



# Mi Universidad

## Mapa conceptual

*Nombre del Alumno: Gilberto Haddad Osorio*

*Nombre del tema: Mapa conceptual*

*Parcial. I*

*Nombre de la Materia: Comercio Internacional*

*Nombre de la Maestría: Administración*

*Cuatrimestre: 4*

*Comalcalco, Tab, 23 de noviembre del año 2022.*

# Teoría del comercio internacional

Se basa

En el estudio del mercado y de los precios de las mercancías en declive, concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho como se obtenga



## LEYES DE VENTAJA ABSOLUTA Y COMPARATIVA

Es 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.

## COSTO DE OPORTUNIDAD

Hace

Referencia a lo que una persona deja de ganar o de disfrutar, cuando elige una alternativa entre varias disponibles. El costo de oportunidad es un concepto fundamental de la economía que puede ser aplicado en la mayor parte de las decisiones económicas.

La indiferencia social produce efectos perversos en la cultura y en los sujetos.

## TEORÍA Y TIPOS DE ARANCELES

Son las

Cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, como se refiere en el Artículo 12 de la Ley de Comercio Exterior.

Es el tributo que es aplicado sobre los bienes que son objeto de importación o exportación.

## EFFECTO DE LOS ARANCELES SOBRE LOS PAÍSES PEQUEÑOS Y GRANDES

Afectan

El Comercio internacional de una manera más amplia al inhibir el comercio a largo plazo. Esto ocurre porque si una compañía norteamericana se encuentra en la necesidad de aluminio o acero, probablemente no lo buscará fuera de las fronteras de Estados Unidos.

## BARRERAS COMERCIALES NO ARANCELARIAS

Son

Regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos. Ello, con el objetivo de favorecer a los productores locales.

Son políticas destinadas a limitar la entrada de ciertos bienes o servicios del extranjero que compiten con la oferta nacional.

Se divide en

### ARANCEL AD VALOREM

Se define

-cuando se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía. calculado como porcentaje del precio.

### ARANCEL ESPECÍFICO

Se expresa

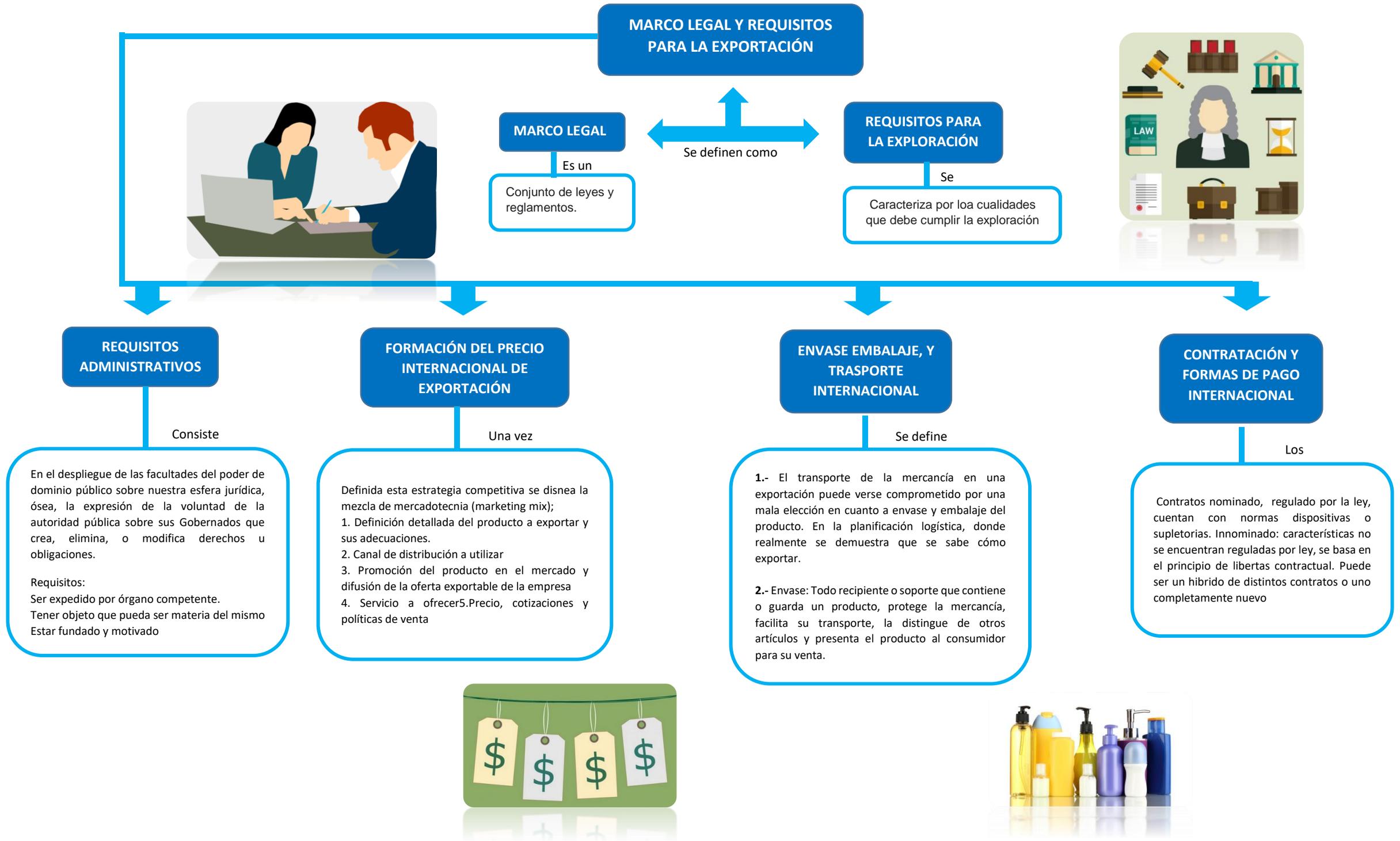
En términos monetarios por unidad de medida como se refiere a la letra en la Ley de Comercio exterior expresen en términos monetarios por unidad de medida como se refiere a la letra en la Ley de Comercio Exterior

### ARANCELES MIXTOS

Se trata

Trata de la combinación de los dos anteriores (arancel Ad valorem y arancel específico), acorde a la Ley citada





## Bibliográfica

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/costo\\_oportunidad-importancia/](https://economia3.com/costo_oportunidad-importancia/)

(Consultado el 14 de Nov de 2022)

Guillermo Westreicher, 09 de enero, 2018 Barreras no arancelarias. Economipedia.com

zoniaeconomica.com "Costo de Oportunidad" [en línea] Dirección URL: <https://www.zoniaeconomica.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).

Prieto Herrera Jorge Eliecer (2013) Investigación de mercados. (Segunda edición). ECOE Ediciones.