



**Mi Universidad**

## **MAPA CONCEPTUAL**

*Nombre del Alumno: Briseyda Agapita Aguilar Gómez*

*Nombre del tema: Mapa conceptual Unidad I y II*

*Nombre de la Materia: Comercio Internacional*

*Nombre de la Maestría: Administración*

*Cuatrimestre 4to*

# UNIDAD I. Teoría del Comercio internacional

## 1.1. Leyes de la ventaja absoluta y comparativa

El principio de la ventaja absoluta fue formulado por Adam Smith en 1776 en su famoso libro "La riqueza de las naciones", posteriormente desarrollada por David Ricardo, Robert Torrens y John Stuart Mill.

### Idea fundamental

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.

### Ley comparativa

Capacidad de una economía o país para producir un bien o servicio a un precio menor en comparación con otros.

### Se utiliza

Para explicar por qué las empresas, países o mismos inversionistas pueden beneficiarse de este comercio.

## 1.2. Costo de oportunidad e indiferencia social

Se define como el monto de los recursos que de forma imaginaria dejamos de percibir al tomar una decisión entre dos o más opciones.

### Origen del concepto

El economista austriaco Friedrich von Wieser acuñó el concepto en su obra Teoría de la Economía Social (1914), por oposición a los clásicos ingleses, que consideraban. Que el costo era el gasto explícito para producir o recibir un bien o servicio.

### Tipos

- Coste de oportunidad creciente
- Coste de oportunidad constante

### Indiferencia social

Produce efectos perversos en la cultura y en los sujetos. Lo fundamental de la estructura perversa es la instrumentalización de otro sujeto sin que medie ninguna pregunta, ninguna duda, ningún freno.

## 1.3. Teoría y tipos de aranceles

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

### Tipos

- Arancel Ad valorem: Cuando se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía.
- Arancel Específico: Cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida
- Aranceles Mixtos: Cuando se trate de la combinación de los dos anteriores

## 1.4. Efectos de los aranceles sobre los países pequeños y grandes

Reducción de producción y del comercio mundial. Los aranceles solo podrían ayudar a los productores locales, en este caso los de aluminio y acero de Estados Unidos.

## 1.5. 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.

## UNIDAD II. Marco legal y requisitos para la exportación

### 2.1. Requisitos administrativos

Acto Administrativo consiste en el despliegue de las facultades del poder de dominio público sobre nuestra esfera jurídica, la expresión de la voluntad de la autoridad pública sobre sus Gobernados que crea, elimina, o modifica derechos u obligaciones.

#### Características

- Deben de ser expedidos por autoridades competentes gubernamentales y de conformidad a las disposiciones aplicables a la materia
- Deben de tener una razón y justificación de ser, ósea un objeto material en el cual allá incurrido el gobernado que lo hizo acreedor a él,
- Siempre deben perseguir una finalidad de interés público
- Deberán de estar fundados y motivados y preferentemente ser expedidos por escrito

#### Requisitos

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

### 2.2. Formación del precio internacional de exportación

El objetivo primordial de la estrategia comercial de exportación es competir en los mercados meta de una manera consistente y bien dirigida, por lo que debe estar sustentada en una estrategia competitiva

#### Mezcla de mercadotecnia

- Definición detallada del producto a exportar y sus adecuaciones
- Canal de distribución a utilizar
- Promoción del producto en el mercado y difusión de la oferta

### 2.3. Envase, embalaje y transporte internacional

En la planificación logística, donde realmente se demuestra que se sabe cómo exportar, debe tenerse muy en cuenta:

- 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.

- Envase: Todo recipiente o soporte que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte, la distingue de otros artículos y presenta el producto al consumidor para su venta.
- Embalaje: Módulo de envases con protecciones para su transporte.

### 2.4. Contratación y formas de pago internacional

- Capacidad Clasificación de los contratos 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

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.

- Identificación
- Valoración
- Respuesta
- Monitoreo Identificación

