



# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO FACULTAD DE ECONOMÍA**

## **LICENCIATURA EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE: COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **DETERMINANTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA**



**Elaborado por:  
Sara Quiroz Cuenca  
2017**

## INDICE

Guion de uso	3
Mapa curricular	5
Objetivo	7
El diamante de la competitividad	8
Determinantes de la ventaja competitiva	10
Condición de factores	13
Condición de la demanda interna	15
Estrategia, estructura y rivalidad doméstica	24
Sectores conexos y de apoyo	33
El papel del gobierno	34
Límites de las políticas nacionales	37
El papel de la casualidad	40
Sustentabilidad de la ventaja	44
Caso de estudio	47
Bibliografía	55
Programa de la unidad de aprendizaje	56

# Guión de uso

- El profesional formado como Licenciado en Relaciones Económicas Internacionales contará con los conocimientos, conceptos y principios que se relacionan con el área de economía especializadas, en este caso, con el comercio internacional.
- Con base en lo anterior, esta unidad de aprendizaje tiene como objetivo contribuir en su formación profesional mediante la adquisición de conocimientos, conceptos, principios y técnicas relacionados con el análisis e interpretación de las relaciones económicas entre países y empresas de diferentes territorios, a través de la evolución de las corrientes teóricas, los instrumentos de política comercial y las alianzas que se han desarrollado, ofreciendo la explicación de hechos que se dan día a día en la economía mundial, así como la búsqueda y propuesta de solución a situaciones específicas.
- Un aspecto clave consistirá en análisis de la oferta y demanda de bienes, servicios y factores en el mercado mundial, así como la justificación del intercambio comercial entre agentes económicos ubicados en distintas áreas geográficas (países o bloques económicos), incluyendo la participación que tienen los gobiernos y los beneficios o pérdidas que ocasionan estos intercambios.

- **¿Que muestra?**
- Siguiendo con el programa de la UA, en la unidad I se incluyen las teorías y paradigmas teóricos que han sido la base del análisis de la economía mundial actual, por lo que con este material se aborda el enfoque de la competitividad, bajo el esquema de la “Ventaja competitiva” de Michael Porter.
- **¿Como utilizarlo?**
- La presentación del material se hará de acuerdo a la programación que la misma UA, considerando que su avance ha sido diseñado para ir de lo simple a lo complejo, y de lo general a lo particular; partiendo de la explicación de la teoría y sus elementos para poder contrastar con situaciones y análisis de casos específicos (de empresa y de país) a fin de que el alumno pueda ir integrando cada concepto y los supuestos teóricos que implica cada uno de los aportes realizados en la conceptualización de la competitividad.
- La constante referencia a hechos y acontecimientos de la economía mundial diaria permitirán enlazar estos conocimientos y presentaciones a fin de hacerlo práctico y asequible al alumno para desarrollar el análisis de situaciones concretas.
- **Requerimientos de uso**
- Equipo de cómputo (PC o laptop), con sistema operativo Windows y Office, proyector de diapositivas.

# Mapa Curricular

## Lic. en Relaciones Económicas Internacionales. Mapa Curricular

- **Ideal:** 10 periodos

PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO	NOVENO	DECIMO
MICROECONOMIA I CR10	MICROECONOMIA II CR10	MACROECONOMIA CR10	MACROECONOMIA DE ECONOMIAS ABIERTAS CR10	TEORIA MONETARIA Y POLITICA FINANCIERA CR10	TEORIA DE JUEGOS CR7	POLITICA COMERCIAL CR10	TEORIA DE DECISIONES CR10	TALLER; LIDERAZGO Y CULTURA DE CALIDAD CR5	TALLER DE TITULACION CR5
INTRODUCCION A LAS MATEMATICAS PARA LA ECONOMIA CR10	MATEMATICAS APLICADAS A LA ECONOMIA CR10	MATEMATICAS FINANCIERAS CR10	ESTADISTICA INFERENCIAL CR10	COMERCIO INTERNACIONAL CR10	SERIES DE TIEMPO CR10	ECONOMIA INDUSTRIAL CR10	ORGANIZACION POLITICA Y ECONOMICA DE ASIA, AFRICA Y OCEANIA CR8	MERCADOTECNIA CR8	OPTATIVA CR10
INTRODUCCION A LAS RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES CR10	ESTRUCTURA ECONOMICA MUNDIAL CR10	PROBABILIDAD Y ESTADISTICA CR8	ORGANISMOS INTERNACIONALES DE ECONOMIA Y COMERCIO CR8	MODELOS ECONOMETRICOS CR10	ORGANIZACION POLITICA Y ECONOMICA DE AMERICA CR8	ORGANIZACION POLITICA Y ECONOMICA DE EUROPA CR8	PLANEACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS CR8	INGLES C2 CR6	OPTATIVA CR6
ADMINISTRACION DE EMPRESAS CR8	OPTATIVA CR6	TECNOLOGIA Y FORMAS DE TRANSFERENCIA CR6	CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA CR10	ECONOMIA DEL MEDIO AMBIENTE CR6	TALLER; NEGOCIACION Y SOLUCION DE CONFLICTOS CR5	TALLER; FORMACION DE EMPRESAS CR5	FINANCIACION INTERNACIONAL DE LA EMPRESA CR8	OPTATIVA CR6	TERCER IDIOMA CR6
OPTATIVA CR6	OPTATIVA CR6	INGLES C1 CR6	ANALISIS ECONOMICO DE MERCADOS CR8	OPTATIVA CR6	DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO CR8	DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO CR8	LEGISLACION INTERNACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE CR8	OPTATIVA CR10	OPTATIVA CR6

	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO	NOVENO	DECIMO	TOTAL
UA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
CR	44	44	40	46	42	38	41	40	35	33	403

OPTATIVAS NUCLEO BASICAS

CONTABILIDAD BASICA CR8	TALLER DE REDACCION Y COMUNICACIÓN CR8	TALLER DE COMPUTACION CR8	ETICA Y VALORES CR8	METODOLOGIA Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION CR8	CONTABILIDAD FINANCIERA CR8	TALLER DE DISEÑO DE INVESTIGACION CR8
----------------------------	--	---------------------------------	------------------------	---	-----------------------------------	---

ACENTUACION

OPTATIVAS NUCLEO INTEGRAL

COMERCIO INTERNACIONAL	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION E INTERNACIONALIZACION CR8	CONTRATOS INTERNACIONALES CR8	INCOTERMS Y LOGISTICA CR8	ARBITRAJE INTERNACIONAL CR8	PROPIEDAD INTELLECTUAL CR8	PROGRAMAS DE FOMENTO AL COMERCIO CR8
MERCADOTECNIA	PROMOCION Y PUBLICIDAD INTERNACIONAL CR8	DESARROLLO DE FRANQUICIAS CR8	ADMINISTRACIÓN DE LAS PYMES CR8	PRECIOS INTERNACIONALES CR8	EMPRESA Y LIDERAZGO INTERNACIONAL CR8	SIMULADOR DE NEGOCIOS CR8
FINANZAS INTERNACIONALES	ADMINISTRACION FINANCIERA CR8	MANEJO DEL MERCADO CAMBIARIO CR8	SISTEMAS DE INFORMACION CR8	MERCADOS FINANCIEROS CR8	PROYECTOS DE INVERSION CR8	CREDITO Y COBRANZAS INTERNACIONALES CR8

