



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA DE SERVICIOS
AL COMERCIO EXTERIOR: CONTRIBUCIÓN AL CICLO DE
IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADA EN RELACIONES
I N T E R N A C I O N A L E S
P R E S E N T A:
MÓNICA PÉREZ DEL VILLAR



DIRECTOR DE TESINA:
MTRO. FAUSTO QUINTANA SOLORZANO

MÉXICO, D.F.

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi papá a quien agradezco el estar ahí para no dejar que esto no se cumpliera y por enseñarme a construir una vida con base en el conocimiento y en el trabajo.

A mis tíos Lourdes y Billy Springall a quienes debo lo que soy al mostrarme el camino de la verdad y de la vida.

A David por su amor, por estar conmigo siempre y por apoyarme para la elaboración de este proyecto.

A Bernardo y Arié por que son lo que más quiero en el mundo y por aguantar que su mamá no estuviera con ellos para terminar este trabajo.

A la UNAM por ser la casa de estudios que me dio las bases de mi ser profesional.

A mis profesores por compartir sus conocimientos.

A Fausto por ser el mejor asesor que uno puede pedir.

A Pau y Xavi por estar en mi vida y hacerla más divertida, interesante y llena de objetivos.

A Luis Felipe por compartir el gusto por los mismos estudios.

A mis amigos que estuvieron conmigo en este recorrido Manuel, Alejandro, Vanessa, Roberto, Luis Eduardo, Ana Luisa, Valentín, Yuri, Diana, Rebeca.

A Ana Valle que sin su valiosa ayuda, esto no hubiera funcionado.

A todos los que han compartido conmigo momentos importantes.

¿Habrá alguna idea que merezca no ser pensada de nuevo?

Elías Canetti

...evitando que se forme una costra de inamovibles
especialistas en mandar, bajo la cual todos los demás
tenemos que ser resignados especialistas en obedecer.

Fernando Savater

INDICE

Introducción

1.	Servicios	1
1.1.	Antecedentes	1
1.2.	Definición.....	4
1.3.	Clasificación.....	6
1.4.	Modelo de la ventaja comparativa aplicada a los servicios.....	8
1.5.	Comercio internacional de servicios.....	9
1.5.1.	Definición.....	10
1.5.2.	Liberalización de los servicios.....	13
1.6.	Panorama global.....	15
2.	Comercio internacional de servicios	20
2.1.	Antecedentes.....	21
2.2.	Organismos reguladores.....	22
2.2.1.	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio.....	22
2.2.2.	Organización Mundial de Comercio.....	29
2.3.	Inclusión de servicios en la agenda.....	32
2.4.	Servicios al comercio exterior.....	40
3.	Servicios al comercio exterior: contribución al ciclo de importación y exportación de bienes y servicios.....	43

3.1. Integración de los servicios.....	43
3.1.1. Beneficios al integrar los servicios.....	44
3.1.2. Empresa especializada.....	44
3.2. Modelo de empresa de servicios al comercio exterior.....	47
3.2.1. Diagrama conceptual.....	49
3.2.2. Funciones.....	50
3.2.3. Misión / Filosofía / Visión.....	54
3.2.4. Objetivos.....	56
3.2.5. Estructura.....	58
3.3. Perspectivas de la empresa.....	62
Conclusiones.....	65
Glosario	68
Fuentes de consulta.....	69

INTRODUCCION

La presente tesina tiene como objeto de estudio el crecimiento de los servicios a nivel mundial y en específico aquellos servicios que se dan al comercio de mercancías. El estudio tiene como punto de referencia la incorporación de México al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT); el ingreso a este organismo internacional en 1986 fue parte de la política de apertura comercial iniciado a principios de los años ochenta por el gobierno mexicano. Durante varios años México siguió un modelo económico basado en la “sustitución de importaciones”¹ que significaba poner barreras a las importaciones y así proteger a la industria mexicana que generalmente tenía baja calidad y altos precios y una base industrial poco competitiva en el mercado internacional.

Esta nueva configuración de la macroeconomía mexicana hacia el interior y el exterior tuvo como resultado grandes oportunidades en el mercado internacional para las empresas exportadoras e importadoras entre ellas destacan: la apertura de mercados, la creación de reglas claras y transparentes además de la posibilidad de recurrir a mecanismos de solución de diferencias. La política de apertura comercial de México tuvo como resultado un crecimiento promedio anual superior a 13%.

El sistema multilateral de comercio, a través del GATT primero y después la Organización Mundial de Comercio (OMC), ha sido el instrumento fundamental para la liberalización del comercio mundial en los últimos años. Dicha liberalización se ha logrado a través de varias negociaciones llamadas rondas, siendo la llevada a cabo en Uruguay, donde se incluyeron por primera vez compromisos en materia de agricultura, textiles, servicios y derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio. Estos resultados entraron en vigor en enero de 1995.

¹ Ernesto Henaine. Sustitución de Exportaciones. Ed. Diana, México, 1987, p.129.

La apertura del comercio en México ha permitido a los servicios en comercio exterior ser parte integral de la estructura comercial de nuestro país, por ello, la presente investigación toma como contexto internacional el nuevo orden macroeconómico. A partir de esto se crean las bases para establecer una propuesta de empresa de servicios que coadyuva al desarrollo efectivo del tráfico internacional de mercancías.

El aumento de comercio de bienes ha dado como resultado la formación de organismos internacionales encargados de monitorear, apoyar, fortalecer y dar bases sólidas a esta actividad. Aunque la OMC sea la principal promotora del comercio, no podemos dejar fuera al Banco Mundial y a la OCDE como partes fundamentales de estos intercambios comerciales.

La forma en la que las relaciones internacionales evolucionan y los efectos de cambio político y económico sobre los Estados han dado como resultado características nuevas en las relaciones de los actores, como un mayor dinamismo y más comunicación entre ellos. En este sentido, el comercio de servicios, en específico, el relacionado al comercio internacional ha incidido en estas transformaciones. La producción centralizada de servicios agregados a escala mundial tiene como resultado el comercio internacional de servicios. Con la aparición de las estrategias de crecimiento orientadas al comercio de bienes y servicios y un nuevo sistema de producción mundial, la logística comercial ha adquirido una importancia fundamental. La mayoría de las cadenas de valor necesitan de una cadena física de transporte que mueva el producto de una instalación de producción, procesamiento o distribución a la siguiente etapa. Desafortunadamente en ese proceso existe una serie de problemas para cumplir con el resultado deseado.

La legislación de los servicios, incluyendo su integración en el marco de acuerdos internacionales, permite la creación de empresas de servicio encargadas de solucionar la logística de comercio exterior de las PYMES importadoras y/o exportadoras.

El comercio internacional de servicios es uno de los principales factores impulsores de la economía mundial y es fundamental para lograr avances en el

desarrollo de los países. Esto se debe básicamente a que se ha ampliado la especialización de los mismos. Los servicios de infraestructura y los llamados servicios esenciales (financieros, transporte, salud, distribución, logística, etc.) son un sector clave para el desarrollo económico de los países. Estos son particularmente importantes para la creación de empleo, eficiencia económica y estimulan el comercio de bienes y servicios.

El comercio de servicios a nivel internacional contribuye, dentro de muchos otros resultados, a la creación de empresas de logística que ofrecen servicios de valor agregado que pueden llegar a marcar una diferencia importante entre el éxito o fracaso dentro del mercado mundial.

Los servicios de logística y de transporte multimodal desempeñan una función clave en el aumento de la competitividad de los países en desarrollo. Para ello, existen acuerdos que contribuyen a eliminar los obstáculos al comercio. Las empresas importadoras y exportadoras en los países como México se enfrentan a varias dificultades relacionadas con diversos factores como: falta de infraestructura, desconocimiento de la legislación aplicable, acuerdos internacionales, logística inadecuada y/o diferencia en actividades.

Por ello, para poder seguir en la competencia dentro de los mercados internacionales, se ha sugerido a las empresas contratar los servicios de compañías que contribuyen al desempeño eficaz del comercio exterior.

Un país poco desarrollado y con servicios insuficientes en transporte y comercio puede mermar su capacidad para participar con éxito en el comercio internacional. Inversiones en soluciones tangibles como transporte deben contar con soluciones intangibles como los servicios, con la finalidad de poder ofrecer a sus actores económicos el marco jurídico y económico para su creación y crecimiento.

Las pequeñas y medianas empresas, mejor conocidas como PYMES que poco a poco se han integrado en las cadenas productivas llamadas Cadenas de Valor Mundiales (CVM), abarcan una gama de actividades interrelacionadas de producción desde la concepción del producto hasta su producción y entrega al usuario final.

Algunas PYMES no pueden aprovechar las oportunidades que ofrecen las CVM debido a su mala conectividad con las redes mundiales del transporte y a su debilidad en el conocimiento a fondo de los procesos. Esto tiene como resultado el incremento de costos de su negocio y la falta de competitividad en el mercado internacional.

Debido a lo expuesto, considero que los trabajos de investigación como la presente tesina, tienden a ayudar a ofrecer una alternativa a las empresas (PYMES), particularmente las que operan en los países en desarrollo, a ofrecer servicios que les permitan unificar las tendencias hacia una mayor participación en el nuevo orden mundial en la cual las Relaciones Internacionales tienen un papel relevante.

El objeto de estudio es un modelo de empresa el cual demuestre la importancia de este tipo de compañías al de servicio del comercio exterior en el marco de acuerdos comerciales internacionales, para ello la tesina se ha dividido en tres capítulos. El primer capítulo trata de los servicios, sus antecedentes, la definición de los mismos y su clasificación. Se va a informar que a pesar de la intangibilidad de los servicios, estos son una parte fundamental dentro de la economía mundial y que el establecimiento de una teoría general de los servicios, con base a las regulaciones internacionales, permite la creación de empresas especializadas en logística en comercio exterior. Posteriormente se describe cómo se ha dado la inclusión de los servicios al comercio internacional y su liberalización para establecer las bases del siguiente capítulo.

El segundo capítulo trata del comercio de servicios y su regularización por medio de organismos internacionales, básicamente el GATT y su transición a la OMC. Dentro de este capítulo se mencionan las funciones, características, evolución y participación de estos organismos reguladores principalmente para entender el papel de los servicios dentro de los mismos. En un segundo apartado se trata el tema particular de los servicios y su liberalización para poder dar paso a los servicios al comercio exterior que es el tema de estudio del tercer capítulo.

El último capítulo del trabajo es el de los servicios al comercio exterior y particularmente la propuesta de una empresa modelo que contribuya al ciclo de importación y exportación de bienes y servicios. El modelo de empresa que se presentará incluye las características generales que debe tener una empresa de servicios al comercio exterior así como la descripción de las actividades que deberá desempeñar para analizar la realidad y el desarrollo de su participación como parte fundamental de la cadena productiva.

El modelo tipo se podrá aplicar a las empresas ya establecidas que han venido operando en los mercados internacionales y que por ello son objeto de estudio de las Relaciones Internacionales.

1. Servicios

Los servicios son actividades cada día más indispensables dentro de la economía mundial. Si bien es cierto que los productos son la materia prima de toda economía, los servicios son de igual magnitud de importancia o más, ya que son aquellas acciones que desempeña el hombre por sí mismo para incrementar su economía.

En este capítulo se presenta el concepto de servicios como la parte teórica de este trabajo de investigación, es decir, que se define a los servicios con el propósito de dejar claro el tema a tratar en esta tesis.

1.1. Antecedentes

"Invisible es la palabra antigua para los servicios"² esto abarca ambas actitudes hacia los servicios y la razón de éstos. No es que los servicios hayan pasado desapercibidos ante los economistas, sino que hasta finales del siglo XVII no se les había dado la importancia que tienen.

La actitud mercantilista hacia los servicios fue reforzada por el concepto de ingreso nacional y se definía como un *excedente*³. En los servicios no hay excedentes pero sí son lo que los economistas llaman flujo. Sus efectos se pueden ver como cambios en la condición ya sea de bienes o de personas; esos cambios no se pueden almacenar y es por ello que las actividades de servicios también fueron excluidas por los mercantilistas.

Los imperialistas consideraban *producción*⁴ como una actividad que creaba productos. De una manera muy literal las actividades que no producían producto eran consideradas como no productivas.

² Leslie V. Castle & Christopher Findlay, "Issues in Services Trade in the Pacific" *Pacific Economic Paper*, p. 3.

³ Tom Ellring, "New Evidence on the Expansion of Service Employment in Advanced Economies" *Income and Wealth*, Avebury, 1988 p 417

⁴ Vladimir Ilch Lenin, El imperialismo, fase superior del capitalismo, Lengua Extranjera, Pekin, 1975, p 64.

Desde otro punto de vista, la literatura marxista en materia de trabajo productivo y no productivo también califica a los servicios como no productivos, pero bajo una base diferente; para Marx el trabajo productivo o no productivo depende si hay valor agregado o no.⁵

Existen varios autores que hablan de los servicios pero uno de los que iniciaron con la inclusión de los servicios en sus teorías es Sir William Petty⁶ ya que consideró a la producción como la creación de cosas útiles. Su teoría se basa en que el trabajo cambió de la agricultura a la industria cuando los países se empezaron a enriquecer; los servicios representaban una parte importante del ingreso nacional. Apartándose del mercantilismo dominante en su época él anticipa muchas de las ideas de los clásicos. Destaca la importancia económica de la división del trabajo y propone medir el valor con base al trabajo.

El rechazo a incluir a los servicios persistió aún ante la realidad comercial del s XIX. Pronto se volvió casi imposible no reconocer la importancia de los servicios de infraestructura ya que sin ellos el desarrollo de los mercados de capital, los sistemas de distribución y las comunicaciones de la Revolución Industrial (1770) no se hubieran podido realizar.

En el siglo XIX, Friederich List⁷ menciona que en una etapa de crecimiento económico los servicios, lejos de jugar un papel marginal, contribuyeron significativamente en la producción y el consumo. Aún así no se aceptaba el concepto pero siempre se ha prestado atención a los servicios financieros y de infraestructura por su papel en el desarrollo de la industria. Muchos otros servicios fueron ignorados por las leyes de comercio y por la economía de tal manera que se referían a este sector como el hijastro y la Cenicienta de la investigación política respectivamente.⁸ Actualmente algunos autores hablan de los servicios como actividades residuales o post-industriales.⁹

⁵ Karl Marx, El Capital Vol. I, Ed. Pngüno, Londres, 1976, p. 479.

⁶ Sir William Petty (1623-1687) fue médico, poeta, científico, estadista y economista inglés. Escribió *Political Arithmetick* en 1676.

⁷ George Friedrich List, Sistema Nacional de Economía Política, Ed. Longman, Londres, 1904 p. 77.

⁸ Dorothy, Riddle, The Role of the Service Sector in World Development, Ed. Praeger, New York, 1986, p. 145.

⁹ *Ibid*.

En el periodo comprendido entre 1947 y 1986 se concertaron diversos acuerdos que constituyeron la base de las relaciones comerciales internacionales. La Carta de la Habana, fue negociada en 1947 y entró en vigor en 1948 junto con su evolución al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), fueron los primeros acuerdos en los cuales no se mantuvo a los servicios en completo silencio. Durante la espera de la entrada en vigor de la Carta de La Habana fue necesario un mecanismo para aplicar y proteger las concesiones arancelarias negociadas en 1947. Con ese fin, se decidió transformar, con algunas adiciones, el capítulo sobre Política Comercial de la Carta de La Habana en el GATT. Para que éste pudiera entrar en vigor rápidamente se elaboró un Protocolo de Aplicación Provisional. De ésta manera se acordó una sección de procedimientos especiales con respecto a los servicios que se refiere a las prácticas respectivas de negocios para ciertos sectores.¹⁰ De todas maneras el volumen de servicios comerciados en esas fechas no era considerado como significativo por lo que no se trataron con mayor profundidad.

Dorothy Riddle atribuye esa concepción referente al tamaño del sector de servicios al hecho de que se utiliza la palabra residual en la macroeconomía para describir a los servicios. La palabra trae consigo la connotación de no importante o pequeño¹¹.

