que se involucran el comercio y los negocios internacionales desde diferentes enfoques.

Vanegas et al. (2014), determina las áreas actuales de investigación alrededor del comercio y los negocios internacionales desde la academia hasta temas que abarca lo organizacional, mundial, regional y nacional para Colombia con el objetivo de comprensión de las preferencias globales para que se delimiten los procesos de investigación para fines informativos, académicos y presentación de proyectos; mediante el método de referencia bibliográfica a partir de dos ópticas, la primera de la literatura y la segunda de la realidad de la representación institucional.

Concluyeron que los temas relacionados con el mundo de comercio y negocios internacionales están estrechamente unidos, por lo cual se puede apreciar la particularidad y rasgos distintivos donde pueden tener una homogeneidad o heterogeneidad según el ambiente de análisis; por otro lado determinar que se pueden delimitar campos de trabajo para generar la creación de proyectos de investigación de ambos conceptos; como en temas de desempeño de exportadores e importador, inversión extranjera a niveles micro, meso, macro y regional, internacionalización empresarial y capacidad exportadora, aprovechamientos e impactos de los tratados de libre comercio, entre otros (Vanegas et al. 2014).

Precisan que es necesario definir los campos de trabajo que se pueden estudiar metódicamente como el desempeño exportador e importador y de inversión extranjera en diversos niveles, micro, meso, macro y regional, inestabilidad cambiaria e influencia del comportamiento competitivo empresarial y sectorial, apertura de mercados mundiales como locales, internacionalización empresarial y suficiencia exportadora y el beneficio y efectos de acuerdos de libre comercio.

Cano y Baena (2015), distinguen las esenciales tecnologías de información y comunicación (TIC) utilizadas en las negociaciones internacionales, mediante la revisión literaria de 70 publicaciones entre los años 2005, 2009, 2011, 2012 y 2015 se propone la división del proceso de los negocios internacionales e incorporando las TIC teniendo en consideración su operatividad, uso, alcances y métodos comerciales; por último se deduce que las TICs favorecen a cada una de las etapas de las negociaciones internacionales, en otras palabras traen beneficios

para el exportador, importador, gerencias de las empresas, a la facilitación y agilidad de los procesos entre las empresas y marketing entre otros. De esta manera se demuestra que las TIC toman mayor relevancia. Además, satisfacen todas aquellas necesidades de comunicación e información.

En el caso de Valbuena y Montenegro (2017), describe las primordiales áreas de búsqueda alrededor de los negocios internacionales, a través de una revisión bibliográfica en 44 artículos, para ello se creó una base de datos para filtración de los apartados de mayor impacto; concluyeron que la principales tendencias en los negocios están direccionados en la globalización, internacionalización en los ámbitos de comercio internacional, competitividad, mercados internacionales, estrategias, financieramente, cultura organizacional y emprendimiento.

En otro punto, Acuña y Nonell (2015), presentan la relación entre religión, ética global con las negociaciones internacionales, para lo cual analizaron artículos científicos donde su idea central determinan la relevancia de las culturas en las organizaciones. Por tal motivo concluyen es necesarios que la zona empresarial debería conocer más acerca de las culturas, religiones y cómo influyen en el proceso del libre comercio tanto nacional como internacional.

De esta manera se conocen las necesidades del cliente al elaborar un producto y/o ofrecer un servicio de tal forma que exista una correlación cultura, religión y los negocios nacionales e internacionales.

Calix et al. (2015), estudian el capital intelectual y otros determinantes como antigüedad de la empresa, tamaño, exigencias del mercado, a partir de dos teorías, la de los recursos y capacidades y la de la empresa basada en el conocimiento, los cuales influyen para que las firmas posean una ventaja competitiva, en otras palabras, le permite a una firma sobresalir entre otras empresas del mismo mercado.

Por medio de la revisión bibliográfica, como objeto de estudio empresas exportadoras de la zona norte de Honduras, formularon tres hipótesis; las empresas exportadoras que tienen mayor índice de capital intelectual presentan mayor probabilidad de poseer ventaja competitiva, la antigüedad de las empresas exportadoras tiene una relación positiva con la ventaja competitiva

y las empresas que exportan a países con mayor grado de exigencia, poseen mayor probabilidad de tener mayor ventaja competitiva.

Por consiguiente, el estudio concluyó, que, al poseer significativo capital intelectual, mayor experiencia exportadora, alcance empresarial, mayor nivel de requerimientos del país comprador, existe un mayor nivel en la ventaja competitiva, por tal motivo se encuentra una correlación con las dos teorías antes mencionadas.

Desde la perspectiva de programas de cooperación Internacional en la internacionalización; Tabares et al. (2014), demuestran por medio de una investigación cualitativa y utilizando el modelo Uppsala; se aplicó en cuatro empresas de Colombia, que posee acuerdos de cooperación entre ellas están: Laboratorios Cero S.A., con el programa integral de apoyo a las pymes para el acceso al mercado de Estados Unidos; Solo Evas S.A.S., con el programa de internacionalización de pymes de la Comisión Europea Al-Invest; Ushuaia Jeans, con el programa CBI Holanda; Bandolina, con el programa de cooperación de la agencia TFO Canadá, y Plastipol S.A., que participó en el programa FINPYME ExportPlus.

Se evidenció que dichos programas benefician la primera etapa del proceso de internacionalización, consiguientemente y muy aparte de las ayudas proporcionadas por los programas de cooperación; la internacionalización en el caso de las pymes depende únicamente de sí mismas, en cómo gestionan la ausencia del conocimiento y hagan uso de este que ayudarán a identificar las oportunidad y amenazas del mercado.

Así mismo se probó que las pymes no poseen la suficiente madurez al desarrollar el proceso de internacionalización puesto que no han podido ir más allá del mercado Latinoamericano y esto se debe a la falta de redes en incluso la ausencia conocimiento interno dentro de la empresa.

Finalmente, Bianchi y Szpak (2015), las cadenas de valor globales toman mayor impulso en el comercio internacional, puesto que es la reciente configuración de reparto de las fases de producción en el mundo.

De tal manera impacta en mayor proporción al comercio internacional, empresas, y gobiernos tienen grandes desafíos y cientos de oportunidades para progresar en la penetración de mercado, sin embargo, conlleva a un nivel alto de riesgos e incertidumbres.

Las cadenas globales de valor crean empleo al generarse el quiebre del ciclo productivo, puesto que las fases de fabricación son realizadas en diferentes países, por lo general realizadas en países en vías de desarrollo, ciertamente la mano de obra es relativamente más barata; así mismo las empresas se mantienen en el mercado porque agregan valor a sus bienes intermedios, lo que generan la ventaja competitiva. No obstante, siempre y cuando haya una política comercial adecuada para el pleno desarrollo de dicha cadena como de las empresas como tal.

1.3. Marco legal

La presente investigación y su desarrollo se fundamentan en las bases legales del Ecuador, que a través de sus leyes y normas regulan la política del país entorno al sector económico, de esta manera ayuda al desarrollo y sostenibilidad de los Negocios Internacionales como el Comercio Exterior del país.

□ Constitución de la República del Ecuador.

