

24  
106



# Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

## “El Gatt y la Comercialización de Autopartes o Refacciones Automotrices”



### Seminario de Investigación Administrativa

Que en opción al grado de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r e s e n t a :

**ARTURO SAENZ TORICES**

Director del Seminario: L.A. y M.A. José Manuel Alonso Contreras



México, D. F.

1986



## **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 está 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.

## INDICE

Prologo .....	pag. 1
CAPITULO I	
1.1 El GATT: Antecedentes, objetivos, estructura y marco jurídico.....	pag. 3
1.2 Su desarrollo desde 1958 hasta los últimos - años.....	pag. 22
CAPITULO II	
2.1 Perspectivas del GATT.....	pag. 28
2.2 Repercusiones en la economía nacional.....	pag. 31
CAPITULO III	
3.1 Relación entre México y el Acuerdo General.....	pag. 33
3.2 Crecimiento Nacional.....	pag. 36
3.3 Financiamiento.....	pag. 43
3.4 Política Económica en 1986.....	pag. 48
3.5 Negociaciones con el Acuerdo General.....	pag. 51
3.6 Retos para las empresas nacionales.....	pag. 52
3.7 La empresa mexicana y la liberalización del - sector externo de la economía.....	pag. 54
3.8 El proteccionismo.....	pag. 57
3.9 México y su futuro.....	pag. 59

## CAPITULO IV

4.1	Productividad y exportación.....	pag. 62
4.2	Producción para la exportación.....	pag. 65
4.3	Las Maquiladoras.....	pag. 73

## CAFITULO V

5.1	Comercialización	
5.1.1	Comercialización de las refacciones V.W. frente al GATT.....	pag. 78
5.1.2	Producto.....	pag. 84
5.1.2.1	Para diferenciar el producto.....	pag. 85
5.1.2.2	Control de Calidad.....	pag. 90
5.1.2.3	Abasto y registro de entradas y salidas de material.....	pag. 91
5.1.2.4	Segmentos que se atraen.....	pag. 93
5.1.2.5	Importancia de la garantía y el servicio.....	pag. 95
5.1.2.6	Variación del producto.....	pag. 99
5.1.2.7	Empaque.....	pag. 99
5.1.2.8	Competencia.....	pag. 100
5.1.3	Plaza o Lugar	
5.1.3.1	Distribuidores que deben comer- cializar el producto.....	pag. 102

5.1.3.2	Edificios e Instalaciones.....	pag. 105
5.1.3.3	Márgenes de Utilidad.....	pag. 107
5.1.3.4	Volúmenes de ventas.....	pag. 108
5.1.3.5	Embarques.....	pag. 111
5.1.3.6	Manejo de Rentabilidad.....	pag. 116
5.1.4	Precio.....	pag. 116
5.1.4.1	Variaciones de los pre - cios del producto.....	pag. 118
5.1.4.2	Competencia de precios.....	pag. 119
5.1.4.3	Importancia del precio pa- ra el comprador.....	pag. 119
5.1.5	Promoción y Publicidad.....	pag. 120
5.1.5.1	Definiciones.....	pag. 120
5.1.5.2	Objetivos de la Publicidad.....	pag. 122
5.1.5.3	Pasos para llevar a cabo - un programa de publicidad.....	pag. 123
5.1.5.4	Pasos cronológicos para la promoción de ventas .....	pag. 123
5.1.5.5	Relaciones Públicas.....	pag. 124
5.1.5.6	Estudios de Mercado.....	pag. 124
5.1.5.7	Mercado y Refacciones.....	pag. 124
5.1.5.8	Clientes para la Volkswa - gen.....	pag. 125

5.1.5.9	Competencia Directa e Indirecta.....	pag. 126
5.1.5.10	Canales de Distribución.....	pag. 127
5.1.5.11	Promoción de Refacciones.....	pag. 127
5.1.5.12	Promoción (materiales).....	pag. 132
5.1.5.13	Funciones de la sección "Promoción de ventas".....	pag. 132
5.1.5.14	Promoción de Accesorios.....	pag. 133

CAPITULO VI

6.1	Comentario.....	pag. 134
-----	-----------------	----------

## PROLOGO

Esta tesis trata un tema de particular importancia para México sobre todo para las pequeñas y medianas empresas que trabajan en el país; recientemente se ha acordado la entrada al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) por parte de México, y de esta manera se tendrán que producir bienes de consumo con una buena calidad y precio.

La entrada al GATT (General Agreement on Tariff and Trade), significa un cambio radical tanto en el manejo de la política mexicana, como en las empresas nacionales, ya que se verán obligadas a competir con productos extranjeros, que algunos de ellos, son mejores en cuanto a calidad y precio. Es por esto que la Planta Productora tendrá que incrementar sus esfuerzos para evitar perder mercado.

Este análisis nos muestra como opera el GATT; cual es su historia, su marco jurídico, las posibles repercusiones en la economía nacional, entre otros puntos. También la manera en que tendrán que afrontar este hecho los negocios relacionados con la comercialización de refacciones automotrices, en este caso, por parte de un concesionario autorizado Volkswagen cuya razón social, prefirió que se mantuviera en el anonimato. Dentro de este estudio analicé lo relacionado con : Producto, Plaza o Lugar, Precio -

y Promoción o Publicidad dentro del área de comercialización.

Tanto para el tema del GATT, como para el de comercialización-  
se llevo a cabo una investigación documental y de campo con las so-  
ciedades respectivas.



## CAPITULO I

1.1- EL GATT: ANTECEDENTES, OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y MARCO JURÍDICO.

ANTECEDENTES

En el período entre la I y II guerras mundiales, el comercio internacional creció a tasas menores que la producción. A partir de 1929 el comercio cayó en un 0.5% promedio anual. Esto fue debido a la Contracción Industrial, la crisis financiera mundial y el incremento de las medidas proteccionistas resultantes de la Depresión. Los principales países industrializados elevaron los aranceles, introdujeron restricciones cuantitativas y controles de cambio y se multiplicaron los acuerdos bilaterales de intercambio compensado.

A través de la Sociedad de las Naciones se hicieron esfuerzos para reducir las restricciones al comercio, pero éstos fracasaron. Estados Unidos propone a sus socios comerciales a través de Acuerdos Comerciales Recíprocos la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, esto en 1934. Se realizaron negociaciones entre ese país y treinta más, entre los cuales figuran varios países latinoamericanos, pero el proteccionismo siguió caracterizando la economía mundial durante el decenio de los años treinta.

En 1941 Estados Unidos conjuntamente con Inglaterra, tratan-

cio.