La realidad del comercio es distinta ahora de cuando se creó el GATT, los servicios significan un porcentaje importante del comercio internacional. Actualmente, y a diferencia de los demás sectores, el comercio de servicios tiene una balanza mundial positiva 106.10 miles de millones de dólares.¹²

Varios servicios llamados intermedios generan ganancias que dan lugar a una competencia de las economías o actividades que las llevan a cabo. Esto sugiere otra de las razones primarias su importancia, el valor agregado cuya ganancia es mucho mayor que en la del sector de bienes. Esto es aplicable a toda

¹⁰ http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/havana_s.pdf

¹¹ Riddle. *Op. Cit.*, p 87

¹² <http://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/bop/2007/ar/bopcom07s.pdf>

la industria de servicios con excepción del transporte internacional ya que en este los bienes son una parte fundamental del mismo. Los servicios son producidos sin tener una gran inversión en materia prima, lo que les da la posibilidad de tener un valor agregado de hasta 80%.¹³

1.2. Definición

No hay una definición aceptada para los servicios ya que la mayoría de las personas entienden cuando lo ven. Aquellos que quieren definir este sector de manera negativa dicen que es aquello que no produce un producto tangible. Otros niegan que exista alguna diferencia entre bienes y servicios, por lo menos significativa para el propósito de regulación. Es por eso que a continuación pongo una serie de definiciones desde diferentes perspectivas para el mejor entendimiento.

Servicio. "(Del lat. *Servitium*). Econ. Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales".¹⁴

Jorge Witker y Laura Hernández lo definen como actividades económicas que dan origen a intangibles o inmateriales de distintos grados de complejidad, determinados por el contenido de conocimientos que implican o envuelven y que no son generados por la agricultura, minería o industrial pero que participan directa o indirectamente en la producción o consumo de bienes físicos o manufacturas.¹⁵

Riddle los describe como actividades económicas que proveen tiempo, lugar y utilidad proporcionando un cambio al que recibe el servicio. Los servicios son producidos por: a) el productor trabajando para el receptor; b) el receptor

¹³ Victor Norman & Siri Strandens, *Internacional Trade in Services*. Ed. Pergamon, Oxford, 1987 p. 58

¹⁴ Real Academia Española *Diccionario de la Lengua Española*. Ed. Espasa Calpe, Vigésima segunda edición. Madrid, 2001, p. 2055

¹⁵ Jorge Witker y Laura Hernández. *Régimen Jurídico del Comercio Exterior*. Instituto de Investigaciones Jurídicas, serie Doctrina Jurídica, Num. 423, UNAM, México, 2008, p. 17

dando parte del trabajo; y/o c) el productor y receptor creando una interacción de servicios.¹⁶

La definición de la Comunidad Económica Europea la podemos encontrar en los Tratados de Roma¹⁷ en donde se autoriza el libre movimiento de personas, servicios y capitales. El artículo 50 (anteriormente 60) señala que: "los servicios deben de ser considerados dentro de la definición de este Tratado en donde estas actividades se realizan a cambio de una remuneración y pueden ser de carácter industrial, mercantil, artesanal o profesional, por lo tanto no están regulados por las provisiones relativas a la libre circulación de bienes, capitales y personas"¹⁸.

Para efectos de la unión de criterios dentro del GATT, en la Ronda de Montreal se intentó llegar a un acuerdo para la definición de los servicios y lo que concluyeron fue:

"Para trabajar en la definición se debe de proceder en la base de un marco multilateral que incluya el comercio de servicios relacionados al cruce de fronteras de servicios, personas y factores de producción en donde tal movimiento es esencial para los proveedores; para ello se debe considerar:

- El movimiento territorial de servicios y pagos
- Los propósitos específicos
- La discrecionalidad de las transacciones
- Duración limitada."¹⁹

Aún así aunque es difícil encontrar una definición aceptable, esta no es razón suficiente para que se haya retrasado tanto el proceso de negociación de un

¹⁶ Riddle *Op cit* , p 75.

¹⁷ Tratados de Roma: constitutivo de la Comunidad Económica Europea (CEE), se firmó en esa ciudad el 25 de marzo de 1957 y entró en vigor el 1 de enero de 1958. Su firma coincidió con la del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom), por lo que ambos son conocidos conjuntamente como los "Tratados de Roma"

¹⁸ <http://eur-lex.europa.eu/es/crea/lex/da/11997E/him/11997E.html#0173010078>.

¹⁹ Ronda de Montreal: Negociaciones del GATT en diciembre de 1988 que tiene como finalidad el balance ministerial de la mitad del periodo

marco que gobierne el comercio de servicios. Ante lo anteriormente expuesto nos podríamos preguntar ¿Los servicios se pueden comercializar?

1.3. Clasificación

Las diferentes clasificaciones que le han dado a los servicios en los últimos tiempos sirven para poder identificar los grupos de actividades que se consideran como tales. En realidad no importa el grupo dentro del cual están sino más bien el hecho de que se puedan identificar.

Durante el siglo XX la clasificación del sector servicios de la economía se encontraba de la siguiente manera:

- a) Sector primario: poco rendimiento, baja productividad, desarrollo tecnológico lento (ej. Agricultura)
- b) Sector secundario: buen rendimiento, altamente productivo, desarrollo tecnológico rápido (ej. Manufacturas)
- c) Sector terciario: rendimiento proporcional, baja productividad, buenos ingresos (ej. Servicios)

Esta estructura sectorial fue adoptada por varias organizaciones como las Naciones Unidas (ONU) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) ya que los servicios eran considerados en términos residuales como actividades que entran dentro del origen industrial.

Hay diferentes clasificaciones dependiendo de los sistemas a los que pertenecen:

PRODUCCION (Fisher-Clark 1935-1940)

- Primario (agricultura)
- Secundario (manufactura)
- Terciario (residual)

FUNCIONALIDAD (Foote & Hatt 1953)

- Terciario (restaurantes, hoteles, mantenimiento)
- Cuaternario (transporte, comunicaciones, comercio, finanzas)
- Quiniterario (salud, educación, entretenimiento)

CONSUMO (Singer 1971)

- Producción de servicios
- Consumo colectivo
- Consumo individual

Dependiendo de los autores, las clasificaciones pueden variar y agruparse de la siguiente manera:

Katouzian (1970)

- Servicios complementarios (finanzas, transporte, comercio)
- Nuevos servicios (salud, educación, entretenimiento)
- Viejos servicios (domésticos)

Browning & Singlemann (1975)

- Servicios de distribución (transporte, comunicaciones, comercio)
- Servicios productivos (finanzas, profesionistas)
- Servicios sociales (educación, salud)
- Servicios personales (domésticos, hoteles, restaurantes)

Departamento de Comercio de Estados Unidos (1984)²⁰

- Transporte, comercio, utilidades
- Comercio al mayoreo y menudeo
- Finanzas, seguros, bienes raíces
- Servicios personales y de negocios

Todos los arriba mencionados dan origen a intangibles o inmateriales con distintos grados de complejidad y todos presentan las siguientes características:

- a) Conocimiento: para poder generarlo hay que saber que se está haciendo.
- b) Intangibilidad: carecen de materia.
- c) No son almacenables: no son susceptibles de concentrarse en un depósito.
- d) No son transportables: no son mercancías ni objetos físicos.
- e) Simultaneidad: se producen y se consumen al mismo tiempo.²¹

1.4. Modelo de la ventaja comparativa aplicada a los servicios

Los argumentos a favor del libre comercio fueron abordados principalmente por David Ricardo y Adam Smith a principios del siglo XIX. Obviamente se centraron más en el comercio de bienes ya que se consideraba que los servicios no podían ser comercializados. Es en estos últimos años en donde los economistas han aplicado estas teorías económicas al comercio de servicios ya que los servicios son intercambiables.

La teoría tradicional de la ventaja comparativa (o costo comparativo) es la conocida como el modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson²², basado en el trabajo de

²⁰ <http://www.commerce.gov>

²¹ Jorge Wilker, Laura Hernández. *Op.cit.*, p. 17-19

²² Miltrades Chachelades. *Economía Internacional*. Ed. Mc Graw Hill, México, 1991, p. 100-120.

David Ricardo. De acuerdo a este modelo, el flujo del comercio está determinado por factores como la localización del capital y de la mano de obra. La teoría económica del comercio internacional dice cuáles bienes deben ser exportados o importados y esto está determinado por la ley del costo comparativo; esto significa que los precios están determinados por la ley de la oferta y la demanda. En los servicios, y tomando en cuenta los principios fundamentales de esta teoría, la ventaja comparativa sí aplica aun cuando existen algunos problemas para su aplicación de ésta además sirve como herramienta para analizar los beneficios económicos del comercio de servicios ya que se puede medir el origen de los mismos y el destino principal que cada uno de ellos sigue.

1.5. Comercio Internacional de Servicios

Desde la época de Marco Polo se realizaba el comercio de bienes y servicios ya que en su viaje a China no sólo llevaba a la corte de Kublai Kan las joyas venecianas, también llevaba conocimiento y prácticas profesionales²³. Aunque el comercio de servicio siempre ha existido, los economistas se tardaron en incluir el concepto. La falta de su entendimiento nos lleva de la mano al mismo problema con su comercio. Muchas personas encuentran difícil concebir este término debido a que la mayoría de los servicios son intangibles y es muy difícil identificar cuando un servicio está cruzando una frontera. No es sorprendente cuando se dice que "lo no comerciable consiste en aquellos bienes y servicios en los que el precio está regido por la oferta y la demanda doméstica"²⁴.

Las limitantes al concepto de la comercialización de los servicios existen solo por la insistencia de que el hecho de que el comercio sólo se puede llevar a cabo cuando el productor y el consumidor se encuentran en diferentes países.²⁵ Esto está dirigido principalmente al comercio de bienes ya que se concentra más en la localización que en la propiedad de los exportadores e importadores.

²³ Geza Feketeakuty, Comercio Internacional de Servicios, Ed. Gemika, México, 1990, p.57.

²⁴ *Ibid*

²⁵ Riddle, *Op cit.*, p. 97.

1.5.1. Definición

Es conveniente empezar por una simple definición "los servicios comprados o vendidos a extranjeros se consideran como comercio de servicios".²⁶ En este contexto la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) sugirió que un servicio puede ser comercializado internacionalmente si la mayoría del valor agregado es intercambiado entre residentes y no residentes.²⁷

Definiciones más detalladas las podemos encontrar de dos maneras distintas, una en términos de localización y la otra de propiedad. Si hablamos de localización, se reconoce como comercio internacional sólo a aquellas transacciones en donde las partes involucradas son residentes de países diferentes; mientras que los que hablan de concepto de propiedad incluyen en el comercio todas las actividades y compañías que tiene un país. Estas dos definiciones se distinguen en términos de transacciones de servicios y actividades de servicios respectivamente.

Otra teoría es la que Riddle expone para definir a los servicios ya que da una imagen mas acertada de las transacciones internacionales y del flujo comercial en donde se incluye el concepto de comercio de servicios. En estas transacciones se consideran las siguientes actividades:

- Transacciones territoriales en donde el proveedor y el comprador son de distintos países.
- Transacciones gubernamentales ya sea como importador o exportador.
- Establecimientos específicos en donde el consumidor viaja a donde está el productor.
- Ganancias extranjeras gracias al comercio.
- Comercio en terceros países.

²⁶ Feketecky, *Op cit.*, p.18

²⁷ UNCTAD, "Services and Development Process", TD/B1008 Rev 1, 1985.

Por lo tanto, podemos concluir que el comercio internacional es real, aún cuando ni el productor ni el consumidor necesitan ir a otro país. El hecho es que el comercio se lleva a cabo cuando hay una transacción entre dos personas que son residentes de países diferentes, sin importar en donde se llevó a cabo la transacción y los factores de movimiento que se necesitaron para lograrlo. La OMC considera que los servicios han sido comercializados a nivel internacional cuando pasa alguna de las cuatro cosas que a continuación menciono:

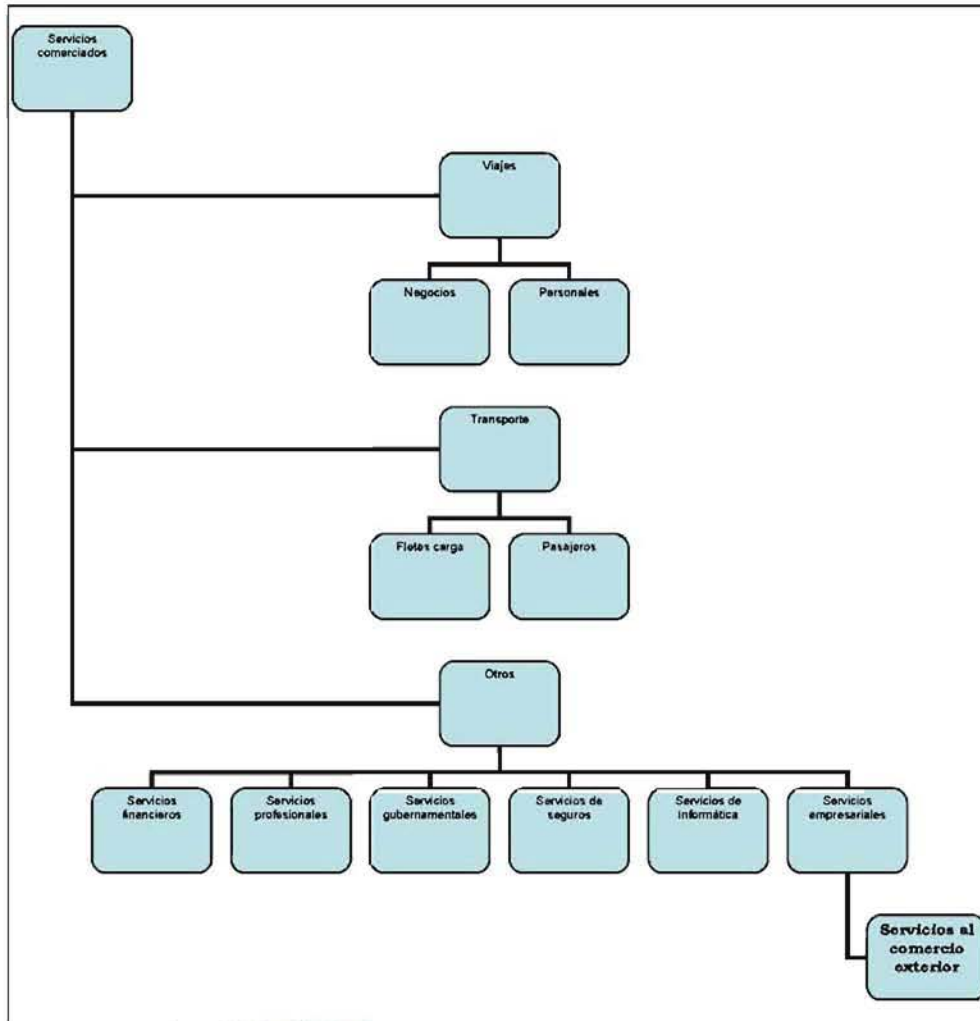
- Comercio transfronterizo: el consumidor y el proveedor permanecen en sus países mientras que el servicio cruza la frontera. El usuario del servicio puede recibirlo por Internet, correo, televisión, entre otros.
- Consumo en el extranjero: el consumidor se traslada a un país extranjero para adquirir un servicio, ej. turismo.
- Presencia comercial: el servicio se consume localmente pero a una empresa de capital extranjero establecido en el país, ej. servicios financieros de un banco extranjero.
- Presencia de personas físicas: una persona se traslada al territorio del consumo para prestar un servicios, ej. consultoría y comercio exterior.

En particular el comercio transfronterizo ha adquirido gran dinamismo en la subcontratación de servicios empresariales; las nuevas tecnologías han permitido que algunos servicios se relocalicen en países que ofrecen menores costos y suelen desincorporar ciertas etapas de la producción física de los bienes, a esto se le llama *offshoring*.²⁸

Para el Fondo Monetario Internacional (FMI), los servicios comerciados a nivel internacional se pueden identificar de una manera más gráfica para el entendimiento de todos²⁹.

²⁸ Claudia Schatan, *Comercio de servicios no tradicionales: el caso de México*, www.CEPAL.org, 2007, p.5
²⁹ <http://www.docstoc.com/docs/1017142/Manual-de-Balanza-de-Pagos-Abril-de-2004>

Gráfica 1 Clasificación de los servicios comerciados por el FMI



Fuente: FMI, www.imf.org

1.5.2. Liberalización de los servicios

Hasta el momento, los efectos de la liberalización del comercio se han enfocado básicamente en la distribución y los beneficios de los consumidores. A nivel internacional ha sido en las barreras al comercio y el acceso a los mercados. Cabe mencionar que el proteccionismo en el sector de servicios ha tenido los mismos efectos negativos que el proteccionismo hacia las manufacturas ya que se reducen los beneficios de los consumidores y el beneficio económico de la nación. Esto no quiere decir que el comportamiento de la industria manufacturera sea igual que la de los servicios.