Para el pleno desarrollo de los Negocios internacionales como el Comercio Exterior, es necesario desarrollar políticas económicas que proporcionen un ambiente favorable para las empresas de estas dos disciplinas; en este sentido, precisa la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Título VI Regímenes de Desarrollo, en el Art.284, núm. 2; por medio de su política económica estimular la adquisición del conocimiento tecnológico y científico, en efecto impulsará la producción nacional con la creación de la productividad y competitividad en las empresas y de esta manera buscar la introducción estratégica en la economía del mundo.

En correlación con el Art.385, núm. 3 procura fortalecer la producción nacional, eficiencia y productividad con el desarrollo de innovaciones y tecnologías que permitan mejorar la calidad de vida para el buen vivir.

Dentro de esta perspectiva, en términos de Negocios Internacionales, el país establecerá una política fiscal que promueva la inversión extranjera mediante la intervención de incentivos, con esto se busca incrementar la producción de bienes o servicios dentro del país; como lo precisa en el Art.285, núm. 3.

Con los temas tratados anteriormente, crear excelentes relaciones internacionales es uno de los grandes e importantes elementos para las disciplinas antes mencionadas, según en el Art. 416, núm. 11-12 en correlación con el Art. 423 núm. 1; el país gestionará las relaciones internacionales para los intereses de los ecuatorianos, donde primordialmente se encuentra la integración cultural, económica y política de la región Andina, Sudamericana y Latinoamericana.

En este sentido fomentar un moderno sistema donde predomine un comercio justo, inversiones, producción con alto valor agregado, mecanismo de control a las firmas multinacionales y un sistema financiero internacional honrado, limpio y justo; provocará que el Ecuador mejore su competitividad y relaciones con otros países a nivel mundial pero sobre todo al nivel de Sudamérica (Asamblea Nacional, 2008).

□ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión y su Reglamento.

Norma nacional, puesta en vigencia mediante el Suplemento del Registro Oficial N° 351 del 29 de diciembre del 2010, según el artículo 3, tiene por objeto “regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir” (Palacios, 2014).

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de estudio

Investigación Cualitativa

La presente investigación estuvo enmarcada en el tipo de estudio cualitativo, porque a través de esta se determinó las cualidades, singularidades, características de forma específica del fenómeno objeto de estudio (Hernández, 2014).

A partir de la obtención de la información, esta fue analizada objetivamente por el investigador, la cual permitió describir y determinar las ventajas, desventajas, tendencias y límites de prácticas de las líneas profesionales de negocios internacionales y comercio exterior.

Alcance de investigación

Descriptiva

El alcance de estudio fue el descriptivo, puesto que por medio del mismo, permitió obtener una panorámica más precisa, de esta forma se tendrá una visualización más objetiva de las condiciones, situaciones, dimensiones, conceptos, propiedades, características, entre otros; del fenómeno que está sujeto análisis (Campos, 2017)

2.2. Método

Inductivo

El cual permite elaborar conclusiones generales a partir de hechos particulares, en este caso que se analizarán los conceptos de comercio exterior y negocios internacionales para tener una mayor claridad en cuanto a sus ventajas, desventajas, tendencias y alcance (Dávila, 2006).

2.3. Técnicas e instrumentos

Entrevista

El uso de la entrevista como técnica permitió que la investigación tenga mejores resultados, la cual tuvo tres fases en un periodo de 3 semanas.

En primer lugar, fue necesario la elaboración del instrumento de investigación cuestionario, estructurado de forma secuencial con nueve preguntas abiertas, sobre las dimensiones tipos de contratos, transporte y logística, aduana, fiscalidad, medios de pagos, normativa, financiamiento, internacionalización, para conocer los entornos que se ve involucrado el proceso de operatividad de las carreras de Negocios Internacionales y de Comercio Exterior, para obtención de mayor cantidad de información cualitativa para responder las problemáticas planteadas.

En segundo lugar, se dio la aplicación de forma personal e individual con una duración aproximada de una hora, para una muestra intencional de cuatro profesionales de las carreras antes mencionadas expertos en el tema objeto de estudio. Se proporcionó un buen clima de confianza para facilitar la comunicación y fluidez de las preguntas.

Por último, se analizó la información recogida organizándola para la descripción y análisis de los resultados (Hernández, 2014).

Análisis de documentos

Determinadas las interrogantes de la presente investigación y al ser de alcance descriptivo, el primer paso fue la búsqueda de información, para lo cual se realizó un exploración en diversas de fuentes de información, entre ellas, están las base de datos de artículos de revistas científicas y académicas de Redalyc, Scielo, Dialnet, ScienceDiret, WorldWideScience, Base, estudios doctorales y libros digitales; en donde se utilizó ecuaciones de búsqueda para tener un enfoque

más específico de información de las problemáticas planteadas (Gómez, Navas, Mayor, y Betancourt, 2014).

El segundo paso; la organización de la información obtenida, dicha estructura fue realizada por el software de apoyo para la gestión documental llamado Mendeley Desktop, en donde se agrupan los documentos y ahí será la parte más importante para filtrar los artículos principales y secundarios, estos deberán tener mayor relevancia para la investigación; se tomará en cuenta aspectos de interés particular que serán el año de publicación, revisión literaria, metodología aplicada, idea principal y autores; para su último paso que será el análisis de esta información (Gómez-Luna et al., 2014)

2.4. Análisis de datos

En la técnica de análisis de documentos, se ejecutó el tercer paso posterior a la organización de los documentos a través de software y encontrados los artículos principales de mayor interés; se realizó una lectura detallada y análisis de estos para escoger los de mayor importancia crítica para la investigación; con estos pudo determinar la conceptualización epistemológica, comportamiento y tendencias actuales de negocios internacionales y comercio exterior (Gómez-Luna et al., 2014).

Por otro lado, con la técnica de una entrevista estructurada donde se logró obtener una amplia información sobre las prácticas y alcance de los negocios internacionales y comercio exterior, y una vez finalizada se someterá a un análisis profundo para extraer la información y pensamientos más relevantes que ayuden a construir un análisis comparativo de la operatividad del objeto de investigación, en donde el investigador tendrá una postura crítica para argumentar sobre las ideas extraídas, puesto que con esto se busca delimitar las líneas de acciones de cada rama del ámbito comercial antes mencionadas (Trujillo Cotera y Acón Matamoros, 2012).

CAPÍTULO III

3. RESULTADO

3.1. Conceptualización epistemológica de los negocios internacionales y comercio exterior.

La epistemología en las áreas de negocios internacionales y comercio exterior no han sido muy estudiadas como tales, es decir, que hay pocos estudios que hablen específicamente sobre la epistemología de estas dos carreras, puesto que se han realizado investigaciones desde diferentes puntos como el empírico, económico, cultural, entre otros. Sin embargo, son pocos los estudios que tratan de buscar la naturaleza, concepto científico, esto se debe a que se consideran ciencias nuevas a pesar de que han sido practicadas desde el comienzo de la humanidad.

Por esta razón encontrar la identidad científica de estas dos disciplinas ayudará a saber diferenciarlas, en este estudio se encontraron 10 artículos los cuales detallan los enfoques teóricos, unidades de análisis y metodología para entablar una conceptualización epistemológica de las mismas.

