

¹LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN LATINOAMERICA

****C.P.A Sara Mendoza Juárez***
smendoza@uat.edu.mx

Julieta Berenice Hernández Villegas

berenice_july@hotmail.com

Juan Antonio Pérez Méndez

juan_24_02_16@hotmail.com

Estudiantes de la Licenciatura de Administración de la UAT.

Resumen: En esta investigación buscamos conocer la importancia del comercio internacional no solo enfocado en México también en todo el mundo, así como también conocer porque beneficia a nuestro mundo, a las personas y a las ciudades que practican el comercio. En esta investigación daremos puntos relevantes para que vean los beneficios de practicar el comercio y generarles importancia sobre dicho tema.

Palabras Clave: Comercio, Latinoamérica, Internacional, Beneficios, Países.

Abstract: In this research we seek to know the importance of international trade not only focused on Mexico also around the world as well as benefits because they know our world, people and cities who practice the trade. This research will give relevant points to see the benefits of practicing trade and generate them on this important topic.

KeyWords: Trade, Latin America, International, Benefits, Netherlands.

1- Introducción

La actividad comercial ha estado, a lo largo de los siglos, vinculada a la actividad humano, en virtud de la necesidad de obtención de satisfactores. La evolución que ha tenido el comercio a través de la historia presenta cuestiones de gran importancia para entender la configuración actual del comercio; sin embargo, para efectos de esta investigación estaremos observando lo que es el comercio internacional para así poder entender e interpretar cada punto que estaremos hablando en esta investigación. El comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios a través de los diferentes países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus

¹Latina, A. (2008). comercio internacional.

productos, e ingresar a mercados extranjeros. El comercio internacional de hoy en día es muy diferente al que existía hace 10 años, ya que existen variables como la tecnología que nos pueden ayudar a realizar el comercio.

2- Comercio internacional

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales.

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración.

Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la “ventaja²³ comparativa” significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

2.1- Origen Del Comercio Internacional

El origen se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

2.2-Beneficios que brinda el comercio internacional.

Beneficios: El Comercio Internacional permite que un país cuente con mayor cantidad de bienes que los que podrían producirse en aislamiento, con una dotación escasa de recursos productivos. Mientras más favorable sea la relación real de intercambio para un país, mayor será el beneficio que le producirá el comercio internacional en comparación con los que obtengan los restantes países. **Utilidad:** la determina la empresa: “*utilidad pretendida*”; condicionada por la competencia en el mercado internacional. **Incentivos:** son los que promueve el estado para el desarrollo de las exportaciones; tanto de orden fiscal como financiero.

²Latina, A. (2001). comercio internacional.

³Latina, A. (2008). comercio internacional.

La decisión de exportar

La decisión de exportar de una empresa no debe ser considerada como un paliativo para hacer frente a una situación coyuntural que le presentare el mercado doméstico; si no muy por el contrario debe considerarse como un nuevo objetivo que requiere mentalizar a la dirección comercial y ejecutiva de la empresa y a todos sus integrantes de la responsabilidad que con tal decisión se deberá asumir.

2.3- Operaciones del Comercio Internacional

Debemos distinguir entre: exportaciones e importaciones

Exportación: La exportación comienza con la participación en una exposición de carácter internacional, en la que se contacta con agentes extranjeros que comienza a realizar pedidos.

Importación: la principal ventaja de la importación la constituye el introducirse al comercio internacional con un costo relativamente bajo.⁴

2.4- Las 5 C de la Exportación

Costo: bajo precio

Calidad: constante

Cantidad: ajustando la producción a la demanda externa

Continuidad: manteniendo un stock para no producir vacíos

Conducta: honestidad; responsabilidad empresaria

2.5- AMBITO DE LA EXPORTACION

La comercialización

Los estímulos financieros

Las Franquicias impositivas

Los instrumentos de pago

El Régimen de Cambios

El Régimen Normativo

El Transporte Internacional - Fletes

Los Seguros

3- Ventajas y Desventajas del comercio internacional

VENTAJAS:

⁴Latina, A. (2001). comercio internacional.

- Poder exportar tus productos hacia otro lado.
- Poder implementar productos que en circunstancias naturales estarían ausentes en nuestro país.
- Mejora de la calidad de vida de los habitantes.
- Promueve el desarrollo del país.
- Implementar colaboración y buenas relaciones con los países externos.
- Atraer inversión extranjera.
- Crea nuevos puestos de trabajo.
- Incrementación y diversificación de las exportaciones e importaciones.
- Apertura a nuevos mercados.
- Promueve el desarrollo.
- Amplificación de conocimiento de otras culturas y tradiciones.
- Nuevos contactos importantes para negocios y desarrollo del país.

