

UF1757: Información y gestión operativa de la compraventa internacional



TEMA 1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional

TEMA 2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales

TEMA 3. Fuentes de información en el comercio internacional

TEMA 4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en comercio internacional

TEMA 5. Condiciones de la compraventa internacional

TEMA 6. Elaboración de ofertas en comercio internacional

TEMA 7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional

TEMA 8. Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa del comercio internacional

OBJETIVOS

- Obtener información del marco legal y fiscal internacional en el que se realizan las operaciones de comercio internacional habitual de las empresas





-
- Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativos a las operaciones de comercio internacional
 - Realizar la gestión operativa de la compraventa internacional confeccionando la documentación requerida conforme a la legislación aplicable
 - Efectuar el control de la gestión operativa y documental de la compraventa internacional, mediante la utilización de medios físicos e informáticos

Marco económico, político y jurídico del comercio internacional

1. COMERCIO INTERIOR, EXTERIOR E INTERNACIONAL

Como se hizo referencia en unidades anteriores, normalmente se piensa que el comercio exterior y el internacional tienen significados semejantes, pero existen múltiples diferencias entre ellos.

- ▀ Comercio interior, exterior e internacional
- ▀ El sector exterior español
- ▀ Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas
- ▀ Organismos Internacionales
- ▀ La integración económica regional. Principales bloques económicos
- ▀ La Unión Europea

OBJETIVOS:

- Identificar las diferencias entre los conceptos de comercio exterior, interior e internacional
- Conocer las relaciones comerciales de España
- Saber cómo funcionan los organismos internacionales
- Analizar el proceso de integración económica, así como los bloques de integración
- Analizar y estudiar, con especial atención, la Unión Europea

1.1 Comercio exterior

Se utiliza este término desde la óptica interna de un país o bloque supranacional, para referirse a sus relaciones comerciales con el resto del mundo.

Es decir, cuando se habla de las relaciones entre dos entes económicos distintos, enfocadas desde el lugar o país en el que están sucediendo, se hace referencia al comercio exterior.

Es considerado como una de las actividades económicas más importantes para el desarrollo de la economía, ya que la actividad se realiza tanto dentro como fuera de sus territorios.

1.2 Comercio internacional

Es un concepto más amplio, que muestra el mundo como un gran mercado, con la posibilidad de hacer referencia a productos o servicios específicos.

Se considera un factor de desarrollo económico, social y cultural que ha de ser regulado por un sistema jurídico claro.

Cuando se habla de comercio internacional hay que situarse en un punto elevado del espacio, que permite observar, de forma global, todas las relaciones económicas, o al menos las más importantes, entre los diferentes entes económicos que participan en ella.

En cuanto a los factores explicativos del comercio internacional, se van a desarrollar las principales teorías, que son las que se enuncian a continuación:

Teoría de la ventaja absoluta. Adam Smith.

Teoría de la ventaja relativa. David Ricardo.

Paradoja de Leontief.

Proporción de los factores. H-O.

Teoría de Krugman.

Teoría cuantitativa del dinero. David Hume.

Teoría del equilibrio y el comercio internacional.

Teoría de la ventaja competitiva. Porter.



ACTIVIDAD 1

Explique la diferencia entre el comercio exterior e internacional.

A. Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith

Se dice que un país posee ventaja absoluta sobre otro en la producción de un bien cuando puede fabricar más cantidad de dicho producto utilizando los mismos recursos que el otro país, o bien producir las mismas unidades empleando menos factores productivos.

A continuación, se desarrolla el modelo a partir de un ejemplo práctico:

Supongamos dos empresas, X e Y, ubicadas en distintos países, cada una con 10 empleados, que trabajan 120 horas al mes.

Los trabajadores de la empresa X son más eficientes en la fabricación de botas, ya que producen un par en dos horas; mientras que los trabajadores de la empresa Y, para producir el mismo número de botas, necesitan 4 horas.

Por el contrario, los trabajadores de la empresa Y son más eficientes en la producción de trajes, ya que solo necesitan 6 horas para producir un traje, al contrario que los trabajadores de la empresa X que necesitan 10.

