



Mi Universidad

Ensayo

Ian Francisco Monjaraz Gordillo

Ensayo Comercio internacional

3er Parcial

Comercio Internacional

Rocio Escandon Dominguez

Maestría en administración

4to Cuatrimestre

¿Qué es el mercado internacional?

El mercado internacional es aquel donde se busca realizar un intercambio de bienes o servicios para satisfacer las necesidades de más de un país, esto regularmente es por medio de dinero. Existen factores importantes que son estudiados en un mercado como el bien o servicio que se ofrece, la oferta, la demanda, los canales de distribución, los precios, la población y el país mismo en el que se realiza el movimiento.

Todo esto es regido y regulado por las leyes del comercio internacional que son emitidas por la Organización Mundial del comercio (OMC), el objetivo de esta organización es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar sus actividades a cabo.

Lo que nos lleva a explicar que es la exportación, la exportación es una actividad sumamente importante en los negocios internacionales, ya que consiste en comercializar los productos o el servicio fuera del territorio del país que lo produce, junto con la importación integra el concepto de comercio internacional. Para exportar y tener un alcance internacional es importante tener un plan de exportación. Un plan de exportación debe ser sencillo, realista y congruente. Su creación requiere del conocimiento de las capacidades como de las características y situaciones en el mercado internacional al que se quiere llegar. De acuerdo con el Banco Nacional del Comercio Exterior un plan de exportación “ Es la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer.”

Todo esto debe tener cierta lógica la cual comprende acciones y tramites que se necesitan realizar para que la mercancía llegue al cliente y nosotros recibamos el pago correspondiente. En medio de todo esto se encuentra el transporte, los trámites de aduana, los créditos y demás formatos internacionales que sean requeridos.

Todo esto después de hacer una correcta estimación de la demanda en el país donde se planea exportar, porque si no hay un estudio de mercado y no hay demanda en el país, nuestro producto o servicio está destinado a fallar en el país exportado. Esto para continuar con las operaciones de forma que haya una ganancia tanto para el país que está exportando el bien como el país que lo está importando.

Existe cuatro categorías para separar los bienes y servicios, estas son las siguientes:

a) Productos básicos no perecibles

Estos productos cuentan con mercados establecidos y bien desarrollados con múltiples puntos de compra y venta, estos productos no tienen problemas con esperar más tiempo en stock al no tener una fecha de deterioro tan cercana como lo tienen los productos perecibles.

b) Productos básicos perecibles

A pesar de que al igual que los productos no perecibles cuentan con un mercado establecido ya, estos sufren con el tiempo, sean productos que se tienen que utilizar en un tiempo cercano a su creación o a su cultivo ya que pueden ser inservibles pasado cierto límite de tiempo. Debido a que estos productos son delicados y tienen un tiempo de vida

corto, una vez que se han cosechado o producido, sus se caracterizan por una provisión variable y por marcadas fluctuaciones en los precios.

c) Productos innovadores o especializados

Los productos innovadores no cuentan con mercado alguno ya que son nuevos en él. Para la determinación de precios en estos productos o servicios se puede basar en la competencia

d) Servicios

El estudio de la demanda y de las características del mercado aplicado a servicios presenta problemáticas completamente distintas a las del estudio realizado para productos. Los servicios se caracterizan por, sobre todo, por la naturaleza transitoria de su oferta.

Es importante tener en cuenta los costos asociados con el proceso de venta como parte de la evaluación de mercado.

Entre los tipos de costos que se deben tomar en cuenta están:

1. El costo del embalaje del producto
2. Los costos de transportación desde el punto de producción hasta el punto de venta;
3. Los costos de distribución y representación
4. El margen de ventas requerido por la tienda u otro punto de venta.

Para lograr que nuestro bien o servicio sea comercializado hay que tener varios aspectos en la penetración del mercado que es una estrategia que busca incrementar las ventas generando una competitividad en el área tratando de llegar a más clientes cuando la empresa ya opera en dicho país, para esto se buscan diferentes estrategias que buscan lograr el objetivo, como el mejorar las estrategias de marketing ya que en cada país se debe buscar la mejor forma de llegar a la gente, esto buscando varios canales de ingreso en el país y mejorando o posicionando a la marca completa, o si queremos realizar una penetración a alto nivel debemos hacer lo que es comúnmente llamado **Benchmarking**, esto es cuando se analiza y compara como es que otras empresas se han posicionado y que estrategias han utilizado para posicionarse en dicho mercado, esto va de la mano en un análisis de la audiencia a la que queremos venderle y ofrecerle nuestros productos.

Como conclusión podemos observar que el comercio internacional es sumamente importante porque ayuda a aumentar y a crear una mayor competencia en los países involucrados al igual de incrementar la economía y a mejorar el bien que se quiere comercializar, debido a la competencia que se genera, el comercio internacional, ayuda a la constante innovación y creación de nuevos productos y sus continuas mejoras, siendo así una fuerza económica global que beneficia al crecimiento económico de todos los involucrados en el intercambio, promoviendo así también un crecimiento social que ayuda y mejora todo el planeta.

Bibliografías

Rocio Escandon Dominguez. (2022) Libro de Consulta.Comercio Internacional;
Unidad V ;Universidad Del Sureste

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm

<https://www.bancomext.com/glosario/plan-de-exportacion>