



UNIVERSIDAD
DEL SURESTE

"Pasión^{por}
educar"

NOMBRE DEL ALUMNA: SONIA LILI ALVAREZ LOPEZ

CARRERA: DERECHO

CUATRIMESTRE: NOVENO

MATERIA: TRATADOS Y ACUERDOS

CATEDRATICO: LIC. LUZ MARIA CASTILLO

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS, JUNIO 2021

LOS RESULTADOS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIO E INTEGRACION EN MEXICO

RAZGOS ESENCIALES DE LA POLITICA COMERCIAL

En la historia del comercio internacional se identifican dos tipos fundamentales de política comercial que son contrapuestas: la libre cambista y la proteccionista. La política libre cambista tiene como idea principal la liberalización total del comercio, con el objetivo de aprovechar las ventajas relativas de mayores niveles de competitividad internacional, tanto global como desde el punto de vista sectorial. Por su parte, la política proteccionista tiene como objetivo principal proteger el mercado interno de la competencia externa y estimular las exportaciones, a través de diferentes formas de reguLa diferenciación entre el libre cambio y el proteccionismo es válida a modo de ejercicio teórico-metodológico para realizar análisis muy concretos, porque la realidad económica contemporánea indica que uno u otro tipo de políticas han estado presentes en todas las etapas posteriores a la Segunda Guerra Mundial. Incluso, en ninguna época ni país las políticas mencionadas se han aplicado en su forma pura, pues en ambas coexisten elementos o características que son propias de la política contraria. Ion del comercio exterior.

MEDIDAS ARANCELARIAS

Las medidas o barreras arancelarias persiguen dos objetivos fundamentales: proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera y contribuir a incrementar los ingresos fiscales del país. El instrumento que se utiliza para ejercer este tipo de medida es el arancel, que también se conoce como tarifa aduanera, arancel de aduana o derecho de aduana. El arancel consiste en un impuesto con el que se gravan las importaciones al cruzar las fronteras nacionales.

CONTINGENTES O CUOTAS A LA ORGANIZACION

Se trata de la imposición de un arancel superior al que está establecido para determinado producto, en caso de que las importaciones que excedan una cantidad especificada. De esta forma, se intenta limitar las cantidades importadas del bien en cuestión durante un periodo que puede abarcar un año. Entre los posibles efectos que puede tener la implementación de una cuota a la importación, se destacan: la reducción de las importaciones; las autoridades comerciales del país pueden tener una idea más concreta de la cantidad de bienes importados y al reducirse la oferta de bienes procedentes del exterior, disminuye la oferta total y pueden aumentar los precios nacionales en relación con los de otros países.

NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

Las negociaciones en el Comercio Internacional se constituyen en una práctica de defensa de los intereses nacionales en término del país, de las empresas y de los comerciantes, así como de los intereses del consumidor de los productos procedentes del exterior. En los tiempos actuales se habla de estrategias de negociación y se han desarrollado técnicas, procedimientos, medios e instrumentos que son utilizados por los negociadores teniendo en cuenta las instancias oficiales, públicas y privadas involucradas en las transacciones y que siendo afectadas una de las partes, se acude al arbitraje internacional. Un rol fundamental juega la Organización Mundial del Comercio (OMC), quien dilucida un sin número de casos de países y empresas para buscar soluciones a conflicto que se presentan a nivel internacional.

LOS RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL SEGUIDA

La globalización puede ser entendida como el conjunto de procesos de transformación espacial y de relaciones sociales generadas por las actuales transacciones y flujos transcontinentales e interregionales a través de redes de actividades, de interacción y ejercicio de poder. Lo anterior incluye la integración comercial mundial actual como parte de los procesos que mantienen la hegemonía de Estados Unidos y la Unión Europea. Así, en la actualidad el mercado mundial agroalimentario involucra "políticas de intereses geoestratégicos que sirven no sólo al nuevo orden económico del mundo, sino también al político"

EL MERCADO MUNDIAL AGROALIMENTARIO Y LOS ESPACIOS MUNDIALES DE NEGOCIACION

En etapas anteriores de la historia mundial el dominio político entre los países se había ejercido a partir de conflictos militares, guerras y procesos coloniales. Hoy, con el impulso del neoliberalismo y los procesos de desregulación y apertura de las economías nacionales, el mercado se convierte en el ámbito primordial de confrontación y diferenciación política, que marca una tendencia de mercantilización de los procesos políticos, como etapa específica del desarrollo actual del capitalismo.

La reconstrucción del poder es la característica de la globalización actual, la cual se fundamenta en la institucionalización de las redes y centros de poderes globales, así como en el cambio de las funciones y autoridad de gobiernos nacionales. Se sustituyen los patrones tradicionales de inclusión y exclusión, restringiendo las élites económicas y vínculos con las políticas, teniendo consecuencias en los procesos de acaparamiento, control, así como en la estratificación social en términos de reorganización de la riqueza y de la pobreza, en donde particularmente los grupos en condiciones de pobreza se incrementan (actualmente 2 100 millones de personas subsisten con menos de dos dólares diarios, y 880 millones de personas con menos de un dólar al día.3 Entonces, retomando estas características, la globalización se entiende como la transformación de la organización de la sociedad.

