

# *COMPETITIVIDAD Y MERCADOS EXTRANJEROS*



## PROGRAMA DE CURSO



**UCI**

Universidad para la  
Cooperación Internacional

## DESCRIPCIÓN GENERAL

Las dinámicas propias de la globalización, que se han acelerado de forma notoria en la última década, han traído consigo nuevos retos, tanto para los países como para las empresas, para ser competitivos. Desde esta perspectiva, se comprende que las empresas no son las únicas que deben formular estrategias para ser más competitivas en los mercados locales e internacionales, sino que, los países también enfrentan el mismo reto, lo que implica la formulación de políticas públicas con miras a generar un entorno propicio para que las empresas puedan operar.

Lo anterior supone que, la competitividad en mercados internacionales surge de la relación de codependencia entre los países y sus empresas. Una empresa -nacional o de inversión extranjera- no puede competir a nivel global si su entorno próximo no le brinda las condiciones para crecer y ser competitiva. Por su parte, los países no pueden ser competitivos -con respecto a otros países- si el tipo de industria interna es adversa a innovar, incorporar nuevas tecnologías y contar con estrategias de crecimiento y expansión.

Adicionalmente a lo ya mencionado, los retos de la humanidad para enfrentar el calentamiento global, el agotamiento y destrucción de los recursos naturales y desarrollo de la vida humana, suscitan la necesidad de abordar el tema de desarrollo regenerativo -que incluye las dimensiones ambientales y sociales- no solo como un "tema importante", sino como un eje transversal en la forma como las empresas y países participan en las dinámicas globales al mismo tiempo que buscan ser más competitivos.

Así las cosas, este curso desarrolla los tópicos atinentes a la competitividad y mercados extranjeros al mismo tiempo que incorpora su relación con el desarrollo regenerativo, brindando herramientas que permitan a los profesionales proponer estrategias de mejora o tomar decisiones informadas a retos actuales que enfrentan las organizaciones donde laboran.

## OBJETIVOS

### General:

Reorientar la concepción tradicional de competitividad hacia un concepto integral y comprensivo que incorpore como un elemento fundamental las nuevas tendencias y dinámica de la demanda en los mercados internacionales, incluyendo las variables ambiental y social para el desarrollo sostenible.

### Específicos:

El estudiante será capaz de:

- a) Analizar el rol de la competitividad en el desempeño organizacional.
- b) Definir los elementos críticos de la nueva competitividad.
- c) Identificar y caracterizar factores comerciales, ambientales y sociales que actúan dentro del concepto de la nueva competitividad.
- d) Estudiar la dinámica de los mercados internacionales por bienes y servicios convencionales y ambientales.
- e) Conocer técnicas para el diseño de estrategias competitivas y de posicionamiento en mercados internacionales.

## PRESENTACIÓN DEL FACILITADOR

### **Prof. Jorge Rafael Solano Ruíz**

Especialista en comercio internacional y actualmente investigador del Centro Internacional de Política Económica (CINPE) de la Universidad Nacional (UNA), en el núcleo de globalización y comercio. Académico de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional (UNA) y de la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Cuenta con una maestría en comercio internacional y una especialización en ciencia de datos. Su trabajo se ha centrado en la investigación y producción intelectual en temas sobre política comercial, integración regional, acuerdos comerciales, análisis de datos, desarrollo de indicadores de comercio internacional, competitividad y desarrollo territorial.

También ha fungido como consultor para organizaciones públicas y privadas en el análisis de mercados internacionales y en la evaluación de acciones de política pública.



## PERFILES DE INGRESO Y EGRESO

El curso se ha planificado conforme a la metodología de enseñanza y evaluación basada en competencias, la cual busca gestionar en los estudiantes los conocimientos, habilidades, valores y rasgos de socialización pertinentes al área de estudio, como lo es en este caso la competitividad y los mercados extranjeros.

Como bien lo plantea el objetivo general, se espera que el estudiante al finalizar el curso cuente con capacidades suficientes para interpretar las situaciones de mercado en el contexto local e internacional y así tomar decisiones informadas que le permitan proponer estrategias competitivas para las organizaciones, tomando en cuenta las dimensiones ambientales y sociales que propicien el desarrollo regenerativo.

Por la metodología adoptada, se debe tomar en cuenta que se evaluarán los resultados y no tanto el proceso, esto implica que el profesor será un gestor del conocimiento, en tanto los estudiantes desarrollan las actividades académicas planificadas de acuerdo con sus capacidades y experiencia profesional.

En el siguiente cuadro se detallan las competencias específicas que los estudiantes deben tener al finalizar el curso.