De todo esto se puede deducir que los trabajadores de la empresa X poseen ventaja absoluta en la fabricación de las botas (emplean menos horas de trabajo); mientras que los trabajadores de la empresa Y poseen dicha ventaja en la fabricación de trajes.

	EMPRESA X	EMPRESA Y
NÚMERO DE TRABAJADORES.	10	10
HORAS/PAR DE BOTAS.	2	4
HORAS/TRAJES.	10	6

Tabla inicial de ventaja absoluta

En caso de que no existiera comercio internacional (producción sin especialización) ambas empresas tendrían que dedicar la mitad de sus trabajadores a la fabricación de botas y la otra mitad a la de trajes. Mensualmente, cada empleado trabaja 120 horas; por tanto, la empresa X podría producir en un mes 300 pares de botas y 60 trajes, mientras que la empresa Y produciría 150 pares de botas y 100 trajes.

Pero, si cabe la posibilidad de especializarse e intercambiar sus productos, ambas empresas podrían asignar a todos sus trabajadores la tarea de producir solo aquel bien en el que sean más hábiles, consiguiendo así la empresa X 600 pares de botas y la empresa Y 200 trajes.

	EMPRESA X	EMPRESA Y	TOTAL
PRODUCCIÓN MENSUAL SIN ESPECIALIZACIÓN.			
PAR DE BOTAS.	$5 \times 120 / 2 = 300$	$5 \times 120 / 4 = 150$	$300 + 150 = 450$
TRAJES.	$5 \times 120 / 10 = 60$	$5 \times 120 / 6 = 100$	$60 + 100 = 160$
PRODUCCIÓN MENSUAL CON ESPECIALIZACIÓN.			
PAR DE BOTAS.	$10 \times 120 / 2 = 600$	0	$600 + 0 = 600$
TRAJES.	0	$10 \times 120 / 6 = 200$	$0 + 200 = 200$

Desarrollo ventaja absoluta

En conclusión, como la producción conjunta ha aumentado con la especialización, el comercio beneficiará a ambos países, ya que podrán disponer de más pares de botas y trajes.

B. Modelo de la ventaja relativa o comparativa de David Ricardo

David Ricardo demostró que no solo cuando un país posea ventaja absoluta existirá especialización y comercio internacional entre dos países. Es en este momento cuando aparece el concepto de ventaja relativa.

Un país cuenta con ventaja relativa en la producción de un bien cuando puede fabricar dicho bien con menor coste de oportunidad.

Siguiendo con el ejemplo anterior, se hará referencia, a continuación, al concepto de ventaja relativa.

Se supone que la empresa Y tiene ventaja absoluta en la producción de ambos bienes. Los trabajadores de la empresa Y seguirán siendo más hábiles en la fabricación de trajes, produciendo uno en 6 horas mientras que la empresa X necesita 10. Pero en este caso la empresa Y resultará también más hábil con las botas, fabricando un par cada 2 horas mientras que los trabajadores de la empresa X necesitan emplear 4.

	EMPRESA X	EMPRESA Y
NÚMERO DE TRABAJADORES.	10	10
HORAS/PAR DE BOTAS.	4	2
HORAS/TRAJES.	10	6

Tabla inicial de ventaja comparativa



El coste de oportunidad se calcula como la cantidad de otros bienes a los que hay que renunciar para producir una unidad más del bien en cuestión.

Si no hay comercio internacional (producción sin especialización) entre sus países, ambas empresas dedicarán parte de sus trabajadores a cada producto. Al igual que antes, se supone que la empresa X dedica la mitad de sus trabajadores a cada bien, produciendo así mensualmente 150 pares de botas y 60 trajes.

También se supone a continuación, que la empresa Y dedica 7 trabajadores a la fabricación de botas y 3 a la de trajes, por lo tanto conseguirá 420 pares de botas y 60 trajes.

Sin embargo, cuando la empresa X dedica todos sus trabajadores a fabricar los trajes y la empresa Y a producir los zapatos, el resultado total serán 600 pares de botas y 120 trajes. El resultado conjunto es mayor al que se obtendría si no fuera posible la especialización. Por consiguiente, ambos países saldrán beneficiados.