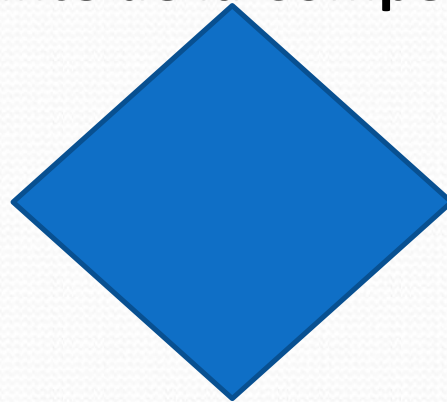
OPTATIVAS DE NUCLEO INTEGRAL PARA LAS TRES AREAS DE ACENTUACION	SISTEMA ADUANERO CR10	MARCO JURIDICO MEXICANO DEL COMERCIO CR10
--	--------------------------	---

	NÚCLEO BASICO
	NÚCLEO SUSTANTIVO
	NÚCLEO INTEGRAL

# Objetivo

- El alumno conocerá y comprenderá la teoría de la ventaja competitiva y sus elementos para poder contrastar con situaciones y análisis de casos específicos (caso de estudio) a fin de que el alumno pueda ir integrando cada concepto y los supuestos teóricos que implica cada uno de los aportes realizados en la conceptualización de la competitividad.

## **“Diamante de la Competitividad”**



**Los factores se entrelazan para formar el diamante, en donde unos factores son importantes para establecer la ventaja y otros para fortalecerla y mantenerla.**

**Su papel no se puede contemplar por separado.**

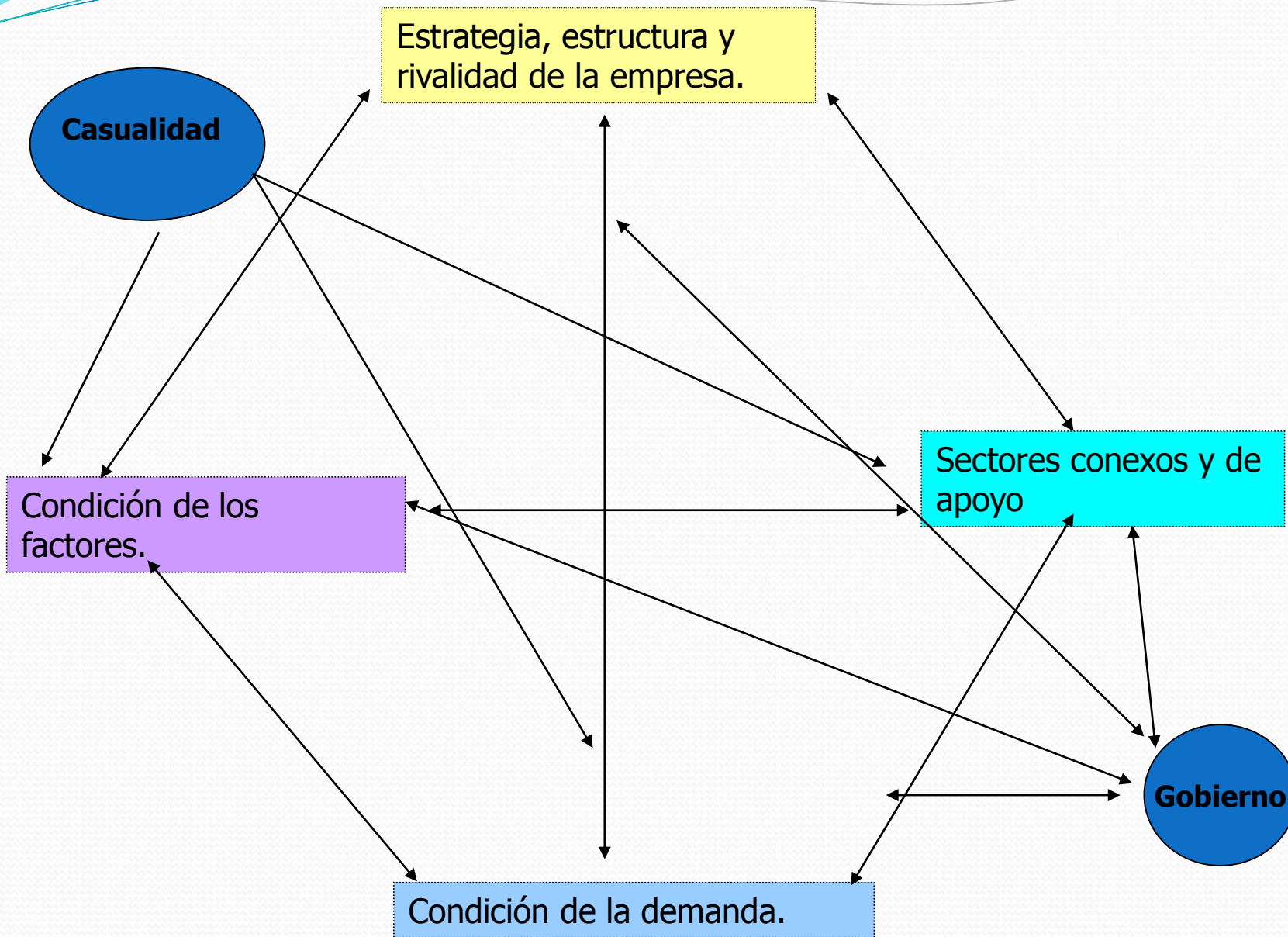
**Las interrelaciones son autorreforzantes.**

**Si una se fortalece, podrán fortalecerse las otras.**

**Si una se debilita, se pueden debilitar las otras**



# Componentes del Diamante




## ***LOS DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD***

- \*\*** El éxito en la competencia internacional se logra cuando se combinan algunas ventajas ampliamente aplicables con ventajas que son específicas de un sector en particular de un pequeño grupo de sectores.
- \*** Las interacciones entre los determinantes aportan nueva información, nuevas técnicas y nuevos participantes en la competencia sectorial lo que lleva a un ritmo de mejora e innovación mas rápida.
- \*\*** Cuando una nación tiene una desventaja en un determinante, el éxito nacional refleja normalmente una ventaja excepcional en otros

## INTERACCION DE LOS DETERMINANTES DE LA VENTAJA

- Los determinantes cooperan a la ventaja competitiva o la entorpecen, se integran en un sistema dinámico.
- Una desventaja de los determinantes es que los sectores competitivos de una nación no están repartidos uniformemente.