Para ello es necesario precisar que estudia la epistemología, según Sadín (2003), el origen latín se divide en dos palabras epistémeme (conocimiento) y logo (teórica), estas dos palabras juntas denotan la teoría del conocimiento que se fundamentan científicamente.

En el caso de los Negocios Internacionales se encontraron dos investigaciones principales; según Casas, Hernández y Párra (2012) realizaron un análisis de las teorías de los Negocios Internacionales y sus implicaciones epistemológicas, donde detallan dos enfoques teóricos principales que han moldeado las bases de esta disciplina desde una perspectiva empresarial por medio del método de revisión bibliográfica aplicado en el programa académico de la universidad EAN, Colombia.

El enfoque eclético o el paradigma de Oli por John Dunning, se fundamenta en la internacionalización de la empresa destacando las condiciones necesarias con las que debe contar un país para que una multinacional tome la decisión de invertir, es decir que estos no solo se basan en el flujo de intercambio de un país a otro, sino que cabe recalcar la importancia de las determinaciones de la empresa en operar directamente en otro país.

Entonces se generan tres interrogantes o inquietudes, donde se menciona que la IED se crea a partir de las ventajas específicas, es decir, que se involucra la propiedad intelectual de marca, procesos y tecnologías, economías de escala, tamaño, mejor utilización de recurso, entre otros. También se generan a través del estudio de las estructuras empresariales y la competitividad de los mercados analizando a empresas rivales y consumidores.

La IED se localiza por medio de especialización internacional a través de ventajas de localización que son todos los conceptos derivados de calidad y costo de los inputs, los cuales dependen de cada país. Y la organización de la producción internacional se da a través de las ventajas de la internacionalización, que significa que la IED puede ayudar a una empresa a reducir los inputs, fortalecer sus derechos de propiedad y marcas e incluso de controles de precios y gravámenes.

Con la teoría de la externalización, sus nuevas formas de inversión y redes de empresas transnacionales, se puede concluir que en un mundo que ha cambiado mucho sus procesos productivos y de comercialización de productos y servicios, sumado a ellos, se han creado nuevas formas de inversiones más justas, en otras palabras una entrada de capital extranjero que no afecte tanto a la economía local donde se va a invertir, puesto que permiten mejor control del flujo capital, protección de barreras arancelaria, políticas, mejor penetración de mercado, cuando una empresa compite con una multinacional establecida que utiliza la IED tradicional puesto que en muchas ocasiones no comprenden la cultura en la que están invirtiendo proporcionando una cierta ventaja a su competencia.

Estas nuevas formas se manifiestan en la relación entre firmas nacionales y extranjeras donde de por medio existen acuerdos bilaterales, tratados de libre comercio para que existan un beneficio equitativo para las partes.

Estas dos teorías ayudan a desarrollar las bases conceptuales que debe manejar un profesional de negocios internacionales; no se puede estudiar de manera aislada a los Negocios Internacionales puesto que esta se complementa con otras disciplinas y esto se debe a la integración de los países provocada por la globalización.

En esta disciplina existen dos factores que destacan que son las inversiones extranjeras directas y la negociación intercultural, puesto que los negocios internacionales vienen sujetos a los

acuerdos comerciales, tratados de libre comercio, donde se ven involucrados países, organizaciones privadas como gubernamentales.

Por otro lado, Diagaman (2017); desde una mirada epistemológica, estudia la naturaleza y los Negocios Internacionales utilizando una metodología de revisión bibliográfica, precisa que los Negocios Internacionales es una disciplina joven que está abriendo camino a sus bases científicas, y detalla que existen dos enfoques de cómo estudiarlo.

Desde el enfoque relaciones económicas determinar que son aquellas transacciones internacionales de dos o más países entre empresas privadas con intereses económicos o gubernamentales que puedan o no buscar lucrarse por medio de estas transacciones (Daniels y Radebaugh, 2000 citado por Diagaman, 2017).

Un segundo enfoque donde el actor principal es una persona jurídica, puntualizar a los Negocios Internacionales que es cualquier firma que dentro de una práctica comercial o de inversión extranjera se ve involucrado (Charles Hill, 2001 citado por Diagaman, 2017).

Sin embargo, Diagaman detalla que no hay que ver a los NI como transacciones u organizaciones que mediante una negociación buscan un fin de lucro, si no que detrás de aquella negociación vienen implícitos elementos culturales, sociales, económicos, políticos, morales, jurídicos, comunicativos y técnicos que se realizan en un tiempo y dimensión internacional o global. Eso quiere decir que las negociaciones van más allá de saberes técnicos que, son indispensable, sino que también se ve involucrado en lo social, institucional y personal.

También se hace hincapié en el Comercio Exterior, donde difieren en su naturaleza procedimental mientras que este primero observa rigurosamente lo técnico y operativo; los Negocios Internacionales están direccionados a lo estratégico, sin embargo, acentúa que no es posible desenvolverse en los negocios sin el mecanismo del comercio exterior.

Asimismo, determina que, al ser una ciencia social de mayor alcance, está sumamente ligada y complementada con las ciencias políticas, relaciones internacionales, derecho internacional, antropología cultural, entre otras.

Para abordar desde el punto de vista epistemológico al Comercio Exterior no se encontraron artículos que la estudien como tal disciplina, por lo cual se encontró enfoques teóricos que respaldan sus bases científicas para determinar su conceptualización, los principales son:

La teoría clásica de la ventaja absoluta, establecida por Adam Smith, donde plantea que las riquezas de las naciones se dan por el libre comercio entre dos países, donde se debe poseer una ventaja absoluta, es decir especializarse en producir un bien en bajos costos de inputs y en unidades de trabajo, que otro país que elabora el mismo e importar aquellos bienes escasos. En término de comercio, la acumulación de riqueza se genera a través de la exportación (Rengifo, 2017).

Por otro lado, la teoría de la ventaja comparativa, planteada por David Ricardo, refuta la teoría de Smith y manifiesta que el comercio se genera por medio de la ventaja comparativa basada en que el valor es relativo del país, una nación debe especializarse en la producción de un bien que no tenga ventaja puesto que al elaborarlo no importa el costo de los factores inputs puesto que estos valores son relativos (Rengifo, 2017).

Del mismo modo, la teoría de Heckscher-Ohlin demuestra que los países tienden a especializarse en lo que mayormente tienen y en lo que no pueden producir o les cuesta demasiado producir lo importan, es ahí la creación del comercio (Rengifo, 2017).

Desde otro punto de vista la teoría del ciclo de vida del producto, establecida por Raymon Vernon plantea y tomando de referencia la teoría anterior, que el producto pasa por tres etapas: Introducción, donde se informa las características del producto; Crecimiento, es cuando el producto tiene aceptación por los consumidores y genera un incremento en las ventas; y la Madurez, que es la estabilización del mercado y la demanda es lenta y partir de ahí se genera un declive que en muchos casos aparece un producto mejorado y ahí comienza un nuevo ciclo (Landin, Jaramillo y González, 2016).

Y, por último, la teoría del Comercio Intraindustrial menciona que todas aquellas importaciones y exportaciones dentro de un mismo sector, un país tiene la capacidad de producto con los factores inputs para satisfacer la demanda interna de varios bienes y poder satisfacer la necesidad que no alcancen a cubrir por medio de importaciones (Landin, Jaramillo y González, 2016).

