UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO Nº 1

Diplomatura en Ciencias Sociales
Año: 2007
Curso: Introducción al Comercio Internacional
Profesor: Germán Leva
Carga horaria semanal: 5 horas
Créditos: 10 (diez)
Ciclo Básico Electivo
Tipo de asignatura: teórico-práctica
Modalidad: presencial

Objetivos de la materia

El objetivo general de la materia es poner a disposición del alumno elementos y herramientas para analizar las potencialidades y limitaciones que presenta la conformación actual de la economía mundial para el desarrollo de los espacios económicos nacionales, centrando el papel que el comercio internacional puede desempeñar en dicho proceso y reconociendo sus efectos a nivel global, regional, local como así también a nivel empresa. Con el fin que alumno logre comprensión de la operatoria comercial, se estudiará también la gestión operativa del comercio exterior.

Asimismo, se pretende que la materia sea vehículo de las inquietudes que, en términos de la profesión puedan tener los alumnos, presentando las instancias de desarrollo profesional en las distintas esferas del comercio internacional.

El curso se compone de cuatro unidades, cada una de las cuales contiene objetivos de aprendizaje específicos. El propósito central de las la primera unidad es el de propender al conocimiento de las principales características de la estructura actual de la economía mundial, enfocando principalmente sobre la globalización y el comercio mundial. El propósito de la segunda unidad es conocer las principales características de los procesos de integración y regionalización económica, haciendo hincapié en el MERCOSUR y sus efectos y potencialidades para el comercio exterior argentino. En la tercera unidad se trabajará sobre la internacionalización de los negocios, revisando las estrategias empresariales y sus herramientas. Finalmente, la cuarta unidad se centra en la gestión operativa del comercio, sus agentes, y las implicancias de la operatoria en sus aspectos aduaneros, bancarios, de transporte y seguros.

Como se puede apreciar en el programa, el enfoque adoptado procura tratar adecuadamente los aspectos conceptuales y los analíticos, los conocimientos teóricos y los específicos, en procura de una formación balanceada de los estudiantes.

Con el fin de incentivar la participación de los alumnos, se les informará con *anticipación* a cada clase los textos cuya lectura les permitirá contar con los elementos y antecedentes adecuados. Asimismo, se procura presentar distintos enfoques en el tratamiento de los temas, con el propósito de fomentar en los estudiantes la reflexión critica.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO 2

Como soporte digital al curso se encuentra disponible la página web de la materia, accesible desde el sitio <http://ici.unq.edu.ar>.

En la página de la materia se encuentran disponibles la bibliografía digitalizada, los apuntes de clase (en formato PDF), el programa de la materia, el currículum del docente, los mensajes y avisos del profesor y las calificaciones del curso.

Se recomienda el acceso semanal a la página, pues la misma se actualiza periódicamente.

Se pretende de esta forma posibilitar el acceso a toda la información del curso por medio de Internet, incorporando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a la modalidad tradicional de dictado de clases, utilizando las herramientas que la tecnología permite para mantener una comunicación fluida entre el docente y el alumno.

Trabajo Práctico

Como una de las condiciones de aprobación de la materia, los alumnos deberán elaborar y presentar un trabajo práctico grupal. El mismo consistirá en investigar las relaciones comerciales de Argentina con distintos países mostrando el patrón de comercio bilateral utilizando distintas categorías de clasificación de la composición del comercio, o la investigación sobre el estado y potencialidades del comercio de determinados productos de exportación Argentina. Para ello los alumnos deberán consultar distintas bases de datos de comercio, clasificar, tabular y graficar los resultados para presentarlos luego en clase. Tanto el texto como la presentación deberán ajustarse a los estándares normales en presentaciones científicas.
Se pretende de esta forma que los alumnos complementen su formación académica con la práctica, utilizando bases de datos, series estadísticas, etc., y adquieran habilidades para el trabajo en equipo y la presentación en público de los resultados de su propia investigación.

Contenidos temáticos

UNIDAD 1: Globalización y comercio

Temas:

1.1 Internacionalización del comercio: Reseña histórica del comercio internacional; principales etapas de la economía y el comercio mundial.

1.2 Teorías y evolución del comercio internacional: Mercantilismo; Adam Smith; David Ricardo; Heckscher y Ohlin; nuevas teorías del comercio internacional.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO Nº 3

1.3 Patrones internacionales de comercio: Revisión de las formas de producción industrial (Taylorismo, Fordismo, Toyotismo y Posfordismo); el surgimiento de los sistemas internacional de producción integrada y sus implicancias en el intercambio mundial de bienes y servicios.

1.4 Globalización e internacionalización: Revisión del proceso de globalización desde su carácter histórico y multidimensional. La dimensión económica de la globalización, impacto y potencialidades para el comercio.

UNIDAD 2: Multilateralismo, regionalismo y comercio

Temas:

2.1 Negociaciones internacionales: Proteccionismo y libre comercio; barreras arancelarias y no arancelarias; organismos internacionales y multilaterales; GATT y OMC: principios y acuerdos.