DESVENTAJAS:

- Pueden aparecer durante las negociaciones y también se daría a la situación económica, política y social de un país
- Elevación de los impuestos, con esto no puedes transferir muchos productos. - Daño de mercancías.
- Menor interés en los productos nacionales.⁵
- Mano de obra mal pagada y barata.
- Comercio ilegal, piratería.
- Explotación de unos países a otros.

3.1- Transportes y Fletes

Transporte Marítimo

Este tipo de transporte se ha incorporado nuevos servicios en sus principales rutas internacionales, como apoyo a los esfuerzos en el comercio exterior e internacional y así buscar nuevos mercados para poder exportar. Es más económico pero es más tardado que los demás.

Transporte Aéreo

Este tipo de transporte ayuda a vencer los principales obstáculos que se le presentan a los exportadores potenciales, ya que muchos se encuentran lejos de los países a los cuales le importan. Es más rápido que el marítimo, pero es más caro que los demás tipos de transporte.

Transporte Terrestre

Este tipo de transporte ayuda a transportar un producto de una ciudad a otra un ejemplo muy claro sería México a Estados Unidos, solo se podría utilizar en lugares cercanos y llevan un poco más de tiempo al transportarlos.

Flete

El flete se tiene que liquidar hasta que la mercancía a llegado a su destino, esta operación solo se paga por adelantado cuando el valor comercial de los

⁵Salvador Mercado, Transportes y fletes, (Mexico, Limusa, 2000) pag.207

productos no garantiza el importe de los servicios y cuando la mercancía es de rápida descomposición.

Para conocer el costo de un flete se debe:

1. Clasificar la mercancía
2. Encontrar la distancia que se va recorrer⁶
3. Buscar la cuota que le corresponde por toneladas de acuerdo con su clasificación
4. Multiplicar esa cuota por el número de toneladas que se vayan a embarcar, incluyendo en el peso del envase o empaque del producto.

3.2- Canales de distribución

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución para la distribución más completa, eficiente y económica y de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que se solicite.

Clasificación de los canales de distribución:

Fabricante

Mayorista

Minorista

Consumidor final



Figura 1. Clasificación de los canales de distribución, elaboración (28 de junio del 2014)

⁶Salvador Mercado, Transportes y fletes, (Mexico, Limusa, 2000) pag.241

Funciones de los canales de distribución:

- La compraventa
- El transporte
- El almacenaje
- La búsqueda de mercados

4- Países con mayor participación en el comercio

La apertura al exterior iniciada por Chile hace más de tres décadas le ha conducido a ser el país con más acuerdos de libre comercio del mundo, por lo ⁷cual las autoridades creen que ahora ha llegado el momento de profundizar en las ventajas que este régimen ofrece.

Chile lleva más de 30 años implementando una política de apertura comercial al mundo y más de 20 años negociando Tratados de Libre Comercio (TLC), "y esto ha posibilitado que entre 1990 y 2012 las exportaciones se hayan multiplicado por nueve

este país suramericano mantiene 22 acuerdos comerciales vigentes con un total de 60 países que representan el 85,7% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial y además actualmente está negociando el denominado Transpacífico Partnership (TPP), que involucra a un total de 12 economías del Asia Pacífico.

El socio más antiguo de Chile en materia de comercio exterior es Bolivia, con quién suscribió un acuerdo de complementación económica que entró en vigor el 6 de abril de 1993, año en que también firmó un tratado con Venezuela.

Y así sucesivamente fueron cerrándose acuerdos con Ecuador (1995), el Mercosur (1996) y el primer Tratado de Libre Comercio, con Canadá (1997), hasta que en 2004 se cerró el TLC con Estados Unidos.

El más reciente fue el que Chile suscribió el pasado 4 de octubre con Tailandia, que permitirá reforzar el intercambio bilateral entre ambos países y afianzar la penetración de productos chilenos en el Sudeste Asiático, donde viven unos 600 millones de personas.

"La firma de este TLC permitirá el acceso preferencial inmediato de más del 90% de los productos chilenos a ese país, lo que significa que los exportadores chilenos accederán en condiciones preferentes a un mercado de más de 70 millones de habitantes".

⁷Latina, A. (2008). comercio internacional.