De esta manera con los enfoques teóricos anteriores se precisa que el Comercio Exterior es el intercambio, importaciones y exportaciones de bienes o servicios de un país con otro, cumpliendo con las formalidades y requisitos técnicos que requiere la aduana para libre circulación dentro de la zona secundaria del país.

3.2. Alcance desde el punto de vista operativo de los negocios internacionales y el comercio exterior.

Con las entrevistas realizadas a docentes de Comercio Exterior y Negocios Internacional y con su gran experiencia en el campo profesional de las ciencias objetos de estudio contribuyeron a conocer el alcance que tienen los negocios internacionales y del comercio exterior, donde se precisó que los negocios Internacionales estudian la forma de negociación a nivel global entre países, entes y bloques económicos, es decir, todo aquello que pasa antes de que la mercancía llegue a un puerto, aeropuerto o zona autorizada para paso fronterizo; factores como los patrones de negociación, análisis de cultura, creencias, religiones, contratos, formas de pago, acuerdos comerciales, tratados de libre comercio, tipo de cambio, estudio de mercado, Incoterms, entre otros.

Y una vez que se haya realizado todo el proceso de negociación y la mercancía esté lista para salir y/o entra a un país estamos hablando de Comercio Exterior, es decir, la operatividad, lo que conlleva logística desde que la mercancía está en un depósito aduanero para que una mercancía salga o arribe a otro país, cumpliendo con todos los requerimientos técnicos como etiquetado, empaque, embalaje, derechos arancelarios y no arancelarios, entre otros.

Lo que lleva a considerarse que el Comercio Exterior es la base para el desarrollo de Negocios Internacionales, tienen una relación interdependiente y complementaria para dinamizar la economía, local, regional y global.

En el proceso de Internacionalización una empresa posee cuatro etapas: exportadora, internacional, multinacional y global; estas se desarrollan en el mercado dependiendo de las necesidades de enfoque del producto y servicio. En los Negocios Internacionales una empresa puede llegar a ser internacional, multinacional e incluso global, pero necesita un departamento o empresa exportadora e importadora para llevar a cabo todo el proceso operativo de una transacción comercial. De igual manera para una empresa de Comercio puede avanzar y crecer

como empresa, e introducirse a más variables de negocios como los implica una multinacional; pero cabe mencionar que estos procesos de negociación y operatividad se complementan, no existen intercambio comercial sin negociación y viceversa.

Dentro de toda la operatividad de una transacción comercial se encuentran primero los negocios internacionales y por último el comercio exterior, para realizar negocios se necesitan de contratos y para una empresa de Negocios es más amplio, a diferencia de una que se dedica solo a exportación e importación hacia otro país, entre las principales están: contrato de inversión extranjera, compraventa internacional, distribución internacional, agencia internacional, Joint Venture, franquicias, contrato internacional de servicio.

Por otro lado, los contratos de Comercio Exterior más utilizados son contrato de compraventa, contratos de asistencia técnica, contrato de naviera, seguros, almacenaje, tarifas de portuaria, entre otros.

Los medios de pago son los mismo para negocios internacionales y comercio exterior, puesto que su objetivo es concretar una transacción, existen medios de pagos simples, esto hace referencia a que no hay condicionamientos o contraprestación de documentos; como transferencias bancarias internacional, cheque bancario internacional, cheque certificado, remesa simple. Sin embargo, los medios de pagos documentales son aquellos existen contraprestación de documentos entre ellos las cartas de crédito irrevocable confirmada, no confirmada, a la vista, con aceptación, cláusula roja, cláusula verde, estandarizadas por la Cámara de Comercio Internacional.

En el marco de logística y transporte, los Negocios Internacionales se encargan de haber pactado el término de negociación para saber que riesgos, responsabilidades y obligaciones tiene el exportador como importador, más no se involucra en el proceso operativo, por consiguiente el Comercio Exterior es aquel que se encarga de todo este proceso logístico y aduanero, es decir, cuáles son los requisitos para que una mercancía salga o entre a un país, documentos de barreras no arancelarias, clasificación arancelaria para pagar los gravámenes que se encuentran en el Arancel de Importaciones de cada país, bloques económicos, entre otros; esto precisa que el Comercio exterior es el encargado que una mercancía salga de su país de origen y llegue según las condiciones establecidas y requeridas por el comprador a su país destino.

La fiscalidad internacional va a tener varios matices por la política comercial, que este va a variar según el país donde se van a pagar los derechos arancelarios establecidos en el Arancel de Importaciones nacionales, puesto que existen varias nomenclaturas a nivel, europeo, organizaciones como la CAN, ALADI, norteamericano, entonces dependiendo con quien se vaya a realizar la negociación y donde se encuentre.

Las estrategias de financiamiento puede también ser un medio de pago a corto plazo, o en medios donde primero se genera un anticipo, este rubro económico ayuda al financiamiento de una empresa, sin embargo, otra modalidad de financiamiento se da por estrategias Factoring que consiste en vender únicamente las facturas comerciales a una compañía Factoring a cambio de una comisión por servicios administrativos.

Y el Forfainting se dan en operaciones de exportación que consiste en vender documentos comerciales como letras de cambios, pagaré e incluso las cartas de crédito a un valor determinado y la empresa de Forfainting generará el pago de esos documentos comerciales para luego ella encargase de cobrar el valor correspondiente al importador.

La normativa aplicable para los Negocios Internacionales y Comercio Exterior será de los países intervinientes en el contrato de compraventa, en el caso de Ecuador se aplica es el Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión, regulado por el Comité de Comercio Exterior.

3.3. Tendencias actuales que manejan los negocios internacionales y el comercio exterior

El continuo crecimiento de los Negocios Internacionales y Comercio Exterior dependerá de las decisiones tomadas en la política comercial, las tendencias actuales del 2017 al 2019, reflejan que en la actualidad el intercambio de bienes y servicios vienen consigo factores de inversión, movimientos de personas e información y por ellos se crearon las cadenas globales de valor las cuales se han beneficiado con el creciente desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación e innovaciones.

Así menciona la CEPAL (2018) a través de un estudio a la revisión bibliográfica señala que el Comercio Electrónico transfronterizo es y será el nuevo impulsor de las exportaciones, con la rápida conexión que uno tiene a través de internet facilitan la compra y venta de bienes y servicios, reduciendo costos y tiempo e incluso la logística de entrega para que el cliente tenga mayor comodidad, los países que más comercio electrónico realizan son Estados Unidos, Japón, China, República de Corea y Alemania.

Asimismo, corroboran Perdigón, Viltres y Leiva (2018) utilizando el método de revisión sistemática de la literatura, demuestran al E-commerce como la modalidad de negociación que cada día incrementa sus seguidores generando beneficios para las empresas y personas que utilizan esta modalidad y esto debido a las tecnologías de informática y comunicaciones que cambia la vida social, económica y cultural del hombre y nos interconecta con mucha rapidez.

También señalan en la creación e innovación de los sitios web se ha desarrollado y que en la actualidad estas deben adaptarse más a los dispositivos móviles, porque este aparato se ha vuelto una gran necesidad en la vida del ser humano.