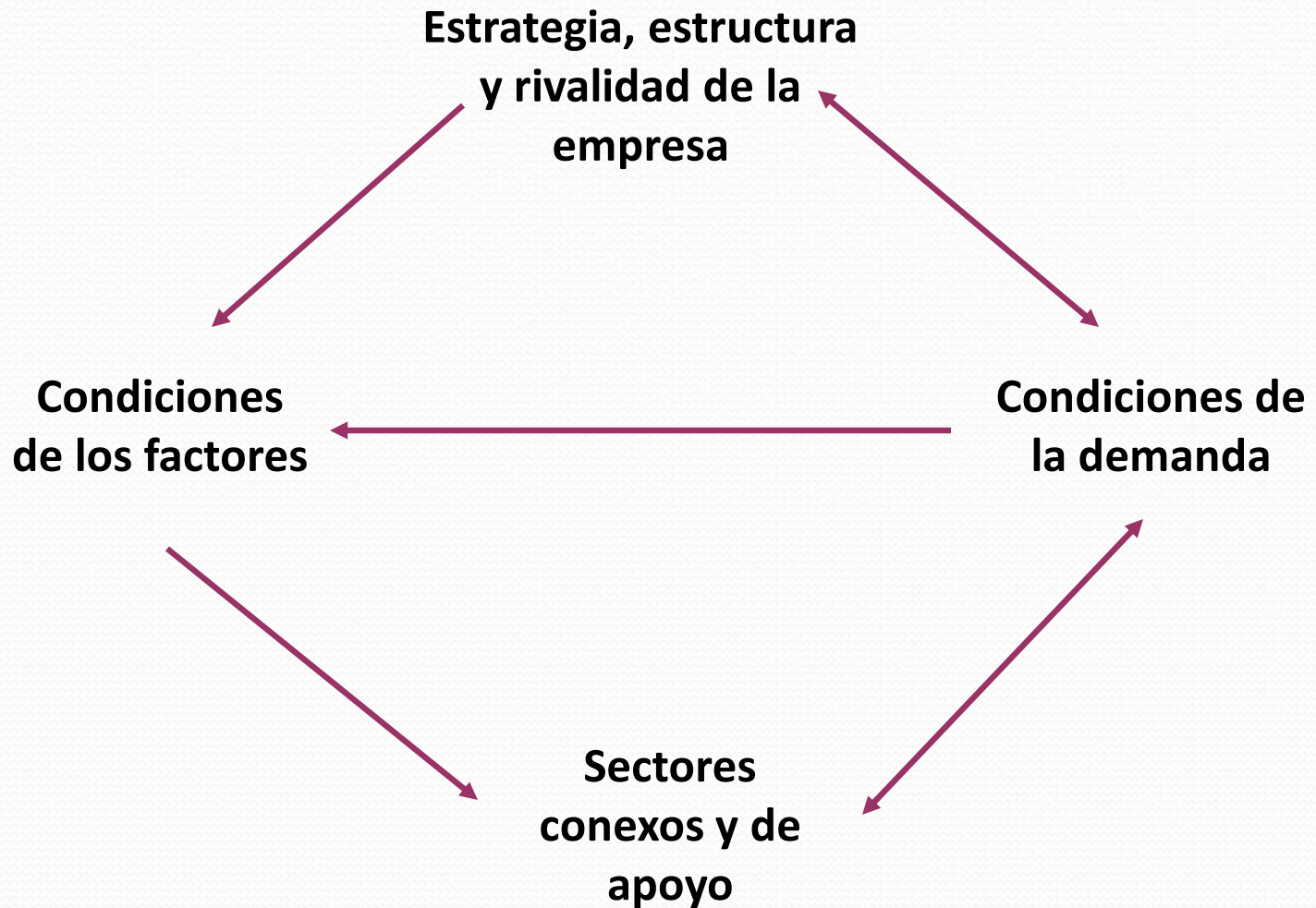
■ Los determinantes en la ventaja nacional fomentan la ventaja competitiva en un sector.

■ Lo importante para la ventaja competitiva son los mecanismos excepcionalmente eficaces para la creación y perfeccionamiento de los factores que sean avanzados y especializados

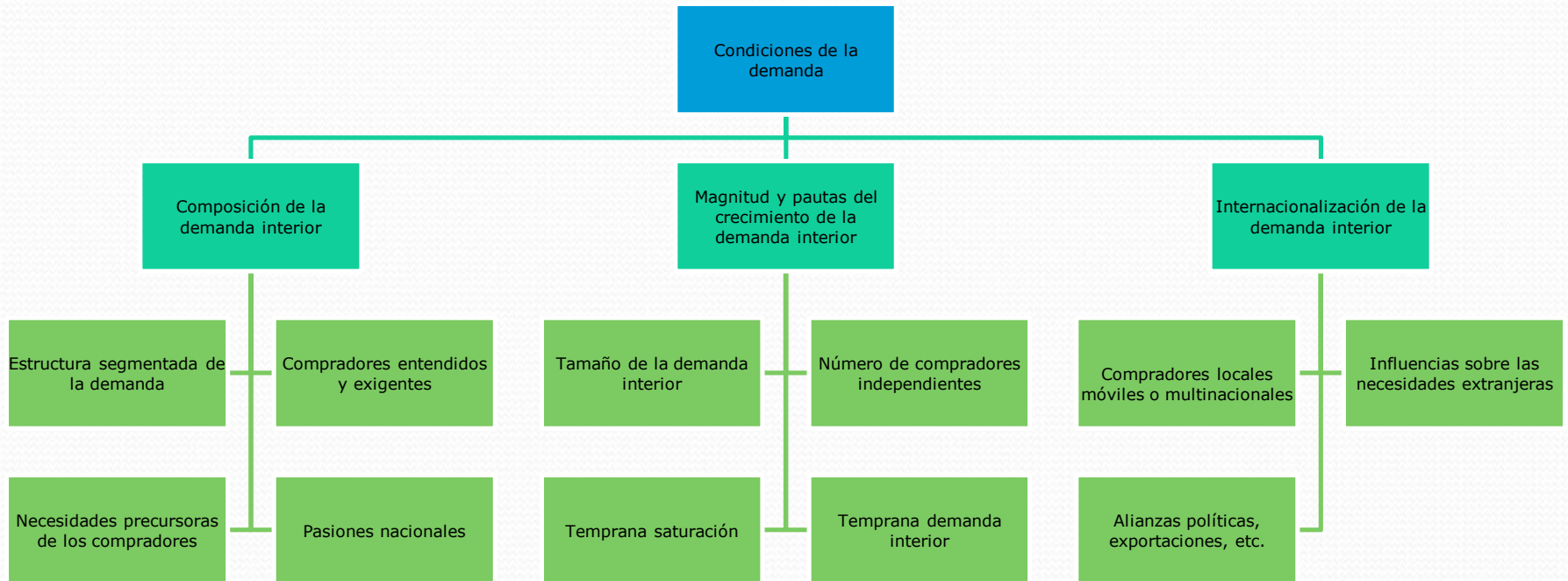
# Condición de factores



# CONDICION Y CREACIÓN DE FACTORES



# CONDICIONES DE LA DEMANDA



- La ventaja competitiva de una nación se ve afectada en gran parte por las condiciones de la demanda interna para cierto producto o servicio.
- Se divide en tres grandes campos que son:





# Características de la demanda que determinan una ventaja competitiva

## Estructura segmentada de la demanda

- Segmentos mundiales que representen una participación grande de la demanda interior y significativamente menor en otras naciones.
- Los segmentos menos rentables serán propensos a ser anticipados por los competidores extranjeros
- Las empresas nacionales cederán esos segmentos
- Los segmentos representan una ventaja
- pueden utilizarlos para penetrar los mercados extranjeros y ser competitivos por la experiencia adquirida.

## Compradores entendidos y exigentes

- Representa una ventaja
- Constantemente estarán exigiendo a los productores
  - mejores productos,
  - menores costos
  - menor precio por los productos demandados,
  - las empresas pueden obtener información de las necesidades de los consumidores
  - Permiten ser más competitivos con países que no cuentan con ellos.

## Necesidades precursoras de la demanda

- Se tiene una ventaja cuando las necesidades de los compradores domésticos son precursoras de las necesidades de los compradores de otras naciones.
- Las normativas también juegan un papel importante y cuando se anticipa a la de otros países, derivará como resultado una ventaja competitiva.

# Tamaño y pautas de crecimiento de la demanda

- El gran tamaño del mercado interior representa ventaja en los sectores de economías de escala, y fomenta a las industrias a invertir en instalaciones.
- Cuando el tamaño de la demanda es grande se puede llegar a menores costos, siendo competitivo en los países que tengan una demanda similar.
- Puede representar una desventaja porque las empresas se verían satisfechas con las ventas nacionales y no provocarían el comercio internacional.

## Número de compradores independientes

- mayor número de compradores en una nación propicia la creación de un mejor entorno para la innovación que cuando existe sólo dos o un comprador.
- Se llegaría a una estática maligna para el comercio y la mejora de los productos.

## Tasa de crecimiento de la demanda interior

- Entre más crezca la demanda interna,
- las innovaciones se darán más de prisa y así se adoptarán nuevas tecnologías y el crecimiento y desarrollo de nuevos productos arrojará una ventaja respecto de los demás países.
- El crecimiento de la demanda estimula a las empresas a invertir y entre más se crezca mayores serán las inversiones.

## Temprana demanda interior

- La temprana demanda de un producto en una nación ayuda a las empresas locales a posicionarse antes que sus rivales en el mercado internacional.
- Se obtiene provecho del tiempo y la experiencia que se ganará.

## Temprana saturación

- Las innovaciones estarán más a la mano, desarrollando productos más rápido
- Los países que no se saturan rápido tendrán que recurrir a los productos de otros países si quieren estar al día en el producto que les interese. Esto provoca una baja de costes, mayor rivalidad, más calidad y la desaparición de unas cuantas empresas y la confirmación de aquellas restantes, que estarán formalizadas e innovadas.

# Internacionalización de la demanda interior

Se logra con:

- Compradores locales móviles o multinacionales: estos compradores locales se convierten en compradores extranjeros, generando presencia en el exterior y dando a conocer los productos internos.
- Los multinacionales prefieren los productos de su origen durante sus primeros años de funcionamiento en el extranjero. Crea demanda extendida en otros países.
- Influencias sobre las necesidades extranjeras, a través de la información que los extranjeros obtienen de los nacionales.
- Las exportaciones, las películas y programas de televisión, el turismo o las alianzas políticas que permiten el paso de productos hacia países integradores de estos acuerdos.

# Composición de la demanda

- Es la forma en que las empresas perciben, interpretan y dan respuestas a las necesidades de los consumidores.
- Entre más presionen los demandantes a los productores se verán más innovaciones y mejoras a los productos.
- Número de compradores independientes.
- Tasa de crecimiento de la demanda
- Temprana demanda interior
- Temprana saturación
- Economías de escala

## TAMAÑO DEL MERCADO

- Conduce a ventajas competitivas en aquellos sectores donde se produzcan economías de escala, al generar inversión en instalaciones de gran escala, en desarrollo de tecnología y en mejoras de la productividad
- Una gran demanda interior es ventaja sólo si se tiene una gran demanda en otras naciones, y si fomenta la inversión y la reinversión o el dinamismo.

## ¿Por qué se producen las economías de escala?

- Reparto de los costos fijos entre más unidades producidas (disminución del coste medio)
- Rappel sobre compras
- Mejora tecnológica
- Incremento de racionalidad en el trabajo (división del trabajo, especialización...)
- Causas no controlables por la empresa (por ejemplo disminución del precio de un insumo).

# Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

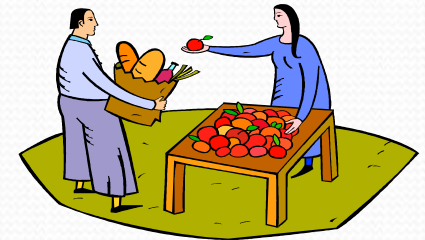
Amenaza de  
Productos ó Servicios  
Sustitutos



Amenaza de nuevas  
incorporaciones



Análisis Estructural de los Sectores



Rivalidad entre  
competidores  
existentes

Poder de Negociación  
de Proveedores



Poder de negociación  
de Compradores





## ★ **INFLUENCIAS DE LA RIVALIDAD DOMESTICA**

- ❖ Las condiciones de la demanda potencian la rivalidad cuando los compradores domésticos exigentes buscan múltiples proveedores y fomentan la incorporación de nuevos competidores.
- ❖ Los usuarios entendidos pueden aportar una acertada comprensión de las necesidades del comprador, mejorando las probabilidades de alcanzar ventaja competitiva.

Hay dos mecanismos básicos mediante los que se forman nuevas empresas:

- ① Establecimiento de empresas completamente nuevas que pueden derivarse de empresas ya establecidas, que pueden ser formadas por los empleados de proveedores y clientes.
- ② La diversificación interna hacia nuevos sectores por parte de empresas establecidas ya que son una considerable fuente de ventaja competitiva nacional.

Los rivales domésticos luchan por:

- Permanecer en el mercado
- Por tener los mejores empleados
- Los avances técnicos
- y los mejores técnicos.

Cuando hay economías de escala los competidores locales se unen para buscar una mayor eficacia y superior rentabilidad.