México es uno de los países con más acuerdos de libre comercio en el mundo

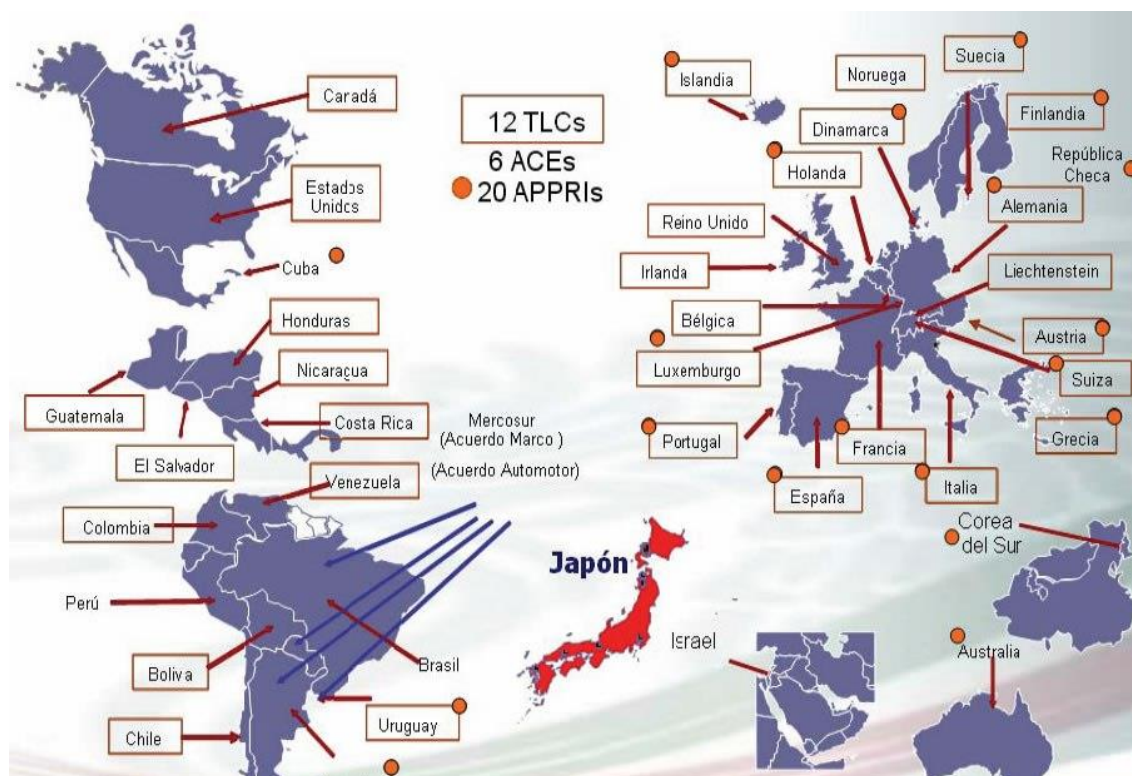


Figura 2 México con más acuerdos comerciales en el mundo. Obtenida en línea :< <http://www.cnf.gob.mx:8080/snif/portal/economica/diagnostico-del-comercio-internacional-forestal> > (consultada el día 04 de julio del 2014)

4.1- Comercio internacional y desarrollo inclusivo: un desafío clave para América latina y el Caribe

La expansión del comercio internacional en América Latina y el Caribe no garantiza un desarrollo equilibrado desde el punto de vista económico, social, territorial y ambiental, pero presenta oportunidades que deben aprovecharse. La región enfrenta el desafío de mejorar la calidad de su inserción internacional y aumentar los efectos inclusivos de su comercio, de modo que este pueda aportar a un desarrollo más equitativo y sustentable.

En un mundo globalizado, la posibilidad de crecer está ligada a escenarios que mejoren la inserción internacional de nuestros países a través de más productos y empresas, acompañados de políticas activas de innovación, competitividad, desarrollo productivo y capacitación.

El aumento del comercio internacional puede incrementar el crecimiento, pero para asegurar efectos inclusivos se requiere contar con políticas orientadas a

lograr este objetivo y una mayor relación entre los distintos niveles de las políticas macro y microeconómicas.

Para aprovechar mejor el potencial del comercio internacional los gobiernos necesitan promover una estrategia de inserción internacional en las redes de innovación y negocios tecnológicos; convertir la educación y la capacitación en el eje central de la transformación productiva; llevar a cabo programas para la incorporación de las pymes. Las políticas deben poner énfasis en la integración regional como una clave para mejorar la competitividad de ALC en el mundo y promover la equidad. Para activar una participación más inclusiva en el comercio mundial los países deben definir criterios comunes para sus relaciones con Asia.

4.2- Evolución del comercio regional en América Latina y el Caribe

Durante el período 1975/1980, el comercio exterior de los países de América Latina y el Caribe tuvo un extraordinario dinamismo, con exportaciones creciendo en términos de valor a los ritmos más rápidos de la posguerra. Las importaciones crecieron también y, en muchos países, a ritmos superiores al de las exportaciones, registrándose así, durante este periodo, el mantenimiento de un déficit en el saldo comercial, que se arrastraba desde principios de la década de los 70. El rápido crecimiento del valor de las exportaciones tuvo múltiples orígenes.

