

Editorial



Negocios Internacionales y Negocios Globales

Yamile Andrea Montenegro Jaramillo, PhD¹, y Pedro Nel Valbuena Hernández, PhD.²

1. Doctora en Derecho por la Universidad de Viena, Austria. Directora de la Especialización en Negocios Internacionales de la Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia. dirposnegocios@unbosque.edu.co <https://orcid.org/0000-0003-2509-9863>

2. Doctor en Estudios Sociales por la Universidad Externado de Colombia. Director de la Maestría en Negocios Globales de la Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia. dirposnegocios@unbosque.edu.co <https://orcid.org/0000-0003-3995-8403>

Esta editorial quiere dirigirse a la relación de los negocios, desde su perspectiva de internacionalización y su dimensión en lo global. En educación superior, los negocios internacionales tienen un bagaje validado y suficiente en su desarrollo en las instituciones de Educación superior. Los negocios globales, en cambio, se constituyen en una categoría emergente, presente en las principales escuelas de negocios a nivel mundial, y que sincroniza con las transformaciones que se han dado en lo corrido del siglo en el campo de los negocios.

La perspectiva de los negocios internacionales

Desde los albores del capitalismo comercial y la economía global de plantación en el siglo XVI, los negocios internacionales han sido objeto de estudio y comprensión de las relaciones comerciales entre los Estados en un sentido moderno. Una arqueología, inmersa en la formación misma del capitalismo, dan como hitos irrefutables el tratado de Troyez en 1545 (Heywood, 1994), y el Tratado de Cobden-Chevalier en 1860 (Iliasu, 1971), como formas de relacionamiento que corresponde a la perspectiva de los negocios internacionales. De hecho, Este último tratado, puede ser la piedra angular y la inauguración de lo que denominamos: la internacionalización de la economía, una visión eurocéntrica, pero factual de estos acontecimientos.

Ahora bien, en el contexto actual, se podría afirmar que el incremento en el relacionamiento entre Estados y particularmente el aumento en la comercialización de todo tipo productos y, posteriormente de servicios desde los años setenta del siglo pasado ha implicado el acercamiento a personas y culturas, con características diversas para la celebración de negocios en el escenario internacional.

El negocio internacional hace referencia al comercio de bienes, servicios, tecnología y capital, así como el conocimiento a través de las fronteras, entre dos o más países y ha sido promovido por el desarrollo tecnológico y las políticas de liberalización a los movimientos transfronterizos, así como el desarrollo de los instrumentos que promueven las transacciones internacionales (Edén, Li, Li, 2010, Fuerst, 2010). Lo anterior, implica que actores principales en esta dinámica -las empresas-, tengan como objetivos la internacionalización, es decir el posicionamiento de producto o servicio en otros mercados, y por tanto la disposición para la mejora de sus capacidades en la organización, con el ánimo de alcanzar mayor competitividad en el escenario internacional (Subedi, 2022).

Los mercados internos no garantizan a las empresas mayores beneficios por lo que la internacionalización permite acceder a otros mercados proveyendo mayores ganancias, constituyéndose este, en una de las razones para la expansión de las operaciones. Sin embargo, en ese proceso de internacionalización entran en juego varios factores que pueden afectar la toma de decisión para esa expansión que puede darse en diferentes ámbitos de la empresa. Una de las primeras decisiones en la internacionalización está relacionada con la elección del nuevo mercado objetivo y la reflexión tiende a la estabilidad política y por tanto a la seguridad jurídica y garantías para la inversión que implica la internacionalización (Kozubikova, Kotaskova, Dvorsky, Kljucnikov, 2019). Otros factores a considerar son la disponibilidad tecnológica y capacidad de recursos humanos.

La internacionalización implica entonces la gestión de cada uno de los procesos empresariales dirigida a un mercado foráneo, mejorando la competitividad con el ánimo de aumentar los beneficios económicos. Por tanto, se trata de un proceso integral que aborda diferentes dimensiones en distintas disciplinas y las articula con un solo fin.

De tal forma se ha generado una demanda importante de personas que gestionen la empresa, con una mirada integral acerca de la actividad de la empresa, que cuenten con el conocimiento, las habilidades y capacidades que permitan el desarrollo de negocios en diferentes contextos, abordando una perspectiva amplia respecto al mercado y la empresa.

De acuerdo con lo anterior, procurar, celebrar y ejecutar negocios internacionales, requiere la toma de decisiones considerando oportunidades y riesgos, reduciendo la incertidumbre en diferentes escenarios económicos, políticos y sociales. Se trata de una visión estratégica desde las finanzas la economía, el derecho, la cultura, la política, el emprendimiento y el marketing, acerca del cómo se debe desarrollar la actividad empresarial en unas condiciones de contexto particulares.