	EMPRESA X	EMPRESA Y	TOTAL
PRODUCCIÓN MENSUAL SIN ESPECIALIZACIÓN.			
PAR DE BOTAS.	$5 \times 120 / 4 = 150$	$7 \times 120 / 2 = 420$	$150 + 420 = 570$
TRAJES.	$5 \times 120 / 10 = 60$	$3 \times 120 / 6 = 60$	$60 + 60 = 120$
PRODUCCIÓN MENSUAL CON ESPECIALIZACIÓN.			
PAR DE BOTAS.	0	$10 \times 120 / 2 = 600$	$0 + 600 = 600$
TRAJES.	$10 \times 120 / 10 = 120$	0	$120 + 0 = 120$

Desarrollo ventaja relativa

Pero, ¿por qué se obtienen estos resultados, si la empresa X es menos eficiente en la producción de los dos bienes? Analicemos el coste de oportunidad de dedicarse a la fabricación de un solo bien:

Si solamente se dedican a la fabricación de botas:

Empresa X: para cada una, se emplean 4 horas, con las que se podría haber producido $4/10=0,4$ trajes.

Empresa Y: se emplean 2 horas, con las que se podría haber producido $2/6=0,33$ trajes trajes.

Si solamente se dedican a la fabricación de trajes:

Empresa X: se emplean 10 horas, con las que se podrían haber producido $10/4=2,5$ pares de botas.

Empresa Y: se emplean 6 horas, con las que se podrían haber producido $6/2=3$ pares de botas.

Por tanto, el coste de oportunidad de fabricar botas es menor para la empresa Y, mientras que el coste de oportunidad de fabricar trajes es menor para la empresa X. Por lo tanto, la empresa X deberá especializarse en trajes mientras que la empresa Y se especializará en botas.

Las teorías de Adam Smith y David Ricardo se basan en situaciones en las que los intercambios comerciales se producen entre países con diferencias en la producción de bienes comercializados, concluyendo de sus razonamientos las ventajas de la especialización para todas las economías que participan del comercio internacional, siempre que se cumpla una serie de restricciones:

- Que los costes de transporte no superen los beneficios causados por el comercio.
- Que se acepte el total intercambio tecnológico entre ambas producciones, así como la homologación del factor trabajo.
- Que el valor de los bienes esté definido por la cantidad de trabajo agregado.
- Que los costes de producción unitaria sean constantes, sin existir economías de escala.
- Que el mundo solo esté formado por dos países y dos productos.
- Que no exista movilidad internacional de los factores productivos.

El modelo explicativo de las ventajas que otorga el comercio internacional desarrollado por Heckscher y Ohlin (que se analizará más adelante) concluye, igualmente, en los beneficios que reporta la especialización productiva basándose en las ventajas nacionales de los factores de producción; por lo tanto, los países más desarrollados, mejor dotados en capital, se especializarán en producir y exportar, mientras que el resto lo hará en bienes intensivos en trabajo.

C. Paradoja de Leontief

Según Wassily Leontief, los trabajadores se conciben, no como una mercancía homogénea, sino como una por categoría, lo que da lugar a que los países industrializados dispongan de una mano de obra más abundante, educada y cualificada.

Su objetivo fundamental era estudiar y analizar la estructura básica del comercio entre EE.UU y otros países.

Para Leontief, esta estructura es explicada en términos de ventaja relativa o comparativa; cada país se especializa en la actividad para la que se encuentre mejor situado y comercializa algunos de sus productos por otros en cuya producción el resto de países cuenten con ventaja relativa.

En el caso de EE.UU, este autor parte del supuesto de que dicho país posee ventaja relativa en la producción de bienes intensivos de capital.

Este análisis, Leontief lo lleva a cabo mediante la matriz de insumo-producto. Con la información obtenida de la misma, se determinan los efectos de un cambio en el producto de cualquier sector sobre la producción de otros.

