



Carrera: Diplomatura en Economía y Administración

Año: 2025

Curso: Introducción al Comercio Internacional

Créditos: 10 (diez)

Núcleo: Orientadas a Carrera

Tipo de asignatura: teórico-práctica

Modalidad: **LIBRE**

Objetivos de la materia

El objetivo general de la materia es poner a disposición de los estudiantes 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 enfocando en el papel que el comercio internacional puede desempeñar en dicho proceso y reconociendo sus efectos a nivel global, regional, local y empresa. Con el objetivo que los estudiantes desarrollen habilidades técnicas iniciales propias de la profesión, se trabajará en la producción de informes e investigaciones básicas utilizadas en los negocios internacionales. Se pretende que la materia sea también vehículo de las inquietudes sobre la profesión, por lo que a lo largo de la cursada se presentarán las distintas instancias de desarrollo profesional en las diversas 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 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 la conformación del sistema multilateral de comercio y 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 influencia de la cuestión territorial como factor de competitividad internacional. Finalmente, en la cuarta unidad se trabajará sobre la internacionalización de los negocios, revisando las estrategias empresariales y sus principales herramientas, enfocando en las características y necesidades de las MiPyMEs y su proceso de internacionalización.

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. Asimismo, se procura presentar distintos enfoques en el tratamiento de los temas, con el propósito de fomentar en los estudiantes la reflexión crítica.

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 el programa de la materia, la bibliografía digitalizada, videos, los apuntes de clase, y material adicional y complementario.

Se pretende de esta forma posibilitar el acceso a toda la información del curso por medios digitales, 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 los estudiantes.

Contenidos mínimos

Introducción a las teorías y evolución del comercio internacional; patrones internacionales de comercio; globalización e internacionalización; instituciones y acuerdos multilaterales; acuerdos de integración económica y comercial. Política de comercio exterior argentina; marca país; instrumentos de promoción de exportaciones; internacionalización de la empresa; marketing para comercio internacional. Costos y precios de exportación.

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 y Política Comercial Estratégica.
- 1.3 Patrones internacionales de comercio:** Revisión de las formas de producción industrial; el surgimiento de los sistemas internacional de producción integrada y sus implicancias en el intercambio mundial de bienes y servicios. Industria 4.0 y Cuarta Revolución Industrial.
- 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 UE, TMEC, ALADI, ASEAN y MERCOSUR
- 2.3 Política de comercio exterior argentina:** Antecedentes, presente y futuro del MERCOSUR.

UNIDAD 3: Territorio y comercio

Temas:

- 3.1 El territorio como factor de competitividad:** la marca país en el comercio internacional. El caso argentino. El rol de las ciudades en el comercio internacional; el territorio como factor de competitividad.



- 3.2 Políticas locales de competitividad y comercio exterior:** Desarrollo exógeno y desarrollo endógeno; política exterior local; estrategias y políticas locales de comercio exterior.
- 3.3 La ciudad y la empresa:** La ciudad como factor clave de la competitividad empresarial, la metrópolis como medio innovador, la relación entre la ciudad y las empresas.

UNIDAD 4: Empresa y comercio

Temas:

- 4.1 Internacionalización de la empresa:** Internacionalización de los negocios, estrategias empresariales de internacionalización.
- 4.2 Marketing de empresa para comercio internacional:** Elección de los mercados; adaptación comercial de los productos; canales de comercialización. Cálculo del costo y precio de exportación; estrategias de fijación de precios
- 4.3 Logística y distribución:** cadenas globales de suministros, la función logística en la empresa, logística y ventajas competitivas, contenedores multimodales, INCOTERMS.
- 4.4 Las MyPyMEs y el comercio internacional:** Las Mypymes en las cadenas globales de valor, estrategias de internacionalización para Mipymes, la asociatividad como estrategia: los consorcios de exportación.

Acerca de la bibliografía

La bibliografía del curso listada en este programa **no es obligatoria**, sino **sugerida**. Esto implica que los estudiantes pueden **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.