Después de negociaciones por tres años, 53 países entre los -  
cuales México firman el Acta Final de la Conferencia de las Nacio -  
nes Unidas sobre Comercio y Empleo, en la que se anexa la resolu -  
ción de la Comisión Interina de la Organización Internacional de Co -  
mercio de la que México forma parte, junto con los demás dignata -  
rios de la Conferencia con excepción de Argentina. Para que la Car -  
ta entrara en vigor se puso como condición que fuera ratificada -  
cuando menos por los países que participaran con el 85% del Comer -  
cio Mundial. Estados Unidos participaba con más de un 15% de ese -  
comercio, por lo que la ratificación de esta país era de mucha im -  
portancia. Pero el Congreso Norteamericano se negó a ratificarla -  
argumentando que " no es demasiado liberal" y " subraya demasiado -  
los méritos de la planeación económica", esta acción tuvo como con -  
secuencia que países signatarios no sometieran a sus propios parla -  
mentos la Carta, en tanto Estados Unidos no lo hiciera. En 1951, -  
la Carta fenece, pero la Comisión Interina subsiste y entre sus fun -  
ciones tiene la elección del Director General del GATT.

Una parte completa de la Carta, destinada a la política comer -  
cial se salva, esta parte trataba sobre una negociación arancelaria  
multilateral con el objeto de mostrar por anticipado lo que podrían  
ser las negociaciones arancelarias previstas por la Carta. En 7 me -  
ses, 23 países deciden hacer entrar en vigor la parte comercial de-

1.1- EL GATT: ANTECEDENTES, OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y MARCO JURÍDICO.

ANTECEDENTES

En el período entre la I y II guerras mundiales, el comercio internacional creció a tasas menores que la producción. A partir de 1929 el comercio cayó en un 0.5% promedio anual. Esto fué debido a la Contracción Industrial, la crisis financiera mundial y el incremento de las medidas proteccionistas resultantes de la Depresión. Los principales países Industrializados elevaron los aranceles, introdujeron restricciones cuantitativas y controles de cambio y se multiplicaron los acuerdos bilaterales de intercambio compensado.

A través de la Sociedad de las Naciones se hicieron esfuerzos para reducir las restricciones al comercio, pero éstos fracasaron. Estados Unidos propone a sus socios comerciales a través de Acuerdos Comerciales Recíprocos la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias, esto en 1934. Se realizaron negociaciones entre ese país y treinta más, entre los cuales figuran varios países Latinoamericanos, pero el proteccionismo siguió caracterizando la economía mundial durante el decenio de los años treinta.

En 1941 Estados Unidos conjuntamente con Inglaterra, tratan-

de establecer una serie de principios básicos para regir el intercambio comercial a nivel mundial una vez que la guerra concluyera.

Cuatro años más tarde, en 1945, estas discusiones toman forma en proposiciones concretas, incluyendo la necesidad de reducir considerablemente los aranceles, eliminar las restricciones cuantitativas al igual que las preferencias arancelarias, subsidios a la exportación combatir las prácticas comerciales restrictivas de los carteles privados y establecer Convenios de estabilización de los productos básicos.

El ECOSOC ( Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas), a principios de 1946, realiza una Conferencia Internacional referente al Comercio y Empleo. Los trabajos de esta conferencia se cristalizarían en la redacción de la "Carta de la Habana, para una Organización Internacional de Comercio" conteniendo 106 artículos y 16 anexos.

Esta Carta tiene por objeto obtener el pleno Empleo y, desarrollar el Comercio Internacional. La Carta enumera cuatro medios: 1) Desarrollo Económico y reconstrucción; 2) Acceso de todos los países en condiciones de igualdad a los mercados, a las fuentes de aprovisionamientos y a los medios de producción 3) Reducción de los obstáculos al Comercio; 4) Consultas y cooperación en el seno de la Organización Internacional de Comer -

cio.

Después de negociaciones por tres años, 53 países entre los cuales México firman el Acta Final de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo, en la que se anexa la resolución de la Comisión Interina de la Organización Internacional de Comercio de la que México forma parte, junto con los demás dignatarios de la Conferencia con excepción de Argentina. Para que la Carta entrara en vigor se puso como condición que fuera ratificada cuando menos por los países que participaran con el 85% del Comercio Mundial. Estados Unidos participaba con más de un 15% de ese comercio, por lo que la ratificación de esta país era de mucha importancia. Pero el Congreso Norteamericano se negó a ratificarla argumentando que "no es demasiado liberal" y "subraya demasiado los méritos de la planeación económica", esta acción tuvo como consecuencia que países signatarios no sometieran a sus propios parlamentos la Carta, en tanto Estados Unidos no lo hiciera. En 1951, la Carta fenece, pero la Comisión Interina subsiste y entre sus funciones tiene la elección del Director General del GATT.

Una parte completa de la Carta, destinada a la política comercial se salva, esta parte trataba sobre una negociación arancelaria multilateral con el objeto de mostrar por anticipado lo que podrían ser las negociaciones arancelarias previstas por la Carta. En 7 meses, 23 países deciden hacer entrar en vigor la parte comercial de-

la Carta sin esperar el final de la Conferencia, disminuyendo sus aranceles sobre un volúmen de intercambio que representó la mitad del Comercio Internacional.

Es así, como esta parte de la Carta, toma el nombre de Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), firmado por 23 países el 30 de octubre de 1947.

Sin embargo, como no habían ratificado la Carta, el Acuerdo General se convierte en el único marco unilateral de los intercambios y en la práctica ha llevado a cabo la misión que originalmente se encomendó a la OIC.

El GATT, formalmente aún es un acuerdo provisional. Pero permitió instrumentar las concesiones arancelarias acordadas durante las negociaciones en 1947, pues para ello no era necesaria la ratificación de los parlamentos. Sin embargo, la adopción de algunas normas tenían que ser aprobadas por los parlamentos pues en ciertos aspectos no correspondían a la legislación de los países Contratantes. Por lo tanto, no se podían aplicar ciertas normas del GATT en su totalidad a menos que los parlamentos modificaran la legislación nacional respectiva. Las Partes Contratantes llegaron a un acuerdo sobre un "protocolo de aplicación provisional", en donde cada Estado puede aplicar el GATT en la medida compatible con su legislación en vigor. Por ejemplo, Estados Unidos pudo conservar durante 30 años una legislación contraria a algu -

nas disposiciones del GATT mediante la llamada "Cláusula del Abuelo" en relación con la valoración aduanera y los derechos compensatorios entre otras. Sin embargo se ha tratado de desarrollar normas que vayan de una manera homogénea para evitar las situaciones de excepción mediante la negociación y firma de códigos de conducta y acuerdos que reglamenten políticas y prácticas comerciales en campos específicos.

#### OBJETIVOS

Dentro del Comercio el GATT representa un instrumento internacional encargado de promover los intercambios entre sus miembros, con base en la eliminación de restricciones, la reducción de aranceles aduaneros y la aplicación general y obligatoria de la cláusula de la nación mas favorecida para todos.