En los países exportadores netos de petróleo se originó en el incremento de los precios. entre ellos cabe destacar desviaciones de producción previamente destinadas al mercado interno, diversificación de la producción de productos básicos, mejor transformación industrial de las materias primas exportadas y ampliación de las exportaciones de manufacturas.

El crecimiento de las importaciones se deriva de un aumento tanto de los volúmenes como de los precios y tanto a procesos de inversión como al crecimiento del consumo y a políticas orientadas a la lucha anti inflación.

4.3- México y desarrollo comercial con los países de Latinoamérica

Después de una constante intercambio comercial de México con el mundo se han firmado varios tratados de comercio internacional , acuerdos comerciales con más de 50 países de diversas partes del mundo; durante el primer semestre del año 2008 México tiene la mayor participación de comercio con Estados Unidos de América con un 80% del total de sus exportaciones , seguida por las exportaciones con Aladi y Centroamérica que juntos representan un 5.38% y con la UE un 5.13%.

Bajo la actual situación financiera que se presenta mayormente en México es importante e imprescindible considerar más exportaciones con América Central y Sudamérica.

El intercambio comercial con los países de Aladi y Centroamérica durante el 2007 fueron de 28,682 millones de USD , de los cuales 23,570.8 millones fueron resultado del comercio con el mercado de Aladi (Brasil, Colombia,

⁸Venezuela, y Argentina); y los 5,112 millones restantes fueron del comercio con Centroamérica (Guatemala y Costa Rica).

El comercio ente México con países latinoamericanos han mostrado un buen desarrollo comercial en los últimos años, ya que han logrado un crecimiento económico.

5- Tratados de libre comercio en Latinoamérica

La globalización ha llevado a establecer múltiples tratados de libre comercio no solo entre Estados Unidos; si no con varios países latinoamericanos entre si , los Tratados de Libre Comercio latinoamericanos se multiplican en todas direcciones y hacen que el comercio de esa región encuentre nuevas vías mundiales para desarrollarse.

En América Latina existen varias agrupaciones supranacionales relacionadas con el comercio, cuatro de ellas constituyen uniones aduaneras y por lo tanto, dentro de ellas los países miembros no tienen o tienen rebajadas las barreras arancelarias. Entre las cuales se encuentran:

*MERCOSUR

*COMUNIDAD ANDINA

*CARICOM

*MCCEAM

Otras agrupaciones, aunque no son exactamente uniones aduaneras, han firmado acuerdos internos de cooperación comercial y funcionalmente son las siguientes:

*ALBA (Alternativa Bolivariana para América)

*Grupo de los Tres (Triángulo del Norte)

*ALADI


En resumen, estos son los países y sus Acuerdos y Tratados de Libre Comercio establecidos de manera independiente o por el organismo supranacional en el que se integran:

- **Argentina:** pertenece a MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay, Venezuela)
- **Bolivia:** pertenece a Comunidad Andina (Bolivia Colombia, Ecuador, Perú) y pertenece al ALBA, Alternativa Bolivariana para América
- **Brasil:** pertenece a MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Venezuela).
- **Chile:** No está integrada en organismos supranacionales. -Acuerdos libre comercio con: MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Venezuela)

⁸Latina, A. (2008). comercio internacional.

- **Colombia:** pertenece a Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú), Acuerdos libre comercio con: MERCOSUR
- **Costa Rica:** pertenece a la Comunidad de Centroamérica, acuerdos libre comercio con: México , Chile , Canadá ,Panamá , CARICOM), Estados Unidos y República Dominicana.
- **Ecuador:** pertenece a Comunidad acuerdos libre comercio con: MERCOSUR.
- **México:** pertenece al Grupo de los Tres: -Acuerdos libre comercio con: Canadá-Estados Unidos , Bolivia , Costa Rica.
- **Panamá:** no está integrada en organismos supranacionales acuerdos libre comercio con: El Salvador, Taiwán , Chile , Singapur , Costa Rica.
- **Paraguay:** pertenece a MERCOSUR.

9

	ALADI Indicadores Socioeconómicos											
	1980	1990	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
. SOCIALES/DEMOGRÁFICOS												
Población total (millones de habitantes)	322,0	393,7	464,9	496,5	502,4	508,2	513,9	519,6	525,3	531,1	536,8	
% de la población mundial	7,3	7,5	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6	
Crecimiento demográfico (%)	2,3	1,8	1,5	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	
Población urbana (%)	64,6	70,2	75,2	77,2	77,5	77,9	78,2	78,5	78,9	79,2	79,5	
Dependencia demográfica - Niños (1)	68,2	59,1	51,1	46,9	42,8	
Dependencia demográfica - Adultos (1)	8,0	8,2	9,2	9,8	10,7	
Expectativa de vida (años)	67,0	70,2	73,1	74,2	74,2	74,2	74,2	74,2	75,0	75,0	75,0	
Natalidad (tasa anual media por c/1000 hab.)	30,1	26,5	22,2	20,4	20,1	19,7	19,4	19,1	18,9	18,6	...	
Mortalidad (tasa anual media por c/1000 hab.)	8,1	6,9	6,2	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	13,4	
Mort. infant. (tasa anual media por c/1000 nac.vivos)	51,8	35,4	23,3	19,0	18,2	17,5	16,7	16,1	15,5	14,9	14,4	
Analfabetismo (%) (2)	18,6	13,5	9,7	8,2	6,9	
Tasa media anual de desempleo (%)	...	8,1	10,4	9,4	7,5	
Índice de Desarrollo Humano	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	

