



**NOMBRE DE ALUMNO: CHALCHI RODRIGUEZ  
GABRIEL**

**NOMBRE DEL PROFESOR: SANDRA DANIELA  
GUILLEN PULIDO**

**NOMBRE DEL TRABAJO: ENSAYO**

**MATERIA: TRATADOS Y ACUERDOS  
COMERCIALES**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**GRADO: NOVENO**

**GRUPO: UNICO**

## INTRODUCCIÓN

Como ya bien se conoce México, es uno de los países líderes de América Latina y representa un elemento fundamental para el desarrollo de otras regiones.

Los Tratados internacionales que México ha suscrito favorecen a los emprendedores y a las empresas. En este artículo te vamos a decir los países con los que México tiene celebrados Tratados de Libre Comercio (TLC), objetivos, importancia, ventajas y desventajas de estos tratados en materia de exportaciones e importaciones. Conocer esta información permite tener una amplia visión de los aspectos más relevantes en el tema de las operaciones de Comercio Exterior.

Con los tratados internacionales, México obtiene preferencias arancelarias, de acuerdo al tratado al que esté suscrito. De ahí la importancia de conocer ampliamente del tema, si la empresa realiza operaciones de importación o exportación de productos o servicios.

También, esta información les sirve a contadores, fiscalistas, encargados del área de Comercio Exterior, administradores, abogados y a quienes les interese esta materia.

## **Acuerdos firmados con América del Norte**

Como ya se sabe los Tratados de Libre Comercio de América del Norte ( TLCAN) es un acuerdo comercial que pretende beneficiar a los tres países que lo suscriben: México, Estados Unidos y Canadá. Las mayores ganancias obtenidas del comercio entre México y Estados Unidos se quedan en empresas de capital estadounidense, de acuerdo con el Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación (Index). Lo que confirman las protestas de empresas manufactureras de Estados Unidos, que pidieron al presidente Donald Trump que no afecte las exportaciones estadounidenses, al argumentar que más de 2 millones de empleos de aquel país están vinculados a las relaciones comerciales entre los tres países.

### **¿Quién administra el TLCAN?**

El TLCAN es administrado por el Secretariado del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, establecido de conformidad en el artículo 2002 del tratado. El Secretariado se encarga de administrar los mecanismos estipulados en el tratado para resolver las controversias comerciales entre las industrias nacionales o los gobiernos de los países partes de una forma oportuna e imparcial.

### **Objetivos**

Los principales objetivos del TLCAN son conceder a los firmantes el estatus de nación más favorecida, es decir, que estos países cuentan con las mejores condiciones de comercio entre ellos; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios; promover condiciones de competencia justa; aumentar las oportunidades de inversión; proporcionar protección y cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual; establecer procedimientos para la resolución de disputas comerciales e implantar un marco para una mayor cooperación trilateral, regional y multilateral para ampliar los beneficios del acuerdo comercial.

## **Acuerdos firmados con Sudamérica**

Generalmente las tendencias globales en cuanto a los acuerdos preferenciales<sup>1</sup> se examinan ampliamente en un reciente estudio de la OMC. Según este estudio existen en la actualidad más de 300 acuerdos comerciales preferenciales, de los cuales más de 200 han sido negociados desde 1990. Todos los países de la OMC<sup>2</sup> con la excepción de Mongolia participan en al menos uno de estos acuerdos y los mismos son suscritos con cada vez

mayor frecuencia entre países desarrollados y en vías de desarrollo. La cobertura geográfica de los acuerdos varía. Algunos son acuerdos intrarregionales (celebrados entre países de una misma región) y otros son interregionales (sus miembros pertenecen a distintos grupos o regiones).