Se ha manejado que la liberalización de los servicios llevará al país importador, que en la mayoría de los casos son los países en desarrollo, mayor inversión y por lo tanto mejoras a su economía. Éstos deberían aprovechar al máximo la apertura ya que les da la posibilidad de incrementar y desarrollar el acceso a la información, sus habilidades domésticas y la tecnología. Lo cierto es que en la liberalización se han hecho grandes avances aunque siguen existiendo diversas formas de proteccionismo.

En este apartado se mencionan algunos conceptos importantes respecto a la liberalización de los servicios pero es importante mencionar que los detalles sobre los organismos reguladores, procesos y particularidades se abordarán en el segundo capítulo de la presente investigación.

- Las negociaciones encaminadas a liberalizar las condiciones del mercado para el comercio de servicios se desarrollan principalmente mediante un procedimiento de peticiones y ofertas. Cada miembro envía directamente sus peticiones a los demás indicando qué mejoras desea obtener para sus servicios y sus proveedores de servicios. Se sugirió que en el contexto de la Ronda de Uruguay el programa de liberalización se debe estructurar no sólo para abrir el libre comercio internacional de servicios sino para permitir a los países en desarrollo desarrollar sus capacidades de servicios. Dentro de este marco se pueden ver las facilidades ofrecidas a estos países:
- Un periodo más largo para implementarlo.

- Preferencias domésticas frente a los extranjeros.
- Salvaguardas en contra de las prácticas extranjeras que vayan en detrimento de los servicios nacionales.

También se propuso que para lograr un balance global sería necesario considerar distintas velocidades en el proceso de liberación y estaría ligado al grado de desarrollo de cada país. Los países en desarrollo estaban bajo el supuesto que la apertura de mercados sería favorable para todas las naciones sólo si ésta se llevaba a cabo bajo las condiciones propicias. La propuesta estaba dirigida a establecer reglas justas para el tratamiento de los gobiernos de competencia extranjera, así como salvaguardas de los intereses nacionales.

En los acuerdos se menciona que tienen que existir cuatro obligaciones sustantivas para el comercio de servicios, estos son:

- Trato nacional
- Nación mas favorecida (NMF)
- Acceso a mercados
- Presencia local

Pensando que los beneficios de la liberalización serían básicamente para los países exportadores, se sugirió que estos deberían tener mas obligaciones que los importadores, una de ellas sería la transferencia de tecnología ya que la competitividad en los servicios está muy relacionada con el capital.

Los inicios se dieron primero con el nacimiento del concepto de comercio servicios y fue Hugo Corbert³⁰ una de las primeras personas que lo reconoció como tal. El consideraba que día con día esta actividad se integraba más y más a la economía mundial. En 1968 decide fundar el Centro de Investigaciones sobre Política Comercial en Londres en el cual se escribieron varios artículos y libros dedicados a este tema. Corbert comisionó a Brian Griffiths a que realizara una investigación sobre los flujos de servicios y las restricciones impuestas al comercio internacional de servicios. Las conclusiones de este trabajo las podemos encontrar

³⁰ Hugo Corbert: Escritor australiano que escribía sobre economía en el Times a mediados de los setenta.

en un libro llamado "Barreras intangibles a un comercio intangible"³¹. A partir de esta idea empieza la historia de los hechos que dieron lugar a una decisión de los ministros de iniciar negociaciones multilaterales sobre el comercio de servicios.

1.6. Panorama global

En los últimos años se ha dado un cambio en el perfil de los servicios y se ha incrementado el comercio de los mismos debido a varios factores dentro de los que podemos mencionar la reducción del costo del transporte, el desarrollo de las tecnologías (IT) y la liberalización del comercio de servicios en los distintos acuerdos comerciales. Las exportaciones totales de servicios se cuadruplicaron al pasar de 400,000 millones de dólares en 1980 a aproximadamente 1.6 billones en 2002 mientras que la proporción de servicios en el comercio total pasó de 16.2 a 19.4% en el mismo período³².

Como se mencionó anteriormente el comercio de servicios está dominado por los países desarrollados; sin embargo los países en desarrollo han cobrado fuerza en este tema e inclusive se ve reflejado en la disminución del déficit en su balanza de pagos. El comercio de servicios en los países en desarrollo pasó de 18% en 1980 a 23% en 2002³³. Para 2006 el comercio seguía creciendo tanto en bienes como en servicios, los bienes alcanzaron ese año un crecimiento del 17.6%, mientras que el sector servicios creció hasta un 12.9%³⁴. Estos números varían dependiendo de la región del mundo que se analice, muchos de los países en desarrollo siguen con un déficit considerable en este rubro ya que los servicios que mayormente se proporcionan son los tradicionales como el turismo y transporte. Los considerados como otros servicios siguen dominados por los

³¹ Brian Griffith. "Invisible Barriers to Invisible Trade". *Memorandum for the Trade Policy Research Centre*, London, 1975, p. 178.

³² UNCTAD. "El comercio de servicios y sus repercusiones en el desarrollo: Nota de la secretaria de la UNCTAD", p. 22.

³³ *Ibid*.

³⁴ UNCTAD/PRESS/PR/2007/018 rev1 12/07/07.

proveedores de los países desarrollados. En la siguiente tabla se puede ver como está dividido el comercio de servicios a nivel mundial:

Tabla 1 Principales importaciones y exportaciones de servicios

(Millones de USD y Porcentajes)								
	Exportaciones				Importaciones			
	Valor	Transporte	Viajes	Otros	Valor	Transporte	Viajes	Otros
Estados Unidos	263.4	17.5	33.7	48.8	187.8	32.9	32.8	34.3
Alemania	79.7	25.1	21.7	53.2	132.6	18.5	34.8	46.8
Francia	79.9	22.7	38.2	39.2	61.7	28.2	29.3	42.5
Reino Unido	108.4	16.2	16.8	67	91.6	24.9	41.4	33.7
Italia	57	14.6	45.3	40.2	55.6	21.4	25.5	53.1
Mundo	1458.7	23.4	31.8	44.8	1445.6	27.7	29.4	42.9

Fuente: Vivianne Ventura-Dias, et al "Globalización y Servicios: Cambios estructurales en el comercio internacional" en *Comercio Internacional*, p. 21.

Para la Organización Mundial de Comercio (OMC) las estadísticas quedan de la siguiente manera:

Tabla 2 Comercio mundial de servicios comerciales por categorías, 2007

(Miles de millones de dólares y porcentajes)						
	Valor	Parte				
	2007	2000	2004	2005	2006	2007
Exportaciones						
Todos los servicios comerciales	3290	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Servicios de transporte	750	23.5	23.1	23.3	22.6	22.8
Viajes	855	32.0	28.8	27.7	27.0	26.0
Otros servicios comerciales	1685	44.5	48.1	49.0	50.4	51.2
Importaciones						
Todos los servicios comerciales	3085	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Servicios de transporte	890	28.8	28.3	29.1	28.9	28.9
Viajes	775	29.7	27.7	26.9	25.9	25.2
Otros servicios comerciales	1415	41.5	44.0	44.1	45.1	45.9

Fuente: ONU. http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2008_s/its08_trade_category_s.htm

El sector de otros servicios es el más grande dentro de las exportaciones con un crecimiento de 20% en 2007 que representa 1.685 billones de dólares y es el 51% del total de los servicios comerciados. En 2007 la Unión Europea participó en más de la mitad del total del valor de estas exportaciones. Estados Unidos, en cambio, ocupa el segundo lugar ya que su participación bajó de un 20% que tenía en 2000 a 15% en 2007. Por lo que se refiere a las importaciones China y Rusia ocupan los primeros lugares en la tabla.³⁵

Para tener un registro claro de las transacciones mundiales, el Fondo Monetario Internacional (FMI) está haciendo un manual de estadísticas en donde

³⁵ ONU. <http://www.wto.org>; "Comercio de Servicios por Categoría", *Estadísticas del Comercio Internacional*, 2007.

vienen los datos mas relevantes de la economia mundial, dentro de este se toma al comercio de servicios como uno de los apartados a incluir. Se solicitó a un representante de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) que rindiera un informe sobre los avances de los datos sobre comercio de servicios que se va a presentar en la próxima reunión del 2009. En el informe se analiza la balanza de pagos a nivel mundial. En la tabla que a continuación se presenta, se ponen los datos generales:

Tabla 3 Transacciones mundiales de comercio de servicios en cuenta corriente 2000-2006

(Miles de millones de USD)							
Servicios	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Crédito	1523.7	1528.7	1646.1	1894.8	2285.5	2544.6	2816.3
Débito	1540.6	1559.3	1657.6	1886.6	2245.4	2482.7	2750.2

Fuente: FMI, www.imf.org, *Anuario de estadísticas y balanzas de pagos* p 23

Los resultados muestran que la exportación de servicios de un país es mayor a la importación del país receptor por lo que los créditos superan a los débitos como se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 2 Balanza de pagos comercio de servicios



Fuente: FMI; www.imf.org; *Anuario de estadísticas y balanzas de pagos*, pp. 21.

La evaluación del comercio de servicios es un tema permanente en las negociaciones de la OMC ya que las condiciones de los mercados son cambiantes. La mayoría de los países consideran que las negociaciones sobre los servicios son una oportunidad para promover el crecimiento y el desarrollo. Las negociaciones a nivel multilateral y regional han dado como resultado una liberalización en materia de comercio. Uno de los acuerdos más exitosos ha sido el de la Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN) que comenzó por liberalizar siete sectores de servicios para luego ampliar su cobertura sectorial y la calidad de los servicios.

Hasta ahora se ha dado una visión más clara de lo que son los servicios y ponemos las bases para que en el siguiente capítulo se exponga la forma en la que se regulan, los principales organismos reguladores y lo que es el servicio al comercio exterior.

2. Comercio Internacional de Servicios

El comercio de servicios, al igual que cualquier otra actividad económica o comercial, tiene un marco legal sobre el cual tiene que basarse. Las oportunidades de compra y venta de los bienes y servicios tienen que darse con base a la jurisdicción establecida para cada evento. Los acuerdos multilaterales se han firmado precisamente debido a la necesidad de crear los lineamientos que se sugieren seguir cuando se llevan a cabo las actividades comerciales. Cuando se habla de comercio internacional, en el que existen varios factores a tomar en cuenta, las regulaciones son de vital importancia para que guíen los procesos que se siguen en las actividades comerciales.

Un grupo de investigadores desempeñó un papel importante en la comprensión de este concepto al enviar un informe a la OCDE en donde menciona lo siguiente "aunque un gran número de actividades en el sector servicios no dan lugar a transacciones internacionales... existen áreas importantes en las cuales los intercambios se han elevado agudamente, de hecho en la misma proporción que el comercio de bienes o incluso en mayor medida"³⁶

Han sido distintos y variados los aspectos tratados multilateralmente para liberalizar y armonizar el comercio internacional y en especial el comercio de servicios, es por esa razón que en este capítulo se presenta el proceso y los organismos directamente involucrados. Es importante conocer los avances que existen en la materia considerando que cada país, de acuerdo a su propio desarrollo económico, va demandando nuevas necesidades de acuerdos comerciales multilaterales y bilaterales.

Con la finalidad de exponer la situación histórica de los acuerdos existentes para el fin citado, se hace un pequeño resumen sobre los antecedentes de la armonización de las leyes internacionales. Cabe señalar que se mencionan los antecedentes referentes a los servicios, observándolos a través de los distintos foros internacionales donde han sido tratados. Con ello se pretende describir el desarrollo y la situación actual de los servicios en el marco legal del comercio

³⁶ www.oau.org OCDE, 1973, p 62.

internacional. Posteriormente se describen los organismos reguladores del comercio mencionando primero al GATT marcando sus objetivos, así como su transición a la OMC. En tercer término, se plantea la situación que viven los servicios dentro de la legislación y acuerdos internacionales, lo cual permitirá saber el avance existente respecto al tema en cuestión. Por último se hace una breve descripción de los servicios al comercio exterior que son el tema principal de la presente investigación.

2.1. Antecedentes

Los primeros intentos para armonizar las leyes a nivel internacional datan de principios del siglo XIX con la influencia del derecho romano y la codificación del *common law*³⁷. Esto fue posible gracias a que las naciones comerciantes rompieron las barreras geográficas así como la afinidad socioeconómica. Los especialistas en comercio internacional de diferentes países siempre hablaron un "lenguaje común"³⁸, es decir, la legislatura internacional. La meta de estas leyes era lograr una estabilidad sustentable en las relaciones internacionales, así como proveer un marco estructural para que en medida de lo posible el sistema no fuera manipulado por intereses nacionales.

La mayoría de los argumentos para la liberalización del comercio internacional están basados en el concepto occidental de mercados competitivos. Algunos países orientales no concuerdan del todo con la filosofía asiática (excepto, Japón³⁹ y Hong Kong⁴⁰). Muchos de los países en desarrollo sienten la presión internacional para abrir sus mercados, lo cual nos lleva a pensar que cuando se creó el marco para la liberalización, no se pensó en estos países como parte del comercio internacional.

³⁷ Common law: Por su significado en inglés ley general

³⁸ Peter Trammer. *Fuentes de la Ley Internacional con referencia al Comercio Este-Oeste*. Ed. Clive, Nueva York, 1991, p. 74.

³⁹ Reforma Meiji: Por presiones comerciales de occidente a Japón, el emperador Mutsu-Hito-Meiji en 1868 asumió el poder y se vio obligado a cambiar del régimen feudal a un Estado Moderno.

⁴⁰ Hong Kong formó parte del imperio británico hasta 1999.

Es a mediados del siglo pasado que los países en desarrollo empezaron a participar activamente en el comercio internacional, básicamente con bienes manufacturados. A principios de 1964 la globalización de la economía llegó a tales dimensiones que los intereses nacionales se redujeron; la economía de un solo país ya no era de interés exclusivo.⁴¹ La comunidad internacional tuvo que crear el marco para la unificación de las leyes internacionales del comercio; la creación de organismos reguladores fue la solución para que todos los interesados en participar en la comunidad internacional se pusieran de acuerdo y acataran la nueva legislación. El acercamiento a la liberalización del comercio había cambiado notablemente y es por eso que la Ronda de Uruguay, la cual se profundizará mas adelante, es vista como un esfuerzo para reordenar las bases de las relaciones económicas globales.

2.2. Organismos reguladores

Existen varios organismos internacionales relacionados con el tema del comercio pero hay uno que ha dado las pautas para llevar a cabo estas transacciones de acuerdo a las decisiones concensuadas de los países miembros.

2.2.1. Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT⁴²)

Después de la Segunda Guerra Mundial, las economías enfrentan una recesión y el comercio internacional se vio limitado por restricciones comerciales y por altos aranceles. La atención de la posguerra se dirigió a la eliminación de barreras al comercio exterior y al establecimiento de un nuevo orden internacional comercial.

⁴¹ Wolfgang Friedmann, *The Changing Structure of International Law*. Ed. Columbia University Press, Columbia, 1964 p 367.

⁴² GATT por sus siglas en inglés General Agreement on Tariffs and Trade.

en ese momento animado por la Conferencia de Bretton Woods de 1944⁴³. Posteriormente otra conferencia se llevó a cabo en Londres en 1946⁴⁴ bajo el auspicio de la ONU. Esta fue seguida por otra en Ginebra para finalizar con lo que se conoce como la "Carta de La Habana". Esta carta fue "*inter alia*"⁴⁵ para crear la propuesta de la Organización Internacional del Comercio (OIC); así como para establecer una organización que administrara el comercio internacional. Esta fue una primera propuesta ambiciosa para la regulación del comercio internacional.

A finales de 1946 el Comité Preparatorio recomendó en su reporte los resultados de estas negociaciones. El acuerdo era para componer la política comercial de las OIC. El acuerdo adoptado por medio de un Protocolo de Aplicación Provisional, se dio a conocer como el Acuerdo General de Tarifas y Comercio o más conocido como GATT; creado en la Conferencia de La Habana, en 1947, firmado en 1948, por la necesidad de establecer un conjunto de normas comerciales y concesiones arancelarias, y está considerado como el precursor de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La OIC nunca fue efectiva y el comercio internacional se reguló primero por el GATT y en nuestros días por la OMC. Estas organizaciones han sido el vehículo más eficaz para la liberalización del comercio. Su éxito se basa tal vez, en una característica singular; "la organización proporciona un marco legal y un foro de negociaciones."⁴⁶ Su objetivo primario fue el de lograr un acuerdo en la materia; si un conflicto no se puede resolver por los procedimientos formales, el GATT siempre deja abierta la posibilidad de que las partes llegaran a un acuerdo.