La perspectiva de los negocios globales

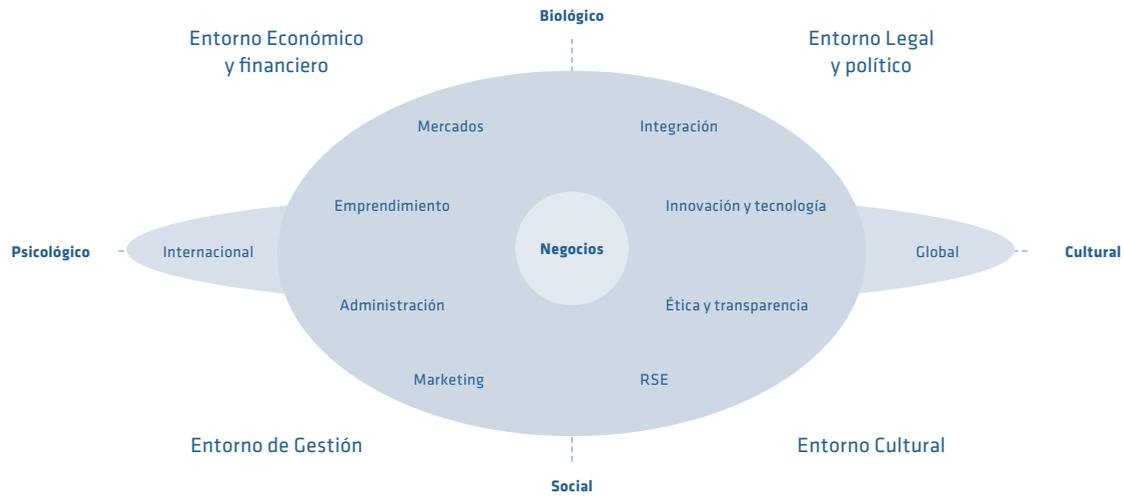
Se piensa que los cultivos de plantación fueron la forma predominante de producción del capitalismo comercial del siglo XVI. Indira, un nombre colocado aquí deliberadamente, es una trabajadora de las plantaciones de té en la India, estamos en el siglo XXI. Recibe un salario de un poco más de un Euro, como la mayoría de las mujeres que trabajan como recolectoras en toda la India. su dieta básica son granos, su comunidad es pobre y dependiente de las plantaciones. Muchas empresas europeas compran el té de las plantaciones, poco o nada hacen por cambiar la situación de los trabajadores residentes. Tal vez, una empresa internacional considere que estos asuntos de las necesidades y la distribución recaen sobre el Estado y no sobre los grandes conglomerados, o tal vez, dirían es solo responsabilidad de las empresas locales.

El té de la India llega a la mesa de un ciudadano cualquiera en el mundo. ¿Es ese el poder de la globalización? El mundo de Indira, es el mundo de la pobreza, la escasez, las desigualdades, sigue igual que como en el capitalismo comercial.

¿Son los negocios un ámbito ajeno al mundo Social? ¿Un negocio global es solo una forma de vivir, ejecutiva y pragmática para aprovechar las oportunidades de los mercados? No son respuestas fáciles y, tampoco pretendemos darlas. Solo se quiere mostrar una perspectiva o concepción de los negocios globales.

Los negocios globales suelen asociarse a formas de relacionarse y actuar de personas, organizaciones y Estados, mediante la interacción y posición estratégica para la consecución de objetivos, que no se reducen a lo económico, sino que abarca toda dimensión de actuación humana. Esto involucra posiciones y espacios de interacción y acción que ameritan una comprensión de diversos entornos. Una visión integrada de estos elementos, se pueden describir en la figura 1., bajo una perspectiva sistémica del enfoque bio-psico, social y cultural.

Figura 1. Sistema de los negocios globales



Nota: Fuente PEP, Maestría en Negocios Globales. Universidad El Bosque.

Si concebimos la globalización, como la instauración universal de valores y principios que rigen el funcionamiento del mundo social tendría que decirse que la globalización económica, solo es una parte de la rueda que dinamiza el comportamiento y las acciones humanas.

Los negocios globales no se reducen a los procesos de internacionalización, a la dinámica de bienes y servicios en el comercio internacional; son todos estos aspectos relevantes. Pero, en su relación sistémica, los negocios globales son un reflejo y una expresión de la visión de sociedad y en general, de mundo en que vivimos y proyectamos.

Una idea común, considera que la transformación digital y tecnológica han dinamizado los negocios hacia una perspectiva global. Trayendo con ello, desafíos y tensiones para la población, los Estados y las organizaciones, por ejemplo, las dinámicas del trabajo, el rol de los clientes desde una perspectiva de la experiencia y la interacción con las empresas; las oportunidades para integrarse culturalmente a través de los negocios, etc.

Sin embargo, la perspectiva de los global, demanda que, los negocios globales se constituyan en vectores de la instauración de valores asociados a lo biológico, lo social, lo psicológico y los cultural; en la dirección de una mejor sociedad, el bienestar de la comunidad global, la vida y la protección del planeta de los efectos negativos de los sistemas de producción, intercambio y consumo. Además, no se pueden reducir los negocios globales a la inmersión de una empresa en operaciones transfronterizas. Más bien, los negocios deben ser un espacio estructurante para un mundo mejor.