Uno de los objetivos de la materia es que los estudiantes manejen en **forma autónoma** sus recursos bibliográficos y se comprometa en la búsqueda y aporte de referencias 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. Para cubrir dudas, revisar material y evaluar la calidad de las referencias, el alumno contará con la guía y el apoyo del docente durante las instancias de consulta.

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.

Para dar cumplimiento a los aspectos reglamentarios del Régimen de Estudios y la Resolución (C.D.) N° 210/18, el apartado que sigue se titula Bibliografía Obligatoria, indicándose entre corchetes la unidad temática para la cual se recomienda su lectura, pero a los efectos académicos reales y de cumplimiento de los objetivos de la materia, ténganse en cuenta lo explicado en los párrafos precedentes.

Bibliografía Obligatoria [se indica entre corchetes la unidad a la que pertenece]

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. [U2]



- Arese, Héctor F. (2003), *Práctica profesional de negocios internacionales*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma. [U4]
- Arese, Héctor F. (2007), *Introducción al comercio exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma. [U4]
- 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. [U2]
- BID (2018), *Industria 4.0. Fabricando el futuro*, Buenos Aires. [U3]
- Cámara de Comercio Internacional, *INCOTERMS*, Versión año 2020. [U4]
- Canals, Jordi (1994), *La internacionalización de la empresa*, España, McGraw-Hill/Interamericana de España. [U4]
- CARI (2022), "El Futuro del Mercosur", Documentos de Trabajo N°110, Buenos Aires. [U2]
- Castells, M. y Hall, P. (1994), *Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*, España, Alianza Editorial. [U3]
- Cateora, Phillip R. y Graham, John L. (1996), *Marketing Internacional*, Décima Edición, España, Irwin - McGraw Hill [U4]
- CEPAL, "Globalización y Desarrollo". Revista del vigesimonoveno período de sesiones sobre globalización y desarrollo. Brasilia, Brasil. 6 al 10 de mayo de 2002. [U1]
- CEPAL (2019), *Logística para la producción, la distribución y el comercio*. Boletín FAL, 1(369). [U4]
- CEPAL (2020), *Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Documentos de Proyectos. Naciones Unidas. [U4]
- CEPAL. (2022), *Transformación digital en América Latina y el Caribe: Insumos para el debate*. Documentos de Proyectos (LC/TS.2022/165). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. [U4]
- Da Silva, Douglas (2020), *Las 4 estrategias de la matriz BCG: ¡Aplica en tu negocio!* En línea: <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-matriz-bcg/> [U4]
- 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. [U3]
- 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. [U3]
- De Vito, C. M. (2002), *Los consorcios de exportación: El modelo italiano como fórmula de cooperación empresarial*, Buenos Aires, Ediciones Granica. [U4]
- Dini, M. (2004), *Políticas de fomento de la articulación productiva en torno a la pequeña y mediana empresa: La experiencia italiana*, Serie Desarrollo Productivo N° 158. CEPAL - Naciones Unidas. [U4]
- Erich, S. R., (2018), *Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes*, Santiago, Universidad de Chile. [U4]
- Fernández, Gabriel y Leva, Germán (coord) (2004), *Lecturas de Economía, Gestión y Ciudad*, Buenos Aires, Colección "Lecturas de ciencias sociales", UNQ. [U1, U3]
- Figuerola, 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. [U2]
- French Davis (1990), "Ventajas comparativas dinámicas; un planteamiento neoestructuralista", en Cuadernos de la CEPAL, N° 63. [U1]
- Fundación Exportar, (2011), *Manual para la formación de Grupos Exportadores*, Buenos Aires, Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI). [U4]
- Gallicchio, Enrique (2002), *Descentralización y desarrollo local como factores de integración regional. El caso del Mercosur*, Uruguay, CLAEH. [U3]



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> [U1]

Kotler, Philip y Keller, Kevin (2012), *Dirección de Marketing*, Pearson Educación, Decimocuarta Edición, México. [U4]