Conocimientos	Habilidades	Valores	Socialización
Estudiar los componentes teóricos de la competitividad nacional y empresarial.	Diseñar estrategias de competitividad con criterios informados.	Reconocer la importancia que tienen los factores ambientales y sociales en el diseño de estrategias de promoción de la competitividad.	Apertura para compartir y contrarrestar criterios sobre un tema.
Comprender la relación de la promoción de la competitividad para incursiona en mercados internacionales con las variables sociales y ambientales.	Contrastar las características de los mercados internacionales con las del mercado local.	Enfatizar sobre la relevancia de tomar decisiones con base en información sólida y conocimiento de causa para el éxito de las estrategias de internacionalización.	Participación en discusiones grupales y socializar experiencias profesionales.
	Identificar las ventajas y desventajas competitivas de las organizaciones y plantear acciones de solución o mejora.		

## CONTENIDO TEMÁTICO

El contenido temático que aborda el curso corresponde a:

Globalización y competitividad.  
 La competitividad y sus dimensiones.  
 La competitividad en el contexto nacional e internacional.  
 La organización dentro de la dinámica de los mercados internacionales .  
 Estrategias para elevar la competitividad.

## LINEAMIENTOS

El curso se estructura en cinco unidades y cada una de ellas en tres dinámicas:

- La primera dinámica es la clase sincrónica presencial donde el académico desarrolla los saberes conceptuales y promueve espacios para la socialización de experiencias profesionales de las personas aprendientes, dado a esto, la participación y la presencia en el desarrollo de la clase es un requisito.
- La segunda dinámica corresponde a actividades -foros, trabajos grupales- que promueven la participación grupal donde se pueden exponer criterios y posturas sobre los temas en estudio.
- La tercera dinámica es individual y tiene como fin el desarrollo de los saberes conceptuales por parte de la persona aprendiente a través de trabajos o informes.

## EVALUACIÓN

La evaluación del curso se hará con base en el desarrollo de las actividades grupales e individuales asignadas para cada unidad y un proyecto final de curso con su respectiva presentación. La rubrica de evaluación se detalla seguidamente:

Actividades	Cantidad	Porcentaje
Análisis de caso grupales y foros	5	20% (4% c/u)
Trabajos individuales	4	56% (14% c/u)
Documento del proyecto final	1	14%
Presentación del proyecto final	1	10%
<b>Total</b>		<b>100%</b>

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía obligatoria

Castro, E. (2010). La estrategia competitiva y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Ciencias Económicas*, 28(1), pp. 247-276. Disponible en: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/7073/6758/0>

Cerda, A. (2003). Empresa, competitividad y medio ambiente. *Panorama Socioeconómico*, 26(1). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/399/39902604.pdf>

CEPAL. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Disponible en: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497_es.pdf)

CEPAL. (2020). La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2020. Disponible en: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46450/2/S2000595\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46450/2/S2000595_es.pdf)

Guasca, M y Buitrago, L.A. (2012). Elucidación del término “competitividad nacional” y análisis de su medición. Documento de investigación. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/86441121.pdf>

Hitt, M.; Hoskisson, R.; y Ireland, R. (2015). *Administración estratégica “Competitividad y globalización: conceptos y casos”*. Boston: Cengage Learning Inc.

Kay, N. (2014). *Estrategia competitiva*. Reino Unido: Edinburgh Business School.

Meraz, L. (2014). Desarrollo, globalización, competitividad y sustentabilidad: ¿Avance o retroceso? *Nómadas*, 44(4). DOI: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_NOMA.2014.v44.n4.49297](http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2014.v44.n4.49297)

Murillo, D. (2007). Competitividad y medio ambiente: La construcción de patrones exportadores sustentables en América Latina. *Revista de economía y estadística*, 45(1), pp. 109-147. Disponible en: <https://revistas.psi.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3836>

Ruesga, S y Da Silva, J. (2007). Competitividad y globalización: nuevos y viejos desafíos. *Papeles del Este*, 14(1), pp. 1-27. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/PAPE/article/download/PAPE0707220007A/25690>

Ulate, R. (2005). Competitividad y medio ambiente: Enfoques de valoración de la economía y el ambiente. *Revista Espiga*, 6(12), pp. 137-156. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5340041>

### **Bibliografía complementaria**

Esser, K.; Hillebrand, W.; Messner, D.; y Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista CEPAL*, 59(1), pp. 39-52. Disponible en: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37977/1/RVE59\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37977/1/RVE59_es.pdf)

Lombana, J y Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y gestión*, 26(1), pp. 1-38. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a02.pdf>

Murillo, D y Musik, G. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Comercio Exterior*, 55(3), pp. 200-214. Disponible en: [http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/76/1/David\\_Romo.pdf](http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/76/1/David_Romo.pdf)