El preámbulo del GATT marca sus objetivos de la siguiente manera:

"elevar el estándar de vida, asegurando empleos y un amplio y estable volumen de crecimiento del ingreso y de la demanda efectiva, desarrollando el uso completo de los recursos mundiales y la expansión de la producción e intercambio

⁴³ Conferencia de Bretton Woods celebrada del 1-22 de Julio de 1944 en donde se discutieron las estrategias financieras una vez que derrotaran a Alemania y Japón

⁴⁴ Londres 1946 se llevó a cabo el primer encuentro de la Asamblea General de las Naciones Unidas.

⁴⁵ Report of the First Session of Preparatory Committee of the UN Conference on Trade and Employment, Annexure 10; Section I-1, p. 50-51.

⁴⁶ Oliver Long, Law and its Limitations in the GATT Legal System Ed. Mc Arthur, London, 1984, p. 21.

de bienes."⁴⁷

Este tratado multilateral funcionaba basado en reuniones periódicas de los Estados miembros en las que se realizan las negociaciones. Los temas principales han sido la reducción arancelaria y la cooperación entre los países participantes. El tema del comercio de servicios ha sido delicado debido a las diferentes posturas de los países. Dentro del GATT/OMC las negociaciones se llevan a cabo en reuniones llamadas rondas y cada una de ellas tiene ciertos objetivos a cumplir que terminan con ciertas conclusiones y dan como resultado la legislación comercial actual; en las rondas el tema del comercio de servicios fue evolucionando hasta terminar con la Ronda de Doha.

Rondas del GATT

Punta del Este

Una reunión ministerial llevada a cabo en Punta del Este lanzó la Ronda de Uruguay en septiembre de 1986. Los ministros acordaron que las negociaciones de servicios se deberían de incluir en la Ronda. Brasil emitió una propuesta, que fue aceptada, de que las negociaciones de servicios deberían proceder en caminos separados del marco del GATT pero paralelos al mismo.⁴⁸

También se acordó que el Secretariado del GATT debería proveer soporte técnico a los países en vías de desarrollo. Esta función sería llevada a cabo fuera del GATT por medio de la División de Cooperación Técnica (TCD). Adicional a los seminarios y a las misiones, la TCD debía proveer a estos países información sobre tarifas, flujos comerciales y reportes de productos de exportación de interés para ellos.

El mandato de negociaciones en la Ronda está contenido en la 2ª parte de la Declaración Ministerial que dice así:

⁴⁷ http://www.wto.org/spanish/tratop/s/serv_s/gatsqa_s.htm

⁴⁸ Miguel Rodríguez Mendoza "Latinoamérica y las Negociaciones en Comercio de Servicios", *Ronda Uruguay*, UNCTAD/ITP/10, p. 63.

"Las negociaciones en esta área deben apuntar al establecimiento de un marco multilateral de principios y reglas para el comercio de servicios, incluyendo la elaboración de posibles disciplinas de sectores individuales con vista a la expansión de dicho comercio bajo condiciones de transparencia y liberalización progresiva como medio de promoción del crecimiento económico de los sectores comerciales y el desarrollo de los países en desarrollo. Dicho marco debe respetar las políticas y objetivos de las leyes nacionales y las regulaciones aplicables a servicios y deben tomar en cuenta el trabajo relevante de las organizaciones internacionales.

Las políticas y procedimientos del GATT deben de aplicarse a estas negociaciones. Un grupo de negociadores en servicios será establecido para lidiar con estos asuntos, el Secretariado del GATT y otras organizaciones internacionales proveerán soporte técnico como se decidió en el grupo de negociaciones en servicios."⁴⁹

El Secretariado del GATT reportó que para el período de octubre de 1986 a marzo de 1987 se dio una clara divergencia entre el proceso de negociaciones bajo la Ronda de Uruguay y la conducta actual de las políticas comerciales. El continuo incremento del uso de medidas del área gris fue notable. En la 1ª mitad de 1987, 116 de esas medidas se llevaron a cabo comparado con 93 en el período anterior; lo que representa un 15% de aumento.

En febrero de 1987 el Grupo de Negociaciones de Servicios (GNS) adoptó el programa listando un nuevo número de temas para revisar:

- Temas definitorios y estadísticos.
- Conceptos generales, principios y reglas para el comercio de servicios, incluyendo posibles disciplinas para sectores individuales.
- Cobertura del marco multilateral para el comercio de servicios.
- Disciplinas y acuerdos internacionales existentes.
- Medidas y prácticas que contribuyen o limitan la expansión del comercio de servicios incluyendo particularmente cualquier barrera percibida por

⁴⁹ GATT, *Declaración Ministerial: GATT BISD 33 Suplemento 19 de 1987*; Parte 211.

participantes individuales a los cuales las condiciones de transparencia y liberalización progresiva podría ser aplicable.

Montreal (Diciembre 1988)

Una revisión sobre el desarrollo del GATT se llevó a cabo en Montreal. El valor principal de esta reunión fue la creación un marco para las futuras negociaciones, así como se identificaron los principios y conceptos básicos que se tenían que tomar en cuenta para la formación de un acuerdo. También se acordó que las negociaciones deberían guiar a la mayor participación de los países en desarrollo en el comercio de servicios mundial, asimismo al aumento de su capacidad de servicios domésticos. Se puso como fecha límite finales de 1989. Este acuerdo ayudó a delimitar el tipo de acercamiento en materia de servicios. Los ministros aceptaron que el marco multilateral pondría no sólo los movimientos de servicios entre territorios, sino también el movimiento de consumidores y los factores de producción.

La mayor parte del acuerdo de Montreal se enfocó al establecimiento de una lista de conceptos, principios y reglas, así como una guía en cómo se aplicarían en el marco multilateral.

Los principios listados fueron transparencia, liberalización progresiva, trato preferencial, no discriminación, accesos a mercados, mayor participación de los países en desarrollo, salvaguardas y excepciones, y la situación regulatoria. Estos fueron acompañados por comentarios que en la mayoría de los casos informaban qué era lo que se excluía más que lo que se incluía en el acuerdo marco de la posición de no discriminación (nación mas favorecida n.m.f).

El nuevo documento ayudó a clarificar y organizar la discusión del siguiente año pero no hizo nada para resolver las diferencias entre la estructura y la cobertura del acuerdo marco o los otros aspectos con los que se iban a enfrentar para la negociación de los servicios antes de que finalizara la Ronda de Uruguay.

Ginebra (Abril 1989)

Una reunión posterior del Comité Negociador se llevó a cabo en la cual se llegaron a algunos acuerdos básicamente en materia de reducción arancelaria con montos de 2500 millones de dólares⁵⁰. Con respecto al tema de servicios, la mayor atención se dio a los servicios financieros incluyendo la posibilidad de establecer oficinas para los proveedores de servicios en el país anfitrión. Se mencionó el punto de vista de algunos países desarrollados que decían que la liberalización no se podía completar en las bases de nmf si la mayoría de los países no ofrecían compromisos substanciales. Por lo que se refiere a los servicios de transporte, muchos países querían ver movimientos de acuerdos bilaterales de transporte marítimo hacia una apertura de mercados mediante acuerdos multilaterales. A diferencia en el transporte aéreo, la mayoría de los países acordaron que se mantuviera con tratados bilaterales especialmente bajo la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA⁵¹).

Por lo menos una copia de la sección de servicios que se entregó a los ministros tuvo un nuevo nombre "Acuerdo General sobre Comercio de Servicios" (GATS⁵²). En ella se indicaba que si las negociaciones resultasen exitosas, darían lugar a un nuevo grupo de derechos y obligaciones internacionales comparables a aquellos del GATT.

Bruselas (Diciembre 1990)

Se lleva a cabo la reunión ministerial de clausura ya que se considera que en esta ronda termina el estancamiento en el que se había visto envuelta la comunidad comerciante. Los avances importantes habían sido en materia de servicios y de la propiedad intelectual.

Washington (Noviembre 1992)

⁵⁰ http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/facts_4.htm

⁵¹ IATA: por sus siglas en inglés International Air Transport Association.

⁵² GATS, por sus siglas en inglés General Agreement on Trade & Services.

Estados Unidos y las Comunidad Europea logran grandes resultados en materia de agricultura con la firma del "Acuerdo de Blair House"⁵³ Posteriormente se llegaron a acuerdos relativos a la reducción de aranceles y se dieron los toques finales acceso a mercados de bienes y servicios.

Transición a la Organización Mundial de Comercio (OMC)

Desde 1948 el GATT había establecido las reglas del sistema comercial (en la segunda reunión ministerial de la OMC, celebrada en Ginebra, se incluyó un acto de celebración del 50º aniversario del sistema.⁵⁴) pero no pasó mucho tiempo para que esta organización se considerara como *de facto*, no oficial y las crecientes necesidades comerciales de los países requerían mayor participación de ésta. La Ronda de Tokio ya resultó insuficiente para las necesidades comerciales y políticas de la realidad que se estaba viviendo. A principios de los años 80 era evidente que el GATT ya no respondía a las necesidades del comercio mundial principalmente debido a la globalización y la inclusión del comercio de servicios. Estos factores dieron como resultado el planteamiento de que se debía hacer un nuevo esfuerzo para ampliar y reforzar el sistema multilateral.

Como resultado de la nueva realidad internacional se llevó a cabo la Ronda de Uruguay, la Declaración de Marrakech⁵⁵ y se dio la creación de la OMC; cabe mencionar que el Acuerdo General sigue existiendo pero únicamente como un tratado.

⁵³ Estados Unidos y la UE resolvieron la mayoría de sus diferencias en materia de agricultura mediante un acuerdo denominado informalmente el "Acuerdo de Blair House".

http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact5_s.htm.

⁵⁴ http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact5_s.htm.

⁵⁵ "Los Ministros declaran que al firmar el "Acta Final en que se incorporan los resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales" y al adoptar las Decisiones Ministeriales conexas inician la transición del GATT a la OMC" www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/marrakesh_decl_s.htm.

2.2.2. Organización Mundial de Comercio

Esta organización es la única que regula el comercio entre los países pero no sólo regula el comercio de mercancías sino que ésta y sus Acuerdos abarcan actualmente el comercio de servicios y las invenciones, creaciones, dibujos y modelos que son objeto de transacciones comerciales.⁵⁶ La mayoría de los países llevan a cabo comercio internacional por lo que sus parlamentos han ratificado su participación en dicha organización (hasta el momento tiene 153 miembros). La sede está en Ginebra y se estableció como tal el 1º de enero 1995. Como cualquier organización tiene ciertas funciones específicas de las cuales podemos destacar:

Funciones

- Administra las actividades comerciales de los países miembros.
- Sirve como foro de negociaciones comerciales.
- Trata de resolver las controversias entre países con respecto a las actividades comerciales.
- Supervisa políticas comerciales nacionales.
- Otorga asistencia técnica.
- Promueve la cooperación con otros organismos internacionales.

Para poder llevar a cabo sus funciones, se plantearon ciertos principios que se tienen que cumplir a cabalidad.

- Principios
- Comercio sin discriminaciones:
 - Nación Mas Favorecida (NMF): Significa el trato por igual a todos los demás, es decir que si se le concede ventaja a uno se tiene que conceder la misma ventaja a todos los demás miembros de la OMC. Este principio, descrito en el artículo 2, es de gran importancia en el

⁵⁶ *Ibid*

Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS).

- Trato nacional: igual trato para nacionales y extranjeros. Quiere decir que se le debe tratar de la misma manera a los productos importados que a los nacionales. Lo mismo debe ocurrir en el caso de los servicios. Esto al igual que el punto anterior, está incluido en el GATS dentro del artículo 3.
- Comercio más libre: Éste tiene que ser de manera gradual y mediante negociaciones ya sea con la reducción de aranceles aduanales o quitando las prohibiciones a los productos de importación. Asimismo se considera que la apertura comercial debe ser gradual, es decir, mediante una liberalización progresiva.
- Previsibilidad: Este principio debe ser por medio de una consolidación y transparencia ya que es vital para los exportadores saber que al país a donde van a mandar sus productos y/o servicios cuenta con una seguridad para sus inversiones. Este sistema multilateral de comercio trata de dar estabilidad al comercio y a su entorno.
- Fomento de competencia leal: Se trata de establecer las normas para la libre competencia. Una gran parte de los acuerdos logrados en esta organización están encaminados a lograr las condiciones equitativas para que haya una competencia leal.
- Promoción del desarrollo y reforma económica: Más de las tres cuartas partes de los miembros de la OMC son países en desarrollo que requieren de más tiempo para poder cumplir con algunas de las disposiciones establecidas. Requieren de mayor flexibilidad para la reducción arancelaria y la OMC da asistencia y concesiones comerciales.

El 15 de abril de 1994 se firmó el acuerdo de Marrakech en donde se dieron por terminadas las negociaciones sobre el acceso a los mercados de bienes y servicios. Esto dio lugar a la creación de OMC la Ronda de Uruguay acabó aunque cabe mencionar que aún quedaron varios asuntos pendientes particularmente con lo que respecta a los servicios y a la agricultura. Muchos de

estos asuntos se calendarizaron para poder resolverlos en las reuniones futuras.

Al igual que el GATT, las negociaciones entre los países miembros de la OMC se llevan a cabo en reuniones llamadas rondas. La ronda mas significativa es la llevada a cabo en noviembre de 2001 en la ciudad de Doha .

Ronda de Doha

Durante la Ronda de Uruguay se hicieron acuerdos que tenían fechas límites para el cumplimiento de los mismos. También hubo varios temas inconclusos que era necesario volver a tocar. El tema de los servicios de la agricultura son los más importantes dentro de este foro de negociaciones. La ronda se llevó a cabo en Qatar en noviembre de 2001 en la cual se llevaron a cabo nuevas negociaciones.

Originalmente incluyó ocho temas a tratar:

- 1) Aplicación de acuerdos.
- 2) Agricultura.
- 3) Servicios.
- 4) Acceso a mercados para productos no agrícolas.
- 5) Propiedad intelectual con relación al comercio.
- 6) Normas de la OMC.
- 7) Solución de diferencias.
- 8) Medio ambiente.

Los puntos más importantes fueron el acceso libre de productos agrícolas y la eliminación de subsidios a las industrias nacionales. EL tiempo límite que se estableció fue para el 1° de enero del 2005; hasta la fecha no se han llegado a acuerdos ni a la integración total de los países en desarrollo miembros de la OMC. Esto no quiere decir que no se hayan logrado algunos acuerdos importantes sobretodo en el tema de los servicios. En esta Ronda se exhortó a la creación de un programa llamado Trato Especial y Diferenciado (TED) en el cual se analizaban los problemas de las economías pequeñas. Se establecieron compromisos por parte de los miembros pero es importante mencionar que ninguna de las conclusiones sobre estos temas tiene el carácter de obligatorias para quienes

participan.

2.3. Inclusión de servicios en la agenda

Los servicios fueron considerados como sujeto de inclusión en las negociaciones internacionales por el Acta Comercial de Estados Unidos en 1974 cuando se llevaba a cabo la Ronda de Tokio en donde se pidió que se incluyera el concepto de servicios. A finales de esta Ronda el concepto de servicios se redefinió.

Una reunión ministerial se llevó a cabo en 1982 para considerar una posible nueva ronda. Estados Unidos frenó su participación en el área de regulación del GATT y sugirió que las reglas del GATT fueran examinadas con una visión de aplicación para el comercio internacional de servicios.

La administración de Reagan le dio prioridad al tema de servicios y estableció el Comité de Servicios de Consulta (SAC) El Acta de Comercio y Tarifas de Estados Unidos de 1984 le da poder al presidente para:

- Identificar y analizar las barreras y restricciones en las inversiones y en el comercio de Estados Unidos para lograr su eliminación.
- La expansión del comercio internacional de servicios por medio de la negociación de acuerdos bilaterales o multilaterales que reduzcan o eliminen las barreras en el comercio de servicios.

Los países latinoamericanos reaccionaron negativamente a esta iniciativa. El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)⁵⁷ tuvo una reunión en donde se llevó a cabo un debate sobre el tema⁵⁸ y se expresó como la posibilidad de llevar el tema de servicios a la mesa de negociaciones

Las dos preocupaciones fueron:

⁵⁷ SELA. Organismo regional cuyos objetivos principales son la de promover un sistema de consulta para crear posiciones comunes en materia económica e impulsar la cooperación entre sus países miembros.

⁵⁸ SELA. Reunión del GATT en Ginebra 4-6 octubre 1982, *Reporte Final de la Reunión Coordinadora Latinoamericana en Relación a las Partes Contratantes del GATT a Nivel Ministerial*, Octubre 6, 1982, p1.

