

# *Introducción*

---

El comercio exterior es una variable de todo sistema económico que trata de la inserción de un país, en este caso México, como vendedor y comprador de bienes y servicios en los mercados externos. De esta inserción surge la balanza comercial, registro contable que da cuenta anual de las importaciones y exportaciones de objetos transportables, generalmente físicos, que se registran en las aduanas.

A esta visión mercantilista, vigente hasta hace algunos años, se suma el comercio de servicios, intangibles, que vinculados a los intercambios entre varios países comienza a tener una presencia fundamental, presencia que se registra en la columna de servicios de las balanzas de pagos.

Mercancías y servicios son en la actualidad los “objetos” de comercialización entre diversos países.

## *a) Las mercancías en general*

Son los objetos físicos transportables que se importan o exportan entre los distintos mercados internacionales. Estos objetos transportables se dividen en materias primas o productos básicos y manufacturas, entendidas éstas como aquellas que han experimentado diversos procesos de elaboración, transformación o procedimientos que incorporan valor agregado a una materia prima.

El régimen de comercio internacional de cada una de estas mercancías es diferente y no puede asimilarse en forma mecánica ni arbitraria.

## *b) Las materias primas o productos básicos*

El concepto de materia prima se identifica con los recursos naturales, que cuando son estratégicos para un país, pasan a ser un producto básico en la comunidad internacional. Se trata de minerales, sólidos o líquidos, de granos, vegetales y alimentos que por lo general se producen en los países en vías de desarrollo y que se comercializan sin mayores procesos de transformación.

Sirven generalmente de materias para iniciar cadenas productivas, procesos con intervención de tecnología y que cubren una gran variedad de productos (cobre, petróleo, café, algodón, estaño, cacao, caucho, azúcar, etc.), que en forma acabada se comercializan en los mercados externos, y que integran parte del elenco de productos básicos a nivel internacional.

Los esquemas de comercio de estos productos primarios no se desarrollan bajo leyes de oferta y demanda por diversas razones —naturales, económicas y políticas—. De tal suerte que se estructuran en convenios reguladores de oferta y precios, conocidos como Acuerdos Internacionales de Productos Básicos (azúcar, café, trigo, caucho natural, cacao, textiles, etc.).

La UNCTAD ha diseñado un esquema multilateral conocido como Programa Integrado de Productos Básicos (PIPB) que, dotado de un fondo de financiamiento, intenta establecer mecanismos que permitan defender precios remunerados para los productos básicos en un sistema compensatorio que ya tiene jerarquía de tratado internacional.

En síntesis, los productos básicos se regulan por convenios sobre determinados productos (azúcar, café, cacao, etc.) y por el PIPB. De paso diremos que México participa en ambos esquemas de comercialización.

### *c) Las manufacturas: tipología de mercados*

Se trata de objetos transportables que han experimentado transformaciones productivas y que incorporan trabajo socialmente necesario. Es decir, agregan valor a materias a través de tecnología y procesos. En el concepto amplio de manufacturas (mercancías en el lenguaje del GATT) se ubican insumos, bienes de capital-maquinaria-equipos y productos finales de diversos usos y destinos. Estos artículos se comercializan en general a través de ofertas y demandas, excluyendo los comercios cautivos intraempresas que alteran la libre competencia, y bajo la regulación del Acuerdo General de Aranceles y Comercio. Vía precios normales, regulados por aranceles y protegidos de prácticas desleales, las mercancías cubren un universo importante de las transacciones mundiales y cuya distribución geográfica tiende a concentrarse en tres grandes mercados regionales: Japón, Estados Unidos y la Unión Europea. Esta distribución se altera en los años ochenta con la irrupción de los países de industrialización reciente (NICs), que capturan cerca del 25% del comercio mundial de manufacturas (Hong Kong, Taiwán, Brasil y México). Debe señalarse que parte de esa presencia, nueva en dichos mercados, es resultado de las ventajas obtenidas en los sistemas generalizados de preferencias, mecanismos que comienzan a cerrarse a los mencionados países.