Un plus que añaden en esta investigación es el Marketing Digital para PYMES ya que componen la mayoría en el sector empresarial, y si estas empresas aplicaran el marketing digital en sitios web, redes sociales, medios de pagos digitales, entre otros ayudaría a desarrollar la economía de los países de donde se encuentran.

En el mismo camino de la tecnología, otra tendencia que puede tener un impacto positivo en la facilitación del comercio global y provocar una transformación en la cadena de suministro, es la tecnología Blockchain, un sistema conformado por una cadena de bloques que contiene información que no puede ser modificada a menos de que exista un consenso, adicional aunque su implementación fue principalmente en el sistema financiero, por su alto grado de eficiencia, confiabilidad y transparencia, está siendo atractivo en este caso específico para la cadena de suministro para optimizar costes, tiempo y buena distribución de información (Gallardo, Bazan y Venosa, 2019)

De esta forma lo corroboran Arias (2018), este sistema que contiene una criptomoneda genera un comercio transparente y sin papel, es decir que, a través de la cadena de valor, nadie puede intervenir a cambiar información sin antes haber un consenso entre los usuarios. También proporcionar un rápido intercambio de papeles, como los certificados de origen, facturas, cartas de crédito sin demoras o pérdidas asegurando autenticidad e integridad de la documentación.

Asimismo, sucede con la adquisición y contratación fácil e inteligente que puede incluir las obligaciones de pago, es decir, este sistema genera que no se quiebren contratos y esta persona no se haga cargos de sus pagos, e incluso con estos existe una manera de facturar más justa y transparente (Arias, 2018).

También permite saber el tiempo real de donde se encuentran los bienes durante el envío, e incluso saber de manera cierta, el lugar donde fue creado un bien como se especifica en el certificado de origen. Sin embargo, aún este sistema tiene muchos desafíos que enfrentar dentro del campo de la logística, e incluso que sea más asequible para la pequeñas y medianas empresas.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

La siguiente investigación cuyo objetivo principal es analizar comparativamente las diferencias existentes entre negocios internacionales y el comercio exterior, por esta razón se examinaron los resultados obtenidos en correlación con los estudios previos.

Es necesario discutir las interrogantes que se plantearon, puesto que existen investigaciones donde se estudia al comercio y/o negocios internacionales con otras disciplinas sin embargo

hay evidencia limitada de investigaciones académicas que estudien epistemológicamente a cada una de ellas.

Los resultados son consistentes con que el comercio inicia con los Negocios Internacionales siendo el punto de partida para dar paso al Comercio exterior encargado de todas las implicaciones que toma trasladar una mercancía de un lugar a otro, tomando la precisión de Diagamán (2017), menciona que estas dos disciplinas difieren en su naturaleza procedimental, puesto que el Comercio abarca todo lo técnico operativo de una Negociación Internacional que está más arraigada a las estrategias, acuerdos, cultura, relaciones internacionales, entre otros; para concretar los riesgos y obligaciones que van a tener cada parte en el intercambio internacional, lo cual tiene concordancia con el estudio previo de Vanegas et al. (2014) donde concluyeron en su estudio que estos están enlazados pero se puede notar la particularidad y rasgos distintivos según el ambiente de análisis y que empresarialmente se delimitan las profesiones teniendo una inmensa amplitud profesional por cada lado.

Los resultados proporcionan soporte concluyente de que la tendencia principal es el comercio electrónico transfronterizo es y será el nuevo impulsor de las exportaciones e importaciones, con la rápida conexión que uno tiene a través de internet facilitan la compra y venta de bienes y servicios, reduciendo costos y tiempo e incluso la logística de entrega para que el cliente tenga mayor comodidad, como menciona Perdigón, Viltres y Leiva (2018) destacan a las tecnologías de informática y comunicación (TIC) porque en la actualidad dan y seguirán dando mayor rapidez e interconexión entre vendedores y compradores por medio de plataformas digitales ofreciéndoles facilidad de información para comprar o vender un producto o servicio, asimismo con sus formas de pagos, añadiendo un marketing internacionales, posesionan al ECOMMERCE como el futuro para pactar toda transacción que se quiera realizar a nivel global, regional y local; con lo que la investigación está de acuerdo con el estudio previo de Cano y Baena (2015) que consideraron a las TIC esenciales para favorecer cada una de las etapas de las negociaciones internacionales; esto se debe por su operatividad, uso, alcance y métodos comerciales, agilidad de procesos puesto que satisfacen todas aquellas necesidades de comunicación e información de manera digital. Y para el estudio de Valbuena y Montenegro (2017) donde precisan al E-COMMERCE como tendencias actuales para estas disciplinas objetos de estudio.

Desde otro punto de vista los resultados, Casas, Hernández y Párra (2012) en su primer enfoque se refieren a la IED, mencionan que esta se crea a partir de ventajas específicas como propiedad intelectual de marca, proceso (know how), tecnologías, tamaño de la empresa, entre otras; a diferencia de su localización que se da donde existe especialización internacional, es decir gracias a las ventajas de localización que encierra conceptos de costos inputs y calidad que su variación depende del país donde se encuentre radicada la empresa y por último la organización de su producción internacional donde la IED ayudará a reducir dichos costos inputs, fortalecer marcas, etc.; factores que favorecen a mantenerse competitivo en el mercado y así lo señala Calix et al. (2015), al tener mayor índice de capital intelectual presentan mayor probabilidad de poseer ventaja competitiva, la antigüedad de las empresas exportadoras tiene una relación positiva con la ventaja competitiva y las empresas que exportan a países con mayor grado de exigencia, poseen mayor probabilidad de tener mayor ventaja competitiva.

En su segundo enfoque refieren a la externalización, nuevas formas de inversión y redes de empresa, menciona que han cambiado mucho los procesos productivos y comercialización de productos y servicios, sumado a ellos creación de nuevas formas de inversiones y redes de empresa, por ende, se manifiestan relaciones entre firmas nacionales y extranjeras donde por medio existen acuerdos bilaterales, tratados de libre comercio para que existan un beneficio equitativo para las partes. Muchos de estos resultados confirman lo ya encontrado por autor el Bianchi y Szpak (2015) en su estudio donde las cadenas de valor globales se fortalecen al quiebre del ciclo productivo, estas toman mayor impulso, impacta en mayor proporción al comercio internacional, empresas, y gobiernos tienen grandes desafíos y cientos de oportunidades para progresar en la penetración de mercado porque se crean redes de empresas, en la actualidad se ve empresas locales que ayudan con la mano de obra a empresas multinacionales de otros países.