La matriz insumo-producto de Leontief, tiene la siguiente forma:

$$\begin{array}{c}
 \text{Insumos} \downarrow \\
 A = \begin{matrix}
 & \begin{matrix} \text{Producción} \rightarrow \\ 1 & 2 & 3 & \dots & j & \dots & n \end{matrix} \\
 \begin{matrix} 1 \\ 2 \\ 3 \\ \vdots \\ i \\ \vdots \\ n \end{matrix} & \begin{pmatrix}
 a_{11} & a_{12} & a_{13} & \dots & a_{1j} & \dots & a_{1n} \\
 a_{21} & a_{22} & a_{23} & \dots & a_{2j} & \dots & a_{2n} \\
 a_{31} & a_{32} & a_{33} & \dots & a_{3j} & \dots & a_{3n} \\
 \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots & \dots & \vdots \\
 a_{i1} & a_{i2} & a_{i3} & \dots & a_{ij} & \dots & a_{in} \\
 \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots & \dots & \vdots \\
 a_{n1} & a_{n2} & a_{n3} & \dots & a_{nj} & \dots & a_{nn}
 \end{pmatrix}
 \end{matrix}
 \end{array}$$

Matriz insumo-producto de Leontief

La hipótesis inicial de que EE.UU exporta bienes intensivos en capital fue rechazada con la prueba de Leontief, ya que el cálculo de la matriz demostró que las exportaciones de EE.UU tenían menos capital y más trabajo.

El resultado de todo este análisis es conocido como “La Paradoja de Leontief”; demuestra que rechazar la hipótesis de partida conlleva otra alternativa que, en este caso, permite asegurar que un trabajador americano es más eficiente que los extranjeros.

Esta paradoja fue analizada por Flanders en el año 2003, y encontró un inconveniente: la dificultad de medir el trabajo y el capital que incorporan las importaciones sin conocer la tecnología del país extranjero. Pero aun así, no invalida el trabajo de Leontief, ya que uno de sus supuestos de partida era la semejanza de tecnologías entre países.

Por otro lado, unos años más tarde, Flanders, tras estudiar esta paradoja, probó que dicho supuesto de partida no se cumple, ya que empleando la tecnología de EE.UU para medir el trabajo y el capital incorporado en las exportaciones, la ratio trabajo/capital es mayor en el país extranjero.

D. Proporción de los factores de Heckscher y Ohlin (H-O)

Este modelo fue formulado en 1993 por un economista sueco llamado Bertil Ohlin, que modificó un teorema de su maestro Eli Heckscher.

Consiste en explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional.

Los supuestos que sustentan esta teoría son los siguientes:

- Existen dos países "A" y "B".
- Se comercializan dos mercancías.
- Se dispone de dos factores productivos: trabajo y capital.
- La tecnología y los gustos son semejantes entre los países.

Este modelo parte de la teoría de la ventaja relativa de David Ricardo, y sostiene que un país se especializará en la exportación de productos en los que, para su fabricación, se precisen grandes cantidades de factores productivos, ya que en estos bienes cuenta con ventaja relativa; y tenderá a importar aquellos para los que se necesiten menores recursos.

En la teoría de David Ricardo, la causa del comercio internacional era la diferencia que existía en la productividad del trabajo entre los diferentes países; en este caso, según el modelo de H-O, el comercio internacional se produce debido a la diferente dotación de factores productivos existentes entre países.

Por ello, hay países que cuentan con más factor capital y otros con más factor trabajo. De esto se deduce que los países con más dotación de factor capital exportarán sus bienes intensivos en dicho factor, mientras que los que cuentan con más dotación de trabajo los importarán.

El indicador que muestra si un país es rico en capital es el precio de los factores; por ejemplo, si el precio de los mismos es más barato en el país A que en el B, entonces se dice que el país A es rico en ese factor concreto.

a. Teorema de la igualación de precios de los factores (H-O-S)

Es también conocido como teorema de Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S), ya que fue Samuelson, Premio Nobel de Economía, quien verificó rigurosamente este teorema.

Se fundamenta en que el comercio internacional da lugar a la igualación de las remuneraciones, tanto absolutas como relativas.

La igualación absoluta de precios de los factores indica que el libre comercio internacional, a su vez, iguala los salarios reales para el mismo trabajo en ambos países.

E. Teoría de Krugman

Estos nuevos desarrollos surgen a finales del siglo XX, en torno a su autor Paul Krugman.

La “Nueva Teoría del Comercio” analiza el comercio internacional teniendo en cuenta el poder de las organizaciones, las cuales establecen estrategias de precios e influyen, a través de la publicidad, en el comportamiento de los consumidores.