Elaboración: Secretaría General de la ALADI
 Última actualización: enero 2014
 0: El movimiento no alcanza a la mitad de la unidad en que se presenta la información
 ...: Dato no disponible
 (1): Relación entre la población entre 0 y 14 años (de 65 años y más) sobre la población de 15 a 64 años de edad.

Figura 3 Indicadores socioeconómicos de Asociación Latinoamericana de Integración. Obtenida en línea
 :<<http://www.aladi.org/nsfaladi/indicado.nsf/vvindicadoresweb/ALADI>>
 (consultada el día 28 de junio del 2014)

⁹Mortimore, M. (1995). América Latina frente a la globalización.

6. La internalización de empresas

La empresa pequeña y mediana (Pyme) se está desarrollando en un entorno cada vez más internacional la Unión Europea ofrece a todo tipo de empresas a través de la libre circulación de factores de producción , una puerta abierta hacia los mercados europeos del norte. Esta creciente internalización de las actividades, obliga a las Pymes a tener que desenvolverse en unos mercados cada vez más grandes.

En la estrategia de la internalización se necesitan cuatro claves las cuales son:

Modo de operar (¿con quién?)

Que vamos a ofrecer (¿Qué?)

Donde vamos a vender (¿Dónde?)

Con que estructura organizativa (¿Dónde?)

7- Ejemplo de la importancia del comercio exterior para Nuevo Laredo

Mucho hemos insistido en que Nuevo Laredo es muy importante para las economías de México y Texas, lo que seguiremos reiterando cuantas veces sea posible, máxime cuando se quiere asestar una puñalada artera a nuestra frontera mediante la cruel y absurda reforma fiscal que se cocina en el Legislativo.

La ciudad de Nuevo Laredo tiene uno de los índices de crecimiento poblacional más altos del país, una población urbana de más del 90%, comparado con el 80.5% del estado de Tamaulipas y el 75% del total nacional, de conformidad con cifras publicadas por la Asociación de Agentes Aduanales de Nuevo Laredo (AAANL) en la obra titulada “Impacto del Comercio Exterior en la Economía de Nuevo Laredo y Laredo Texas”. Fundada en 1938, la AAANL cuenta actualmente con más de 350 agentes aduanales asociados y afiliados, es decir, un agente aduanal por cada mil cien habitantes.

Nuestra economía tiene base principalmente en las actividades relacionadas con el comercio exterior, siendo una importantísima recolectora de recursos para la federación y el estado, puesto que por ejemplo, la recaudación del IVA por la Aduana de Nuevo Laredo representa más del 50% de la recaudación total fronteriza y el 25% del total nacional, según información proporcionada por la Administración Central de Comunicación Institucional del SAT.

Por nuestra frontera cruzan diariamente más de 10 mil camiones de carga y más de mil carros de ferrocarril, y según información de la Administración General de Aduanas, durante el 2012 por Nuevo Laredo se realizaron casi diez millones de operaciones aduaneras -27 mil diarias- siendo el valor comercial de las mercancías de importación y exportación de más de ¡2.3 billones de pesos! De acuerdo con estadísticas de la Subdelegación del IMSS en Nuevo Laredo, al mes de agosto del 2013, existen registrados y cotizando 74,655 trabajadores, la mayoría contratados por los sectores de comercio exterior,

¹⁰transportes y servicios, inmediatamente después de los de la industria de la transformación.¹¹

Solamente durante el 2012 se procesaron por este puerto fronterizo ¡2 millones de pedimentos!, es decir, casi seis mil diarios y de acuerdo con datos del INEGI, al 2012, la derrama mensual en sueldos y salarios únicamente del sector de comercio exterior de Nuevo Laredo fue de ¡210 millones de pesos!, o sea dos mil quinientos millones anuales, en tanto que la recaudación total anual por concepto de impuesto predial en Nuevo Laredo fue solamente de poco más de 70 millones de pesos.