- El eterno y aún no resuelto problema de los prestadores de servicios podría ser puesto a un lado por el tema del comercio de los mismos. Este miedo fue mencionado por Jan Tumlir, Director del Centro de Investigación y Análisis del GATT, que advirtió que los nuevos temas de la agenda no deben ser utilizados como una táctica para evitar la discusión sobre las raíces de las causas de los retos actuales de los sistemas de comercio y los lazos que se podrían establecer entre concesiones de comercio de bienes y comercio de servicios.
- La competencia legal del GATT en el área de servicios y la inaplicabilidad de los principios del mismo en el comercio de servicios.

La posición de SELA de no aceptar al GATT como foro de negociaciones para el comercio de servicios encontró apoyo en casi todos los países en vías de desarrollo. Países como India y Brasil expresaron sus miedos con relación al comercio de servicios ya que podría resultar en una discriminación en contra de sus exportaciones a los países desarrollados.⁵⁹

Otro factor que ayudó al avance de la negación de los servicios por parte de los países en vías de desarrollo fue el hecho de que este sector en dichas naciones no había sido desarrollado lo suficiente para beneficiar a todos de una manera recíproca por los derechos que se iban a otorgar a los países desarrollados. Muy pocas de las compañías con capacidad de otorgar esos servicios estaban internacionalizadas.⁶⁰ La Conferencia del GATT de 1982 se describió como que hubo muchos debates pero con muy pocos logros.

En 1983 las partes contratantes acordaron examinar el tema de servicios. Extrañamente y a pesar de la decisión de hacer estudios de los antecedentes nacionales antes de comenzar las negociaciones de servicios, ningún equipo laboral se creó o ningún estudio oficial se autorizó para la aplicación de los principios del GATT en el comercio de servicios.

Los primeros 14 reportes nacionales en el comercio de servicios fueron

⁵⁹ Miguel Rodríguez Mendoza, *Op cit.*, p. 60.

⁶⁰ Reporte de la Secretaría de la UNCTAD; *Temas de servicio en el Contexto del Comercio de Servicios*, UNCTAD/TD/B/11/97, p 1.

entregados al GATT por parte de Canadá (enero 1984), Estados Unidos (enero 1984), Holanda (junio 1984), Inglaterra (junio 1984), Suecia (septiembre 1984), Comunidad Europea (octubre 1984), Finlandia (octubre 1984), Japón (octubre 1984), Dinamarca (noviembre 1984), República Federal Alemana (noviembre 1984), Noruega (noviembre 1984), Suiza (noviembre 1984), Italia (diciembre 1984) y Bélgica (mayo 1985).⁶¹

El Comité Preparatorio sugirió que en la reunión de noviembre de 1985 debía haber un continuo intercambio de información entre los países en materia de servicios y que algunas recomendaciones deberían prepararse para su consideración.

A finales del mismo año, Estados Unidos estableció su posición claramente haciendo hincapié en que si no se incluía el tema de servicios no habría una nueva ronda; asimismo dijo que sin la inclusión de servicios en las negociaciones, los temas de agricultura, tecnología e inversión en las negociaciones multilaterales se iban a enfrentar estos temas de "diferentes maneras".⁶² Inclusive el Presidente Reagan dijo que si no se iniciaban las negociaciones y se veía algún tipo de progreso aunque fuera insignificante, se tendrían que llevar a cabo negociaciones bilaterales o regionales con otras naciones.

En la 2ª. Sección de la Reunión Ministerial (febrero 6-7, 1986) se acordaron cuatro puntos como base para la discusión:

1. Características generales de servicios.
2. Marco conceptual, estadísticas y metodología.
3. Regulaciones nacionales e internacionales para los sectores de servicios.
4. Temas relacionados con posibles acciones multilaterales en servicios.

Propuesta de servicios

El acuerdo sobre los servicios (GATS) que forma parte del Proyecto de Acta Final

⁶¹http://www.wto.org/spanish/latinop_s/serv_s/s_negs_s.htm

⁶² Embajador Yeutter, Noviembre 1985.

tiene tres elementos principales. En primer lugar, hay un acuerdo marco en el que constan las obligaciones básicas aplicables a todos los países miembros. El segundo elemento son las listas nacionales de compromisos, que contienen otros compromisos nacionales específicos que serán objeto de un proceso continuo de liberalización. En tercer lugar, hay varios anexos relativos a la situación especial de los distintos sectores de servicios.

En la Parte I del acuerdo de base se define su alcance, concretamente, los servicios suministrados:

- en el territorio de una parte al territorio de otra.
- en el territorio de una parte a los consumidores de otra (por ejemplo, turismo).
- por conducto de la presencia de entidades proveedoras de servicios de una parte del territorio de otra (por ejemplo, servicios bancarios) y
- por nacionales de una parte en el territorio de otra (por ejemplo, servicios de consultoría).

En la Parte II figuran las obligaciones y disciplinas generales. Una obligación básica de trato de la nmf estriba en que cada parte "otorgará inmediata e incondicionalmente a los servicios y a los proveedores de servicios de cualquier otra parte un trato no menos favorable que el que conceda a los servicios similares y a los proveedores de servicios similares de cualquier otro país."⁴³ Sin embargo, se reconoce que puede que no sea posible conceder el trato nmf a todas las actividades de servicios y, por lo tanto, se prevé que las partes puedan indicar exenciones específicas de dicho trato. Las condiciones de tales exenciones figuran en un anexo, en el que se prevén exámenes después de transcurridos 5 años, así como una duración limitada normalmente a 10 años.

Entre las prescripciones en materia de transparencia figura la publicación de todas las leyes y reglamentos pertinentes. Las disposiciones destinadas a facilitar una participación creciente de los países en desarrollo en el comercio mundial de servicios prevén compromisos negociados en relación con el acceso a

⁴³ GATT. *El Proyecto de Acta Final de la Ronda de Uruguay*; Resumen de Prensa; Publicación de la División de Información y Relaciones con la Prensa del GATT; NUTR080; 14 diciembre, 1993.

la tecnología, las mejoras del acceso a los canales de distribución y las redes de información del acceso a los mercados en sectores y modos de suministro de interés para las exportaciones. Las disposiciones referentes a la integración económica son análogas a las del artículo XXIV del Acuerdo General y exigen que los acuerdos tengan una "cobertura sectorial sustancial"⁶⁴ y que establezcan la ausencia o la eliminación en lo esencial, de toda discriminación entre las partes.

Dado que las reglamentaciones nacionales, y no las medidas en frontera, son las que más influyen en el comercio de servicios. En las disposiciones se establece que todas estas medidas de aplicación general deberían ser administradas de manera razonable, objetiva e imparcial. Las partes estarán obligadas a establecer medios necesarios para la pronta revisión de las decisiones administrativas relativas al suministro de servicios.

La Parte III contiene disposiciones sobre acceso a los mercados y trato nacional que no son obligaciones de carácter general sino compromisos contralados en las listas nacionales. Así pues, en el caso del acceso a los mercados, cada parte "otorgará a los servicios y a los proveedores de servicios de las demás partes un trato no menos favorable que el previsto de conformidad con los términos, limitaciones y condiciones convenidas y especificados en su lista."⁶⁵ La disposición relativa al acceso a los mercados tiene por objeto eliminar progresivamente los siguientes tipos de medidas: limitaciones al número de proveedores de servicios, al valor total de las transacciones de servicios o al número total de operaciones de servicios o de personas empleadas. Del mismo modo, han de eliminarse progresivamente las restricciones a los tipos de persona jurídica o de empresa conjunta por medio de los cuales se suministre un servicio, así como cualquier limitación relacionada con los niveles máximos de participación extranjera en el capital.

Lo referente al trato nacional establece la obligación de tratar de la misma manera a los proveedores de servicios extranjeros y a los nacionales. Sin embargo, prevé la posibilidad de que haya alguna diferencia de trato entre los

⁶⁴ *Ibidem*, p. 3.

⁶⁵ *Ibid*

proveedores de servicios de otras partes y los nacionales, pero, en ese caso, las condiciones de competencia no deberían modificarse, como resultado de ello, a favor de los nacionales.

En la Parte IV del acuerdo se establece la base para la liberalización progresiva del sector de servicios, mediante sucesivas rondas de negociaciones y la confección de listas nacionales. Permite, asimismo, después de transcurrido un período de tres años, que las partes retiren o modifiquen los compromisos incluidos en las listas, en cuyo caso, deberían entablarse negociaciones con las partes interesadas para acordar ajustes compensatorios. Si no se pudiera llegar a algún acuerdo, la compensación se establecería mediante arbitraje.

La Parte V contiene disposiciones institucionales, con la inclusión de disposiciones sobre las consultas y la solución de diferencias y el establecimiento de un Consejo de Servicios. Las responsabilidades del Consejo se establecen en una decisión Ministerial.

La competencia del Acuerdo General para lidiar con los servicios fue sujeto de un considerable debate. Una de las delegaciones dijo que el GATT carece de competencia en el sector de servicios, lo cual dio lugar a una pregunta de carácter legal⁶⁶ ya que la extensión de poderes de las partes contratantes se establece y se restringe en el Artículo XXV en el que autoriza a reunirse para 3 propósitos:

- A dar efecto a las provisiones del Acuerdo General que requieren acción conjunta.
- Facilitación de la operación del Acuerdo General, y
- Establecimiento de objetivos posteriores del Acuerdo General.

Esta posición se enfrentó al argumento de otra delegación que consiente que todas las partes contratantes son parte de la competencia del GATT. Se sugirió por parte de los países en desarrollo que la UNCTAD sería un mejor foro para las negociaciones de servicios que el GATT. Esta propuesta fue rechazada básicamente por Estados Unidos ya que se rehusó a conducir las negociaciones con "trabas" propuestas.

⁶⁶ Geza Feketeakuty. *Op. Cit.*, p 234.

El desacuerdo sobre la competencia del GATT se resolvió adoptando dos estructuras de negociaciones, en donde las pláticas sobre servicios eran conducidas no dentro del GATT pero si bajo su supervisión.

Fuera e independiente del GATT existe un número de acuerdos sectoriales que gobiernan los aspectos internacionales de varias industrias de servicios. Estos acuerdos existentes pudieron haber sido extendidos y tal vez coordinados para proveer un marco general para todos los servicios, con excepción de dos diferencias en estos acuerdos: el panorama y los objetivos.

Panorama: Ninguno de estos acuerdos está designado a incrementar la competencia. Por el contrario cada uno, particularmente aquellos pertenecientes a la aviación civil, transporte marítimo y telecomunicaciones está estructurado para permitir a los gobiernos individuales perseguir metas regulatorias.⁸⁷ De hecho los acuerdos presentes en aviación civil están separados en lo relacionado con trato nacional y con nmf.

Objetivos: Los acuerdos sectoriales existentes fueron creados con el limitado propósito de establecer estándares técnicos y dar un peso formal a los términos de contratos, formas y prácticas existentes.

El que se participe en la OMC y se firmen los acuerdos, no necesariamente implica el cumplimiento de los mismos. En el caso particular de la aviación civil, la libre competencia no se ha podido implementar ya que el proteccionismo de las rutas aéreas está a la orden del día. La reciprocidad entre partes se logra no en términos de igualdad sino en términos de resultados como en el volumen de pasajeros o de carga movida.

Los puntos y objetivos del Acuerdo General, por otra parte son la liberalización del comercio y el expansionismo. Cualquier negociación conducida bajo parámetros no puede tener un panorama más amplio que los existentes en los acuerdos sectoriales multilaterales.

⁸⁷ *Ibidem*, p. 54.

A lo largo de los años, una serie de acuerdo bilaterales se han incluido en las áreas de aviación y telecomunicaciones por medio de los cuales los países han asegurado un acceso limitado a otros servicios y a proveedores de servicios estrictamente con base a la reciprocidad. Estos acuerdos mutuos convenientes y rentables son difícilmente alterados por los países participantes.

Las instituciones internacionales existentes son, de cualquier forma, utilizados como términos de referencia por los negociadores de la Ronda de Uruguay. Algunos de estos acuerdos son para cada sector por ejemplo:

Banca

- FMI, Banco Mundial, Banco Internacional
- OCDE.- Declaración de Inversión Internacional

Seguros

- OCDE.- Comité de Seguros
- UNCTAD.- Comité de Financiamiento

Aviación Civil

- ICAO
- IATA
- Conferencia Europea de Aviación Civil

Transporte Marítimo

- Convención de Movimiento de Bienes por Mar
- UNCTAD.- Código de Líneas
- OCDE.- Comité de Transporte Marítimo

En el glosario se puede consultar las definiciones de cada uno de los acuerdos.

2.4. Servicios al comercio exterior

Las estrategias de exportación de muchos países se centran en la producción de bienes y descuidan las oportunidades de diversificar el comercio y con ello crear fuentes de empleo en la rama de los servicios. Los mercados mundiales para los servicios están creciendo y ofrecen posibilidades en los segmentos de asistencia empresarial, servicios profesionales y turismo; esto gracias a innovaciones tecnológicas como las telecomunicaciones, hoy más rápidas y baratas, y a un menor costo en viajes por lo que facilitan la comercialización y la búsqueda de nuevos clientes.

El comercio de bienes es aún mayor que el de servicios pero existe un punto en donde se unen ambos y es cuando se ofrecen servicios que permiten que el movimiento de productos se lleve a cabo. Un intangible da servicio a un tangible. A esto es a lo que denominamos servicios al comercio exterior.

Esta actividad como término teórico no es posible encontrarlo dentro de bibliografía alguna como tal, y esto se debe a que es un concepto que engloba una actividad prácticamente novedosa dentro de la economía nacional además de que conjunta dos conceptos, uno el de servicios y otro el de comercio exterior, que por definición se entiende como comercio de bienes.

No obstante este concepto es conocido por muchas personas y organizaciones que tienen relación directa con el movimiento de mercancías dentro del ámbito internacional; pues de estos rubros es de los que se encarga la industria de servicios al comercio exterior.

Para Mario Saavedra Iniesta, Director de Desarrollo Económico de Bancomext, "los servicios de comercio exterior son funciones indispensables para el intercambio de bienes y servicios tanto a nivel nacional como internacional. Esta actividad tiene a bien el hacer englobar la estructura adecuada para lograr el funcionamiento del comercio exterior."⁶⁸

Con esta conceptualización se observa que los servicios al comercio

⁶⁸ Mario Saavedra Iniesta, Director de Desarrollo Económico de Bancomext: *Entrevista con*, Mexico, Julio 20 del 2000.

exterior son actividades que permiten llevar a cabo el comercio de bienes y servicios adecuadamente a través de una logística específica.

El Doctor en Economía Pablo Mendoza, catedrático del IPN y autor de diversos ensayos respecto al comercio exterior entre ellos: "Desarrollo Económico de México después del TLC", "Aspectos Económicos de México en el Sexenio Salinista" y "Proyección del Comercio Exterior de Servicios a través de los Servicios", señala sobre este tema que "los servicios al comercio exterior son aquellas acciones que realiza una organización intra o extraempresarial para cubrir toda la serie de requisitos que existen para importar o exportar"⁶⁹

Con la anterior definición se tiene claro que los servicios al comercio exterior son actividades que se realizan desde el interior o desde el exterior de una empresa localizada en el país en donde se genera el movimiento de mercancía o de algún otro, con la finalidad de tramitar correctamente todos los pasos que se han de solicitar por parte de las autoridades competentes del rubro.

El comercio se ha expandido en cada época porque la sociedad ha demandado bienes y servicios que no tiene en casa; esto ha dado como resultado lo siguiente:

- Difusión tecnológica que contribuye al bienestar económico de las personas.
- Un efecto keynesiano que mediante una operación "multiplicadora"⁷⁰ del comercio simula un crecimiento económico.
- Beneficios a empresas individuales ya que el comercio incrementa el tamaño de sus mercados, promoviendo economías de escala y permite la recuperación de inversiones.
- Incrementa el rango de elección de los consumidores a mejores precios.

El comercio exterior juega un papel histórico y valioso dentro de las economías en desarrollo, por ello cada intercambio de mercancías ya sea en

⁶⁹ Pablo Mendoza. Catedrático del IPN en Economía: Entrevista Con, México, Agosto 11 del 2000.

⁷⁰ Michael E. Porter. Competitive Advantage. The Free Press, New York, 1980, p. 34.

importación o exportación funciona como pieza clave para el avance económico del país.