Crean presiones para innovar de forma que mejoran las ventajas competitivas de las empresas de una nación.

Su presencia:

- Anula los costes de los factores.
- El acceso del mercado interior o una preferencia dentro de el.
- Elevados costes de importación.

Los competidores locales imitan y mejoran las buenas ideas lo que acelera el ritmo general de innovación del sector

La concentración geográfica de los rivales en una sola ciudad o región dentro de una nación es reflejo del beneficio que se potencian.

## ***EL AGRUPAMIENTO DE SECTORES COMPETITIVOS***

- ① Los sectores competitivos de una nación no se repartirán uniformemente por toda su economía.
- ① Normalmente los sectores de mas éxito de una nación suelen estar vinculadas mediante relaciones verticales.
- ① El agrupamiento de sectores competitivos representa más que la suma de sus partes.

- ⦿ Tienen tendencia a crecer a medida que un sector competitivo engendra a otro.
- ⦿ Las orientaciones que tome la expansión dependerán de los procesos de formación de agrupamientos que más prevalezcan en la nación.
- ⦿ A medida que estos se desarrollan, los recursos de la economía fluyen hacia ellos y se apartan de los sectores aislados que no pueden aplicar los recursos de forma tan productiva.

# El desarrollo de los agrupamientos

➤ El proceso evolutivo del sector engendra a veces sectores competitivos y consecuentemente crea o amplía un agrupamiento.



- Los agrupamientos de sectores competitivos que alcanzan el éxito son, verticalmente profundos y abarcan muchos eslabones de la cadena vertical y sectores que aportan maquinaria y otros insumos especializados.

Vínculo familiar

Propiedad común dentro de un grupo industrial

Propiedad de paquetes de acciones.

Consejeros comunes.

Patriotismo nacional

***NORMAS DE CONGRUENCIA DE METAS O DE COMPORTAMIENTO DENTRO DE LOS AGRUPAMIENTOS***



## Sectores conexos y de apoyo

- ❖ Las condiciones de los factores sobre todo los mecanismos de creación de factores influyen en el desarrollo de sectores conexos y de apoyo
- ❖ La amplitud y especialización de los sectores de apoyo mejoran con el tamaño y crecimiento de la demanda interior de un producto
- ❖ La influencia más decisiva sobre el desarrollo de sectores conexos y de apoyo es la existencia de rivales domésticos agresivos .

## EL PAPEL DEL GOBIERNO

- Influencia vital y determinante en la moderna competencia internacional.
- La política gubernamental fracasará si sigue siendo la única fuente de ventaja competitiva nacional
- Las políticas que llegan a tener éxito lo consiguen en aquellos sectores donde están presentes los determinantes básicos de la ventaja competitiva a nivel nacional.

# Influencia del gobierno en los cuatro determinantes.

## 1. Condiciones de los factores:

1. Subvenciones
2. Política respecto a los mercados de capital,
3. Política educativa y otras intervenciones por el estilo

## 1. Condiciones de la demanda local

1. Establece normas concernientes al producto que delimitan las necesidades de los compradores o influyen en ella.
2. Desempeña un papel importante como comprador, y dependiendo de su forma de actuar puede ayudar o perjudicar a la industria de la nación.

### 3. En sectores conexos y de apoyo

1. Moldea las circunstancias por medio del control de medios publicitarios o

2. Establecimiento de normativas para los servicios de apoyo

### 4. En la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

1. Por medio de mecanismos como la regulación de los mercados de capital,

2. La política fiscal

3. La legislación antimonopolio.

## ● **Los límites de las políticas nacionales**

- Los estados nacionales tienen que desenvolverse bajo una doble presión:

1. La fuerza y las condiciones que les impone la globalización de la economía y los sistemas y procesos de producción, de intercambio y de comunicación e información que operan y funcionan en el mundo.

2. Las fuerzas locales y regionales que reclaman – y van obteniendo- cada vez más atribuciones y recursos.

- La forma de desarrollar hoy un país difiere de la realizada por los países que hoy son ricos.
- Muchos países ricos utilizaron y pusieron en práctica políticas proteccionistas y los subsidios para estimular su industria y otras ramas de la producción.

- El gobierno central asume tareas que no sólo exceden la capacidad de una persona o de una localidad para atenderlas, sino también exceden la capacidad de las entidades federativas.
- Como gobierno central debe proporcionar los bienes y los servicios públicos para toda la población (defensa, seguridad nacional, emisión de moneda, asuntos internacionales, etcétera)

# Casualidad

- Los acontecimientos casuales son incidentes que tienen poco que ver con las circunstancias de una nación, frecuentemente están fuera del control y de la capacidad de influir tanto de las empresas como del gobierno nacional.





# Importancia

- Crean discontinuidades que propician cambios en la posición competitiva.
- Anulan ventajas de los competidores.
- Crean el potencial para que las nuevas empresas puedan ocupar los puestos.
- Desempeñan su papel al alterar las condiciones en el <<diamante>>.
- Producen impactos asimétricos en diferentes naciones.
- Atributos nacionales = *qué nación los explota*

## *Casualidad y ventaja competitiva*

- Actos de pura invención.
- Importantes discontinuidades tecnológicas.
- Discontinuidades en los costes de los insumos.
- Cambios significativos en los mercados financieros mundiales
- Alzas insospechadas de la demanda mundial o regional
- Decisiones políticas de Gobiernos extranjeros.
- Guerras.