Al referirse a las dimensiones de lo biológico, social, psicológico y cultural y su interacción con los entornos: económico y financiero; gestión; legal y político y el cultural, lleva a considerar los negocios globales, como espacio donde confluyen procesos y dinámicas complejas basadas en una ciudadanía global y su capacidad de universalizar valores y principios para el progreso y la calidad de vida para la comunidad global (incluyendo el orden de lo local). Los negocios globales, tienen una implicación

en la gestión y el agenciamiento de los actores para actuar comprensivamente en escenarios de grandes disparidades demográficas, culturales y sociales. Por ejemplo, una organización, agente o actor global debe corresponder con la idea de buenas prácticas empresariales, éticas y sostenibles, en consistencia con los intereses de sus stakeholders y las necesidades de la comunidad global. Para solo mencionar a Indira y sus demandas de una vida digna.

Desde esta perspectiva, los negocios globales se conciben como parte de las relaciones que se estructuran en el ecosistema cultural y natural. El ecosistema de los negocios implica la comprensión del comportamiento organizacional, social, político, cultural y económico en un nivel macro. En un nivel micro, son relevantes aspectos como la gestión de recursos; inteligencia competitiva; diseño, desarrollo de productos y servicios; tendencias de marketing y comportamiento de los mercados; gestión del conocimiento, las finanzas, etc. Aspectos que demandan habilidades en: pensamiento crítico y estratégico; liderazgo y toma de decisiones; trabajo colaborativo y en equipo, entre otros aspectos. Pero todo ello, es insuficiente, si perdemos la perspectiva de que todos coexistimos en un ecosistema compartido y vital.

Figura 2. Ecosistema de los negocios globales



Nota: Fuente PEP, Maestría en Negocios Globales, Universidad El Bosque.

Los negocios globales, se constituyen en un sistema en el cual interactúan personas, organizaciones y gobiernos, con el ánimo de alcanzar objetivos estratégicos que aporten a la sociedad y al crecimiento económico de los países. Lo anterior a través del conocimiento, la identificación de factores influyentes, el establecimiento de estrategias y toma de decisiones, habilidades y aptitudes de alto nivel, para ocuparse en el mundo de los negocios en diversos contextos, dinámicas y perspectiva global. Algunos de los valores para actuar con perspectiva global son:

- Respeto y potenciador de los derechos humanos.
- Resolver problemas de la comunidad global en el ámbito de negocios globales.
- Formación con espíritu de ciudadanía global.
- Promoción del desarrollo local y regional en un sentido amplio y sostenible.

- Liderazgo para la comprensión y toma de decisiones en los negocios globales.
- Gestión de equipos globales en el ámbito de los negocios.
- Participación en la creación, crecimiento y/o consolidación de las empresas globales.

Una concepción amplia de los negocios globales, bajo la perspectiva de lo biológico, social, psicológico y cultural llevaría a considerar que el mundo de Indira es un fenómeno que nos involucra, que nos debe llevar a considerar nuestro rol en el mundo y el de los negocios. Indira debe ser una ciudadana del mundo, no solo los privilegiados, los negocios globales, deben universalizar los valores de una comunidad global, que comparta sus beneficios y sus sueños.

A manera de colofón

Entendiendo las necesidades comerciales actuales, la escuela de negocios de la Universidad El Bosque, conformada por la Especialización en Negocios Internacionales y la Maestría en Negocios Globales conjugan los conocimientos teóricos propios para la gestión empresarial y la promoción para el desarrollo de habilidades individuales enfocadas a la negociación, otorgando herramientas para un adecuado desenvolvimiento en el mercado internacional en el ámbito de los negocios con perspectiva global.

El reto, es que se cuente con capital humano, que se desempeñen como gestores internacionales en el ámbito de la empresa, el conocimiento se complementa con habilidades para la negociación, el trabajo en equipo en escenarios culturales diversos, la adecuada comunicación, la capacidad de adaptación y el liderazgo, las buenas relaciones interpersonales y el networking y las habilidades tecnológicas, como elementos claves para el éxito (ver figura 2).

Referencias

- Eden, L., Li, D., & Li, D. (2010). International business, international management, and international strategy. *International Studies of Management & Organization*, 40(4), 54-68. doi:<https://doi.org/10.2753/IMO0020-8825400405>
- Fuerst S. (2010) The development of international business theory: implications for international business teaching and research in Colombia. *Cuadernos de Administración* (43) 33-51. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/n43/n43a4.pdf>
- Heywood, C. (1994). Cotton Hosiery in Troyes c. 1860–1914: A Case Study in French Industrialisation. *Textile history*, 25(2), 167-184.
- Iliasu, A. A. (1971). IV. The Cobden-Chevalier commercial treaty of 1860. *The Historical Journal*, 14(1), 67-98.
- Kozubikova, L., Kotaskova, A., Dvorsky, J., & Kljucnikov, A. (2019). The Impact of Political Factors' Perception on suitability of international business environment: The Case of Startups. *Economics & Sociology*, 12(1), 61-79,366. doi:<https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-1/3>
- Subedi K. (2022) International Business: Concept Definition and Characteristics. <file:///C:/Users/ymontegro/Downloads/InternationalBusiness.pdf>