



Nombre del alumno: César Alberto Altuzar Hernández

Nombre del profesor: Dr. Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Comercio internacional

Grado: 4to cuatrimestre

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de Noviembre de 2021.

El comercio es parte de nuestra vida cotidiana tanto como consumidores, como proveedores del mismo bien o servicio. Al hablar de comercio nos referimos a la actividad de compra-venta, elaboración de algún producto, este término tiene vida desde muchos años atrás, al revisar la historia y evolución del comercio encontraremos que este acto de intercambio de productos o de producto a bien monetario surge por la necesidad de obtener de otros lo que por sí solos no es posible obtener, y claro está que también con esto el comercio internacional ya existe de mucho tiempo, solo que quizá no se determinaba con tal nombre, en la antigüedad encontraremos en la evolución del comercio como fue que los comerciantes y productores contactaban con otros países y el medio marítimo fue de los primeros en servir como medio de transporte para hacer posible este tipo de comercio internacional.

Así pues se entiende por comercio internacional las relaciones de importación y exportación entre países con la finalidad de aumentar la economía de este.

Adam Smith uno de los precursores en tema de comercio quien defendió positivamente el libre comercio, y de esta manera creó la teoría de la ventaja absoluta la cual define que un país deberá especializarse en la producción del bien que le genere menos trabajo y por consiguiente menor costo, con la finalidad de exportarlo. Posterior a Smith fue David Ricardo quien de acuerdo con la teoría de Adam Smith, mejoró este concepto y dio su aporte en el cual nos dice que las naciones deben realizar y exportar el producto que le genere menor costo en el trabajo, a lo que conocemos como ventaja comparativa considerando valores de intercambio definiendo patrones de especialización tomando en cuenta dos elementos: costos laborales (en cuanto a la producción y los trabajadores), relaciones de intercambio (que se generen con otros países que necesiten del producto de especialización de otro).

Podemos observar en la ventaja absoluta y la comparativa que lo importante dentro de una empresa es establecer ciertas estrategias en las cuales se implemente un plan de negocios en el cual se considere la opción de exportar nuestros productos y que en la actualidad es necesario contar con una visión estructurada que nos ayude a lograr el éxito esperado.

Ahora bien dentro del comercio internacional existen lineamientos a seguir para el ejercicio de esta actividad, contemplando legal, comerciales, financieros, fiscales y

aduanales. Lo que dará valor a la exportación o importación de productos para nuestra empresa.

Abordando el aspecto aduanal es importante conocer sobre los aranceles que no es más que impuestos que recaen sobre los bienes u objetos que son susceptibles de importación o exportación. Estos mayormente en la importación y son establecidos por el gobierno con la finalidad de fomentar al consumo de la producción interna, mientras que para la exportación son menos ya que esto favorece a la economía del país caso contrario a lo que se obtiene en la importación de productos. Existen tres tipos de aranceles : ad valorem, específico y mixto, el primero son los de mayor gravamen y son establecidos por el gobierno pero le otorga derechos a los controles aduaneros para cobrar el porcentaje de acuerdo a la mercancía importada, esto con la finalidad de evitar el consumo excesivo de mercancías extranjeras y de esta manera incentivar al consumo de productos internos, lo que mencionábamos anteriormente que a diferencia de la exportación este arancel es menor ya que con ello estamos ingresando a la economía, esto en la teoría clásica de Adam Smith y Ricardo no estaba muy de acuerdo ya que para ellos era cortar la libertad que el comercio internacional debería tener, por otro lado el arancel específico no guarda relación alguna con la mercancía importada sino sobre el peso de la mercancía , comúnmente se utiliza en el comercio frecuente como lo es ganadería, trigo, harina, maíz y productos de este tipo como parte de un impuesto mínimo por el comercio, y de igual manera encontraremos los aranceles de tipo mixto también llamados compuestos no son muy usuales ya que rara vez se aplicara un arancel por importación mas el de unidad en peso, aunque son muy raros también pueden ser aplicables en épocas de crisis o cuando el país desea fomentar el consumo de algún producto interno.

Los aspectos en la arancelaria en la importación y exportación de productos a un país podrán variar dependiendo el país y lo establecido por el estado ya que de acuerdo a la economía de cada país y a sus necesidades para realizar esta actividad se dará la relación con otros países, por ejemplo México es uno de los países con más relación con otros países. Así pues las barreras realizar el comercio internacional pueden ser precisamente el porcentaje que se cobre en las aduanas sobre la mercancía al igual que la economía global

que se esté presentando en ese momento respecto a las empresas que invierten en los productos de importación.

Podemos definir al comercio internacional como la actividad y relación económica y comercial entre países que poseen un producto que en su lugar de origen es de menor costo para la producción y se especializan en eso con la finalidad de exportar a los países de menor eficiencia en ese producto. Aquí la teoría de la ventaja absoluta sobre lo que se tiene en nuestro país y que otros carecen y la ventaja comparativa en cuanto rentabilidad de la producción y la mano de obra. Es de gran importancia que toda empresa dedicada a la actividad comercial e incluso en otro ámbito como algún tipo de servicio o la educación su crecimiento será notable cuando este sea expandido no solo en territorio propio dentro de su país sino a nivel internacional, ya que estas relaciones comerciales posición la imagen de la empresa en otro nivel, dando confianza a los consumidores sobre la marca, calidad y precio del producto.

BIBLIOGRAFIA

ANTOLOGIA UDS