



Nombre del alumno: LGDT. Lucero Suleyma Coronel Guillén

Nombre del profesor: Rocío Escandón Domínguez

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: Comercio Internacional

Parcial: 1er parcial

Grado: 4to cuatrimestre

Grupo: A

Ocosingo, Chiapas a 26 de Noviembre de 2022

Teoría del comercio internacional

Leyes de la ventaja

Se divide en

Absoluta

Comparativa

Creada

Es

Por Adam Smith en 1776

Principio

Es que la especialización de los países y el intercambio de lo producido a través del comercio internacional posibilitan un aumento en la producción mundial del que se benefician los distintos países involucrados en el comercio.

Es la capacidad de una economía o país para producir un bien o servicio a un precio menor en comparación con otros, además brinda mayores oportunidades de importación a un precio más bajo.

Costo de oportunidad

Es

El costo alternativo o valor de la mejor opción no seleccionada. Se define como el monto de los recursos que de forma imaginaria dejamos de percibir al tomar una decisión entre dos o más opciones.

Su función

Permite apreciar los pros y los contras de un posible endeudamiento facilita a las empresas la toma de decisiones en cuanto a lo procedente de buscar financiamiento.

Características

Coste de oportunidad creciente

Es

Los recursos no son homogéneos y no se encuentran en la misma proporción para la producción de los productos

Coste de oportunidad constante

Es

Conocidos como costes Ricardianos, se producen cuando los recursos utilizados para la producción son sustituidos unos por otros sin ningún tipo de constancia.

Indiferencia social

Es

Produce efectos perversos en la cultura y en los sujetos.

Fundamento

Es la instrumentalización de otro sujeto sin que medie ninguna pregunta, ninguna duda, ningún freno; es la desmentida de la condición de humanidad de quien la ejerce, como de quien la padece.

Teorías y tipos de aranceles

Son

Los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación

Tipos

Arancel Ad valorem

Es

La OMC define el arancel Ad valorem como: el calculado como porcentaje del precio. El impuesto ad valorem proviene del latín: según el valor.

Arancel específico

Es

La Organización Mundial del Comercio define al Arancel Específico como el tipo arancelario expresado como cantidad monetaria específica por unidad de cantidad.

Efectos de aranceles

Es

Los aranceles en el comercio internacional es la reducción de producción y del comercio mundial.

Barreras comerciales no arancelarias

Son

Son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos.

También

Son políticas destinadas a limitar la entrada de ciertos bienes o servicios del extranjero que compiten con la oferta nacional evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos.

Su distinción

Se distinguen de las barreras arancelarias en que estas se basan en impuestos, mientras que las barreras no arancelarias utilizan regulaciones y estrategias diferentes a los impuestos para dificultar la importación.

Arancel mixto

Es

A su vez es oportuno que tengan la oportunidad de profundizar en las tarifas arancelarias y códigos arancelarios ocupados en México. De esta forma se define el concepto de aranceles aduaneros en sus diferentes tipos.

Marco legal y requisitos para la exportación

Requisitos administrativos

Es

Conocido como acto administrativo, consiste en el despliegue de las facultades del poder de dominio público sobre nuestra esfera jurídica

Características

- a) Ser expedidos por autoridades competentes gubernamentales y de conformidad a las disposiciones aplicables a la materia.
- b) Tener una razón y justificación de ser.
- c) Siempre perseguir una finalidad de interés público, d) Estar fundados y motivados y preferentemente ser expedidos por escrito.
- e) entre otros.

Elementos

El Artículo 3ro de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, precepto de ley el cual en su contenido manifiesta los elementos y requisitos los cuales son 18.

Rechazada por

La invalidez se da por sea recurrido el acto ante el tribunal que sea competente para una mejor comprensión

Formación del precio internacional de exportación

Objetivo

Es competir en los mercados meta de una manera consistente y bien dirigida, por lo que debe estar sustentada en una estrategia competitiva. La cual cuando este bien definida se canaliza el marketing el cual se construye con

Pasos

1. Definición detallada del producto a exportar y sus adecuaciones.
2. Canal de distribución a utilizar.
3. Promoción del producto en el mercado y difusión de la oferta exportable de la empresa.
4. Servicio a ofrecer.
5. Precio, cotizaciones y políticas de venta

Además

Envase, embalaje, y transporte internacional

El transporte de la mercancía en una exportación puede verse comprometido por una mala elección en cuanto a envase y embalaje del producto.

Factores

El tipo de bien objeto del intercambio comercial.
La distancia que habrá de recorrer en su transporte.
La existencia o no de cambios de medio de transporte o vehículo.
La intensidad de la manipulación a que quedará sujeto durante el trayecto y hasta llegar a su destino

Como escoger el envase

Tipos

Primario: está en contacto directo con el producto.
Secundarios: Contienen a los envases individualmente o en grupo

Propiedades

- Posibilidad de contener el producto.
- Permitir su identificación.
- Capacidad para proteger el producto.
- Adecuado al consumidor en tamaño, ergonomía y calidad.
- Ajustado a las unidades de carga y distribución del producto.
- Cumplimiento de la normatividad internacional vigente.
- Precio adecuado a la oferta comercial del producto.
- Resistente a las manipulaciones, transporte y distribución comercial.

Aspectos

El producto en sí mismo y sus atributos físicos.
La adecuación del mismo a su manipulación.
La reglamentación aplicable

Como escoger el embalaje

Tipos

Entre los Embalajes encontramos: Cajas de Cartón; Cajas de Madera; Cajas de Plástico; Tarimas de madera; Tarimas de plástico; Supersacos; Protecciones de aglomerados; Esquineros; Flejes de acero y plástico; Protecciones y redes plásticas; Películas polarizadas y amortiguadores de cartón o materiales deformables

Aspectos

Precio
Normativa.
Riesgo.

No influirá en la relación con el consumidor final, aunque sí puede afectar a la relación con el cliente, si no cumple su cometido de protección y entrega de la mercancía en perfectas condiciones.

Contratación y formas de pago internacional

Clasificación

Nominado: regulado por la ley, cuentan con normas dispositivas o supletorias.
Innominado: características no se encuentran reguladas por ley, se basa en el principio de libertad contractual.

Existen también

La gestión de riesgos debe en escenario ayudar a la organización a dar seguimiento a potenciales amenazas y potenciales que podrían ocurrir, y tomar medidas para reducir o incrementar la probabilidad de que ocurran

Etapas para evitar riesgos

- 1.- Identificación
- 2.- Valoración
- 3.- Respuesta
- 4.- Monitoreo Identificación

Referencias bibliográficas

- Appleyard, D.R. y A.J. Field. 1995. Economía Internacional. McGrawHill. Madrid. Cap. 2.
- Appleyard, D.R. y A.J. Field. 1995. Economía Internacional. McGrawHill. Madrid. Cap. 3.
- Caves, R.E., J.A. Frankel y R.W. Jones. 1990. World Trade and Payments. An introduction. Harpers Collins College Publishers. Cap. 5.
- Chacholiades, M. 1988. Economía Internacional. McGrawHil. Mexico. Cap. 2
- Chipman, J.S. 1965. "A survey of the theory of international trade, Part 1: the classical theory." Econometrica 33, N°3.
- Krugman, P. y M. Obstfeld.1994. Economía Internacional. Teoría y Política. McGrawHill. Madrid. Cap.2.
- Ricardo, D. 1963. The principles of political economy and taxation. Irwin. Homewood. III.
- Salvatore, D. 1995. Economía Internacional. McGrawHill. Colombia. Cap. 2