LA INTEGRACION EUROPEA Y LOS ACUERDOS CON MEXICO

LAS RAZONES DE LA IMPORTANCIA DE LA INTEGRACION EUROPEA

La Unión Europea (conocida también como UE) es una de las comunidades geopolíticas más importantes del mundo ya que agrupa a un gran porcentaje de los países más desarrollados del planeta. Esta comunidad tiene como objetivo principal la puesta en común de proyectos que abarquen cuestiones económicas, políticas, sociales y culturales que permitan que esta región del planeta pueda encarar de forma conjunta diferentes problemáticas. La Unión Europea se creó hacia mediados del siglo XX (1951), especialmente luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, con el fin último de trabajar en conjunto por el bien del total de los países que la compongan y evitar que conflictos internacionales opaquen o impidan el desarrollo integral de la región.

SCHENGEN EN LUXEMBURGO

El denominado espacio Schengen se refiere a la posibilidad de viajar por los países de la UE sin controles fronterizos. Básicamente, se consigue que toda Europa sea como un único estado. Casi todos los países de la UE integran este espacio y también se han sumado otras naciones, como Islandia, Noruega, Suiza y Liechtenstein. Este tratado beneficia igualmente a los ciudadanos no europeos, ya que si tienen un visado en un país integrado dentro de Schengen pueden desplazarse con libertad dentro del mismo. Con esta zona libre de controles fronterizos se benefician tanto los ciudadanos como las empresas. Solamente se realizan controles de tipo policial cuando existe alguna amenaza para la seguridad o sospechas relacionadas con la delincuencia organizada.

UN ACUERDO QUE SE ENCUENTRA EN PELIGRO POR EL FLUJO MASIVO DE REFUGIADOS

En los últimos años el territorio europeo ha recibido oleadas de refugiados y de solicitantes de asilo de países como Siria, Irak, Afganistán o Pakistán. Debido a ello, algunos países están desbordados y por este motivo se han vuelto a incorporar los controles fronterizos. Si esta medida se extendiera podría significar el fin de facto del Acuerdo de Schengen. Esta circunstancia podría representar un obstáculo para la industria europea, ya que su sistema de producción depende de la libre circulación de mercancías. En este escenario, los controles en las fronteras provocarían retenciones y atascos en la circulación, lo cual acabaría incrementando los costes de producción.

IMPLICACIONES DE LA RELACION MEXICO-UNION EUROPEA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

México fue el primer país de América Latina en establecer un acuerdo de asociación con la Unión Europea. Este es considerado como uno de los instrumentos de cuarta generación más completos, tanto de México como de la UE, dando como resultado el reconocimiento del país como un socio estratégico. Precisamente a partir de la firma del AG, la UE comenzó a promover una serie de tratados similares con otros países de la región, concretándose hasta la fecha aquellos con Chile, Colombia, Perú, Cari fórum y Centroamérica.

CONCLUSIONES

A 14 años del AG, México no ha logrado diversificar sus relaciones comerciales y existe un aprovechamiento limitado del instrumento debido a la falta de una política comercial agresiva por parte del gobierno mexicano para promover el comercio con Europa, a los desafíos que enfrentan los empresarios mexicanos para competir en el mercado europeo y a las ventajas comerciales en el marco del TLCAN y a su cercanía geográfica. No obstante, México presenta hoy la canasta más diversificada de productos de exportación de toda América Latina y el Caribe (ALC) a la UE, experimentando un incremento importante en productos como vehículos para personas, instrumentos médicos y partes de teléfonos. Las lecciones aprendidas del AG entre México y la UE, de las cuales otros países latinoamericanos pueden replicar, tienen que ver con los proyectos de cooperación para fomentar el comercio, la administración del AG, en general, y del TLCUEM, en particular; el seguimiento al calendario de desgravación; la necesidad del fortalecimiento institucional y la creación de infraestructura de transporte y telecomunicaciones. No debe restarse importancia al potencial de la integración regional, la cooperación bilateral y los mecanismos de triangulación UE-México-ALC. Para ello, resulta De igual manera, es relevante fortalecer el proceso de integración en la región, sobre todo en cuestiones relacionadas con la armonización de los niveles de tasas y reglas del impuesto al valor agregado y de los impuestos selectivos al consumo, con el objetivo de promover cadenas de valor sub-regionales, fomentar el comercio intrarregional y mejorar la competitividad en un ambiente de mayor inserción en los mercados internacionales, sobre todo de las Pymesclave que los países latinoamericanos tengan sus prioridades, regionales y nacionales muy bien definidas. Específicamente, es importante tener claros cuáles son los productos más sensibles y sus variaciones estacionales, las ventajas (estacionales y preferenciales) que los productos latinoamericanos pueden llegar a tener en los mercados de consumo europeos, así como las necesidades de inversión prioritarias para promover la innovación y la competitividad.

BIBLIOGRAFIA: ANTOLOGIA DE LA MATERIA

