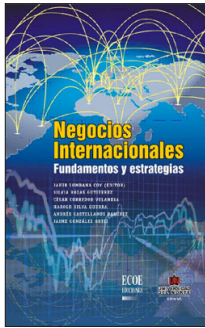


Reseña bibliográfica/Book review



Negocios Internacionales: Fundamentos y Estrategias

Autores: Jahir Lombana Coy, Silvia Rosas Gutiérrez, César Corredor Velandia, Harold Silva Guerra, Andrés Castellanos Ramírez, Jaime González Ortiz

Editorial: Editorial Universidad del Norte, Ecoe ediciones

Año: 2011

Formato: libro 229 páginas

ISBN: 978-958-741-185-0

Ver más allá de las fronteras se ha convertido en un imperativo. La globalización es un concepto de uso relativamente reciente, pero su significado se remonta a los comienzos de la historia humana. Lo único que ha cambiado en nuestro tiempo ha sido la consciencia que se tiene sobre la globalización. Los negocios internacionales son los relacionamientos de las empresas con el mundo, y se convierten, por tanto, en el vehículo de la globalización.

El objetivo de este libro es el análisis de las herramientas fundamentales de los negocios internacionales para entender y, sobre todo, confrontar el entorno internacional. Fue pensado para estudiantes de pregrado de negocios internacionales, pero puede ser útil como material de consulta básico para el lector que quiera tener una primera aproximación teórica de los negocios internacionales.

Cada capítulo presenta una introducción al tema principal, el cual se desarrolla desde un punto de vista teórico con aplicaciones puntuales a casos y/o ejemplos. Para una aproximación rápida al tema, cada capítulo finaliza con un resumen y una evaluación que busca abrir espacios de debate para los lectores.

El *primer capítulo* aborda el tema del comercio internacional. La profesora Silvia Rosas hace un recuento de los conceptos y teorías de éste; estas teorías son complementadas con ejemplos prácticos que permiten una aproximación más real a la teoría del comercio internacional. Este capítulo finaliza con una aproximación al tema de integración económica, cubriendo tanto el ámbito teórico como lo práctico en el esquema regulatorio, principalmente de la OMC y la convergencia no formal de los llamados países emergentes.

El *segundo capítulo* se centra en las finanzas internacionales. El profesor César Corredor hace un recorrido por los principales elementos conceptuales de la balanza de pagos y la tasa de cambio. Una aproximación de reciente importancia por la crisis financiera mundial son los derivados financieros, que son expuestos en este capítulo con una orientación directa a países emergentes y/o en desarrollo.

En el *tercer capítulo*, siguiendo con la línea de temas especializados, el profesor Harold Silva presenta los conceptos básicos del marketing internacional. El eje fundamental de este capítulo son los aspectos culturales y cómo se relacionan éstos con el entorno internacional a través del marketing.

En el *quinto capítulo*, correspondiente al tema de logística internacional, el profesor Andrés Castellanos hace un recuento de las operaciones del comercio trascendiendo las fronteras nacionales y superando los problemas que crea la distancia para el intercambio de bienes y servicios.

Finalmente, en el *sexto capítulo*, el profesor Jaime González estudia el impacto de las estrategias en los negocios internacionales. Este capítulo busca encadenar los temas especializados de los capítulos

tres a cinco con las formas de confrontar o de entrada a los mercados internacionales, y sirve además de punto de partida para aspectos más complejos de los negocios internacionales como los son las estructuras organizacionales.

Una vez haya leído el libro, el lector tendrá una visión más profesional de los negocios internacionales y podrá observar de manera crítica los relacionamientos entre empresas.