



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de la alumna: Angélica Figueroa
García**

Nombre del profesor: ROCIO ESCANDON

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: COMERCIO INTERNACIONAL

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 4to Cuatrimestre

Grupo: Único

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de Diciembre del 2022.

RESÚMEN

En el pasado, hemos estudiado sobre empresas, que son instituciones que persiguen una remuneración por los bienes y servicios que ofrecen, pero, dentro de ellas cuentan con procesos administrativos, etc.

Las empresas a su vez, tienen que tomar decisiones para el desarrollo de las mismas, así como decisiones de marketing con el fin de garantizar a la empresa la adecuada orientación de sus acciones o estrategias para satisfacer sus deseos organizacionales, así como las de sus consumidores.

Al hablar de mercados internacionales, vemos que se llevan a cabo operaciones mercantiles pero a nivel internacional, siendo uno de los factores que ha cobrado mayor relevancia en las últimas décadas, ya que están involucrados en el crecimiento económico de cualquier nación.

PALABRAS CLAVE

Comercio, Globalización, Tratado, Relaciones, Entorno Socioeconomico

Comercio Internacional

Introducción

Quiero mencionar que este ensayo intento realizarlo con mis propias palabras, expresando lo aprendido.

En la introducción, uno de los puntos en los que realizó énfasis es la globalización. Ya que en los últimos años, el mundo ha crecido en comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, uniendo sus mercados.

Las relaciones se han vuelto más cercanas, pero también ha crecido la lucha de intereses.

Desarrollo

Ahora que hablamos de comercio internacional, básicamente, se trata de intercambios de diferentes productos, que se efectúa entre dos o más países.

Esto permite que se establezca una especialización productiva, brindando múltiples beneficios para los ciudadanos y su calidad de vida.

Los mercados internacionales son importantes porque nos dan una idea de los países a los cuales podemos exportar mercancías, ya que hay países altamente importadores y otros que importan una gran cantidad de mercancías.

Un mercado internacional representa oportunidades de hacer negocios. Un ejemplo de mercado internacional es China, que busca importar productos como acero, petróleo y litio para manufacturar sus mercancías.

Los países con más recursos son más conscientes de que actualmente es importante la inversión en estos países y la relación con ellos porque son nuevos mercados en los que poder invertir y, además, es difícil que por sus propios medios puedan conseguir un desarrollo en un breve periodo de tiempo.

Por otro lado, es necesario mencionar que no es posible separar el comercio internacional de ciertas variables socioeconómicas.

Cada país tiene su propio sistema gubernamental, leyes, regulaciones, impuestos, aranceles, cultura, monedas, etc. Lo que hace que los negocios internacionales sean más complejos que los negocios de los mercados internos.

Entonces, el aumento del comercio internacional es crucial, ya que genera globalización. Sin el comercio internacional las naciones se limitarían a producir bienes y servicios dentro de sus fronteras.

El mercado internacional, resulta ser parecido a como funciona el mercado interno del país, el comportamiento y la motivación es similar, pero la principal diferencia es que el comercio internacional es más costoso.

Por ejemplo, en México, existe un tratado comercial (uno de los muchos que tiene) que es el TLCAN, que tiene el objetivo de formar una zona de libre comercio, estableciendo reglas claras y permanentes para el intercambio comercial.

El establecimiento de este acuerdo permite el incremento de flujo comercial e inversión, así como nuevas oportunidades de empleo y mejores niveles de vida.

Cada territorio soberano que firma estos acuerdos hace que esta independencia sea mucho más real en el papel que en la realidad.

Un país al aceptar las vinculaciones con otros países, pueden ser tan fuertes que, en caso de que se rompiera alguno de los tratados firmados, perjudica gravemente la estabilidad de alguno de los dos, por eso la firma de cualquier tratado se realiza siempre después de muchas reuniones, acuerdos anteriores y, sobre todo, teniendo claro las consecuencias de la propia firma.

Esto no implica que entre las naciones y su diversidad no presenten consideraciones únicas y una gran cantidad de obstáculos, como que la riqueza que tiene cada nación es diferente, algunas tienen mucho más que otras lo que provoca una desigualdad.

Conclusión

Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio, la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior.

Es de vitalidad entender como empresas que estos factores, que aunque pensemos que son lejanos, afectarán de una u otra manera el desarrollo en nuestra empresa.

BIBLIOGRAFÍA:

ACERENZA MIGUEL ÁNGEL, (2014) Marketing Internacional, Edit. Trilas Edic. México

CARLOS RUBEN SILVA URIAS (Licenciado en Derecho y en Contaduría Pública)<https://abogadoaduanero.com/>

economia.com "Costo de Oportunidad" [en línea] Dirección URL: <https://economia3.com/costooportunidad-importancia/>

(Consultado el 14 de Nov de 2022)

Guillermo Westreicher, 09 de enero, 2018 Barreras no arancelarias. Economipedia.com [zonaeconomica.com "Costo de Oportunidad" \[en línea\]](https://www.zonaeconomica.com/costo-de-oportunidad) Dirección URL: <https://www.zonaeconomica.com/costo-de-oportunidad> (Consultado el 14 de Nov de 2022)

Canta Izaguirre Andrés, Casabella Ramiro, Conde Ángel Oscar, Cordiano Miguel, Rosselló Fernández Juan Manuel, Torres Gabriel (2014) Comercio internacional en el siglo XXI. La puerta de acceso a los negocios globales. (Primera edición). Editorial Dunken.

Escudero Aragón María Eugenia (2014) El mercado (marketing en la actividad comercial). (Primera edición).

<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf>

[https://www.diariodelexportador.com/2017/07/como-determinar-el-mercado de.html#](https://www.diariodelexportador.com/2017/07/como-determinar-el-mercado-de.html#)

<https://www.gestiopolis.com/como-determinar-mercadoexportar/>

<https://economipedia.com/definiciones/demanda-externa.html>

<https://www.zendesk.com.mx/blog/penetracion-de-mercado-estrategias>