



**Nombre de alumno: Rosa Pacheco
Ballinas**

**Nombre del profesor: Gerardo Garduño
Ortega**

**Nombre del trabajo: Supernota “La
globalización, la apertura comercial de
México y la empresa exportadora.”**

Materia: Mercadotecnia internacional.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 05 de Agosto de 2021.

UNIDAD I

LA GLOBALIZACIÓN, LA APERTURA COMERCIAL DE MÉXICO Y LA EMPRESA EXPORTADORA



LA GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS

Proceso que hace posible la interacción y conexión empresarial entre diversos países. Lleva a un cambio radical de las formas del mercado, de las estructuras económicas Ínter e intrasectoriales, del tamaño de las empresas, así como de las estructuras de propiedad en el campo empresarial

LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA

Acuerdo entre dos o más países para eliminar barreras en el comercio. También es el término usado para describir los distintos aspectos mediante los cuales las economías son integradas. Los principales efectos dinámicos (a largo plazo) de la integración son las economías de escala, los efectos sobre la competencia y, en suma, sobre el crecimiento económico. Economías de escala significa que las empresas de los países que se integran podrán atender ahora a un mercado mayor y aumentar su producción, consiguiendo así unos costes medios más bajos.



LOS BLOQUES ECONÓMICOS

Grupo de países que se unen voluntariamente para profundizar sus relaciones comerciales. Conjunto de países que se asocian para impulsar el intercambio comercial entre ellos. Los tratados de libre comercio, además de la paulatina eliminación de las barreras arancelarias, atienden también aspectos tales como beneficios ecológicos, tecnológicos, científicos, monetarios, fiscales y de apertura a la inversión hacia las economías menos desarrolladas.



ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MÉXICO

De acuerdo con información de la Organización del Mundial del Comercio (OMC, 2021) y la propia SE (2021), México es el 11 exportador mundial y el primero en América Latina y su red de 13 Tratados de Libre Comercio (TLC's) con 50 países vinculan a la economía mexicana con más de 1300 millones de consumidores, lo que representa el 60% del Producto Interno Bruto Mundial (PIB).



EL PERFIL DE LA EMPRESA MEXICANA

Por cuestiones culturales, la mayoría de la empresas Mexicanas, son empresas familiares y el poder es centralizado además de que la asignación de puestos y funciones se basará en las relaciones e intereses de la familia empresarial. Lo anterior tiene como consecuencia que la movilidad organizacional en la estructura de puestos dependa de las alianzas con la familia en el poder (nepotismo).

LA EMPRESA MULTINACIONAL Y LA EMPRESA GLOBAL

Una empresa multinacional es aquella que opera en dos o más países pero que tiene ubicado su centro de mando en un solo país que suele coincidir con la nación donde se formó y conformó la empresa matriz.

Una característica clave de una empresa multinacional es que sus productos no varían en función del país al que vayan destinados.

Una empresa global tiene capacidad suficiente como para actuar en cualquier país del mundo porque concibe todo el planeta como un mercado único.



LA CULTURA EN LA EVALUACIÓN DE LOS MERCADOS GLOBALES

Los cambios propuestos deberán ser pasados a través de un 'filtro cultural' que identifica las mejores formas de implantar y asentar los cambios en la organización ya que la cultura tiene una profunda influencia en la manera en la que las personas piensan, se comunican y se comportan. También afecta a los tipos de transacciones que hacen y a la manera en la que las negocian.



COSTUMBRES Y PRACTICAS DE LOS NEGOCIOS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La negociación, aparte de ser un debate intelectual sobre varios temas de interés común o conflicto, es también un intento deliberado para convencer a la contraparte de ofrecernos lo que deseamos a cambio de algo podemos darle con el menor coste posible. Las tácticas son aquellas maniobras utilizadas por las partes negociadoras para intentar convencer y presionar., estas Indican cómo ejecutar la estrategia comercial elegida, a la vez que permiten que se produzca un acercamiento del cliente a la empresa.



LA POLITICA Y LAS PRACTICAS COMERCIALES EN EL MUNDO

La política comercial, política de comercio o política mercantil es el conjunto de iniciativas del gobierno de un país sobre comercio internacional, es decir, sobre la importación y exportación de productos y servicios (denominados conjuntamente "bienes") de ese país a otros. La política comercial también influye en la desigualdad a través del acceso a los mercados y las condiciones de entrada. Esas medidas no arancelarias influyen en el comercio internacional y pueden tener profundos efectos en la desigualdad, tanto dentro de los países como entre países distintos



CONCLUSIONES

El comercio internacional, independientemente de las críticas en su contra o los elogios a su favor, es un vehículo para la integración cultural y el establecimiento de relaciones diplomáticas más afectivas entre los países que participan del mismo, así como hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.

REFERENCIAS

Petit Primera, José Gregorio (2014). LA TEORÍA ECONÓMICA DE LA INTEGRACIÓN Y SUS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, XX(1),137-162.[fecha de Consulta 11 de Septiembre de 2021]. ISSN: 1315-3617. 1997-2008 UNMSM. Oficina General del Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central. Antología de la Unidad