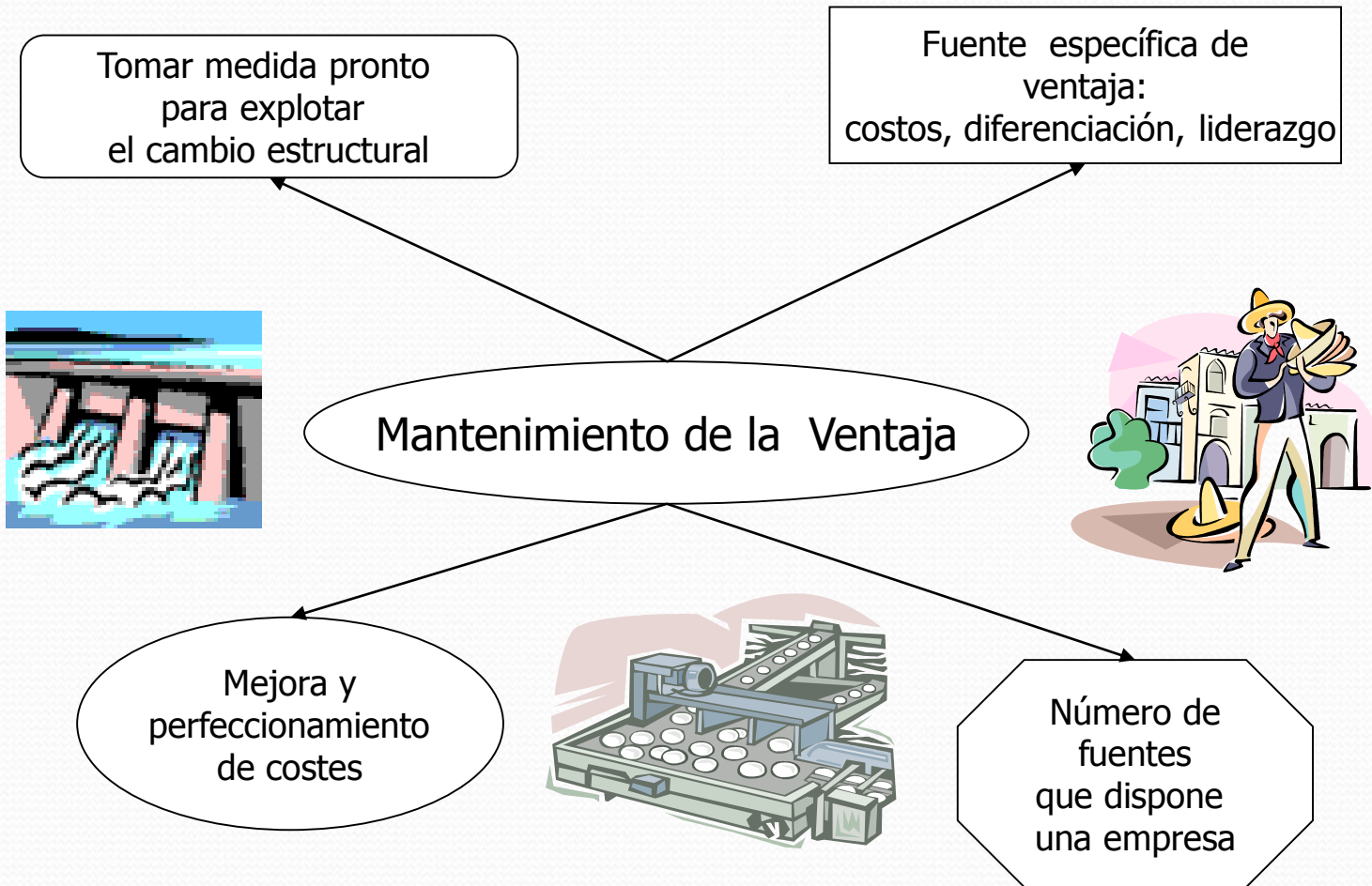
- Invención y talento emprendedor = núcleo de la ventaja competitiva.
- Los determinantes desempeñan un papel estelar en la delimitación de la probabilidad de la invención y el talento emprendedor.
- Lo que puede parecer fruto de la casualidad es, en realidad, el resultado de las diferencias en los entornos nacionales.
- El <<diamante>> influye respecto a la capacidad de convertir un invento en un sector internacionalmente competitivo.

# Sustentabilidad de la ventaja

La ventaja se mantiene cuando sus fuentes se amplían y mejoran.

La eficacia de estas interacciones depende en parte de otros determinantes tales como la capacidad de formación de nuevas empresas.

Depende de la fluidez y sensibilidad de las instituciones, los particulares y las empresas de la nación que guardan relación con un sector en particular.



## ***La pérdida de ventaja competitiva***

A medida que evolucionan los sectores, las empresas de una nación corren el riesgo de perder una parte o el todo de su ventaja competitiva.

Razones más importantes del deterioro de la ventaja:

- ⦿ Deterioro de las condiciones de los factores.
- ⦿ Disparidad entre las necesidades locales y la demanda mundial.
- ⦿ Los compradores locales se duermen en los laureles.
- ⦿ El cambio tecnológico lleva a apremiantes desventajas en factores especializados a la necesidad de nuevos sectores de apoyo a los que se carece.
- ⦿ Las metas limitan el ritmo de inversión.
- ⦿ Las empresas pierden la flexibilidad para adaptarse.
- ⦿ La rivalidad doméstica decae.

# Caso de estudio: Camisas “Mirrey”

## Características del producto

**Imagen 1.** Diferentes modelos de camisas.



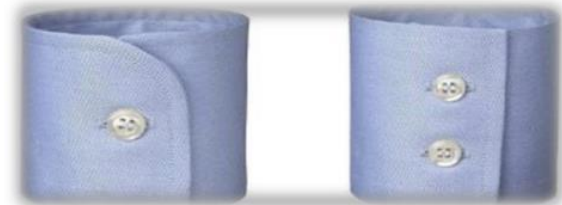
**Fuente:** El arte del buen vestir (Poveda, et al., 2012, p. 58).

**Imagen 2.** Modelos de cuellos.



**Fuente:** El arte del buen vestir (Poveda, et al., 2012, p. 60).

**Imagen 3.** Puños de camisas.



**Fuente:** El arte del buen vestir (Poveda, et al., 2012, p. 57).

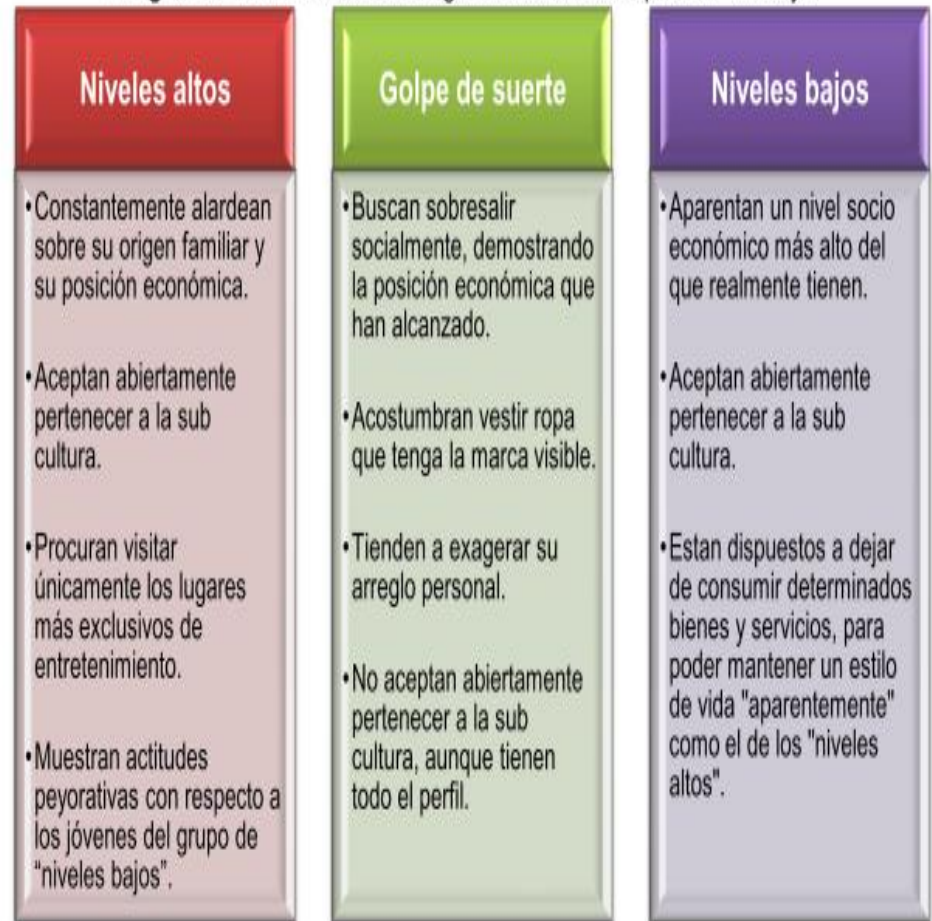
# Características del consumidor potencial

Diagrama 16. Tipos de "Mirrey".