Por último, los resultados de Diagaman (2017) proporcionan soporte concluyente de que no hay que ver a los NI como transacciones u organizaciones que mediante una negociación buscan o no un fin de lucro, si no que detrás de aquella negociación vienen implícitos elementos culturales, sociales, económicos, políticos, morales, jurídicos, comunicativos y técnicos que se realizan en un tiempo y dimensión internacional o global, eso quiere decir que las negociaciones van más allá de saberes técnico que sin embargo, son indispensable sino que también se ve involucrado lo social, institucional y personales, los cuales coinciden con los obtenidos por Autor Acuña y Nonell (2015), en su estudio donde concluyen necesarios que la

zona empresarial debería conocer más acerca de las culturas, religiones y como influyen en el proceso del libre comercio tanto nacional como internacional, puesto que les permitirá conocer mayormente las necesidades del cliente al elaborar un producto y/o ofrecer un servicio de tal forma que exista una correlación cultura, religión y los negocios nacionales e internacionales.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES

- Negocios Internacionales y el Comercio Exterior son ciencias nuevas científicamente, aunque fueron manejadas desde los inicios de la humanidad, no cuentan con muchos artículos que sustenten científicamente su naturaleza y conceptualización epistemológica; sin embargo, poseen diferentes enfoques teóricos que llevan a concluir que los Negocios Internacionales es la manera en la que se va a concretar un acuerdo comercial entre dos o más países, donde se ven incluidas la cultura, estrategias de negocios y la IED, por otro lado, el Comercio Exterior es la parte operativa, en otras palabras todo el procedimiento que se va a llevar a cabo para hacer que una mercancía pueda salir y entrar de un país a otro. Por consiguiente, estas carreras no pueden desarrollarse por sí solas, se necesitan una de la otra para empezar y terminar una transacción comercial, por otro lado, al ser ciencias sociales necesitan de otras ramas como el derecho, administración, logística, económica, entre otras para desenvolverse a plenitud en el entorno comercial.
- Operativamente los negocios y comercio exterior son muy distintos puesto que la forma de proceder de los negocios es la aplicación de estrategias, formas de vestir, gestos, saludos, cultura, es indispensable saber todo acerca del cliente y de esta forma poder llegar a pactar una negociación, pero el comercio operacionalmente es la logística con la que se va a llevar a cabo el traslado de mercancías desde su país origen a su destino pactado, en otras palabras, desde cuando se saca la carga en la fábrica, transporte interno de origen, puesta la carga en el buque, seguro, formalidades de aduana del país origen, tránsito hasta que llegue al puerto destino, formalidades de aduana en destino, transporte en el país destino y entrega de la carga hasta el lugar pactado.

- Las tendencias actuales de los Negocios Internacionales y Comercio Exterior están asociadas con el avance tecnológico, unido a cambio portuarios, surgimientos de nuevos mercados, cambio de la cadena de suministro, la tendencia que predomina en estas dos ciencias es el Comercio Electrónico, ya que través de las TIC se facilita la obtención de información y comunicación entre compradores y vendedores, lo que beneficiará y revolucionará en mayor medida la forma de proceder para hacer negocios y su operatividad

sin necesidad de encuentro físico, entrega de documentos físicos ya que por medio de la tecnología y la interconexión de las empresas facilitan la obtención de documentos.

CAPITULO VI

6. RECOMENDACIONES

- A la falta y existencia de pocos estudios sobre la epistemología de los Negocios Internacionales y Comercio exterior, se debería incentivar más a la academia en especial a los que forman parte de esas ciencias a investigar un poco más y de esta forma tener más estudios con sustentos científicos para conocer y saber más sobre su naturaleza y como estos se correlacionan con los enfoques teóricos para ir formando fuertes bases teóricas científicas de estas ciencias que en la actualidad recién están abriéndose camino en el mundo científico.
- Es necesario que los estudios y personas que ejercen profesiones de estas dos disciplinas tenga en claro la operatividad que conlleva cada una de ellas, y que de esta manera se generen más estudios en este punto para que los profesionales e incluso la academia conozca más sobre la operatividad de los Negocios Internacionales y Comercio Exterior.
- Los negocios internacionales y comercio exterior se mantiene en constante actualización ya sea por los cambios en el mercado o el avance de la tecnología por lo cual es importante conocer en cierto periodo de tiempo las tendencias que estas tiene para identificar las oportunidades en la diversificación de mercados y mejorar la competitividad como empresas y/o profesionales de estas ciencias.

BIBLIOGRAFÍA

Acuña, H., & Nonell, P. (2015). LA DIPLOMACIA CULTURAL EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES: RELIGIONES DEL MUNDO * Henry Acuña Barrantes ** Pedro Nonell Torres ***. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 10(2), 215–235. Retrieved from Acuña, H., & Barrantes, H., & Nonell, P. (2015). LA DIPLOMACIA CULTURAL EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES: RELIGIONES DEL MUNDO. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia*

- Arnoldo, A. L. (2006). El proceso de internacionalización de empresas. *TEC Empresarial*, 3(3), 18–25. Retrieved from http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/653/580
- Asamblea Nacional. (2008). Constitución del Ecuador. Registro Oficial, 449(Principios de la participación Art.), 67. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Barbosa Chacón, J. W., Barbosa Herrera, J. C., & Rodríguez Villabona, M. (2013). Investigación bibliotecológica. In *Investigación bibliotecológica* (Vol. 27). Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2013000300005
- Barrera, M. (2001). *negocios internacionales en el ecuador 2*. Montevideo: CAPEIPI.
- Bianchi, E., & Szpak, C. (2015). Cadenas globales de valor , comercio internacional y actuación empresaria. *Revista Argentina de Investigación En Negocios*, 1(Abril), 11–27. <https://doi.org/ISSN> (en línea) 2422-5282
- Buendía, E. (2018). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 28(69), 55–78. <https://doi.org/10.1161/01.CIR.98.8.731>
- Bustos, M. (1993). Las teorías de localización industrial, una breve aproximación. *Estudios Regionales*, 35, 51,76.
- Calix, C. G., Vigier, H. P., & Briozzo, A. E. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*, 6(14), 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.10.005>
- Campos, M. (2017). *Métodos de Investigación Académica* (p. 18). p. 18. Retrieved from http://www.icomoscr.org/m/investigacion/%5BMETODOS%5DFolleto_v.1.1.pdf
- Cano, J. A., & Baena, J. J. (2015). Tendencias en el uso de las tecnologías de información y comunicación para la negociación internacional. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 335–346. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.03.003>

- Cantos, M. (1998). Introducción Al Comercio Internacional. 01 De Enero, 173. Retrieved from http://books.google.com.ec/books?id=e033m2_cqDwC&pg=PA249&dq=neumonia+pdf&hl=es&sa=X&ei=jBGWU7SIHcLlsASJsYGgAQ&ved=0CCUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false%5Cnhttp://books.google.com.ec/books?id=e033m2_cqDwC&pg=PA249&dq=neumonia+pdf&hl=es&sa=X&ei=jBGWU7SIHcLlsASJs
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3), 4–23. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>
- COMEX. (n.d.). Ministerio de comercio exterior e inovacion. Retrieved from <https://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/>
- El Telégrafo. (2018). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cartas/1/carta-del-servicio-nacional-de-aduanadel-ecuador-senae>
- El Universo. (2015). Ecuador, séptimo en Sudamérica en un ranking de negocios | Economía | Noticias | El Universo. Retrieved April 14, 2019, from <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/06/nota/5223855/ecuador-7o-sudamericaranking-negocios>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. A. (2014). Literature review methodology for scientific and information management, through its structuring and systematization *Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematizaci.* *Dyna*, 81(184), 158–163. Retrieved from <http://dyna.medellin.unal.edu.co/%0Ahttps://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>
- González, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 1(858), 103–118.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta; M. W-Hill, Ed.). Retrieved from

https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Jedlicki, C. (2007). El Intercambio Desigual. *Imperialismo y Comercio Internacional*, 5–37.