Las Partes Contratantes o sea, los Países firmantes del Acuerdo General, reconocen que sus relaciones comerciales y económicas deben tender a niveles más altos de vida; al Pleno Empleo; a niveles cada vez mayores de ingreso real y de la demanda efectiva; a la utilización racional de los recursos mundiales y al crecimiento de la producción y los intercambios de productos. También, las Partes Contratantes manifiestan su deseo de celebrar acuerdos enca-minados a obtener, con base en la reciprocidad y en las ventajas mutuas, la reducción de los aranceles aduaneros y demás barreras -



comerciales, así como la eliminación del trato discriminatorio en cuanto a Comercio Internacional.

El GATT busca que los Países no aumenten sus tasas arancelarias por encima de las tasas negociadas que se consideran "consolidadas", esto es, un valor fijo como tope. En una forma especial, los Acuerdos Recíprocos se destacan mutuamente ventajosos entre las Partes Contratantes, a pesar de que las ventajas arancelarias consolidadas se generalicen a los demás miembros a través de la cláusula de la Nación más favorecida.

#### INSTRUMENTOS Y PRINCIPIOS MAS IMPORTANTES DEL GATT PARA EL LOGRO DE SUS FINES

I La Cláusula de la Nación más favorecida, en donde se establece que el comercio no debe estar sujeto a ninguna discriminación, de tal manera que los beneficios concedidos por un País a otro miembro del Acuerdo, se hacen extensivos a las demás Partes Contratantes, consiguiéndose de esta forma a la proyección multilateral de tales beneficios;

II La multilateralidad, cuyos instrumentos son el otorgamiento de facilidades que los países se conceden entre sí bajo el principio de la nación más favorecida y con la seguridad de que cada país que es miembro es apoyado en esta pretensión;

III Los aranceles aduaneros, para proteger la industria de-

un país y no recurrir a otro tipo de medidas no arancelarias como la práctica del "dumping", lo que significa vender a costos más bajos que el costo de producción, lo cual implica una competencia en el mercado de una manera ventajosa, en este caso con los países miembros, o los subsidios entre otros;

IV La compensación por el retiro y disminución de las concesiones arancelarias otorgadas durante el curso de negociaciones comerciales efectuadas en su seno, para evitar las represalias que pudieran aplicar los países o el país, por los aumentos en las restricciones que le impusieran a sus mercancías para entrar en otro país;

V La aceptación de uniones aduaneras o zonas de libre comercio, para las disposiciones contenidas en el GATT exigen que los aranceles y disposiciones que afecten al comercio de los países miembros no sean más restrictivos que los existentes;

VI Las consultas cuando un país quiera aplicar alguna norma restrictiva en el comercio en perjuicio de otro, se llevará a cabo una consulta entre los países afectados para de esta manera llegar a un acuerdo, o bien para obtener la compensación correspondiente.

VII El intercambio equitativo, referente al mejoramiento del comercio de los países en vías de desarrollo (ART. XVIII del Acuerdo).

VIII Las represalias, reglamentadas y sólo se podrán instru-

mentar después de haberse realizado las consultas entre las partes del conflicto;

IX Las exenciones, siempre y cuando no se afecten los objetivos del Acuerdo General, se podrá considerar la posibilidad de no aplicar ciertas disposiciones, a cualquiera de sus integrantes, y sólo entre las partes contratantes actuando como cuerpo colegiado para evitar la unilateralidad en la adopción de medidas que afectan las normas del Acuerdo sin una previa consulta.

#### ESTRUCTURA

El GATT ha venido, de ser un simple acuerdo comercial a consolidarse como una organización Internacional, con los elementos que a continuación se mencionarán:

- 1) Un tratado: El Acuerdo General
- 2) Organos permanentes: Las reuniones de las Partes Contratantes, el Consejo de Representantes y un Secretario General con un director general.
- 3) Un presupuesto: Al que contribuye cada parte contratante en función de su participación en el comercio internacional.

El GATT es un tratado entre los países firmantes y no una organización internacional, por eso es que sus miembros no tienen la categoría de "Estados Signatarios", sino de "Partes Contratantes", manteniendo su categoría de carácter provisional.

FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DEL ACUERDO GENERAL

- a) Verificar que las disposiciones del GATT sean correctamente observadas
- b) Organizar negociaciones multilaterales
- c) Discutir anualmente la evolución del comercio internacional
- d) Ventilar las controversias entre los países miembros

El Consejo de Representantes del GATT, asegura la continuidad de los trabajos del organismo y toma las decisiones necesarias para el funcionamiento permanente del mismo. Está integrada por aquellos representantes que, por autoelección y en forma voluntaria, han manifestado su disposición de asumir obligaciones en calidad de miembros del Consejo, se establecen comités para auxiliar a las partes Contratantes y al Consejo de Representantes, en asuntos específicos cuya labor es de mucha importancia para las labores diarias del GATT.

ADHESION AL ACUERDO GENERAL

La adhesión puede realizarse conforme a lo estipulado en el artículo XXXIII, o si se trata de un país que ha alcanzado recientemente la independencia y que ya aplicaba el acuerdo General, conforme al artículo XXVI.

El artículo XXXIII estipula;

"Todo gobierno que no sea parte en el presente Acuerdo... podrá acceder a él... en las condiciones que fijen dicho gobierno y las Partes Contratantes..."

No es automática la adhesión de esta manera, las condiciones de ésta deben ser objeto de acuerdo entre el gobierno candidato y las Partes Contratantes. El procedimiento de adhesión es el siguiente:

- a) El gobierno de una país interesado envía al Director General una comunicación en la que expresa su deseo de adhesión al Acuerdo General.
- b) El Director General pone en conocimiento de las partes contratantes la intención del gobierno del país en cuestión.
- c) Las partes contratantes examinan la candidatura y crean un grupo de trabajo formado por todas las partes contratantes interesadas.
- d) El gobierno de ese país presenta a las partes contratantes un memorándum sobre su política comercial.
- e) Las partes contratantes invitan a todas las partes contratantes a formular preguntas a las que el gobierno respectivo da respuesta por escrito.
- f) Sobre la base del memorándum y de las preguntas y respuestas,

el grupo de trabajo delibera con representantes del gobierno en cuestión. Concluidas las deliberaciones el grupo de trabajo elabora su informe y un proyecto de protocolo de adhesión.

g) El Protocolo de Adhesión se somete a las partes contratantes. Una decisión sobre la adhesión, el Protocolo entra en vigor a partir del trigésimo día siguiente a la fecha de su firma por el gobierno del país respectivo.

Pudiera darse el caso de que un país no se encontrara en situación de entablar negociaciones arancelarias con las partes contratantes, pero con el objetivo a la adhesión. Mientras esté pendiente su adhesión plena, se ha establecido la fórmula de la adhesión provisional, pero con ciertas restricciones en su desempeño dentro del organismo como son, el no precisar negociaciones arancelarias, pero en cambio hay que cumplir los demás trámites del procedimiento descrito, es de carácter temporal éste tipo de adhesión y no otorga al miembro que haya incurrido en ella derecho de voto ni ningún otro derecho en lo referente a las modificaciones que otras partes contratantes puedan introducir en cualquier concesión que haya consolidado de conformidad con el Acuerdo General. Después del período fijado, el miembro provisional deberá entablar negociaciones arancelarias para lograr la adhesión plena.