El comercio de estas mercancías ha dado lugar a sistemas preferenciales de diversos signos, destacándose esencialmente dos: *a)* comercios integrados, y *b)* comercios preferenciales.

Los comercios integrados se basan en procesos de integración que van de zonas de libre comercio (Carifta-Caricom), uniones aduaneras (BENELUX), mercados comunes, Tratados de Libre Comercio al estilo TLCAN y Uniones Económicas; estos procesos de regionalización económica se articulan según los grados de supranacionalidad que otorguen a sus órganos comunitarios y a la profundidad de los compromisos de integración económica, comercial y política de sus miembros.

Por su parte, los comercios preferenciales se inscriben en esquemas de cooperación, carentes de supranacionalidad y buscan más articular preferencias arancelarias empíricas y lineales al estilo de ALADI y Pacto Andino, dejando a los miembros con libertad para manejar sus políticas comerciales.

Cerramos este apartado referido al comercio de manufacturas señalando la subcontratación internacional (maquiladoras) como otra forma extendida de producir mercancías para los mercados internacionales, aprovechando ventajas comparativas salariales y geográficas, experiencias en las que México y los países del sureste asiático juegan un papel señalado.

En síntesis, el comercio de manufacturas, por su dinámica y efecto multiplicador en los intercambios mundiales, ha desarrollado esquemas y patrones de intercambio:

1. Comercio libre regulado por la OMC y sus Códigos de Conducta (50%).
2. Comercios integrados (Unión Económica) (10%).
3. Comercios preferenciales (ALADI y TLCAN) (15%).
4. Comercios cautivos o intraempresas (comercio matriz-filial de empresas transnacionales) (15%).

#### *d) El comercio de servicios*

La producción y comercialización de servicios es un fenómeno inédito en la economía internacional que ha venido a replantear tanto la teoría económica como las teorías del comercio internacional. Los servicios, cuya conceptualización aún no está decantada, son aquellos intangibles que, vinculados a la producción de mercancías, generan ingresos y empleos en toda economía. Se distinguen en servicios al productor y servicios a los consumidores.

Desde el punto de vista de los países industrializados, el elenco de los servicios se integra por telecomunicaciones, procesos de información y datos, bancos y financiamientos, seguros, transportes, ingeniería y construcción, publicidad, películas y programas televisivos, turismo, servicios profesionales (legales, médicos y contables), propiedad intelectual, maquila y subcontratación internacional e inversiones extranjeras, etc.

El conjunto de estas actividades ha impactado a economías industrializadas, alcanzando a generar en Estados Unidos el 69% del PIB, el 86% de los empleos y cerca del 87% del total de ingresos por exportaciones. Su dinámico

crecimiento anual, en los años ochenta, los sitúa en un 25% lejos del crecimiento de la producción manufacturera.

La importancia del comercio de servicios en el mundo llevó a la Ronda Multilateral del GATT del Uruguay en 1994 a aprobar un Código de Principios en Materia de Servicios y la creación del GATS, cuyas premisas básicas son:

1. Transparencia.
2. Trato nacional.
3. Procedimientos regulatorios abiertos.
4. Solución de controversias según reglas internacionales, de conformidad con el objetivo de la eliminación de barreras y restricciones.
5. Acceso al mercado.
6. Negociaciones sectoriales.
7. Negociaciones funcionales (aplicación de los códigos del GATT).
8. Gradualidad.

En conclusión, los servicios como intangibles que se comercializan internacionalmente se han transformado en generadores de ingresos, divisas y empleos en la mayoría de las economías contemporáneas, incluyendo a México.

La regulación y comercialización de estos objetos del comercio internacional, conforman un conjunto de instrumentos jurídicos, que se encuentran dispersos y poco sistematizados.

Por ello, el presente volumen intenta describir y compilar desde la perspectiva de México dicho material, a fin de que los estudiantes y operadores del comercio internacional tengan una visión lo más completa posible y puedan acceder a las fuentes jurídicas y administrativas que existen sobre la materia, tanto desde el punto de vista de legislación interna como en lo referente a compromisos jurídicos externos.

*Jorge Witker*  
*Gerardo Jaramillo*  
Ciudad Universitaria, enero, 1996