Las tendencias globales descritas en el informe de la OMC están también presentes en los acuerdos comerciales suscritos en América Latina. Según la OMC, los países de América del Sur han suscrito un total de 65 acuerdos comerciales, de los cuales 54 se han negociado con otros países en vías de desarrollo de la región y fuera de ella, y 11 con países desarrollados. Según el estudio, 15 de los acuerdos comerciales existentes han sido negociados con países asiáticos, la mayoría en tiempos recientes, y esto demuestra la importancia que han ganado estos países en el comercio regional. El número de acuerdos indicado por la OMC son los reportados en ese organismo, por lo que la cifra puede diferir de la que muestran otras entidades, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)<sup>7</sup> o ALADI. Utilizando diversas fuentes, se han construido las Tablas 1 y 2, en las cuales se incluyen los acuerdos comerciales suscritos por los países de América del Sur entre sí (Tabla 1) y con terceros países (Tabla 2).

### **Acuerdos firmados con la Unión Europea.**

La UE gestiona sus relaciones comerciales con terceros países mediante acuerdos comerciales. Estos acuerdos tienen por objeto mejorar las oportunidades comerciales y superar las barreras conexas. La política comercial de la UE se usa asimismo como vehículo para fomentar los principios y valores europeos, desde la democracia y los derechos humanos hasta la defensa del medio ambiente y los derechos sociales. Clasificación Los acuerdos comerciales difieren según su contenido:

- Acuerdos de asociación económica (AAE): apoyan el desarrollo de socios comerciales de países de África, Caribe y el Pacífico
- Acuerdos de libre comercio (ALC): permiten una apertura recíproca de los mercados con países desarrollados y economías emergentes mediante la concesión de un acceso preferente a los mercados
- Acuerdos de asociación (AA): refuerzan acuerdos políticos más amplios.

### **Relaciones comerciales con Asia y Medio Oriente.**

En Asia, existen más de setenta acuerdos comerciales (tratados de libre comercio, acuerdos de complementación económica...) tanto a nivel regional como extra regional:

1. Intrarregionales: la ASEAN, la Asociación para la Cooperación del Sur de Asia, la Iniciativa de la Bahía de Bengala, la Zona de Libre Comercio de Asia del Sur, la Comunidad Económica Euroasiática (EurAsEC), la Organización de Cooperación Económica (ECO)...
2. Extra regionales: el Acuerdo Transpacífico (TPP), el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), los acuerdos con la Unión Europea (UE)...
3. Bilaterales intrarregionales: el Acuerdo China-ASEAN, India-Corea...
4. Bilaterales extra regionales: China-Chile, México-Japón... Cada país asiático puede tener tratados de libre comercio (TLC) con terceros países. Por ejemplo, Singapur tiene un acuerdo con Perú, Panamá, Australia, China, Corea, los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), los Estados Unidos, Japón, Jordania, Nueva Zelanda o India; además forma parte del acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica. Una empresa que desee hacer negocios internacionales en el espacio económico asiático debe conocer todos los acuerdos comerciales vigentes.

Si el país del exportador - importador: a) Tiene algún tratado comercial en vigor con algún país asiático: El exportador deberá saber cómo aprovechar las ventajas implícitas al acuerdo (las reducciones arancelarias, el régimen de origen, normas técnicas, la inversión extranjera directa, Derechos de propiedad intelectual, los mercados públicos, el comercio exterior de servicios...) Pero también deberá conocer qué otros países del mundo pueden tener algún acuerdo comercial en vigor con alguno de estos países. b) No tiene ningún acuerdo de comercio en vigor con algún país asiático: Puede darse la situación de que otro país (de la región o no) sí que pueda tener algún acuerdo en vigor con los países asiáticos. Entonces el exportador estará en desventaja (todas las inherentes al tratado de libre comercio del otro país con el mercado objetivo) ante las empresas del otro país. Todos estos factores son indispensables para diseñar y/o adaptar la estrategia de marketing internacional para los mercados del Sudeste Asiático. Por ejemplo, una empresa de la Argentina que desee exportar a Singapur podría estar en desventaja con una empresa peruana, panameña o china, ya que tanto Perú, Panamá y China tienen un acuerdo en vigor con Singapur; así la empresa peruana, panameña y la de china tendrán todas las ventajas inherentes al tratado de libre comercio (aunque cada tratado comercial pueda variar en contenido). La empresa argentina deberá tener en cuenta este factor en su estrategia de exportación a la región.