Fuente: Elaboración propia, en base a (Ramírez & Soberanes, 2012) y (Nájera & Ortiz, 2012).

Diagrama 17. Características generales de los tipos de "Mirrey".



Fuente: Elaboración propia, en base a (Ramírez & Soberanes, 2012) y (Nájera & Ortiz, 2012).



**Imagen 21.** Principal competencia en el Valle de Toluca.



**Fuente:** [alfilo.com.mx](http://alfilo.com.mx) (Alfilo Italy, 2013), [nekker.com.mx](http://nekker.com.mx) (Nekker London, 2013), [scappino.com](http://scappino.com) (Scappino, 2013), [aldoconti.com](http://aldoconti.com) (Aldo Conti Italia, 2013), [mensfactory.com.mx](http://mensfactory.com.mx) (Men's Factory, 2013), [zara.com/mx](http://zara.com/mx) (ZARA, 2013).

**Imagen 22.** Tiendas departamentales de renombre en el Valle de Toluca



**Fuente:** liverpool.com.mx (Liverpool, 2013), elpalaciodehierro.com (El Palacio de Hierro, 2013).

**Imagen 23.** Oferta externa.



**Fuente:** kuzzen.com (Küzzen, 2013), 7camicie.com (Grandi Progetti SRL, 2013).

**Cuadro 16.** Similitud básica con la competencia.

EMPRESA	Exclusiva para hombres		Dirigida a los jóvenes		Estilo de camisas		Productos complementarios	
	Si	No	Si	No	Casuales	Formales	Si	No
<b>Alfilo</b>	X		X		X	X	X	
<b>Nekker</b>		X	X		X		X	
<b>Scappino</b>	X			X	X	X	X	
<b>Aldo Conti</b>	X			X	X	X	X	
<b>Men's Factory</b>	X		X		X	X	X	
<b>Zara</b>		X	X		X	X	X	
<b>VS.</b>								
<b>INPOISE</b>	X		X		X	X	X	

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 17.** Similitud crítica con la competencia.

EMPRESA	1. Crítico Bajo			2. Crítico Medio		3. Crítico Alto	
	Especialización en camisas			Conocimiento del mercado Mirrey		Especialización en el mercado Mirrey	
	Alta	Media	Baja	Si	No	Si	No
<b>Alfilo</b>	X			X			X
<b>Nekker</b>	X			X			X
<b>Scappino</b>	X				X		X
<b>Aldo Conti</b>			X		X		X
<b>Men's Factory</b>		X			X		X
<b>Zara</b>	X				X		X
<b>VS.</b>							
<b>INPOISE</b>	X			X		X	

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 18.** Relación calidad y precio de la competencia

EMPRESA	Calidad en los materiales			Rango de precios promedio (pesos)			
	Alta	Media	Baja	<500	500-1000	1001-1500	>1500
<b>Alfilo</b>	X					X	
<b>Nekker</b>	X					X	
<b>Scappino</b>	X					X	X
<b>Aldo Conti</b>		X			X		
<b>Men's Factory</b>		X		X	X		
<b>Zara</b>			X	X	X		

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 19.** Tamaño de la competencia.

EMPRESA	Sucursales en el Valle de Toluca	Presencia de la marca	
		Otras partes del país	Otros países
<b>Alfilo</b>	2	X	
<b>Nekker</b>	1	X	
<b>Scappino</b>	2	X	X
<b>Aldo Conti</b>	3	X	X
<b>Men's Factory</b>	6	X	X
<b>Zara</b>	2	X	X

Fuente: Elaboración propia con datos de [alfilo.com.mx](http://alfilo.com.mx) (Alfilo Italy, 2013), [nekker.com.mx](http://nekker.com.mx) (Nekker London, 2013), [scappino.com](http://scappino.com) (Scappino, 2013), [aldoconti.com](http://aldoconti.com) (Aldo Conti Italia, 2013), [mensfactory.com.mx](http://mensfactory.com.mx) (Men's Factory, 2013), [zara.com/mx](http://zara.com/mx) (ZARA, 2013).

**Cuadro 20.** Similitud básica con la competencia externa.

EMPRESA	Exclusiva para hombres		Dirigida a los jóvenes		Estilo de camisas		Productos complementarios	
	Si	No	Si	No	Casuales	Formales	Si	No
<b>Küzzen</b>		X	X		X		X	
<b>7camicie</b>		X	X		X	X	X	
<b>VS.</b>								
<b>INPOISE</b>	X		X		X	X	X	

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 21.** Similitud crítica con la competencia.

EMPRESA	1. Crítico Bajo			2. Crítico Medio		3. Crítico Alto	
	Especialización en camisas			Conocimiento del mercado Mirrey		Especialización en el mercado Mirrey	
	Alta	Media	Baja	Si	No	Si	No
<b>Küzzen</b>	X			X			X
<b>7camicie</b>	X			X			X
<b>VS.</b>							
<b>INPOISE</b>	X			X		X	

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 22.** Relación calidad - precio de la competencia externa.

EMPRESA	Calidad en los materiales			Rango de precios promedio (pesos)			
	Alta	Media	Baja	<500	500-1000	1001-1500	>1500
<b>Küzzen</b>	X					X	
<b>7camicie</b>	X						X

Fuente: Elaboración propia con investigación de campo.

**Cuadro 23.** Tamaño de la competencia.

EMPRESA	Presencia de la marca		
	Tiendas departamentales del Valle de Toluca	Otras partes del país	Otros países
<b>Küzzen</b>	X	X	
<b>7camicie</b>		X	X

Fuente: Elaboración propia con datos de kuzzen.com (Küzzen, 2013), 7camicie.com (Grandi Progetti SRL, 2013).