Kirchner, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional* Arese (Cuarta Edición; C. L. Editores, Ed.). Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Jz1MsQrwd_IC&oi=fnd&pg=PR5&dq=marketing+en+negocios+internacionales&ots=347uB19EKn&sig=FEaPIC8rUNlzN3pmrWsmNmovwsg#v=onepage&q=marketing+en+negocios+internacionales&f=false

Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Cengage Learning.

Lozada, A. (2017). *Marca país* (pp. 8–172). pp. 8–172. Retrieved from https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=652&id_articulo=13630

Macas, G. (2016). *Ecuador y su futuro en el comercio exterior*. Retrieved from <http://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/ecuador-futurocomercio.pdf>

Machinea, J. (2007). *La Ventaja Competitiva De Las Naciones*. Harvard Business School, 91(1), 5–12. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

MAGAP. (2016). *Balanza Comercial*. <https://doi.org/10.3846/1392-3730.2009.15.131-135>

Marzano, G. (2010). *Ecuador Comercio Exterior*. Verdad, p. 23,38. Azuay: Universidad de Azuay.

Mayorga Gutiérrez, D., & Araujo Azalde, P. (1992). *Introducción a los negocios internacionales* (Primera edición; J. Carrillo Mendoza, Ed.). Retrieved from <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2034>

- McDonald, F., Tüselmann, H.-J., & Wheeler, C. (2002). *International business : adjusting to new challenges and opportunities*. The Academy of International Business, pp. xvi, 318 p. <https://doi.org/10.1007/s12185-013-1368-y>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Plan Estratégico Institucional 2014-. Retrieved from <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/Plan-Estrategico-Institucional-2014-2017-4.compressed.pdf>
- OMC. (2014). La Organización Mundial del Comercio. <Http://Www.Wto.Org>, 1–8. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Palacios, C. (2014). Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones (Copci) Y Propuesta De (pp. 1–31). pp. 1–31.
- Rodríguez, A. M. (2007). 2(2) 156-228. : : *International Journal of Good Conscience.*, 2(2), 156–228. Retrieved from [http://www.spentamexico.org/v2-n2/2%282%29 156-228.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n2/2%282%29%20156-228.pdf)
- Rueda, J. (2008). DE LA EMPRESA : CAUSAS Y ESTRATEGIAS QUE LO PROMUEVEN
1 THE PROCESS OF INTERNATIONALIZATION OF ENTERPRISES : THE
CAUSES AND STRATEGIES FOR THEIR PROMOTION. IV(7), 51–57.
- SENAE. (n.d.). Organización Mundial de Aduana (OMA) – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Retrieved from <https://www.aduana.gob.ec/organizacion-mundial-de-aduana-oma/>
- SENAE. (2017). Regímenes Aduaneros – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Retrieved from <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Tabares, S., Anzo, E., & Estrada, L. M. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 314–324. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.001>

- Trujillo Cotera, A., & Acón Matamoros, A. (2012). Opinión de graduados sobre su formación y otros aspectos importantes de las carreras de la Escuela de Ciencias de la Educación, de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de Costa Rica. *Revista Electrónica Calidad En La Educación Superior*, 3(1), 104–118. Retrieved from <http://201.196.149.98/revistas/index.php/revistacalidad/article/view/435/330>
- Valbuena, P., & Montenegro, Y. (2017). Tendencias de investigación en negocios internacionales. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XIII(25), 9–18.
- Vanegas, J., Restrepo, J., & González Mariano. (2014). Suma de Negocios. *Suma de Negocios*, 5(11), 4–9. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70014-X](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70014-X)
- Vázquez, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. *EURE (Santiago)*, 26(79), 47–65. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612000007900003>
- Zambon, H. (2012). EMMANUEL - El intercambio desigual. Imneuquen, *Economía y Energía*, 1. Retrieved from <https://www.lmneuquen.com/arghiri-emmanuel-y-el-intercambiodesigual-n137773>
- Zwerg, A. (2008). Negocios Internacionales. *Corporate Environmental Orientation: Conceptualization and the Case of Andean Exporters*, 30, 3–18. <https://doi.org/10.1039/C4NJ00351A>

A

N

E

X

O

S



LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS REALIZADA POR VALENCIA GUACHAMIN ELIAS KEVIN, ESTUDIANTE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LCD. EN COMERCIO EXTERIOR, ESTA SE REALIZA CON LA FINALIDAD DE OBTENER INFORMACIÓN QUE SERÁ MANEJADA CON LA RESPONSABILIDAD QUE REQUIERE LA MISMO.

Entrevistador:
Docente:
Fecha:
Hora de inicio:

Entrevistado:
Institución:
Hora de finalización:

Entrevista a docente de la carrera de comercio exterior

PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son las formas de contratación del Comercio Exterior y cuáles son las más habituales en una transacción de Comercio?
2. Tomando en cuenta la importancia de la logística y transporte en las transacciones comerciales ¿cómo se maneja la misma en el Comercio Exterior? ¿Y cómo se desenvuelven el tema de los Incoterms en el mismo?
3. ¿Cuál es el grado de implicación que tiene los procesos aduaneros y sus formalidades para el Comercio Exterior?
4. ¿Qué tipo de fiscalidad aplica para el Comercio Exterior y en el lugar de negociación?
5. ¿Cuáles son los medios de cobro que se involucran en una transacción de Comercio Exterior y quienes intervienen en dichas transacciones?
6. ¿En el país que normativa es aplicables para transacciones de Comercio Exterior?
7. ¿Cuáles son las estrategias de financiación se utiliza una empresa de Comercio Exterior?

En consideración al proceso de internacionalización que en la actualidad se convierte en una necesidad ante la globalización y crecimiento de las firmas.

8. ¿Cuál es el nivel de internacionalización al que puede llegar una empresa de Comercio Exterior?
9. ¿A que tipo de entornos se puede rodear una empresa de Comercio Exterior?



LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS REALIZADA POR VALENCIA GUACHAMIN ELIAS KEVIN, ESTUDIANTE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LCD. EN COMERCIO EXTERIOR, ESTA SE REALIZA CON LA FINALIDAD DE OBTENER INFORMACIÓN QUE SERÁ MANEJADA CON LA RESPONSABILIDAD QUE REQUIERE LA MISMO.

Entrevistador:
Docente:
Fecha:
Hora de inicio:

Entrevistado:
Institución:
Hora de finalización:

Entrevista a docente de la carrera de negocios internacionales

PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son las formas de contratación de los Negocios Internacionales y cuáles son las más habituales en una transacción de Negocios?
2. Tomando en cuenta la importancia de la logística y transporte en las transacciones comerciales ¿cómo se maneja la misma en los Negocios Internacionales? ¿Y cómo se desenvuelven el tema de los Incoterms en ella?
3. ¿Cuál es el grado de implicación que tiene los procesos aduaneros y sus formalidades para los Negocios Internacionales?
4. ¿Qué tipo de fiscalidad aplica para los Negocios Internacionales y en el lugar de negociación?
5. ¿Cuáles son los medios de cobro que se involucran en una transacción de Negocios internacionales y quienes intervienen en dichas transacciones?
6. ¿En el país que normativa es aplicables para una transacción de Negocios Internacionales?
7. ¿Cuáles son las estrategias de financiación se utiliza una empresa de Negocios Internacionales?