Esta gran importancia del comercio exterior en Nuevo Laredo se refrendó en días pasados dentro del marco del “Primer Encuentro Estudiantil de Comercio Exterior 2013” organizado por la Universidad del Valle de México, dirigida por su rector Jorge Luis López Vargas, coordinado por el master Gerardo Velazco Madrigal, evento al que asistieron un gran número de alumnos de diversas instituciones educativas, entre otras, de la UVM, UAT, UT, Royal e IGEST.

Las importantes ponencias ahí presentadas se titularon “La importancia de los agentes aduanales en México”, “Aspectos generales del despacho aduanero” y “Ventanilla Única de Comercio Exterior”. Éstas fueron profesionalmente realizadas por los agentes aduanales Carlos Álvarez Mendiola y José Guadalupe Bautista Montoya; licenciados Luis Guajardo Flores, Juan Raúl Ortiz, Perla Balderas, Rosa I. Lozano, Gely Fonseca Troncoso, Rubén Aguirre Portillo y Felipe de Jesús Medrano Peña, este último presentando su importante proyecto de exportación de cerveza a Francia.

Tendencias del Comercio Internacional en el 2014

Dicen que el 2014 podría ser el año de la recuperación. Así lo anuncian no sólo las autoridades españolas sino también Gobiernos y servicios de estudios de todo el planeta. Aunque esta afirmación está muy lejos de significar que la economía va volver a recuperar los días de vino y rosas anteriores a la quiebra de Lehman Brothers. No conviene dejar de lado este cambio de tendencia ya que puede ser clave a la hora de diseñar las estrategias de internacionalización de cualquier empresa. Y es que lo primero que hay que revisar es si es momento o no de seguir con esos planes exportadores y si los destinos deben ser los mismos en los que se ha triunfado en los últimos años. Las principales líneas a tener en cuenta para repasar esa estrategia son:

1. Recuperación de las principales economías del planeta. Según los principales organismos internacionales, se prevé un crecimiento del PIB real mundial del 3,7%, lo que implica un aumento del 0,8% frente a 2013. Las diferencias por países serán considerables, por supuesto. Así se espera que EEUU crezca un 2,5%, mientras que la Eurozona se dará por satisfecha si consigue esquivar los números rojos. Más allá de las cifras concretas, lo más destacado es el cambio de tendencia, que implica que por primera vez en más de cinco años el consumo volverá a activarse en el primer mundo. Según un estudio realizado por Euromonitor Internacional esto implica que el comercio en

¹⁰PerezBenitez Luis, El mañana(2014) La importancia del comercio para Nuevo Laredo

¹¹Mortimore, M. (1995). América Latina frente a la globalización.

las economías desarrolladas va a estar impulsado por las “megas-ofertas comerciales” provocando que las empresas se concentren en satisfacer esta renovada demanda de sus países de origen y dejando a un lado el incipiente negocio de los países en vías de desarrollo que tanto atractivo han tenido durante los pasados años.

2.- Nuevas relaciones comerciales en los países en desarrollo. Ante el “olvido” de las grandes economías, los países en desarrollo van a tender a construir nuevas redes comerciales para satisfacerse entre ellos. Además deberán lidiar con el hándicap de que muchos de ellos han devaluado su moneda durante los últimos años. Esta práctica disparó sus exportaciones, pero ahora que la tendencia a vender fuera se ralentiza van a tener que asumir que importar será mucho más caro y eso puede dañar sus balanzas comerciales. Para evitarlo, los expertos prevén que activen el comercio entre ellos. Es lo que denominan comercio “sur-sur” que implicará que durante 2014¹² y 2015 los países emergentes potencien relaciones comerciales más horizontales, eso sí, sin olvidar potenciar los mega acuerdos internacionales con las grandes potencias a través de tratados de libre comercio.

3. Será el Boom del comercio electrónico globalizado. Esta afirmación puede parecer una perogrullada pero, según las previsiones de la consultora Forrester, va a ser la clave del año 2014. No hay experto en internacionalización que no tenga muy presente la importancia creciente del comercio electrónico. Lo que tal vez no tengan muy claro es que eso significa mucho más que diseñar una página web y colgar en ella los productos o servicios de su compañía. Lo que según los expertos va a suponer un antes y un después en la estrategia comercial online es la globalización de la misma. Es decir, la necesidad que van a tener todas empresas de diseñar su estrategia de ventas centrándose en “fechas clave de compras *on line*”.

Esto ya tuvo su primer reflejo en 2013, cuando en España muchos consumidores descubrieron la existencia de las ofertas del Black Friday y apenas unas pocas empresas españolas supieron aprovechar ese tirón de la demanda. En 2014, esa tendencia se agudizará y ya no sólo habrá que pensar en el día posterior al de Acción de Gracias estadounidense sino también en otros eventos “consumistas” de todo el planeta, como el Día de las compras chino, (que según el New York Times ya ha superado al Black Friday en volumen de compras) o incluso a los que se crean en Internet como el Google Online Festival Shopping. Tener un buen puñado de ofertas diseñadas para esos momentos punta puede dar un buen empujón a la cuenta de resultados. Eso sí, el esfuerzo comercial debe ir acompañado del informático, ya que no es infrecuente que muchas tiendas online se bloqueen esos días por el exceso de demanda en sus servidores.