En esta teoría, se hace una clara distinción entre comercio interindustrial e intraindustrial. Sostiene que el primero, se puede explicar mediante las teorías de David Ricardo y Heckscher-Ohlin; mientras que el comercio intraindustrial, tiene su origen en las economías de escala.

En este concepto se basa Krugman para formular el desarrollo de su teoría. Demuestra que, debido a la existencia de economías de escala, a mayor volumen de producción, menor coste. Esto, a su vez, facilita la oferta de productos, beneficiando así a los consumidores.

Estos planteamientos finalizaron con la formulación de la especialización y producción a gran escala, con costes más bajos y diversificación de la oferta. A esta formulación se la conoce como “Teoría de la Nueva Geografía”.

F. Teoría cuantitativa del dinero de los precios internacionales

Esta teoría fue elaborada por David Hume, que consideraba que, a largo plazo, disponer de un gran volumen de dinero resulta perjudicial, ya que origina el aumento de los precios y los salarios.

A partir de esta idea aparece el supuesto de que una parte muy importante de la competitividad de un país concreto está determinada por el precio de venta de sus productos en el extranjero.

G. Teoría del equilibrio y el comercio internacional

Determina que, en el mercado, los precios de un determinado bien final dependen tanto del coste de los factores que intervienen en su producción como del precio de los demás productos, de modo que existe una doble interdependencia.

Por todo ello, esta teoría determina que las transacciones entre las distintas economías estarán determinadas por el equilibrio existente en la ley de la Oferta (por el coste de los factores y el precio de venta final) y de la Demanda (por los salarios percibidos por los trabajadores y el precio de los productos).

ACTIVIDAD 2

¿En qué consiste la teoría de la proporción de los factores productivos de los economistas Heckscher y Ohlin? ¿Cómo la perfeccionó el Premio Nobel de Economía Samuelson?



H. Nueva teoría del comercio o teoría de la ventaja competitiva

Michael Porter pretendía estudiar y analizar la competitividad de las empresas.

A través de la teoría de la ventaja competitiva, señala que el factor clave para el éxito de una organización es el posicionamiento de la misma. La empresa internacional deberá analizar las fuerzas competitivas en los países en los que está operando o desea operar posteriormente.

Según Porter, una empresa está rodeada de cinco fuerzas, y es muy importante conocer cómo controlarlas para asegurar el éxito de dicha empresa. En concreto, estas fuerzas son las siguientes:



Las cinco fuerzas de Porter

Hay que tener en cuenta la existencia de barreras de entrada, que son elementos que protegen a las empresas ya ubicadas en el sector, como por ejemplo: altos costes de producción, falta de información, saturación de mercado, etc.

1º Amenaza de nuevos competidores.

Cuando un mercado ofrece nuevas oportunidades y beneficios, no tardarán en aparecer nuevas empresas para aprovechar dichas oportunidades.

Factores que influyen en esta fuerza:

- Economías de escala.
- Curva de la experiencia (know-how de la empresa).
- Ventaja absoluta en costes.
- Diferenciación en productos.

- Barreras gubernamentales.
- Inversión necesaria.
- Requisitos de capital.

2º Amenaza de bienes o servicios sustitutivos.

Un producto sustitutivo es aquel bien que satisface las mismas necesidades que otro bien. De esta forma, establece una amenaza en el mercado, ya que puede alterar la oferta y la demanda, sobre todo cuando estos productos entran en el mercado con precios más bajos. Factores que influyen en esta fuerza:

- Disponibilidad de sustitutivos.
- Precio relativo entre productos sustitutivos y el que se ofrece.
- Coste de cambio que perjudica a los clientes.

3º Poder de negociación de los proveedores.

La figura del proveedor es muy importante en el proceso de posicionamiento, ya que suministran la materia prima para la elaboración de los bienes. Por ello, la venta de insumos dependerá de su poder de negociación: cuantos más proveedores existan, menor será su poder de negociación.

Factores que influyen en esta fuerza:

- La concentración de proveedores.
- Volumen de venta.
- Diferenciación de insumos.
- Disponibilidad de insumos sustitutivos.
- Impacto de los mismos.

4º Poder de negociación de los clientes.

