

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 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 países.

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

El régimen de comercio internacional de cada una de ellas 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 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 generalmente 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, proceso con intervención de tecnologías y que cubren variedad de productos (cobre, petróleo, café, algodón, estaño, cacao, caucho, azúcar, etcétera), 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, etcétera).

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 remuneradores para los básicos en un sistema compensatorio que ya tiene jerarquía de tratado internacional.

En síntesis, los productos básicos se regulan por convenios sobre productos (azúcar, café, cacao, etcétera) y por 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. Via 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 Comunidad 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, Taiwan, Brasil, México). Debe señalarse que parte de esa presencia, nueva en dichos mercados, es consecuencia 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 (Mercado Común Europeo y CAME) y uniones económicas (BENELUX). 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 prefe-

rencias arancelarias empíricas y lineales al estilo de ALADI y Pacto Andino, dejando a los miembros con libertad para manejar sus políticas comerciales.

En los países en proceso de desarrollo y como estrategias para impulsar flujos comerciales recíprocos sin utilización de divisas, se han diseñado acuerdos compensatorios de crédito recíproco, variedades de trueques y otros mecanismos cerrados que implican condicionar importaciones a hipótesis exportadoras, con lo cual logran comercios no convencionales al margen de pagos en divisas frescas.

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 el GATT y sus Códigos de Conducta (50%).
2. Comercios integrados (Mercado Común Europeo) (10%).
3. Comercios preferenciales (ALADI y SGP) (15%).
4. Comercios cautivos o intraempresas (comercio matriz-filial de empresas transnacionales) (15%).
5. Comercios compensados o trueque (acuerdos de crédito recíproco); por ejemplo: México-Cuba, México-Argentina, etcétera (5%).
6. Comercios estatales (acuerdos bilaterales de ex países socialistas con países de economía de mercado —coproducción—) (5%).

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, etcétera.

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 de manufacturas.

Debemos distinguir la comercialización internacional de los servicios, de la inversión extranjera, pues su confusión afecta toda evaluación objetiva, pese a que en general los servicios se consumen en el lugar donde se producen.

Para Fernando de Mateo, el comercio de servicios comprende:

1. Transacciones fronterizas de la voz, la imagen, datos u otra información.
2. Servicios prestados dentro de las fronteras nacionales a no residentes; por ejemplo, turismo.
3. Servicios prestados por exportación o importación directa: por ejemplo, transportes, seguros y reaseguros.
4. Servicios prestados que implican el viaje de productores de otro país; por ejemplo, ingeniería y consultoría.
5. Servicios prestados en el marco de relaciones contractuales; por ejemplo, propiedad intelectual, tecnología y otros (pagos por regalías u honorarios).
6. Servicios prestados a través de filiales en el extranjero; por ejemplo, reparación de medios de transporte, capacitación vía adiestradores y controladores de calidad de productos para presentar en mercados extranjeros de bienes y manufacturas.

La importancia del comercio de servicios en el mundo llevó a la Ronda Multilateral del GATT del Uruguay en 1986, a incluir en su agenda el estudio y regulación de los servicios asimilándolos a los principios de dicho Acuerdo, cuestión que en la actualidad es objeto de arduas negociaciones. Estados Unidos incorporó a la Ley de Comercio y Aranceles de 1984 los conceptos de comercio, servicios, inversión y tecnología. Su posición ante el GATT se sintetiza en los siguientes fundamentos:

1. Transparencia.
2. Trato nacional y "presencia comercial".
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, inclusión del tema de inversión y derecho de presencia comercial).

La Comunidad Económica Europea y Japón han aceptado parte de esos fundamentos, por lo que las actuales negociaciones en el GATT al respecto hacen prever una liberación comercial amplia del complejo y difícil universo de los servicios.

México, en donde los servicios rebasan el 60% del PIB y proporcionan el 60% del empleo total, ha externado su posición en el GATT, señalando que no debe asimilarse el concepto de servicio con las mercancías, y que las regulaciones nacionales son restricciones legítimas del desarrollo nacional, y debe articular sus políticas de servicio con otros países, especialmente a aquellos de América Latina.

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 por cierto a México.

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

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.

Jorge WITKER
Gerardo JARAMILLO