Un país puede retirarse del Acuerdo General en cuanto lo desee pero antes deberá dar aviso a las partes contratantes con 60

días de anticipación a la fecha en que pretende separarse. Líbano y Siria en 1948, y la China Nacionalista y Liberia en 1950, hicieron uso de esta facultad.

#### MARCO JURIDICO

Los derechos y obligaciones de los miembros del GATT pueden resumirse en términos de los preceptos siguientes:

- a) Supresión de toda discriminación
- b) Estabilidad en las concesiones arancelarias
- c) Eliminación de restricciones cuantitativas
- d) Supresión de las demás formas de protección
- e) Solución de controversias

El artículo primero del GATT impone a todas las partes contratantes la obligación de concederse mutuamente y de manera incondicional el trato de la Nación mas favorecida. Sin embargo, el GATT prevee ciertas excepciones a este principio, cuando se formen uniones aduaneras, como la Comunidad Económica Europea (CEE), zonas de libre comercio como la Asociación Latinoamericana de integración - (ALADI), o cuando se trata de ventajas concedidas entre países vecinos, a fin de facilitar el comercio fronterizo.

En 1979 una decisión tomada por las Partes Contratantes fue definitiva para los países en desarrollo, ya que en ésta se fundamenta jurídicamente un trato preferencial a los países subdesarrollados.

llados sin conceder dicho trato a las partes contratantes en materia de: concesiones arancelarias de conformidad con el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), medidas no arancelarias que se rijan por códigos o acuerdos negociados bajo los auspicios del GATT; preferencias arancelarias, y bajo ciertas condiciones no arancelarias concedidas mutuamente entre países en desarrollo o subdesarrollados. A partir de la Ronda Tokio, estas decisiones tomaron plena vigencia.

En el artículo II uno de los principios fundamentales, es que los países miembros se comprometen a no aumentar sus impuestos de importación que figuran en las listas de concesiones anexas al GATT. De esta manera se pretende que los países tengan la seguridad de que el monto de su comercio y los derechos aduaneros que gravan las mercancías que exportan sean estables y previsibles.

Otro principio es que la protección de las Industrias de cada país debe darse por aranceles.

El Acuerdo General contiene disposiciones destinadas a impedir el recurso a formas indirectas de protección, el artículo III hace referencia a lo anterior señala que las partes contratantes no deberán "aplicar impuestos a otras cargas interiores, así como las leyes, reglamentos y prescripciones que afecten a la venta, la oferta para la venta, la compra, el transporte, la distribución o el uso de productos en el mercado interior y las reglamentaciones cuantitativas interiores que prescriban la mezcla, transformación o el uso de



ciertos productos...", de manera que se proteja la producción nacional.

En el artículo V, se otorgan facilidades a las mercancías en tránsito, para que circulen sin demora y sin restricciones innecesarias.

El artículo VI hace referencia a los derechos antidumping y derechos compensatorios y condena que un país introduzca productos en el mercado de otro país a un precio inferior a su valor normal.

En el artículo VII, las partes contratantes se comprometen a aplicar los principios generales de aforo aduanero que se indican en el mismo artículo. Los principios generales del aforo indican que, por una parte, que éste deberá basarse en el valor real de la mercancía importada, y por otro, en materia de tipos de cambio usados en la valoración, el Acuerdo indica la conformidad de las partes para apegarse a la normatividad del FONDO MONETARIO INTERNACIONAL.

El artículo VIII menciona los derechos y las formalidades referentes a la importación y la exportación deben reducirse en número y complejidad. El artículo IX hace referencia a las normas de cooperación entre las partes en lo que se refiere a marcas de origen.

Para mantener una información sana, el art. X menciona que -

las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas de aplicación general que cualquier parte contratante haya puesto en vigor deberá publicarse rápidamente para que los países comerciantes - tengan conocimiento de ellas.

En el Acuerdo General, los artículos XI, XII, XIII, XIV, tra-  
tan sobre la eliminación general de restricciones cuantitativas -  
al comercio y establece cuando un país pueda reducir su exporta-  
ción.

En el artículo XV, referente a la reserva monetaria, tipos -  
de cambio y balanza de pagos, los países contratantes deberán de-  
sarrollar una política que vaya en coordinación con el Fondo Mo-  
netario Internacional.

Los artículos XII y XVIII, mencionan la congruencia que debe  
rá existir entre las empresas comerciales y el Acuerdo y la ac-  
ción estatal del fomento de desarrollo económico.

En el artículo XIX, XX y XXI, referentes a la descripción de  
situaciones y el procedimiento que deberá seguir la parte contra-  
tante cuando se retire temporalmente de las obligaciones y reti-  
rar o modificar concesiones.

El art. XIX, cuando se incurran en medidas de urgencia de im-  
portaciones de determinados productos.

Con la cláusula de la Nación más favorecida, no debe existir  
la discriminación, esto es, deben usarse todas las importaciones-

del producto, sin importar su origen, pero, si los países importadores no ofrece una compensación adecuada, tienen el derecho de tomar las medidas anteriormente mencionadas.

Artículo XXVIII, en cada período de tres años, las partes contratantes podrán retirar o bien modificar la lista anexa al Acuerdo, que es una concesión con toda otra parte que hayan negociado ésta, previo acuerdo y negociación.

En el artículo XXVIII bis menciona las negociaciones arancelarias para que el comercio internacional se expanda con el objeto de organizar periódicamente tales negociaciones.

En la parte III de los artículos XXIX, hasta el XXXV trata sobre la relación entre La Carta de la Habana y el Acuerdo General, las enmiendas y su entrada en vigor, la consideración o no de un gobierno de la parte contratante, las enmiendas y su entrada en vigor, y el acceso al Acuerdo General.

La parte V y final del Acuerdo, se refiere al comercio y desarrollo y está compuesta por tres artículos referentes a principios y objetivos, compromisos y acción colectiva de las Partes Contratantes con respecto a los países subdesarrollados. Este artículo surgió como resultado de la Ronda Kennedy.

Las actividades del GATT han entrado en ocasiones con las de La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) pues el logro de los objetivos de las dos organizaciones-

podría mejorar la práctica del Comercio Internacional.

El UNCTAD nació en 1964 debido a que todos o la mayoría de los países en desarrollo aspiraban a contar con una organización universal donde se discutieron los problemas en asuntos de relaciones económicas internacionales.

Entre ellas no hay ningún acuerdo de cooperación, sin embargo, muchas de las decisiones de la Conferencia han sido resueltas por el GATT que en ocasiones las considera como parte de sus actividades.

Los artículos a los que se hace mención, son solamente unos cuantos de los que reglamentan los derechos y las obligaciones de los países aspirantes o miembros del GATT.