En consideración al proceso de internacionalización que en la actualidad se convierte en una necesidad ante la globalización y crecimiento de las firmas.

8. ¿Cuál es el nivel de internacionalización al que puede llegar una empresa de Negocios Internacionales?
9. ¿A qué tipo de entornos se puede rodear una empresa de Negocios Internacionales?

Formato de Ficha de Revisión Bibliográfica

Ficha número 1

Identificación de conceptualización epistemológica de los negocios Internacionales y Comercio Exterior.		
Datos de diligenciamiento		
Núm. de guía		
Fecha de diligenciamiento		
Elaborada por		
Tiempo de utilización de diligenciamiento		
Datos descriptivos de la publicación		
Título de la publicación		
Fecha de publicación		
Autor/es		
Palabras Clave		
Lugar de Creación		
Tópicos relevantes de la publicación		
Descripción general	Objetivo	
Fundamentación Teórica	Conceptualización epistemológica	
	Negocios Internacionales	Comercio Exterior
Ventajas		
Desventajas		
Riesgos		
Beneficios		
Conclusiones		

Referencia: (Chacón, Herrera, y Rodríguez, 2013)

Determinación de las tendencias actuales de los negocios Internacionales y Comercio Exterior.		
Datos de diligenciamiento		
Núm. de guía		
Fecha de diligenciamiento		
Elaborada por		
Tiempo de utilización de diligenciamiento		
Datos descriptivos de la publicación		
Título de la publicación		
Fecha de publicación		
Autor/es		
Palabras Clave		
Lugar de Creación		
Tópicos relevantes de la publicación		
Descripción general	Objetivo	
Fundamentación Teórica	Tendencias Actuales	
	Negocios Internacionales	Comercio Exterior
Innovación Tecnológica		
Tratamiento de im, ex e inversiones		
Comercio Ambiental		
Valor Agregado		
Comercio Electrónico		
Transformaciones portuarias		
Transporte		
Políticas de Comercio		
Marketing		
Conclusiones		

Referencia: (Barbosa Chacón, 2013)

Definición conceptual y operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN	PREGUNTAS
Comercio Exterior y Negocios internacionales	Comercio Exterior, El comercio exterior (Cantos, 1998) es un importante dinámico sector de la economía puesto que involucra el intercambio de bienes, servicios, entre vendedor y compradores en dos o más países y/o mercados, a través de pasos fronterizos habilitados por la aduana nacional.	1. Buscar artículos académicos sobre impacto, riesgo y beneficios del comercio exterior y negocios internacionales; analizando su respectiva comparación, con ello determinar las ventajas y desventajas de cada término	<input type="checkbox"/> Conceptualización epistemológica.	<input type="checkbox"/> Ventajas <input type="checkbox"/> Desventajas <input type="checkbox"/> Riesgos <input type="checkbox"/> Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión documental 	Base de datos de artículos académicos: Redalyc, Scielo, Dialnet, ScienceDirect, Latinex.	Investigar sobre los impactos, riesgos y beneficios de ambos términos para determinar sus ventajas y desventajas
	Negocios Internacionales, intercambio comercial realizadas por una persona natural, jurídica o gubernamental de dos o más países, las transacciones ocasionan el movimiento de bienes, servicios, personas, capitales y tecnología desarrolladas fuera de las fronteras nacional. ((Mayorga Gutiérrez & Araujo Azalde, 1992)	2. Buscar artículos académicos sobre las tendencias actuales del comercio exterior y negocios internacionales; para determinar las que mayor inclinación tienen en el mercado.	<input type="checkbox"/> Tendencias actuales	Innovación tecnológica Tratamiento importaciones exportaciones e inversiones Comercio ambiental Valor agregado Comercio electrónico Transformaciones portuarias Transporte Políticas de comercio Marketing			

								COMEX, transformaciones en puerto y transporte y las políticas comerciales con más inclinaciones en el mercado global.
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>3. Realizar entrevista a docentes de comercio exterior y negocios internacionales para delimitar el alcance de práctica de comercio exterior y de los negocios internacionales.</p>	<p>Práctica y alcance</p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p>Internacionalización Entorno Contratación Logística y transporte Aduana Fiscalidad Medios de cobro Financiación</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>Entrevista/ cuestionario</p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p>Docentes de comercio exterior</p>	<p>¿Cuáles son las formas de contratación del Comercio Exterior y cuáles son las más habituales en una transacción de Comercio?</p> <p>Tomando en cuenta la importancia de la logística y transporte en las transacciones comerciales ¿cómo se maneja la misma en el Comercio Exterior? ¿Y cómo se desenvuelven el tema de los Incoterms en el mismo?</p> <p>¿Cuál es el grado de implicación que tiene los procesos aduaneros y sus formalidades para el Comercio Exterior?</p> <p>¿Qué tipo de fiscalidad aplica para el Comercio Exterior y en el lugar de negociación?</p> <p>¿Cuáles son los medios de cobro que se involucran en una transacción de Comercio Exterior y quienes intervienen en dichas transacciones?</p> <p>¿En el país que normativa es aplicables para transacciones de Comercio Exterior?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de financiación se utiliza una empresa de Comercio Exterior?</p> <p>En consideración al proceso de internacionalización que en la actualidad se convierte en una necesidad ante la globalización y crecimiento de las firmas.</p> <p>¿Cuál es el nivel de internacionalización al que puede llegar una empresa de Comercio Exterior?</p> <p>¿A que tipo de entornos se puede rodear una empresa de Comercio Exterior?</p>
--	--	--	---	---	---	--------------------------------------	---

--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>Docentes de negocios internacionales.</p>	<p>¿Cuáles son las formas de contratación de los Negocios Internacionales y cuáles son las más habituales en una transacción de Negocios? Tomando en cuenta la importancia de la logística y transporte en las transacciones comerciales ¿cómo se maneja la misma en los Negocios Internacionales? ¿Y cómo se desenvuelven el tema de los Incoterms en ella? ¿Cuál es el grado de implicación que tiene los procesos aduaneros y sus formalidades para los Negocios Internacionales? ¿Qué tipo de fiscalidad aplica para los Negocios Internacionales y en el lugar de negociación? ¿Cuáles son los medios de cobro que se involucran en una transacción de Negocios internacionales y quienes intervienen en dichas transacciones? ¿En el país que normativa es aplicables para una transacción de Negocios Internacionales? ¿Cuáles son las estrategias de financiación se utiliza una empresa de Negocios Internacionales? En consideración al proceso de internacionalización que en la actualidad se convierte en una necesidad ante la globalización y crecimiento de las firmas. ¿Cuál es el nivel de internacionalización al que puede llegar una empresa de Negocios Internacionales? ¿A qué tipo de entornos se puede rodear una empresa de Negocios Internacionales?</p>
--	--	--	--	--	--	--	--