2.2 Acuerdos regionales de comercio: Procesos de integración comercial y económica; etapas y grados de integración; experiencias regionales CEE, NAFTA, ALCA, ASEAN y MERCOSUR

2.3 Política de comercio exterior argentina: Antecedentes, presente y futuro del MERCOSUR. La marca país en comercio internacional: Marca Argentina.

2.4 Ciudad y comercio: Las ciudades como fuente de competitividad en el comercio internacional; desarrollo exógeno y desarrollo endógeno; política exterior local; estrategias y políticas locales de comercio exterior; la ciudad y la empresa.

UNIDAD 3: Empresa y comercio

Temas:

3.1 Internacionalización de la empresa: Internacionalización de los negocios, estrategias empresariales de internacionalización; las Pymes y el comercio internacional.

3.2 Instrumentos de promoción de las exportaciones: Consorcios de exportación; instituciones vinculadas al comercio (Fundación Exportar, SEPYME); incentivos y estímulos a las exportaciones (drawback, reintegros y reembolsos); ferias y misiones comerciales.

3.3 Marketing de empresa para comercio internacional: Elección de los mercados; adaptación comercial de los productos; canales de comercialización.

3.4 Costos y precios de exportación: Factores a considerar; calculo del costo y precio de exportación; estrategias de fijación de precios.

UNIDAD 4: Gestión operativa del comercio

Temas:

4.1 Principios generales de la contratación internacional: Contrato de compra-venta internacional; INCOTERMS; otras modalidades contractuales utilizadas en comercio.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO Nº 4

4.2 Agentes intervinientes y documentación básica en la operatoria del comercio exterior: Funciones y responsabilidades; documentos exigidos por la Aduana y de manejo habitual en las operaciones de importación y exportación.

4.3 Logística, transporte y seguros: Acondicionamiento de la mercadería; tipos de transporte; seguros de transporte de la mercancía, instrumentos de crédito a la exportación; seguros de caución.

4.4 Instrumentos de cobro y pago internacional: Conceptos y clasificación de las intervenciones bancarias en el comercio exterior (crédito y cobranza documentaria, liquidación de divisas).

4.5 Aspectos Aduaneros: Las operaciones aduaneras de importación y exportación; servicio aduanero; organización; funciones y facultades; destinaciones de importación y exportación.

Acerca de la bibliografía

La bibliografía del curso listada en este programa es sugerida. Esto implica que el alumno puede utilizarla como referencia para el estudio de los distintos temas o bien utilizar una bibliografía distinta siempre que en la misma se traten los temas centrales de cada unidad.

Un objetivo de la materia es que el alumno se comprometa en la búsqueda y aporte de referencias bibliográficas para el curso, como parte del aprendizaje no solo de los temas a discutir en la materia sino también como metodología de investigación y trabajo a lo largo de su formación académica.

Además de las referencias bibliográficas citadas se trabajará durante la cursada con notas de actualidad publicadas en los principales medios gráficos y en Internet. Se pretende de esta forma que los conocimientos teóricos y prácticos contenidos en cada unidad se confronten y discutan en clase con referencia al estado y desarrollo actual del comercio internacional.

Bibliografía

Ablin, Eduardo y Lucángeli, Jorge (2002), *La OMC en el siglo XXI: un marco para el diseño de la política comercial*. Maestría en Economía Estratégica Internacional. FCE, UBA.

Arese, Héctor F. (2003), *Práctica profesional de negocios internacionales*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

Arese, Héctor F. (2007), *Introducción al comercio exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

Bianchi, Patrizio (1997), *Construir el Mercado. Lecciones de la Unión Europea: el desarrollo de las instituciones y de las políticas de competitividad*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes. Capítulos 4, 5, 8, 11.

Cámara de Comercio Internacional, *INCOTERMS*, Versión año 2000.

Canals, Jordi (1994), *La internacionalización de la empresa*, España, McGraw-Hill/Interamericana de España.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO Nº 5

Castells, M. y Hall, P. (1994), *Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*, España, Alianza Editorial.

Cateora, Phillip R. y Graham, John L. (1996), *Marketing Internacional*, Décima Edición , España, Irwin - McGraw Hill,

CEPAL, "Globalización y Desarrollo". Revista del vigesimonoveno período de sesiones sobre globalización y desarrollo. Brasilia, Brasil. 6 al 10 de mayo de 2002.

CCI/CS (1996), *Guía de la Ronda Uruguay para la comunidad empresarial.* Centro de Comercio Internacional UNTACD/OMC y Commonwealth Secretariat.

Código Aduanero Ley 22.415 del 02/03/1981 y Decreto Reglamentario 1001 del 21/05/1982.

Dabat, Germán (2003), *Políticas municipales de competitividad y comercio exterior.* En "Desde Adentro. Políticas municipales de competitividad y comercio exterior", Germán Dabat (coord.), Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.