## PAISES MIEMBROS DEL GATT

Alemania	Chipre	Japón
Alto Volta	Dinamarca	Kenia
Argentina	Egipto	Kuwait
Australia	España	Luxemburgo
Austria	Estados Unidos	Madagascar
Bangladesh	Filipinas	Malasia
Barbados	Finlandia	Malawi
Bélgica	Francia	Maldivas
Benín	Gabón	Malta
Birmania	Gambia	Mauricio
Brasil	Ghana	Mauritania
Burundi	Grecia	Nicaragua
Camerún	Guyana	Níger
Canadá	Haití	Nigeria
Colombia	Hungría	Noruega
Congo	India	Nueva Zelandia
Corea	Indonesia	Países Bajos
Costa de Marfil	Irlanda	Pakistán
Cuba	Islandia	Perú
Chad	Israel	Polonia
Checoslovaquia	Italia	Portugal
Chile	Jamaica	Reino Unido

República Centroafricana	Sudáfrica	Turquía
República Dominicana	Suecia	Uganda
Rumanía	Suiza	Uruguay
Rwanda	Surinam	Yugoslavia
Senegal	Tailandia	Zaire
Sierra Leona	Tanzania	Zambia
Singapur	Tongo	Zimbabwe
Sri Lanka	Trinidad y Tobago	

Paises miembros provisionales (Con duración de tres años y sin derecho a la cláusula de mayor privilegio):

- a) Costa Rica                      b) Túnez

Ex-colonias de las partes contratantes o de los miembros provisionales:

Angola	Emiratos Arabes Unidos	Mali
Antigua y Barbuda	Fidji	Mozambique
Argelia	Granada	Papúa-Nueva Guinea
Bahamas	Guinea-Bissau	Qatar
Bahrein	Guinea Ecuatorial	San Cristobal Nie-
Botswana	Islas Salomón	ves
Brunei-Darussalam	Kampuchea	San Vicente
Cabo Verde	Kiribati	Santa Lucía
Dominicana	Lesotho	Santo Tomé y Prin-

cipe	Tonga
Seychelles	Tuvalu
Swazilandia	Yemen Democrático

## 1.2 SU DESARROLLO DESDE 1958 HASTA LOS ÚLTIMOS AÑOS

Desde 1958 se han tenido una serie de discusiones dentro del seno del GATT acerca de los cambios de orientación en el paso del tiempo.

En primer lugar la acción permanente del GATT para la liberación del comercio internacional utilizando herramientas tales como la reducción arancelaria y la eliminación de obstáculos no arancelarios. Se trata de alcanzar una conveniente estabilidad arancelaria para el multilateralismo comercial.

En pero, desde 1958 se discuten inquietudes que no tienen nada que ver con el aspecto arancelario, sino por el contrario, con las restricciones y medidas no arancelarias que dan por resultado un desequilibrio dentro de las prácticas comerciales a nivel internacional.

En la conferencia arancelaria de Tokio (1960-1961) se menciona que los países miembros pueden incurrir en cantidad de medidas no arancelarias, pese a que los países con mayor índice de desarrollo, afirmaron categóricamente su no disponibilidad a aceptar medidas de este carácter. Sin perder de vista uno de los objetivos primordia-

les del Acuerdo General de promover altos índices en los ingresos - por exportaciones para los miembros trayendo, a su vez, beneficios para sus pobladores, así como una mayor participación en el mercado mundial. Es entonces cuando se crea un Comité para alcanzar tales propósitos, y en las sesiones que tienen lugar en Tokio en el año - de 1959 se estipula la recomendación de que los países industrializados revisen su política de comercio a fin de aumentar los ingresos para aquellos países subdesarrollados.

Surgen los problemas relacionados con el sector agrario y las medidas proteccionistas por parte de los gobiernos y van en contra de los países menos desarrollados.

En los años de 1960 a 61 hay otros órganos ajenos al GATT que deliberan acerca de los problemas generales de desarrollo del comercio, como fue el caso del Comité III del Programa Para el Desarrollo del Comercio cuyo análisis principal es el de los flujos de capitales y la necesidad de aumentar los ingresos de exportación y señalan que solamente se podría dar si los países desarrollados abren sus fronteras a los productos de los países en desarrollo.

En materia agropecuaria, como ya se ha dicho, analizar los problemas relacionados con el proteccionismo agrícola cuya práctica es por los países importadores utilizando medidas no arancelarias, y - en particular, las restricciones cuantitativas.



A mediados de los sesentas comienza la primera etapa de la "Ronda Kennedy" con temas relacionados a la ampliación del GATT, en miras de apoyo a los países subdesarrollados. Es entonces cuando las partes contratantes adoptan tres artículos relativos al comercio y desarrollo que fueron incorporados al Acuerdo General como la parte IV.

En donde se reitera el interés porque los países pobres alcancen mejores niveles de vida promoviendo su desarrollo económico mediante el comercio internacional y la exportación.

Cuando terminó la "Ronda Kennedy" 1967, se convino en reducir los obstáculos a los intercambios y expandir el comercio. En 1968 comienzan a darse las primeras reducciones sobre derechos de aduana y los países industrializados otorgaron reducciones sobre derechos de aduana y los países industrializados otorgaron reducciones arancelarias sobre el 70% de sus importaciones, en tanto que, el 80% de los productos de exportaciones provenientes de países en desarrollo obtuvieron disminuciones de derechos, cabe hacer notar que el 70% de las importaciones estaban sujetas a derechos.

En 1972 se llega a un acuerdo sobre los objetivos acerca de los países en desarrollo para aumentar sus ingresos en divisas, diversificar sus exportaciones y acelerar el crecimiento del comercio, para que estos países se pusieran en el camino al desarrollo económico.

Lo anterior no significó que disminuyeran las tendencias protec-

cionistas, pero en 1974 las naciones desarrolladas reconocen el peligro latente de las medidas proteccionistas.

Se propone un Código de Conducta que va en contra de las barreras técnicas al comercio y en materia de obstáculos gubernamentales, se enfatizó la ayuda a los abastecedores locales representando en cierta medida discriminación para los abastecedores extranjeros.

En resumen los planteamientos de las soluciones de mayor trascendencia que dieron lugar en el período entre 1958 a 1984 bajo el auspicio del GATT fueron:

- Annesy (1947), Torquay (1950-1951) y Ginebra (1955-1956).

En las negociaciones de Annesy ingresaron once países y en la de Torquay la República Federal de Alemania al GATT. Se redujeron en un 25% los aranceles promedio en relación con 1948. En Ginebra fue una negociación sin mayores trascendencias.

- La "Ronda Dillon" llevó ese nombre por el subsecretario de estado norteamericano Douglas Dillon al celebrarse una negociación arancelaria con los miembros de la comunidad económica para establecer la tarifa externa común (TEC), su importancia fué más que arancelaria, con fines políticos.