Los pasos para realizar actividades de comercio exterior varían en ocasiones de un país a otro pero siempre son trámites precisos por seguir, con el objeto de que exista una estructura delimitadora de las necesidades de movimiento de mercancías. El conocimiento de todos los acuerdos logrados en materia de comercio requiere de una especialización para lograr que el intercambio se lleve a cabo exitosamente. Una de las actividades que sin duda es de gran importancia es el servicio que se da para la tramitación de todos estos pasos y lograr una logística adecuada para concebir el comercio internacional ya sea de bienes o servicios.

Con lo anteriormente expuesto, se deja más claro el marco histórico y el contextual de esta tesis que dan paso al siguiente capítulo donde se exponen las necesidades de los comerciantes internacionales respecto a este proceso de servicios y la propuesta de una empresa que cumpla con los retos del comercio.

3. Servicios al Comercio Exterior: contribución al ciclo de importación y exportación de bienes y servicios

El comercio exterior no sólo es una actividad técnica, o un proceso jurídico; también lo constituyen acciones de la administración a nivel internacional que tienden a crear un campo propicio para las negociaciones entre los actores. Aún cuando el comercio externo debe incluirse como un aspecto importante de la economía global no puede dejarse a un lado el hecho de que es parte primordial de sus relaciones bilaterales y por lo tanto, materia de estudio de Relaciones Internacionales.

En este sentido, puede señalarse que ninguna nación vive aislada completamente de los demás países y especialmente en el tema económico. Sus industrias, su comercio, su tecnología y su forma de vida están relacionadas con las otras economías del mundo mediante una compleja red de comercio y finanzas. Es por ello que perfeccionando las ventajas de la especialización internacional y creando las condiciones para el crecimiento económico nacional, los negocios internacionales pueden aportar un impulso dinámico al bienestar para todos los pueblos. El comercio internacional beneficia no sólo a una nación sino a todas aquellas que están involucradas en él. Una de las maneras de lograr beneficios para las naciones, es mediante el intercambio de bienes y servicios entre los países.

Los movimientos de exportación e importación representan vender y comprar más allá de las fronteras político-económicas. Con la debida atención hacia las relaciones internacionales, se considera que no sólo se trata de aspectos socio-políticos sino también económicos y culturales ya que trasciende intereses personales.

3.1. Integración de los servicios

Los servicios al comercio exterior como actividades desempeñadas por áreas

especializadas en cada rubro y en cada tipo de ejercicio integradas dentro de una misma empresa trae grandes beneficios a aquellos que contraten el paquete completo. Así podemos decir que las empresas que tienen comercio internacional encuentran en los servicios al comercio exterior integrados una magnífica oportunidad de obtener mayor costo-beneficio. Esto significa que al pagar para que una empresa realice todos los pasos para comerciar con otra empresa internacional se asegura que todo sea llevado correctamente y a su tiempo por lo que se puede considerar dentro de su cadena productiva el *just in time*⁷¹.

3.1.1. Beneficios al integrar los servicios

Con los servicios integrados del comercio exterior, se estructura una metodología que optimiza tiempo, funcionamiento y calidad dentro de sus actividades internacionales pues se plantean las bases generales y particulares sobre las cuales habrá de regir toda su cadena productiva. Asimismo, los beneficios para la economía nacional e internacional son mayores básicamente al facilitar el comercio. De esta necesidad surge la idea de proponer una empresa de servicios al comercio exterior que atienda a quienes comercien en el mercado internacional. En este capítulo se presentan las características que se consideran como esenciales para llevar a cabo esta actividad.

3.1.2. Empresa especializada

Para fomentar, y sobre todo para profesionalizar el arduo trabajo de llevar a cabo un intercambio externamente, es preciso que las empresas tomen conciencia que la economía nacional necesita balancearse comercialmente y por ello, la exportación, sobre todo, debe ocupar un interés particular en el crecimiento de la industria.

⁷¹ Just in time: En inglés justo a tiempo.

Al tomar conciencia de ello, no sólo atenderán las necesidades del mercado nacional sino que también, se deben entender las características de cada país con el que se desea comerciar y así mejorar la logística que existe en cada organización para llevar a cabo esta actividad. Sobre todo, es necesaria la organización de una empresa de servicios al comercio exterior, que proporcione *outsourcing*⁷² y que por supuesto, esté especializada en realizar operaciones técnicas y administrativas mediante una buena logística, para lograr buenas negociaciones internacionales y resultados económicos positivos para la empresa contratante.

Todo esto debe estar sustentado en la importancia que tiene el comercio exterior para toda la empresa tomando en cuenta que no es su actividad principal. Es por ello que una empresa especializada puede dedicarse al 100% a la actividad y gestionar todas las actividades relacionadas con ésta. Al llevar a cabo cualquiera de sus dos fases: importaciones y exportaciones, se necesita de cierta especialización correspondiente y esto significa comercialización y comunicación, viajando de un país a otro visitando o participando en exposiciones, para poder llevar a cabo un amplio desarrollo para la economía de cualquier organización. Al ser organización externa especializada en este tipo de comercio la que efectúe el trabajo de gestiones comerciales exteriores, se beneficia la economía interna empresarial y del propio país donde se ejerce ya que no se malgastan costos en situaciones y operaciones que varían de un país a otro y que sólo quien esté especializado en ello puede atender con profesionalismo.

Par poder hacer la propuesta de una empresa de servicios al comercio exterior, es importante definir el término de organización como "el conjunto de reglas o disciplinas que coordinan los medios necesarios para obtener un resultados determinado con los mínimos gastos y esfuerzos."⁷³

Indistintamente, se utilizan los conceptos empresa u organización y haciendo referencia a ellos, se puede decir que si una empresa es un conjunto de disciplinas o reglas que llevan un objetivo específico por cumplir, la organización

⁷² Outsourcing: Por su significado en inglés subcontratación.

⁷³ Salvador Mercado. Comercio Internacional I, ed. Limusa, México, 1999, p.45.

que se propone conjunta las funciones de atender las necesidades de las empresas para el comercio exterior.

Agustín Reyes Ponce tiene una definición que nos ayuda a entender mejor el concepto, "viene del griego *organon* que significa instrumento. Pero quizás ilustre mejor el significado de este concepto, el uso que en nuestra lengua da a la palabra *organismo*. Este implica necesariamente que:

a) Partes y funciones diversas: ningún organismo tiene partes idénticas y de igual funcionamiento.

b) Unidad funcional: esas partes diversas, con todo, tienen un fin común idéntico.

c) Coordinación: precisamente para lograr este fin, cada una pone una acción distinta pero complementaria a las demás a construirse y ordenarse conforme a una teoría específica."⁷⁴

Estas definiciones teóricas remontadas a bibliografía administrativa, sustentan esta investigación, de ahí su aplicación en este capítulo. Además, son una guía en la parte básica para estructurar una empresa.

Atendiendo a una definición propia del término empresa, cabe señalar que ésta es la estructuración de funciones, niveles y actividades de los elementos técnicos y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los fines previamente establecidos.

Ahora bien, puesto que se ha hablado de una empresa que se especialice en servicios al comercio exterior, la siguiente definición explica el principio de especialización: "Cuanto más se divide el trabajo, dedicando a cada empleado a una actividad más limitada y concreta se obtiene, de suyo, mayor eficiencia, precisión y destreza."⁷⁵

Al relacionar este principio con el concepto que desea definir, se tiene que considerar que la especialización significa un conocimiento específico sobre cierta temática, es además un aspecto básico para eficientar cualquier actividad empresarial.

⁷⁴ Agustín, Reyes Ponce, *Administración de Empresas. Teoría y Práctica*, ed. Limusa, México, 1997, p.211.

⁷⁵ *Ibidem.*, p. 213.

Retomando entonces los conceptos correspondientes para describir a una empresa especializada en los servicios al comercio exterior, debe entenderse que es aquella organización cuya estructura limitada y concreta, atiende a las necesidades técnicas y administrativas para lograr importar y/o exportar mercancías a otros países para las empresas dueñas de los productos y/o servicios.

3.2. Modelo de empresa de servicios al comercio exterior

En la propuesta de un modelo de una empresa de servicios al comercio exterior que se va a presentar se van a dar todos los puntos que se tendrían que considerar para poder llevar a cabo un proyecto que garantice una satisfacción a todos los actores involucrados en el proceso. Actividades tan esenciales para el comercio exterior como lo son los servicios a este poseen características que las distinguen de los ejercicios cotidianos en el campo de servicios. Ante todo se distinguen por ser actividades que se estructuran bajo una logística especializada en acuerdos y necesidades de la empresa a la que le van a dar el servicios y a los países de y donde se originan los productos y servicios.

Lo anterior lo podemos entender gracias a la definición de Enrique Lugo Álvarez que menciona "los servicios al comercio exterior se caracterizan principalmente porque se especifican de acuerdo a la normatividad del país donde se ejercen y de ahí, se especializan dependiendo del lugar al que han de dirigirse las mercancías o desde donde estas son originadas. Además, cada ejercicio efectuado dentro de estas tareas señala con claridad, el camino que tiene que estar enfocado de acuerdo al rubro que se tiene que comercializar."⁷⁶

El comercio exterior es por sí mismo un ejercicio de actividades de intercambio comercial dentro de las cuales el crecimiento del desarrollo económico tiende a caracterizarse por la presencia de servicios que permiten que se

⁷⁶ Enrique Lugo Álvarez. Asesor de Financiamiento para Exportar Servicios Mexicanos de Bancomext; *Entrevista Con*, México, Agosto 22 del 2000.

consolide este proceso. De esto se desprende el hecho de que los servicios al comercio exterior puedan caracterizarse por "la serie de estrategias elementales y específicas que son jurídicamente necesarias para cumplir con los requisitos para lograr comerciar internacionalmente."⁷⁷

Pero los servicios al comercio exterior no sólo se caracterizan por ser metódicos pasos por realizar, sino que son actividades que permiten que las empresas lleven a cabo su comercio exterior sin tener que trasladarse al punto de origen de la mercancía y aún así, cumplir con todas las especificaciones regulatorias, los tiempos de entrega y la utilización de la logística adecuada para el beneficio de la propia empresa y de la economía nacional. De acuerdo con estas actividades que se desempeñan dentro de los servicios al comercio exterior, destaca el que no sólo se trata de cumplir con los trámites, sino de toda la logística que se desempeña para lograr optimizar el desempeño de acciones que completen el círculo de comercio exterior para tener como resultados costo-beneficio para la empresa.

Cabe mencionar que estas actividades se ofrecen por diversas organizaciones de manera aislada siendo así más difícil el desempeño y supervisión de los servicios ofrecidos. También el costo de cada una de las actividades se incrementa debido a que es un solo servicio el que se ofrece y se necesita tener una ganancia considerable.

Esta modalidad de servicios tiene como finalidad servir a toda aquella empresa que desea mover bienes o servicios de y hacia México y, por ende, precisa de la atención y especialización de una organización con las características antes mencionadas.

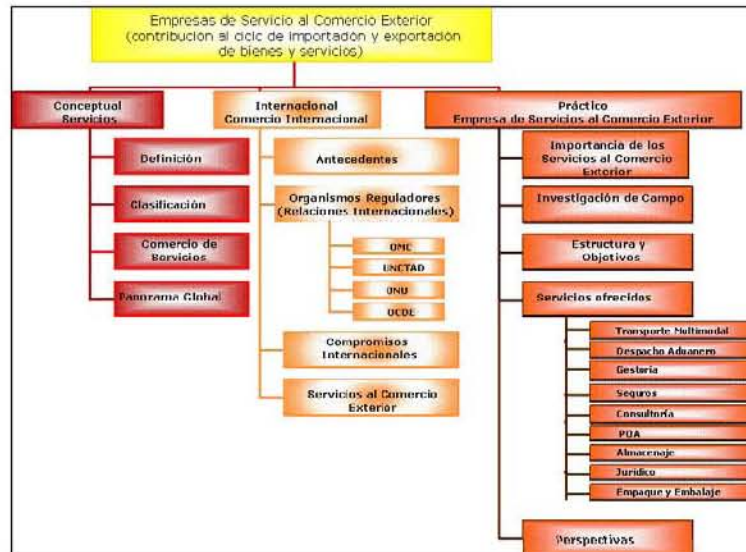
El modelo de empresa que se sugiere en este trabajo tiene un organigrama definido que de acuerdo a lo anteriormente expuesto debería de ser el que cumpla con los requisitos que se consideran los ideales para que el proyecto funcione.

⁷⁷ Pablo Mendoza; *Op.cit.* p.96.

3.2.1. Diagrama Conceptual

Una vez se ha realizado la búsqueda bibliográfica, es necesario escribir un documento que recopile el estado actual de la investigación en el tema. Este documento consigna el trabajo realizado hasta el momento y ofrece una visión global del área de investigación considerada, y se denomina estado del arte. Esto sirve como referencia para saber qué se ha hecho y así evitar duplicar esfuerzos o, peor aún, errores ya superados. Para ello se realizó una gráfica en donde se representan todos los puntos ya tocados en la tesina y aquellos que se van a describir posteriormente.

Gráfica 3 Estado del arte



El diagrama muestra la forma en la que una empresa de servicios al comercio exterior se une con la parte teórica de la presente tesis. Adicionalmente se esquematiza el esqueleto de la compañía prestadora de estas actividades.

3.2.2. Funciones

Las funciones principales de las empresas que contribuyen al trámite de importación y exportación de los servicios al comercio exterior las podemos describir de la siguiente manera:

1. Transporte: El movimiento de productos desde su punto de origen hasta su destino final se tiene que llevar a cabo en algún medio de transporte. El medio que se elija depende de varios factores que tienen beneficios en costo, tiempo y cuidados del producto en la transacción de la operación. Los principales son el terrestre, ferroviario, marítimo y aéreo. El transporte multimodal es aquel en el que se utilizan más de un tipo de éstos. El servicio que se ofrece en este ejercicio es el de contratar el o los transportes pertinentes. Lo importante de contar con una empresa especializada para ejercer esta actividad es que ésta tiene acceso a distintas transportistas que trae como beneficio la elección de la mejor logística y por lo tanto mejores precios
2. Despacho aduanero: Se refiere al desaduanamiento de las mercancías, que es un concepto emanado de la OMC. En forma general, dentro del sistema multilateral de comercio, se define como "el conjunto de protocolos acordados por las entidades públicas y privadas, de acuerdo al tratamiento legal y arancelario por fracción, para importar o exportar legalmente de acuerdo con las disposiciones de cada país"⁷⁸ En México, la parte medular del desaduanamiento lo constituye el despacho aduanal, considerado fundamentalmente en la Ley Aduanera y su Reglamento, cuya definición se indica en el artículo 35 de la Ley que dice "Se entiende por despacho el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales."⁷⁹ El tener la capacidad de llevar a cabo ésta actividad nos

⁷⁸ Bancomext, Centro de Comercio Internacional, *La Clave del Comercio*, México, 2000, p.39.

⁷⁹ ISEF. *Compendio de Disposiciones sobre Comercio Exterior*. ed. ISEF, México, 2003, p.32-35.

permite ofrecer diversas aduanas tanto de entrada como de salida y por lo tanto incluir al transporte para no romper el ciclo.

3. Administración de órdenes de compra: La realización de esta actividad trata de llevar un control de los pedidos que ha hecho una empresa a sus proveedores. Al ofrecer esto se garantiza al cliente programación de entregas a los clientes finales, programación de pagos de impuestos, coordinación efectiva de medios de transporte, trámite de documentos a tiempo y controles de inventarios.

4. Gestoría: Esto se refiere a los trámites que se tienen que realizar antes las autoridades pertinentes, aunque son responsabilidad exclusiva del importador o exportador, se ofrecen dentro del servicio de tramitación ante las distintas instancias. Dentro de éstos podemos mencionar: certificados de origen, certificados de elegibilidad, cupos, permisos de importación y/o exportación, padrón de importadores, visas textiles, etc. Estos trámites se indican en la Ley del Impuesto General de Exportación (TIGE) y en la Ley del Impuesto General de Importación (TIGI). Por lo tanto, el primer paso es definir el tratamiento legal y arancelario para cada mercancía sobre la base de la correcta clasificación en una fracción arancelaria.

5. Recolección y entrega: Las mercancías se tienen que mover desde el almacén en el cual se produjeron hasta la aduana correspondiente de exportación o viceversa, es decir a aquel lugar en donde se va a almacenar ya nacionalizado, ya que es en la aduana en donde se va a llevar a cabo el despacho aduanero, tanto de entrada como de salida. El servicio prestado es para ofrecer a los clientes este movimiento en caso de que no cuenten con la infraestructura necesaria y/o para iniciar el proceso de comercio exterior desde su inicio en el país en donde se contrata el servicio.