La clientela posee un elevado poder de negociación cuando se encuentra muy concentrada o demanda una gran cantidad de bienes en relación a la cifra de negocios del vendedor.

Factores que influyen en esta fuerza:

- Concentración de clientes.
- Diferenciación entre los productos.
- Volumen de compra.
- Identificación de la marca.
- Información acerca del proveedor.
- Productos sustitutivos.

5º Rivalidad entre competidores.

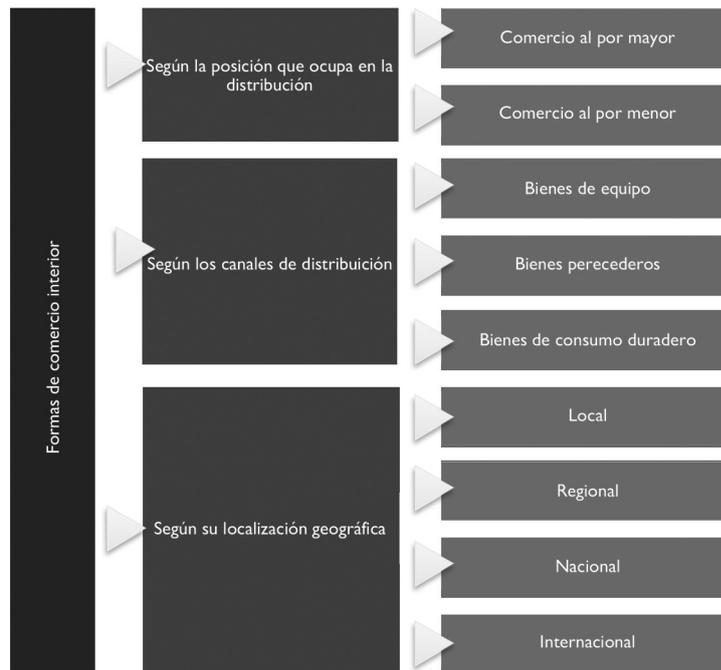
Según Porter, esta última fuerza es el resultado de las cuatro anteriores; es la más importante, ya que ayuda a las empresas a tomar las medidas necesarias que aseguran su posicionamiento en el mercado a costa de sus rivales.

Factores que influyen en esta fuerza:

- Concentración.
- Diversidad de competidores.
- Condición de coste.
- Diferenciación de productos.
- Grupos empresariales.
- Barreras de salida.

1.4 Comercio interior

Se basa en el conjunto de intercambios que se realizan dentro de las fronteras de un país.



Tipologías de comercio interior

El comercio interior es extraordinariamente complejo, por la cantidad de actividades que se efectúan.

Por lo general, este tipo de comercio puede adoptar diversas formas, según el grado de desarrollo del país o de las tradiciones culturales del mismo. A lo largo de la historia han ido evolucionando, y se pueden clasificar atendiendo a una serie de criterios:

A. Según la posición que ocupa en la distribución

a. Comercio al por mayor o mayorista

Se trata de aquellas empresas que compran las mercancías a los productores o fabricantes para vendérselas posteriormente a los minoristas en lugar de al consumidor.

b. Comercio al por menor o minorista

Los comerciantes adquieren los productos de los mayoristas o de los fabricantes para vendérselos, de forma directa, a los consumidores. Suelen ser las empresas más conocidas a nivel consumidor.

B. Según los canales de distribución (producción-consumidor) que utiliza

a. Comercio de bienes de equipo

La mayoría de ellos los vende directamente el productor-fabricante a las propias industrias, que los incorporarán en su proceso productivo. Un ejemplo puede ser una maquinaria.

b. Comercio de bienes perecederos

En este tipo de comercio se observan sistemas de distribución complejos y muy regulados, con intermediarios tales como los comisionistas y los mercados centrales. Por ejemplo, los alimentos.

c. Comercio de bienes de consumo duradero

Existen muchas variantes, pero entre las más comunes se encuentran: productor (fabricante) – minorista - consumidor y productor - gran almacén - consumidor. Un ejemplo de bien de consumo duradero puede ser un automóvil o un electrodoméstico.

C. Según la localización geográfica

a. Comercio local

Es el ámbito geográfico más reducido, y engloba a los consumidores en un espacio municipal o provincial.