4. Pensar en las agrupaciones de pequeños comerciantes. Navegar por el mercado internacional mundial no tiene por qué implicar ataviarse como si su empresa fuera el Robison Crusoe de la internacionalización. Como en otras muchas circunstancias de la vida, hacer la travesía acompañado puede ser mucho más interesante y eso es cada vez más fácil gracias a las asociaciones

¹² <http://asesoresdepymes.com/exportacion/tendencias-del-comercio-internacional-en-2014/>

digitales de pequeños comerciantes. Desde Forrester apuntan que el 2014 será el año en que despunte la tendencia de que los pequeños comerciantes exportadores se alíen entre sí para generar sinergias y poder hacer frente a esos booms consumistas de las fechas clave antes mencionadas.

Gráficos del Comercio Internacional hasta la fecha

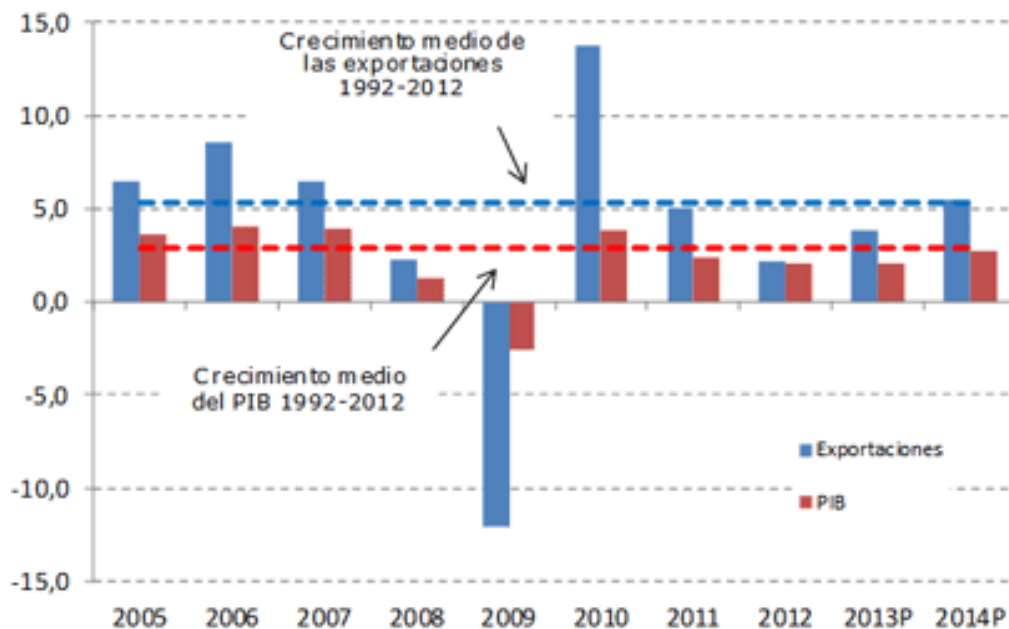


Figura 4 México Crecimiento del volumen del comercio de mercancías y del PIB mundiales, 2005-2014. Obtenida en línea :< http://www.wto.org/spanish/news_s/pres13_s/pr688_s.htm> (consultada el día 04 de julio del 2014)