## Bibliografía

- Carbaugh, Robert J. (2013) Economía Internacional, 13ª. Edición, Cengage Editores, México
- Caso de estudio “Camisas Mirrey” (2013) Facultad de Economía.
- Porter, Michael E. (1991) La Ventaja Competitiva de las Naciones, Ed. Vergara, Argentina
- Salvatore, Dominick (1999) Economía Internacional, 6ª. Edición, Ed. Prentice Hall, México
- Vietor, Richard H.K. (2008: 7-32) Cómo compiten los países. Estrategia, estructura y gobierno de la economía global. Ed. Deusto, España

# Programa de la Unidad de Aprendizaje



Universidad Autónoma del Estado de México

Secretaría de Docencia

Coordinación General de Estudios Superiores

Programa Institucional de Innovación Curricular

Competency- based curriculum  
INTERNATIONAL TRADE

## I. MODULE-TEACHING UNIT IDENTIFICATION

TEACHING INSTITUTION: ECONOMY FACULTY

ACADEMIC PROGRAM: Bachelor of International Economic Relations	Subject: Economic Theory and Specialized Economies
---	--

Approved by the Academic and Government Boards of the Faculty	Presentation Day: January 2006	Approval Date: February 20, 2006	Program written by: Dra. In C. S. Sara Quiroz Cuenca
	Update: April 30, 2014	Approval date: July 15, 2014	Update program by: Dr. at S. C. Sara Quiroz and Dr. Cuenca. C.E.A. Gabriela <u>Munquía Vazquéz</u>

MODULE-TEACHING UNIT NAME: International Trade

Code	Planned Hours	Practical Hours	Total Hours	Credits	Type of Learning Unit	Learning Unit Character	Training Core
L43166	4	2	6	10	Course	Required	Substantial

Prerequisites: Basic knowledge on microeconomics	Learning Unit Background: None	Consistent Learning Unit: None
--	--------------------------------	--------------------------------

Academic programs where it is offered: Bachelor of International Economic Relationships



## II. PRESENTATION

Now a day's global economy is shaped by various economic, political, social and cultural relationships developed among different nations and regions within it, causing other heterogeneous situations ranging from commercial and financial exchanges to cultural and social one. Each of these situations require detailed analysis of the elements that are involved on them, especially for International Trade area, which is related to the goods and services market, the capital market and the labor market and policies implemented by each country governments of in order to get the maximum benefit for their people, from their entry into the world market.

The trained professional with a degree in International Economic Relationships will have knowledge, concepts and principles relate to the area of international economics, specifically, international trade, allowing them to analyze and assess the complex interrelationships between nations in the context of the global economy, in order to contribute to the decision making using more elements for that.

This learning unit aims to contribute to their professional development through the acquisition of knowledge, concepts, and principles related to the analysis and interpretation of economic relationships between countries and companies from different territories, through the evolution of the theoretical currents the trade policy instruments and partnerships that have been developed, providing explanation of the events that occur day to day in the world economy, as well as searching and proposing solutions to specific situations.

## III. MODULE- TEACHING UNIT STANDARDS



PROFESSOR	STUDENT
<ul style="list-style-type: none"><li>• Curricular professor presentation.</li><li>• Attendance and punctuality to all sessions.</li><li>• Competency- based curriculum presentation, and set up conditions and evaluation criteria.</li><li>• Provide guidance on the acquisition of knowledge and concepts of international trade.</li><li>• Guide students in the use of concepts in order to help them to analysis and applied them to specific situations.</li><li>• Contribute to the critical analysis of the concepts and the validity of its application to the current environment.</li><li>• Answer questions on various materials.</li><li>• Continually evaluate the student's academic performance.</li><li>• Abide by the regulatory guidelines established by the UAEM and its academic body.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A minimum of 80% of class attendance is required to present the final exam.</li><li>• Punctuality to all sessions.</li><li>• Make reading, analysis and synthesis of texts programmed for the module-teaching unit.</li><li>• Deliver the class work on time.</li><li>• Answer any numerical or analytical laboratory exercises provided by the professor, according to each unit of competence scheduled.</li><li>• Active, respectful and responsible participation.</li><li>• Constructive critical analysis and teamwork attitude.</li><li>• Research and final essay development.</li><li>• Be punctual on the agreed dates for partial evaluations.</li><li>• Abide by the regulatory guidelines established by the UAEM</li></ul>





and its academic body.

#### IV. GENERAL PURPOSE

Students will understand, analyze and explain international trade concepts and principles, as part of International Economics and the evolution of theoretical paradigms which has explained International Economic Transactions.

#### V. GENERIC COMPETENCE

- Knowledge and elements application of International economy's concepts and principles.
- International trade's knowledge of its categories, concepts and principles.
- Understanding the theoretical paradigms evolution which have strengthened against the operators dynamics from the commercial exchange between countries and regions.
- Appreciation and knowledge of commercial transactions between companies in the international arena.
- Knowledge of basic concepts applicable in international trade policy.
- Identify social and economic issues, and policies affecting the international market.
- Analyze the opportunities in the international market and technological aspects of the international economy.
- Conduct studies and research regarding to international markets.

#### VI. AREAS OF PERFORMANCE

- The professional trained in International Economic Relationships will have the knowledge and tools that will allow him to perform analysis, diagnosis and proposals making on international economic exchange and trade policy aspects, as well as advising and proposing solutions.

#### VII. ACADEMIC CURRICULUM (Initial, training, increasing complexity, differential field)

- Theoretical concept, guiding analysis - controlled training and economic research



## VIII. STRUCTURE OF MODULE-TEACHING UNIT PERFORMANCE AREAS (Unit Name and subtopics)

### 1. International Trade Fundamentals

- 1.1 Conceptualization of international trade
- 1.2 Mercantilist theory
- 1.3 Absolute advantage theory
- 1.4 Comparative advantage theory
- 1.5 Theory of factor endowments
- 1.6 Competitive advantage theory
- 1.7 International trade New theories
  - 1.7.1 The competitive advantage of nations
  - 1.7.2 The inter-trade, intra-industry and intra-firm.
  - 1.7.3 Industrial agglomeration theory.
  - 1.7.4 Global economy advantages in the (e-commerce, e-business, B2B)

### 2. Trade policy Elements

### 3. International trade Contemporary aspects

- 3.1 International trade in services
- 3.2 Foreign investment in Mexico
  - 3.2.1 Investment Statistics
  - 3.2.2 Investment Attraction Program
- 3.3 Protection of Intellectual Property (TRIPs, WIPO, IMPI).  
Resolution of international commercial disputes (arbitration)

### 4. Trade and Economic Integration

- 4.1 Concept and forms of integration
- 4.2 Trading Blocks, origin and evolution
- 4.3 Effects and trends of economic integration



## IX. COURSE METHODOLOGY

- The concepts development of each of the units of competency into the learning unit will follow the order in which the structure is presented, since each involves the application and knowledge from the one before, however in each of the units it must be included case studies. In this way the student will be directed towards the application of concepts and principles which explain the international trade real problems, making progress in its interpretation and complexity.