6. Seguros internacionales: En muchas ocasiones es necesario que la mercancía se asegure ya que no está exenta de sufrir algún daño durante el proceso. Es por eso que se ofrecen seguros internacionales

para cubrir el costo declarado del producto mas los gastos generados en el proceso de entrega; ofreciendo de ésta manera un servicio completo y seguridad en el manejo de la carga.

7. Consultoría: El comercio exterior tiene muchas variables y procesos de interpretación por lo que se ofrece a los clientes servicios de personas expertas en cada rama para la aclaración de dudas, resolución de problemas y propuestas de mejores alternativas a su comercio exterior. Dentro de este servicio podemos mencionar, la asesoría en contratos de compra-venta, control de divisas, propiedad intelectual, clasificación de productos, etc. Asimismo, se pueden efectuar auditorias para ver el estatus del comercio exterior de la contratante.

8. Administración de programas de fomento: Dentro de este servicio se puede mencionar el control y verificación de programas ante diversos organismos de gobierno como Draw Back, Altex, Ecex, Immex, Siicex, etc.

9. Asesoría legal: En caso de que por ciertas circunstancias el cliente se encuentre en un problema con las autoridades referente a la situación de su comercio exterior, se ofrece el servicio de asistir y auxiliar a los clientes para la pronta solución de este.

10. Almacén Fiscal: La ley aduanera permite a los importadores ingresar su mercancía a ciertos almacenes sin tener que pagar los impuestos correspondientes de importación. Esto les beneficia ya que los costos de almacenaje en estos lugares son más baratos que dentro del recinto fiscal y además permite sacar la mercancía paulatinamente. Dentro de este punto también se puede ofrecer el almacenaje de los productos antes de que se exporten y/o ya importados para aquellos clientes que no cuenten con el espacio para guardar su mercancía.

11. Empaque y embalaje: Los productores y/o distribuidores de los productos a importar y/o exportar, no necesariamente tienen dentro de sus actividades el empacar y embalar la mercancía de acuerdo a los requisitos impuestos por los compradores. Las características de cada

uno pueden variar dependiendo del uso que se le quiera dar a cada producto.

Como se puede observar, los servicios al comercio exterior tienen funciones definidas que si se complican o se tienen distintos proveedores, pueden complicarse y volverse tediosas y difíciles de realizar; además de que los costos generalmente son más altos.

3.2.3. Misión / Filosofía / Visión

La constitución de toda empresa tiene que iniciarse por un deseo de satisfacción de necesidades materiales o de servicio. En este sentido, las empresas al estructurarse lo hacen bajo cierto cometido que empuja la acción de emprender un negocio. Las organizaciones, sea cual sea su giro: producción de bienes o de servicios tienen un fin que es conocido como la misión de una empresa. Salvador Mercado, en su obra antes citada, dice que la misión de las empresas es "la obra que toda organización o colectividad se siente impelida a realizar, es decir que es el empuje que estimula la acción de efectuar una actividad."⁸⁰

Para la autora del libro *Fundamentos de Administración, Casos y Prácticas*, Lourdes Munch Galindo, la misión de la empresa es "la razón de ser de un organismo social, es la justificación de su existencia, fundamentalmente social."⁸¹

De este modo, la misión de una organización representa lo que significa su justificación existencial. Al considerar esto también se debe mencionar que la misión de la empresa debe estar en concordancia con la filosofía y visión que de esta organización se desprenda.

Por el término filosofía se debe entender "aquel conjunto de ideas sobre los principios básicos sobre los que se rige una organización."⁸² La filosofía de una

⁸⁰ Salvador Mercado; *Op Cit*, p 19.

⁸¹ Lourdes, Munch Galindo, *Fundamentos de Administración, Casos y Prácticas*, ed. Trillas, México, 1997, p. 384.

⁸² *Ibidem*, p 361.

empresa plantea los puntos básicos que han de guiar el desempeño de la estructura organizacional.

La visión por su parte, es "la imagen o idea futura que se tiene de la empresa. La persona que pone en marcha un negocio debe contar con visión de futuro; debe dedicar todo su esfuerzo para lograr sus objetivos."⁸³

De este modo, una empresa debe poseer un conjunto de ideas que llevan a poner en práctica una estructura idealizada de las metas propuestas. Esto se logra entonces a través de una filosofía, misión y visión. Para poder aterrizar todos los sueños de una empresa en una base sólida, sin duda no se pueden olvidar estos aspectos, pues dan el empuje necesario que cimientan a cualquier organización y dejan establecidos los valores propios.

De acuerdo a lo anteriormente planteado, una empresa de servicios al comercio exterior podría tener los siguientes valores:

Misión:

"mantener la satisfacción del cliente con servicios de información de alto valor agregado capaz de cubrir sus expectativas y desarrollar una cultura internacional de sus negocios para mejorar el desempeño empresarial y su participación en el comercio exterior mediante resultados financieros satisfactorios."

Filosofía:

"servir al incremento y desarrollo del comercio exterior en México aplicando la logística pertinente."

Visión:

"fortalecer en su medida a la economía mexicana atendiendo las demandas comerciales a nivel internacional auxiliando a las empresas que están o desean ingresar en el comercio internacional a través de una logística estructurada que

⁸³ Sergio Hernández y Rodríguez. *Introducción a la Administración. Un Enfoque Teórico Práctico*. Ed. Mc Graw Hill, México, 1994, p.31.

conjunte operaciones técnicas y administrativas que se ejecuten de acuerdo a las necesidades específicas de cada organización."

Con estos tres aspectos se dejan sentadas las bases sobre las que se puede dirigir una empresa de servicios al comercio exterior que, como ya se ha dicho, es una necesidad dentro de la industria productora de mercancías que desea gestionar adecuadamente sus movimientos internacionales y que quiere contar con los servicios de una organización especializada en ello.

Además de considerar que estas ideas justifican la existencia de una empresa de este tipo, debe entenderse que son las políticas sobre las cuales todo recurso técnico y humano tendría que encauzarse para que la empresa mantenga su rumbo adecuadamente.

La misión, filosofía y visión empresarial, representa los valores que se desea conseguir a través del desempeño de este tipo de empresa, que debe servir realmente a la sociedad comercial que se extiende a nivel internacional, beneficiando no sólo a la economía sino al bienestar de las relaciones exteriores.

3.2.4. Objetivos

Las empresas siempre tienen un objetivo primordial, que buscan cumplir cada día con su labor desempeñada. No se puede hablar de una misión sin objetivos concretos que en cada momento estarán presentes para cumplirlos.

Agustín Reyes Ponce, señala respecto al objetivo que "no hay ninguna empresa que no se establezca para lograr este fin directo, independientemente de los fines que se pretendan cumplir particularmente."⁸⁴

De ahí se desprende el hecho de que el objetivo general, al igual que cualquier otro rubro en el que se aplique este término, es el fin que se desea cumplir y a diferencia de la misión, es un aspecto que se busca satisfacer con todos los recursos técnicos y humanos que estén a su disposición.

⁸⁴ Agustín Reyes Ponce. *Op Cit.*, p. 83.

El objetivo principal de la empresa se puede resumir de la siguiente manera:

"Ser una organización que ofrezca los servicios de operaciones técnicas y administrativas para las empresas que incursionan en el comercio exterior. Los servicios ofrecidos serán de alta especialización en el rubro internacional para agilizar cualquier movimiento o lo relacionado con importación / exportación que tengan nuestros clientes."

Este objetivo general desprende diversos aspectos por atender, con lo cual se tienen que considerar los objetivos particulares de la empresa, que se ven a continuación. Toda organización está enfocada al cumplimiento de ciertos objetivos para facilitar las tareas y agilizar la administración de las funciones, de esta manera, debe considerarse la existencia de los objetivos particulares. Para poder entender mas claramente el concepto, lo definimos como "el fin o el intento al que se dirige o encamina una acción u operación. Al particularizarse, se está definiendo y delimitando lo que se busca."⁸⁵ Los objetivos que se proponen en este modelo de empresa, se pueden enumerar en la siguiente lista:

4. Captación del mercado que comercia exteriormente con otros países como clientes potenciales.
5. Especialización en todos los aspectos técnicos y administrativos que se ejecutan para importar y exportar, según las bases del comercio internacional.
6. Imagen, lograr que ésta se eleve y consolide gracias a que sería un modelo a seguir por las empresas que también deseen incursionar en este rubro de servicios al comercio exterior.
7. Satisfacción de los clientes en cuanto a esmero, puntualidad, atención, responsabilidad y calidad total en cada operación efectuada.

⁸⁵ Gran Enciclopedia Larousse. Tomo 9, ed. Planeta, España, p. 2453.

8. Crecimiento acorde al incremento de los clientes interesados en los servicios ofrecidos.
9. Mantenimiento de la misión y políticas para consolidarse como una empresa única en el ramo, que pueda ser modelo para la creación de competitividad en el rubro.

3.2.5. Estructura

En los puntos anteriores se ha planteado lo que se desea que sea la empresa desde el punto de vista filosófico, ahora corresponde observar lo que organizadamente se tiene que estructurar, es decir, la mecánica administrativa que ha de darse en la empresa. Para dejar clara esta parte, es necesario definir a la estructura como "el arreglo o disposición de las diversas partes de un todo o sea, de la empresa. En ella se denota el nivel jerárquico de cada puesto que está integrado en ella. También determina los niveles y unidades dependientes y sujetos a ella."⁸⁶ Esto significa que la estructuración de una empresa responde a las necesidades de disponer puestos y niveles que correspondan a los objetivos de una organización.

Otra definición de estructura de una empresa señala que "la estructuración de los elementos constitutivos de la empresa no reviste una importancia ni una complejidad iguales en las micro unidades (donde las funciones de empresa son asumidas por una o algunas personas) que en las macro unidades (donde éstas funciones se encuentran distribuidas entre una amplia gama de interventores y de establecimientos) la necesidad de organización aumenta con la dimensión."⁸⁷

De esta conceptualización se toma en cuenta que la estructura de una empresa es entonces la organización adecuada de las partes que la integran. De este modo, la estructura se forma considerando las áreas a satisfacer y los recursos con los que se cuentan.

⁸⁶ Lourdes Munch Galindo. *Op. Cit.*, p. 367.

⁸⁷ Gran Enciclopedia Larousse, Tomo 8, ed. Planeta, España, p.3658.

Hay que señalar que dentro de una empresa se cuenta con el apoyo de recursos, también llamados insumos que pueden ser: materiales (los bienes tangibles con que cuenta la empresa: instalaciones, maquinaria, herramienta, transporte, etc.), humanos (se refiere al personal que labora en ella), financieros (es el capital económica que financia los gastos), y los técnicos (que son los referentes a la utilización de tecnología y de instrumentos que ayudan a obtener una mejor eficiencia en las operaciones de la empresa).

La estructura de la empresa dependerá de los insumos y a su vez costos, pues van unidos en relación con lo que se desea lograr como organización. Cuando se tienen claros los ideales que ya se describieron (misión, filosofía, visión y objetivos) se puede estructurar adecuadamente una empresa.

Asimismo, la estructuración de la empresa teóricamente señala que ésta puede hacerse considerando la autoridad que habrá de existir en la organización y que puede ser:

- 1.- Autoridad lineo-funcional
- 2.- Autoridad staff o asesora
- 3.- Autoridad normativa
- 4.- Comités⁸⁸

En el caso de la empresa propuesta, ésta se estructurará considerando que tenga una autoridad normativa, es decir que "se caracteriza porque sus miembros y su personal directo formulan las normas de operación por área específica, además evalúan los resultados de las compañías dependientes de las sucursales, delegaciones y, en el caso de las franquiciantes y las franquicias."⁸⁹

Esto quiere decir que la empresa sugerida tendrá normas que se observarán de acuerdo a cada área de la organización respondiendo cada parte a una necesidad básica, para cumplir con lo servicios que requieren las empresas que son clientes potenciales para nuestra propuesta.

⁸⁸ Lourdes Munch Galindo, *Op Cit*, p. 368.

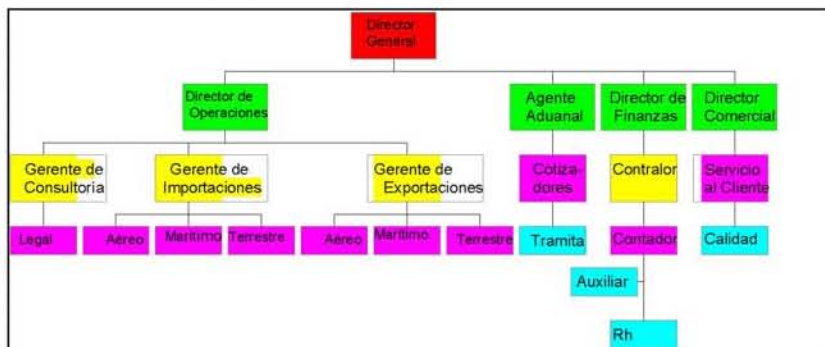
⁸⁹ *Ibidem*, p. 369.

Concretamente la estructuración de la empresa de servicios al comercio exterior responde a dos aspectos básicos: importar y exportar. Para ello, a continuación se organiza la estructura de esta empresa modelo atendiendo a las prioridades comerciales. "La vida de la empresa supone el cumplimiento de actividades, que el tamaño, o el ámbito de acción de la empresa, puede hacer más o menos complejas, pero que son necesarias para el ejercicio de la gestión de una unidad económica."⁹⁰ Esto significa que además de nombrar y hacer la división de tareas dentro de la empresa, se tienen que especificar las funciones de cada área señalada, para que exista una completa claridad de la labor que desempeñará el trabajador y de este modo se puedan cumplir los objetivos de cada parte que conforma la organización.

De este modo se ha considerado lo anterior para hacer funcional la estructura de la empresa la organización se divide en cuatro áreas básicas dirigidas y orientadas por una Dirección General. A su vez, cada área posee sus divisiones correspondientes para atender y cumplir los propósitos de la empresa.

El orden en el cual están divididas las funciones y actividades se pueden representar en un diagrama que se llama organigrama. Para efectos de esta empresa en la siguiente gráfica podemos verlo:

Gráfica 4 Organigrama



⁹⁰ Gran Enciclopedia Larousse, *Op. Cit.*, p.3658.

Dirección General: Es la parte medular de la empresa pues de ella emanan las bases que habrán de seguirse para realizar las tareas propuestas en la organización. Su función básica es dirigir a las cuatro áreas que a continuación se describen, así como armonizar las funciones de éstas para consolidar la misión y objetivos empresariales.

Operaciones: Esta área está a cargo de un director quien se encarga de llevar la parte operativa de la empresa, es decir que desde ésta sección se llevan a cabo las actividades necesarias para cumplir el objetivo de la empresa que es brindar el servicio de logística a los clientes. Cabe mencionar que es en esta área en donde se generan los ingresos y el buen funcionamiento de la empresa. Para su funcionamiento, está dividida básicamente en dos rubros: la consultoría que es aquella que se encarga de conseguir información de los requisitos para llevar a cabo una operación así como el correcto llenado de documentos; otra función de la consultoría se refiere a la parte legal en donde se ayuda al cliente a solucionar problemas generados en alguna de sus operaciones y que tengan que ver con las autoridades pertinentes. Por otro lado tenemos el área operativa que es aquella que se encarga de documentar, revisar, dar seguimiento y procesar cada uno de los embarques desde su origen hasta su destino final.

Agencia Aduanal: Este departamento está dirigido por el agente aduanal, como persona física, y es el encargado de llevar a cabo las actividades de despacho aduanero ante las autoridades correspondientes. Existen ciertas actividades propias de cada subdivisión del área que son primordiales para cumplir con las normas legales de la empresa y de los clientes.

Finanzas: La división se encarga de llevar correctamente las finanzas de la empresa, utilizando adecuadamente los recursos monetarios que existen para que la organización crezca, haciendo las inversiones y los pagos correspondientes. Para ello el director de finanzas armoniza las tareas del contador, del contralor y

de recursos humanos haciendo que la compañía este sana financiera y administrativamente.

Comercial: La función principal de ésta es localizar y atender a los clientes que necesiten los servicios de la empresa. El director tiene que tener la sensibilidad para poder identificar posibles negocios así como revisar que las propuestas que se hagan a los clientes sean para beneficio mutuo. Las relaciones públicas son base fundamental para la captación y mantenimiento de los clientes.

3.3. Perspectivas de le empresa

El valor del comercio internacional para los productores, comerciantes, transportistas, instituciones financieras y otras empresas de negocios que se dedican al movimiento internacional de mercancías, servicios y capitales es alto ya que representa una fuente de ingresos muy importante para sus finanzas.