Es también la primera vez que se intenta una "negociación lineal" (reducciones porcentuales idénticas a los aranceles de todos los productos) en lugar del método que se había llevado a cabo hasta esas fechas de producto por producto.

- La "RONDA KENNEDY". Se autoriza a la administración norteamericana para tratar asuntos relacionados con las reducciones arancelarias de 50% en un período de 5 años, así como la supresión completa de los aranceles por los productos en que el 80% o más del comercio mundial fuese ejecutado por la CEE y los Estados Unidos debido a que el Reino Unido no se había adherido a la Comunidad. El 80% es rechazado, pero se acepta el 50% para las negociaciones entre países industrializados.

Con las negociaciones entre los países desarrollados y subdesarrollados se conservó el tradicional método de producto por producto.

En esta ronda también se tratan asuntos relacionados con los obstáculos no arancelarios, los intercambios agrícolas y las necesidades de los países en desarrollo, pero los resultados fueron mulos en relación a los objetivos que se presegúan.

- La "RONDA TOKIO". Estados Unidos propone una nueva negociación comercial con alcances en el campo arancelario y no arancelario, lo que es aceptado por Europa y demás países industrializados.

En lo que respecta a los aranceles se logró una reducción del 33%, pero en ciertos sectores de la industria no la hubo, como por ejemplo en el sector de ciertos textiles y automotriz.

Los países en desarrollo juzgaron que los resultados no habían sido muy favorables para ellos. En la UNCTAD y en el GATT decidie-

ron que las reducciones arancelarias eran insuficientes sobre los productos en los cuales hay ventajas; y la dificultad del trato especial fijado en los códigos de conducta, limitación en cuanto a las propocisiones por ellos realizadas en el "Grupo del Marco Jurídico". Se destacan la permanencia de las preferencias generalizadas, salvaguardar los intereses de los países en desarrollo.

Los países en desarrollo progresaron en terrenos tales como - el tratamiento especial y en lo que respecta a Códigos de Conducta les favorecieron, algunos de estos países lograron negociaciones - con países desarrollados acerca de productos de su interés. Esto - es con lo que respecta a la Ronda Tokio.

## CAPITULO II

## 2.4 PERSPECTIVAS DEL GATT

Dentro del Comercio Internacional al inicio de los años 80's - se destacó por:

- 1) El comercio Internacional disminuyó en índices no previstos - desde el inicio de la postguerra.
- 2) Las medidas proteccionistas se incrementaron afectando el acceso a los mercados mundiales.
- 3) Los países subdesarrollados se vieron afectados en sus importaciones trayendo como consecuencia la falta de disponibilidad de divisas.

Como consecuencia de lo anterior el GATT convocó a una Reunión de Partes Contratantes a nivel ministerial, los resultados de ésta se plasmaron en la Declaración Ministerial y Programa de Trabajo en 1982.

Los gobiernos participantes encabezados por sus ministros discutieron temas tales como: Las salvaguardias; las normas y actividades del GATT referentes a los países en desarrollo; el comercio en el sector agrícola; el procedimiento de solución de controversias; los productos tropicales; las restricciones cuantitativas y otras no arancelarias de mucho interés para los países subdesarrollados y la actividad arancelaria.

Esta reunión fue llevada a cabo porque se percataron del rela-

amiento del Comercio Internacional, lo cual creaba problemas de -  
inflación y desempleo y por supuesto, barreras dentro del comercio.

Los países en desarrollo aprovecharon esta oportunidad para -  
tratar temas de interés particular.

Los resultados de la Reunión Ministerial de mayor importancia  
para estos países fueron los siguientes:

- a) Reconocer la responsabilidad especial de los países desarrolla-  
dos en materia de comercio y desarrollo.
- b) Apoyar un programa de consultas para examinar el cumplimiento -  
por parte de los países desarrollados en la parte IV relativa -  
al trato especial y diferenciado para países en desarrollo.
- c) Formar un grupo para revisar las restricciones cuantitativas en  
cuanto a exportaciones de países en desarrollo se refieran.
- d) Organizar un nuevo Programa de Consultas sobre productos tropi-  
cales para su negociación.

No obstante la Reunión Ministerial, el proteccionismo continú-  
ba vigente, por lo que sectores públicos y autoridades del gobierno  
en países principalmente desarrollados buscan la manera de que, me-  
diante negociaciones multilaterales, se detenga el proteccionismo.

Esta idea surgió de la Secretaría del GATT la cual fue bienve-  
nida por los principales países industrializados.

Francia, encabezando el grupo de países, propusieron la necesi-  
dad de asegurar un equilibrio entre las concesiones comerciales y a-

quellas en el campo financiero. Estados Unidos, al sobrevaluar su moneda, provocó el aumento en las tasas de interés y formó un ambiente indeseable para el comercio, la inversión y el financiamiento. Norteamérica expuso que en esta nueva Ronda debían darse seguridades de una apertura sensible por parte de la CEE en su sector agrícola. Las dos partes fueron flexibles con el fin de que en 1986 se llevara a cabo una ronda negociadora. Actualmente los países integrantes del GATT seleccionan los temas que deberán llevarse a cabo y los países desarrollados exponen una negociación referente a la Negociación sobre Servicios a lo que los países en desarrollo se oponen y apoyan discutir los logros referentes a sus exportaciones en el mercado mundial. La negociación de Servicios ampliaría las actividades del Acuerdo General.



## 2.2 REPERCUSSIONES EN LA ECONOMIA

## NACIONAL

Debido a la situación económica por la que atraviesa nuestro país, México, al entrar al GATT, no obtendrá beneficios favorables inmediatos.

Las características de las empresas mexicanas son principalmente de organizaciones pequeñas y medianas con bajos niveles de control de calidad, lo que dificulta y pone en peligro la existencia de dichas organizaciones cuando entren al país productos con mejor calidad y debido a la ley de la oferta y la demanda con mejores precios.

Teniendo en cuenta que el sector público realiza la mayor parte de las exportaciones del país en el petróleo, volviéndose México en un país prácticamente monoexportador. La iniciativa privada no ha tenido un desarrollo muy amplio en esta actividad por lo que se encontraría en una situación de desventaja ante la posibilidad de introducir en el mercado internacional los productos nacionales.

Pese a que los objetivos del Acuerdo General entre otros son mejorar los niveles de vida de la población de los países miembros, esto no garantiza que México lo obtendrá, debido a que también influye en mucho el Ambiente Político de los países para alcanzar esto, y por sí solo, el GATT no puede asegurar que uno de sus princi-

pales objetivos se lleve a cabo.

Hipotéticamente, la economía al enfrentarse a un sistema de libre comercio se reactivaría al haber mejores y más productos para su consumo. Y teniendo en cuenta los factores de la producción (tierra, trabajo y capital), México podría aprovecharlos para la producción de bienes que fueran competitivos en el mercado externo. El país crecería uniformemente y no por polos de desarrollo, cada una de las regiones del país se especializaría en la producción que más le conviniese.