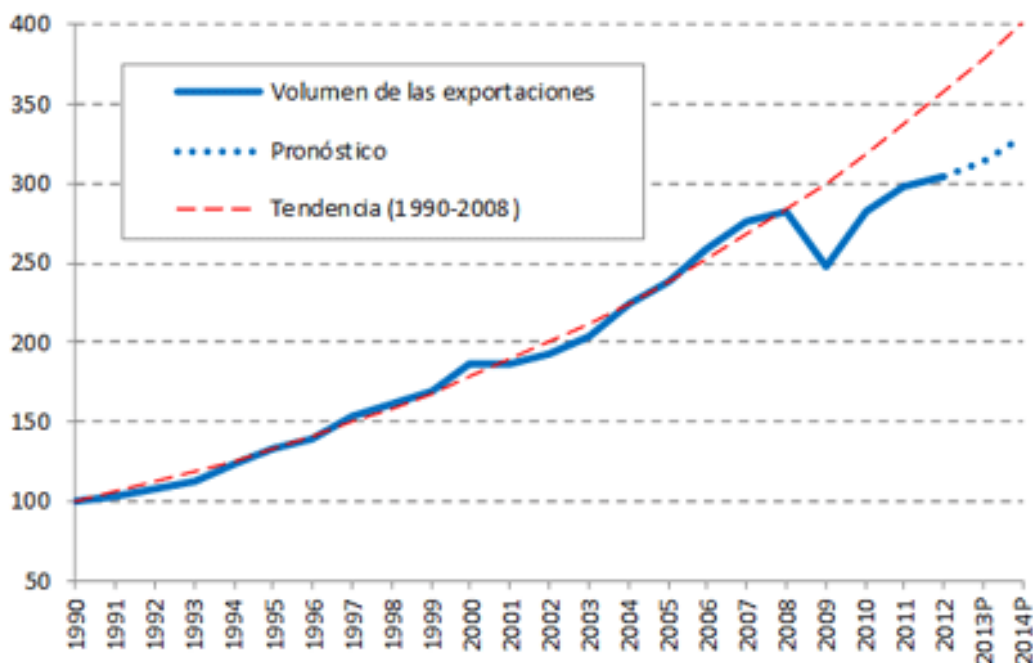


Figura 5 Volumen de las exportaciones mundiales de mercancías, 1990-2014.
Obtenida en línea :<
http://www.wto.org/spanish/news_s/pres13_s/pr688_s.htm> (consultada el día
04 de julio del 2014)

	2009	2010	2011	2012	2013P	2014P
Volumen del comercio mundial de mercancías ^b	-12,5	13,9	5,2	2,0	3,3	5,0
Exportaciones						
Economías desarrolladas	-15,2	13,1	5,1	1,0	1,4	2,6
Economías en desarrollo y CEI	-7,4	15,3	5,4	3,3	5,3	7,5
Importaciones						
Economías desarrolladas	-14,3	10,7	3,1	-0,1	1,4	3,2
Economías en desarrollo y CEI	-10,5	18,2	8,0	4,6	5,9	7,4
PIB real a tipos de cambio del mercado	-2,5	3,8	2,4	2,1	2,1	2,7
Economías desarrolladas	-3,8	2,7	1,5	1,2	1,1	1,9
Economías en desarrollo y CEI	2,1	7,3	5,3	4,7	5,0	5,1

Figura 6 Comercio mundial de mercancías y PIB, 2008-2014 Obtenida en línea
:< http://www.wto.org/spanish/news_s/pres13_s/pr688_s.htm> (consultada el
día 04 de julio del 2014)

Conclusión

En transcurso de esta investigación nos dimos cuenta que es de suma importancia mantener una estrecha relación en el ámbito del comercio con los países Latinoamericanos ya que muchos de ellos están en vía de desarrollo y eso podría resultar benéfico para nuestro país.

También es buena la investigación para darse cuenta que es necesario saber la exportación e importación, así como los medios de transporte que se utilizan para el comercio internacional, los canales de distribución y los tratados que existen para realizar un comercio excelente y no equivocarnos al momento de realizarlo.

Cada punto que utilizamos para realizar esta investigación nos puede ayudar a comprender más acerca del comercio internacional y así nosotros poder contribuir a un mejoramiento económico de las empresas y de nuestro país principalmente.

LINKOGRAFIA Y BIBLIOGRAFIA:

<http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35Nrmb9kB>

<http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35Nu5caBl>

<http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35Nuc6iER>

<http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35Nv6ew92>

: <http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35NzDoynT>

<http://www.diariocomex.cl/264/%C2%BFpor-que-es-importante-el-comercio-internacional>

Por Daniel Guajardo

Etiquetada en: Estados unidos, Seguro de Exportacion, Sii.

<http://www.diariocomex.cl/264/%c2%bfpor-que-es-importante-el-comercio-internacional#ixzz35O06mbg8>

<http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/comercio-internacional-y-desarrollo-inclusivo-un-desaf%C3%ADo-clave-para>

Roberto Urmeneta

PhD. Oficial de Asuntos Económicos de la CEPAL, División de Comercio e Integración.

https://intranet.ebc.edu.mx/contenido/vidaebc/descargas/vis_doc/eco/vision_univ061108.pdf

hugoalberto palmas sthephens profesor campus reforma en la eBC

Rogelio Núñez, periodista e historiador. tratados de libre comercio en Latinoamérica

Introducción al comercio, escrito por Manuel Cantos, Manuel Cantos Encinas, de la edición EDUOC (en línea)

Comercio internacional I, escrito por Salvador Mercado 4ta edición, Limusa Noriega Editores (en línea)

Luis Pérez Benítez artículo periodista del periódico El Mañana de Nuevo Laredo, Tamaulipas, México.

http://www.wto.org/spanish/news_s/pres13_s/pr688_s.htm

<http://asesoresdepymes.com/exportacion/tendencias-del-comercio-internacional-en-2014/>