Los productores nacionales tienen varios beneficios del comercio exterior. Dependen de las importaciones para hacer frente a sus necesidades industriales de materias primas y de equipo productivo a un costo menor que el nacional ya que en algunas ocasiones es muy difícil conseguirlo con las características necesarias para ofrecer un producto de calidad. Las comercializadoras ofrecen productos que no son producidos en el país dando a la población una mayor variedad de productos. El que haya productos extranjeros en el mercado ejercen presión a los productores mexicanos a ir aumentando la calidad de sus productos cada día, ya que la competencia es sana para todos. Por otro lado los exportadores generan divisas para el país y por lo tanto un beneficio global.

El mundo de los negocios de hoy está marcado por una característica decisiva que determinará el éxito de una compañía: el más rápido, más eficiente y más costeable sobrevivirá. La velocidad, la seguridad y la eficiencia tienen hoy un papel central en el desarrollo de las transacciones comerciales a nivel mundial. En este sentido, la logística tiene un peso cada vez más importante a la hora de

determinar la competitividad de cualquier bien o servicio en cualquier país y está directamente relacionada con la nueva economía global.

México ha suscrito varios tratados de libre comercio con diferentes países, además de varios acuerdos de carácter arancelario preferencial con otras naciones. Si partimos del supuesto que derivado de una exitosa negociación internacional obtendremos una ventaja competitiva para nuestros productos adquiridos en el extranjero, es por demás justificable que el proceso operativo de la logística internacional optimice los recursos materiales y económicos, así como los tiempos de las actividades para la mejora de la empresa y por ello beneficios inmediatos a la economía nacional.

El comercio exterior así como las empresas especializadas en llevar a cabo este servicio nos llevan a analizar las ventajas comerciales que se obtendrían de éstos; de hecho resulta conveniente citar que la logística hoy en día para las empresas debe conceptualizarse como una ventaja competitiva. Contratar una empresa especializada en operaciones de comercio exterior permitirá a la empresa atender y cumplir cabalmente aquellas regulaciones, disposiciones y demás reglamentaciones que demandan un control muy puntual y transparente de sus operaciones.

Uno de los objetos de la presente tesina es mencionar que la especialización de las empresas ofrece a las diversas organizaciones seguridad patrimonial, jurídica y económica, entre las principales variables en juego. El comercio exterior tiende a moderar las fluctuaciones de la oferta y la demanda y, por lo tanto, los precios de los bienes individuales, teniendo como consecuencia el bienestar de la economía nacional y la participación del país en las actividades económicas del mundo.

Con este breve preámbulo se observa que el comercio exterior es una actividad que beneficia a todos los actores participantes. Está claro que este comercio no se puede llevar a cabo por las empresas productoras, ya que por un lado esto significa distraerse de su actividad principal y por otro se necesitan de intermediarios y organizaciones especializadas para conducir y facilitar sus operaciones para que esta actividad se lleve a cabo con excelencia.

Con ello se entiende que el comerciante internacional requiere de una empresa de servicios al comercio exterior que le ofrezca el paquete completo para que la cadena logística no se rompa y entorpezca la operación. Esto ya ha quedado justificado, no obstante es importante señalar que si ahora es un hecho prioritario contar con servicios especializados, en un futuro se va a hacer más importante. El mundo tiende a la especialización y una empresa especializada en una cierta área tiene las puertas abiertas del mundo comercial.

Una empresa de servicios al comercio exterior, cada día se convierte más en una necesidad ya que la inversión extranjera que ingresa en el país reactiva sectores del comercio que estaban definidos únicamente por circunstancias financieras. A raíz de esta situación queda comprendido el hecho de que la empresa de servicios es un beneficio para el comercio exterior, pues al prestar sus capacidades agiliza las operaciones y representan ganancias para la economía empresarial y nacional.

Puesto que el comercio exterior seguirá incrementándose en nuestro país debido a la globalización de la economía, la existencia de empresas de servicios al comercio exterior puede generar un nuevo rubro comercial para mayor generación de empleos. La propia industria verá entonces los beneficios de utilizar a una empresa de logística internacional con alto valor agregado que como consecuencia tendrá calidad total en el desempeño de sus funciones. Es por ello que tiene que haber una completa responsabilidad y profesionalismo en el quehacer de cada una de las áreas que integren la empresa, lo cual es exigido por el propio mercado internacional que cuenta con la tecnología, personal y *know how*⁹¹ para la generación de importantes negociaciones internacionales y el posicionamiento de México dentro de las economías más fuertes del planeta.

⁹¹ Know how: en inglés y se refiere al conocimiento técnico.

CONCLUSIONES

Una vez terminada la investigación sobre la propuesta de una empresa de servicios al comercio exterior con base en el análisis de la evolución del sistema macroeconómico y demostrando que los servicios son una parte fundamental de los actores participantes, podemos señalar que el objetivo principal de demostrar la importancia de este tipo de empresas en la economía nacional e internacional ha sido cubierto. En las Relaciones Internacionales, hay varios actores que participan en la escena internacional; en la presente tesina actores como los estados participan mediante la creación de organismos que regulan el comercio y actores como las empresas tanto de servicios como de movimiento de bienes están siempre presentes y son parte importante del objeto de estudio. El proceso mediante el cual se consiguió fue por medio de la presentación de un marco conceptual para los fines de este trabajo.

Se inicia con la descripción de la evolución que han sufrido los servicios en el ámbito internacional. En la actualidad los servicios ya representan hasta un 64% del PIB en países desarrollados y alrededor de un 45% en los países de bajos ingresos. El auge de los servicios se da a partir de los años setenta y hasta la fecha siguen ocupando un lugar predominante en las actividades económicas de cada país y por lo tanto un tema importante en las relaciones entre los países. También es un hecho que muchos países se siguen manteniendo al margen de la economía moderna de los servicios y registran un déficit en su balanza comercial. La realidad es que para poder preservar la función social de los servicios en el proceso de liberalización de los servicios y la inclusión de todos los países se deben reunir ciertas características indispensables. La apertura del mercado de los servicios sin el previo establecimiento de marcos normativos nacionales e internacionales relativos a la competencia y a la regulación jurídica puede tener consecuencias negativas sobre la capacidad de las empresas locales para sobrevivir y desarrollarse.

En el segundo capítulo sobresale la importancia del comercio de servicios y se hace mención de la necesidad de la inclusión de los servicios en los acuerdos y tratados bilaterales y multilaterales. La comunidad internacional considera que las negociaciones sobre los servicios son una oportunidad para promover el desarrollo y el crecimiento. La liberalización del comercio de servicios ha sido un tema importante para los países desarrollados y es por eso que su participación en los organismos internacionales es vital. La organización internacional más representativa ha sido la llevada a cabo mediante el proceso que se ha seguido desde la Carta de la Habana, la creación del GATT y su transición a la OMC. Estos organismos son los encargados de regular el comercio de servicios y sus objetivos y acuerdos se logran mediante rondas de negociación, mismas que se tratan en este trabajo.

Existen teorías que consideran que la problemática actual del sistema multilateral de comercio no está dando soluciones a las necesidades de los servicios. Los mecanismos multilaterales que auspicia la OMC, negociados dentro de la Ronda de Doha, tienen muchos desacuerdos entre los países miembros. En este sentido, María Cristina Rosas en su trabajo *La Ronda de Doha, alcances y límites* "señala que esta ronda es ambiciosa y compleja y el tiempo es breve"⁹². Lo que no se puede negar es que, a la fecha, es la única capaz de garantizar un mejor acceso a los mercados de los diferentes países.

El tercer capítulo trató de proponer un modelo de empresa, con base en la explicación conceptual de un marco teórico-metodológico, una compañía que ofrece servicios al comercio exterior a las empresas importadoras y exportadoras de bienes y servicios. En éste, se incluyó la descripción de dicha actividad económica pero más aún se explicó la importancia de la existencia de dichos servicios ya que la competencia mundial en los mercados está impulsando a las empresas a contratar servicios a escala mundial. Así pues, relacionamos una actividad pragmática con la disciplina de las Relaciones Internacionales y dejamos

⁹² María Cristina Rosas. "La Relación Comercio-Desarrollo y la Ronda de Doha", *Aldea Mundo*, noviembre, año/vol. 10, número 019, Universidad de los Andes, San Cristobal, Venezuela, 2005, p. 3.

establecidas las bases para la incorporación de éstas en las economías nacionales.

La hipótesis señala que una empresa de servicios al comercio exterior da respuesta a la solución de problemas en el ciclo de importación y exportación de bienes y servicios. Se concluye que los requisitos en dichos procesos requieren de la especialización del personal y de la infraestructura para obtener resultados exitosos. La existencia de organismos internacionales capacitados para regular el comercio, solucionar controversias y liberalizar los procesos permiten que haya una apertura de mercados y, por lo tanto, mayor participación en la economía global.

Las propuestas expuestas en la investigación dan como resultado la creación de una empresa que dé solución inmediata a las necesidades de aquellos importadores y exportadores de bienes y servicios. La complejidad del proceso, aunado a la participación de los países en un mundo más globalizado requiere, a su vez, de soluciones mas globalizadas.

La integración es una realidad y el comercio adquiere día a día de mayor importancia. México va a resultar beneficiado si promueve políticas de apertura comercial, así como, programas de fomento a las empresas que participan en el intercambio de productos y servicios de origen extranjero y la inclusión de los productos nacionales en los diferentes mercados.

Las Relaciones Internacionales crean el marco teórico-jurídico y la economía internacional el escenario para poder llevar a cabo las actividades comerciales de los actores varios participantes. Asimismo considero que el tipo de empresas que se propone en la tesina contribuye al desarrollo social ya sea a través de la creación de empleos, la inclusión de las personas en una nueva actividad económica mediante la capacitación y el estudio de la materia, la movilidad social, el turismo y su participación en el sistema financiero, entre otros. México, aún cuando se considera un país en vías de desarrollo, tiene una participación importante en la economía mundial y el comercio de bienes y servicios le ha dado ese papel.

GLOSARIO

ALTEX	Empresa altamente exportadora
ASEAN	Asociación de Naciones del Asia Sudoriental
Bancomext	Banco de Comercio Exterior
CEPAL	Conferencia Económica para América Latina
ECEX	Empresas de Comercio Exterior
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
GATTS	Acuerdo General sobre Comercio de Servicios
GNS	Grupo de Negociaciones de Servicios
IATA	Asociación Internacional sobre Transporte Aéreo
ICAO	Organización Internacional de Aviación Civil
IMMEX	Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios al Comercio Exterior
IPN	Instituto Politécnico Nacional
NMF	Nación más favorecida
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OIC	Organización Internacional de Comercio
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PITEX	Programa de importación temporal para artículos de exportación. Actualmente es el IMMEX
SAC	Comité de Servicios de Consulta
SELA	Sistema Económico Latinoamericano
SIICEX	Sistema Integral de Información de Comercio Exterior
TCD	División de Cooperación Técnica
TED	Tratado Especial y Diferenciado
TIGE	Tarifa Impuesto General de Exportación
TIGI	Tarifa Impuesto General de Importación
TLCAN	Tratado de Libre Comercio con América del Norte
UNCTAD	Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Fuentes de consulta

Bibliografía

Cabeza García, Alfredo. Procedimientos de auditoria para la revisión de operaciones de Comercio Exterior. Ed. Ediciones Fiscales ISEF, México, 2000.

Chacholiades, Miltiades. Economía Internacional. Ed. Mc Graw Hill, México, 1991.

Feketekuty, Geza. Comercio Internacional de Servicios Panorama general y modelo para las negociaciones. Traduc. Ana I. Stellino, Ed., Gernika, México, 1990.

Friedmann, Wolfgang. The Changing Structure of International Law. Ed. Columbia University Press, New York, 1964.

Gran Enciclopedia Larousse. Ed. Planeta, España, 1997.

Henaine, Ernesto. Sustitución de importaciones estrategia de desarrollo económico para México. Ed. Diana, México, 1987.

Hernández y Rodríguez, Sergio. Introducción a la Administración. Un Enfoque Teórico Práctico. Ed. Mc Graw Hill, México 1994.

Lenin Ilich, Vladimir. El imperialismo, fase superior del capitalismo. Ed. Lenguas Extranjeras, 1ª edición Moscú 1966, 4ª reimpresión Pekín, 1975.

List, George Friederich. Sistema Nacional de Economía Política. Ed. Longman, Londres, 1904.

Long, Oliver. Law and its Limitations in the GATT Legal System. Ed. Mc Arthur, London, 1989.

Marx, Karl. El Capital. Vol. I, Ed. Pingüino, Londres, 1976.

Maubert Viveros, Claudio. Comercio Internacional Aspectos operativos, administrativos y financieros. Ed. Trillas, México, 2001.

Mercado, Salvador. Comercio Internacional I. Ed. Limusa, México 1999.

Munch Galindo Lourdes. Fundamentos de Administración. Casos y Prácticas. Ed. Trillas, México 1998.

Norman, Victor & Strandenes, Siri. International Trade in Services. Ed. Pergamon, Londres, 1987.

Ortiz Wadymar, Arturo. Introducción al Comercio Exterior de México. Ed. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México, 1988.

Pereznieto Castro, Leonel. Derecho Internacional Privado. Ed. Harla, México, 5ª edición, 1991.

Porter E., Michael. Competitive Advantage. Ed. The Free Press, New York, 1980.

Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. Ed. Espasa Calpe, Vigésima segunda edición, Madrid, 2001.

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Gerente de Tráfico y Aduanas. Ed. Universidad en Asuntos Internacionales, México, 2001.

Reyes Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. Ed. Limusa, México, 1997.

Riddle, Dorothy. The Role of Service Sector in World Development. Ed. Praeger, New York, 1986.

Riva-Palacio Gómez Daza, Claudia. Promoción de las Exportaciones y la Pequeña y Mediana Empresa Mexicana. Universidad de las Américas, México, 1995.

Trammer, Peter. Fuentes de la Ley Internacional con referencia al Comercio Este-Oeste. Ed. Clive, Nueva York, 1991.

Witker Jorge, Hernández Laura. Régimen Jurídico del Comercio Exterior en México. Instituto de Investigaciones Jurídicas, serie Doctrina Jurídica, Num. 423, Universidad Nacional Autónoma de México, 2008.

Hemerografía

Castle, Leslie V. & Findlay, Christopher; "Issues in Services Trade in the Pacific" *Pacific Economic Paper*, No. 154, p.3.

Elfring, Tom. "Service Sector Employment in Advanced Economies: A Comparative Analysis of Its Implications for Economic Growth", en *Income and Wealth*., Avebury, 1988.

Griffith Brian. "Invisible Barriers to Invisible Trade", *Mcmillan for the Trade Policy Research Centre*, London, 1975.

ISEF. *Compendio de Disposiciones sobre Comercio Exterior*. Ed. Isel, México, 2003.

Lugo Alvarez, Enrique. Asesor de Financiamiento para Exportar Servicios Mexicanos de Bancomext. *Entrevista Con*, México, Agosto 22 del 2000.

Mendoza, Pablo. Catedrático del IPN en Economía; Entrevista Con; México, Agosto 11 del 2000.

"Report of the First Session of Preparatory Committee of the UN Conference on Trade and Development", Anexure 10, Section 1-1.

Rodríguez Mendoza Miguel. "Latinoamérica y las Negociaciones en Comercio de Servicios". *Ronda Uruguay*, UNCTAD/ITP/10.

Rosas, María Cristina. "La Relación Comercio-Desarrollo y la Ronda de Doha", *Aldea Mundo*. noviembre, año/vol. 10, número 019, Universidad de los Andes, San Cristobal, Venezuela, 2005, p. 3.

Schatan, Claudia. Comercio de servicios no tradicionales: el caso de México.
www. CEPAL.org

SELA, "Reporte Final de la Reunión Coordinadora en Relación a las Partes Contratantes del GATT a Nivel Ministerial", *Reunión del GATT* en Ginebra, 4-6 octubre 1982.

UNCTAD, "Temas de servicios en el contexto del Comercio de Servicios", Secretaría UNCTAD/TD/B/1197.

GATT, "Declaración Ministerial", *BISD* 33 Suplemento 19 de 1987, GATT/1396
Mario Saavedra Iniesta. Director de Desarrollo Económico de Bancomext; Entrevista con; México, Julio 20 del 2000.

Fuentes Electrónicas

www.wto.org

www.cepal.org
www.unctad.org
www.forumdecomercio.org
www.economia.gob.mx
www.ftaa-alca.org
www.sre.gob.mx
www.onu.org
www.imf.org
www.commerce.gov