Al llevar a cabo el Acto de C.I., el país captaría divisas para poder cubrir sus compromisos más urgentes y reinvertir en sectores productivos. Asegurando la confianza en México para los nuevos inversionistas.

Pero como ya se ha mencionado, esto requiere de un esfuerzo y que los planes de desarrollo no sean para quedarse en un escritorio, sino que se pongan en práctica (después de un análisis detallado) - en forma eficiente y eficaz.

### CAPTULO III

## 3.1 RELACION ENTRE MEXICO Y EL GATT

Las divisas para un país representan el medio en que este tendrá la posibilidad de desarrollarse, por supuesto, acompañado de otros muchos factores. Cuando la economía crece, las importaciones también lo hacen pero más que las exportaciones, esto es en el caso de México.

Debido a esto se buscaron estrategias de desarrollo para ahorrar divisas y por ende alcanzar el crecimiento y desarrollo económico vía sustitución de importaciones, pero se agotaron las posibilidades de ahorrar divisas y se generó una dependencia. México pasó a ser un monoexportador, tres productos generan mas del 80% de las divisas que se obtienen por exportaciones.

México aún no forma parte de los países miembros del GATT, pero ha venido observando de cerca el desempeño del Acuerdo General, en virtud de haber sido participante de la conferencia de la Habana y su atención se ha centrado en las normas que rigen al comercio mundial en base a lo cual ha fijado su política comercial. Pero esto no implica que en ciertas ocasiones haya estado de acuerdo con decisiones que vayan en contra de su estrategia de Desarrollo.

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), México adopta un papel activo en los trabajos convocados por la Declaración Ministerial de Tokio para que se

llevara a cabo una ronda multilateral para negociaciones. Y es la primera vez que se invita a participar a países no miembros del GATT, en donde se menciona la decisión de dar un trato especial a los países en desarrollo.

México participó y se realizaron negociaciones en materia arancelaria y no arancelaria acerca de productos específicos, eso determinó la conveniencia de que México formara parte de los miembros integrantes del Acuerdo General.

En el año de 1979, se mandó una comunicación al Director General del GATT que trataba sobre la adhesión al Acuerdo General.

La política Comercial de México se estipuló en el Plan Global de Desarrollo, se trataba la sustitución de importaciones y el desarrollo de la industria petrolera. El primer punto dirigido a mantener políticas que tenían un sesgo antiexportador, pero tratando de incentivar las exportaciones manufactureras.

Los objetivos del Plan Global de Desarrollo (PGD) entre otros eran: Elevar los niveles de vida de la población, salvar los problemas de desempleo, el uso óptimo de los recursos nacionales, lograr un equilibrio en la Balanza comercial, para no depender de las exportaciones de petróleo, el incremento de la producción agrícola, el desarrollo del país por regiones.

Lo anterior, como es de esperarse, no se llevó a cabo. El proceso para la adhesión de México al GATT, se presentó en dos par

tes, tenemos por un lado el ejercicio de negociaciones llevado a -  
cabo en la Ronda Tokio, se vinculó la negociación para la adhesión  
por otra parte, se hizo un proceso de negociación en el Grupo de -  
Trabajo creándose un exámen al régimen de comercio exterior de Mé-  
xico y como paso siguiente se elaboró un Proyecto de Protocolo de  
Adhesión que es un documento en el cual se establece el marco jurí-  
dico y económico de aplicación del Acuerdo General, donde se esti-  
pulan los Derechos y Obligaciones que se derivan para México.

Obligaciones de México ante el GATT. Su adhesión no se regi-  
ría en forma estricta con el Acuerdo General, sino más bien por el  
Protocolo de México y los acuerdos plasmados en el informe de Tra-  
bajo, en donde se explicaban las políticas sectoriales en base a -  
la Legislación mexicana y los programas de Desarrollo.

Los Derechos para México eran de que gozaría de seguridad en-  
cuanto a los aranceles y la seguridad de los productos negociados-  
y en el supuesto caso de que no hubiese una renegociación, México-  
podría retirar concesiones en la medida que resultara afectado.

### 3.2 CRECIMIENTO NACIONAL

En la mayoría de los países han existido dos posiciones aparentemente muy alejadas una de la otra, que son: el libre cambio y el proteccionismo y se mantienen a discusiones que muchas ocasiones se alejan de la realidad.

Se ven casos en que los países en desarrollo, cuya política comercial tiene inclinaciones hacia el libre cambio para su crecimiento y desarrollo, pero han fracasado y viceversa, casos en que se adoptan medidas proteccionistas y también se han venido abajo.

La Industrialización en sus inicios y sus etapas en los que hoy son países desarrollados al principio se sustentaron en medidas proteccionistas, tanto que no se podría afirmar que llevaran cien por ciento una política librecambista. Es complicado calificar a priori una política comercial y para poderla analizar es necesario ver su papel en el contexto de la estrategia global de desarrollo económico. De la eficiencia de la política comercial depende en mucho el desarrollo de otros factores, de la eficiencia de instrumentos macroeconómicos y sectoriales de la capacidad para coordinarlos y las condiciones en las que se den.

En la estrategia de crecimiento hacia afuera, se dan la sustitución de importaciones por ejemplo. Y en un modelo de crecimiento hacia adentro se promueven las exportaciones, pero con alcances li-

mitados.

Para instrumentar una estrategia de crecimiento hacia afuera, se debe tener una base firme tal como una base industrial, o al me nos así se cree. Lo normal es mantener un mercado interno firme. El crecimiento del producto reclama crecientes importaciones por unidad de producto. Para incrementar la inversión se incurre en medidas proteccionistas, al existir estos excesos se deforman los destinos hacia los cuales las inversiones iban destinadas, y se desalienta a la exportación.

La débil capacidad para exportar que implica el modelo sustentado en el mercado interno genera un secular desequilibrio comercial. Para cubrirlo se recurre al ahorro externo, o como en nuestro caso a una combinación con los ingresos petroleros. El modelo se mantiene con cargo a los sectores sociales con ingresos fijos, que también conduce a grandes desequilibrios internos. La inflación generalizada es un ejemplo de ello. Esta forma ofrece un crecimiento con cierta flexibilidad, pero con la tendencia a reducir su eficacia.

En una estrategia de crecimiento hacia afuera las variables macroeconómicas son más dinámicas. Por lo tanto es necesaria una atención más cuidadosa y coordinación absoluta de los instrumentos de la política económica. En el caso de México, que es un país en desarrollo y que posee una planta industrial, obviar estas conside-



raciones implica riesgos más altos, pero si el modelo es aplicado oportunamente, la nación tendrá mayor capacidad para capitalizar sus ventajas. En México se expresó la voluntad política de adoptar estrategias de crecimiento hacia afuera.