Dabat, Germán (2003), *Tecnología para el desarrollo de la competitividad local en el mercado internacional.* En "Desde Adentro. Políticas municipales de competitividad y comercio exterior", Germán Dabat (coord.), Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.

Fernández, Gabriel y Leva, Germán (coord) (2004), *Lecturas de Economía, Gestión y Ciudad*, Buenos Aires, Colección "Lecturas de ciencias sociales", UNQ.

Figueroa, E. y Villalpando, F. (2003), *Las estrategias comerciales productivas para el Mercosur.* En "Lineamientos para fortalecer el crecimiento económico", Buenos Aires, Ministerio de Economía de la Nación.

Fratalocchi, Aldo (2002), *Cómo exportar o importar. Cálculo del costo y del precio internacional*, Buenos Aires, Editorial Errepar.

French Davis (1990), "Ventajas comparativas dinámicas; un planteamiento neoestructuralista", en Cuadernos de la CEPAL, Nº 63.

Hardt, M. y Negri, A. (2000), *Imperio.* Traducción de la edición de Harvard University Press, Cambridge, Massachussets. Capítulo 3.4. Internet: http://www.chilevive.cl

Krugman y Obstfeld (1999), *Economía Internacional, Teoría y Política*, Madrid, McGraw-Hill.

Leva, Germán (2004), *Apertura y Comercio del sector construcción argentino en los noventa. Condiciones para una política sectorial en el contexto post devaluación.* En "Hábitat Metrópolis", Gabriel Fernandez (Ed), Buenos Aires, Ediciones Cooperativas.

Lucángeli, Jorge (1998), *La integración de Argentina en el MERCOSUR.* En "Serie de Estudios" Nº 26, Buenos Aires, Centro de Estudios para el Cambio Estructural.

Lugones, Gustavo (2001), *Teorías del Comercio Internacional*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes (material de trabajo de la Cátedra "Teorías del Comercio Internacional" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.

Minervini, Nicola (2003), *La ingeniería de la exportación*, 4° edición, Mc. Graw Hill.

Ministerio de la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y Minería (2002), *El sistema multilateral de comercio, la estructura de la OMC.* www.minproduccion.gov.ar/sycim.

Ministerio de la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y Minería (2002), *El sistema de solución de diferencias en la OMC*. www.minproduccion.gov.ar/sycim.

Miotti, L. y Quenan, C. (1994), *Globalización, regionalización y competitividad tecno-industrial*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan Argentina, Corregidor.

Moneta, Carlos (1994), *El proceso de globalización: percepciones y desarrollos*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan, Argentina, Corregidor.

Oman, Ch. (1994), *Globalización: la nueva competencia*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan., Argentina, Corregidor.

OMC (2007), *Entendiendo la OMC*, Ginebra.

Porta, Fernando (2002), *Integración Económica*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, (material de trabajo de la Cátedra "Integración Económica" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.

Sassen, Saskia (2001), *La ciudad: lugar estratégico. Nueva frontera*, Barcelona, Quaderns.

Steimberg, F. (2004) *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Eumed.net.

Tamames R. (1993), *Estructura Económica Internacional,* España, Alianza Editorial, Cap. 1.

Tortosa, Sergio (2001), *Introducción al Comercio y Marketing Internacional*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, (material de trabajo de la Cátedra "Introducción al Comercio Internacional" de la Universidad Virtual de Quilmes).

Unión Europea, SAGARPA (2003), *Instrumentos de política agrícola en la Unión Europea*, Ficha técnica N°13.

Vicenzotti, Antonio (2001), *Relaciones Económicas Internacionales*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes (material de trabajo de la Cátedra "Relaciones Económicas Internacionales" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.

Metodología de evaluación

(De acuerdo a lo establecido en la Res. (CS) 130/07)

Para aprobar la materia, los alumnos deberán rendir y aprobar **dos exámenes parciales, un trabajo práctico grupal y un examen integrador**.

Los alumnos que aprueben el Trabajo Práctico y obtengan en los exámenes parciales una calificación entre 7 (siete) y 10 (diez) puntos, no habiendo sido menor a 7 (siete) puntos la calificación en alguno de los parciales, habrán aprobado la materia con la calificación promedio de los dos parciales y el trabajo práctico, quedando eximidos de rendir el examen integrador.

El curso posee instancia de recuperación de un examen parcial. Aquellos alumnos que obtengan una calificación menor a 4 (cuatro) en ambos parciales habrán reprobado la materia, siendo su calificación el promedio de ambos parciales.

En todos los demás casos, los alumnos deberán rendir el examen integrador, debiendo obtener en el mismo una calificación mínima de 4 (cuatro) puntos para aprobar la materia.

Se deja expresamente aclarado que la nota de los exámenes parciales no se promediará con la del examen integrador y que, si ésta última fuera menor a 4 (cuatro) puntos, el alumno habrá reprobado la materia siendo la calificación del curso la obtenida en dicha instancia.