Krugman y Obstfeld (2006), *Economía Internacional, Teoría y Política*, Madrid, McGraw-Hill. [U1]

Lucángeli, Jorge (1998), *La integración de Argentina en el MERCOSUR*. En "Serie de Estudios" N° 26, Buenos Aires, Centro de Estudios para el Cambio Estructural. [U2]

Lugones, Gustavo (2008), *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. [U1]

Minervini, Nicola (2003), *La ingeniería de la exportación*, 4° edición, Mc. Graw Hill. [U4]

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. [U1]

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. [U1]

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. [U1]

OMC (2007), *Entendiendo la OMC*, Ginebra. [U2]

Pau i Cost, J. & de Navascués y Gasea, R. (1998), *Manual de logística integral*, Madrid, Ediciones Díaz de Santos. [U4]

Pérez, Carlota (1996), "Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto", en Ominami, C., (ed.), *La tercera revolución industrial*, Buenos Aires, GEL. [U1]

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. [U2]

Rojo, S., Plummer, A., Laham, S., Lening, I., Bonanotte, E., Ferraro, C., Schteingart, D. y Benítez, N. (2022), *Estructura y dinámica reciente de las mipymes empleadoras*. Serie Investigaciones en Red, documento N° 7. Centro de Estudios para la Producción XXI, Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y los Emprendedores, Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. [U4]

Santesmases Mestre, M., Sánchez Guzmán, A. & Valderrey Villar, F. (2014), *Fundamentos de Mercadotecnia*, México, Grupo Editorial Patria. [U4]

Steimberg, F. (2004) *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Eumed.net. [U1]

Tamames R. (1993), *Estructura Económica Internacional*, España, Alianza Editorial, Cap. 1. [U1]

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). [U1, U2, U4]

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. [U2]



Metodología de evaluación

Para aprobar la materia los estudiantes deberán presentar y aprobar **una (1) trabajo práctico, una (1) investigación de caso** y rendir y aprobar **un examen escrito**.

Trabajo práctico

Para aprobar la materia los estudiantes deberán elaborar y presentar un trabajo práctico. El mismo consistirá en la investigación sobre la evolución, el estado y potencialidades del comercio de determinados productos de exportación Argentina. Para ello los estudiantes deberán consultar distintas bases de datos de comercio, clasificar, tabular y graficar los resultados para presentarlos en clase utilizando herramientas multimedia. Tanto el texto como la presentación deberán ajustarse a los estándares normales en presentaciones científicas.

Se pretende de esta forma que los estudiantes complementen su formación académica con la práctica, utilizando bases de datos, series estadísticas, etc., y adquieran habilidades para el trabajo profesional y la presentación en público de los resultados de su propia investigación.

IMPORTANTE: el trabajo práctico deberá ser presentado 10 (diez) días antes de la constitución de la mesa examinadora en la Dirección de la Carrera o la Secretaría Académica del Departamento de Economía y Administración (según lo especifique la Universidad en cada oportunidad).

Investigación de caso

Para aprobar la materia los estudiantes deberán elaborar y presentar un informe de investigación sobre un caso exitoso de negocio internacional de una empresa MiPyME argentina. La investigación deberá reflejar los diferentes pasos que ha seguido la empresa en su proceso de internacionalización.

IMPORTANTE: la investigación de caso deberá ser presentada 10 (diez) días antes de la constitución de la mesa examinadora en la Dirección de la Carrera o la Secretaría Académica del Departamento de Economía y Administración (según lo especifique la Universidad en cada oportunidad).

Examen escrito

Para aprobar la materia los estudiantes deberán rendir y aprobar un examen escrito que contendrá consignas que cubren todos los contenidos temáticos de la materia. El tipo de examen es progresivo, por lo que contendrá consignas conceptuales, de desarrollo y de enlace de grandes temas. Los estudiantes tendrán un máximo de 2 (dos) horas para responder la totalidad de las consignas.