La etapa de transición debe ser motivo de atención especial, a fin de minimizar los costos económicos y sociales y simultáneamente aprovechar sus beneficios mediante la concentración de esfuerzos. Para que fuera más viable esta estrategia hay que atender a dos áreas, la primera de carácter interno asociada con el manejo de la política económica. La segunda dentro del contexto internacional para que los productos mexicanos tengan un seguro acceso al mercado internacional.

La realidad es que lo anterior ya estaba previsto en el Plan Nacional de Desarrollo, en el Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior y en el Programa de Fomento Integral a las Exportaciones. Los aspectos básicos de los conceptos de cambio estructural y de estrategia de crecimiento hacia afuera son comunes y adoptarlos exige cumplir los lineamientos del PND. Estamos obligados a que se concentren los esfuerzos en exportaciones no petroleras.

Para que el modelo funcione se debe controlar la inflación, mantener la disciplina monetaria, financiera y presupuestal; establecer una política cambiaria adecuada para incentivar exportaciones;

implantar una política fiscal de cobertura más amplia; orientar la política industrial para apoyar la reorientación de la planta productiva hacia el exterior y promueva la selección sustitutiva de importaciones dentro de una perspectiva exportadora; vincular la mediana y pequeña industria con los sectores exportadores y adoptar una política salarial que motive la productividad; eliminar controles y fomentar más la actividad económica. En sí el modelo reclama una mayor racionalidad económica en los sectores público, privado y social.

El efecto de la apertura comercial sobre los precios internos no se dará en forma inmediata. Al principio las elevadas cotizaciones de los productos nacionales servirán de piso para fijar los precios de los bienes extranjeros. Ello se deriva de las características oligopólicas además de la irracional inclinación de muchos sectores por productos importados.

Mientras se mantengan estas condiciones, se puede esperar una transferencia de rentas puras de los antiguos beneficiarios de los bienes sobreprotegidos hacia el comercio. No obstante, las facilidades para importar mercancías acabarán por motivar una fuerte competencia e inducir hacia la modernización del comercio y disminuir el ritmo del crecimiento de los precios.

El mercado internacional como un todo está fuera de nuestro control, sin embargo, algunos hámbitos de este entorno pueden modi

ficarse para beneficio de México.

La Política internacional de México en materia económica es - abordar los problemas con un enfoque global. Todos los países en - desarrollo comparten esta posición y algunas Instituciones Internacionales ya se están acercando a esta perspectiva.

En materia Comercial, el mundo vivió sus mejores años entre - 1950 y 1970. El incremento de las exportaciones supera al de la - producción. Las economías de los países en desarrollo crecieron - también a ritmos superiores a los registrados por las Naciones desa - rrolladas. Tal comportamiento no se reflejó, sin embargo, en un a - vance sustancial en los niveles de vida de los primeros; en cambio, los correspondientes a los desarrollados se elevaron como nunca en - la historia, lo anterior revela que las normas y principios que ri - gen el comercio mundial no fueron propicios para sostener un creci - miento autogenerado de los países menos adelantados. Por lo tanto, los beneficios de la expansión del intercambio no fueron simétri - cos.

A pesar de que las Naciones Industrializadas han declarado, - desde 1973 su intención de mejorar las normas comerciales y han re - conocido la necesidad de otorgar una materia de Comercio un tanto - no recíproco a los países en desarrollo, el acceso de los productos del mundo en desarrollo a esos mercados se ha deteriorado. Incluso los propios países desarrollados han declarado su preocupación por -

los crecientes obstáculos que se imponen entre sí, al margen de las normas que se han comprometido a respetar. En lugar de mejorar y - afinar la legislación comercial, se ha generalizado su violación.

El deterioro en este campo ha llegado a tal punto que un grupo de personalidades, presidido por Fritz Lutwiler, preparó un informe sobre los problemas del Comercio Internacional y sus posibles soluciones. En el, se presentan quince recomendaciones a las que se conoce como "Políticas Comerciales para un futuro mejor". Escencialmente consisten en respetar los principios que dieron origen al A - cuerdo General; Definir las reglas de excepción para evitar que se abuse de ellas; reconocer que los problemas comerciales están relacionados con los financieros, monetarios y de deuda externa, esta - blecer la necesidad de coordinar las políticas macroeconómicas de - las Naciones desarrolladas.

Al no superarse los actuales problemas de la economía mundial - será más difícil que los esfuerzos nacionales para instrumentar una política de promoción de exportaciones obtengan buenos resultados. - Las actuales condiciones de incertidumbre y neoproteccionismo impli ca can participar en un juego de suma cero, en el que ganancias de u - nos se obtienen a costa de otros.

A pesar de este aspecto del comercio internacional, no se pue - de pensar que todas las oportunidades de concurrir a ese mercado es ta tán canceladas. Desde este punto de vista, una agresiva estrate -

gía de negociaciones comerciales debe formar parte de la política de promoción de exportaciones. También es necesario un cambio de filosofía en la política de negociaciones comerciales en el contexto del cambio estructural que se busca.

Resulta claro que una estrategia negociadora de esta naturaleza es un proceso de doble vía, para recibir estamos obligado a otorgar. Lo contrario también tiene validéz: esperamos recibir por lo que estamos otorgando, no se cree que solo tiene valor la eliminación de los excesos de protección; también se tiene la filosofía que guía la Política comercial. México es uno de los países más respetuosos de las normas internacionales de Comercio.

DATOS RECOPIADOS DE LA REVISTA

DE COMERCIO INTERNACIONAL

DICIEMBRE DE 1985

### 3.3 FINANCIAMIENTO

México tiene que hacer frente a sus compromisos financieros con respecto a su enorme deuda externa (que sigue creciendo debido a solicitudes de nuevos préstamos) para lo cual es urgente que la obtención de divisas para importaciones de alimentos y productos que son indispensables para la planta productiva. Por esto se ha tomado la decisión de alentar los ingresos externos y ahorrar divisas, lo cual se ha dificultado por las cotizaciones de los hidrocarburos en el mercado externo, en altas y bajas, sobre todo bajas, y las tasas de interés internacionales. Esto hace que las perspectivas de ingresos de divisas sean cada vez más desalentadoras.

Es por eso que urge la exportación de México de productos no petroleros y que diversifique sus productos.

El Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE) proyectó para el periodo 1983-1988 un crecimiento en las exportaciones no petroleras del 15 al 18% anual y que en el último año, los embarques manufactureros deberían de ser por lo menos la mitad de nuestras importaciones. Del mismo tipo para que la Banca Comercial registrará un super-ábit de 3.7 a 3.9% del producto Interno Bruto (PIB) para que compensara el saldo negativo de la cuenta de servicios en su Balanza respectiva.

La SECOFI realizó un programa, el de Fomento Integral a las Ex-

portaciones (PROFIEEX) que busca hacer más atractivas y fomentar la venta de nuestros productos en el mercado internacional, haciendo más fáciles los trámites y desburocratizándolos y aplicar un tipo de cambio "realista" para beneficiar al exportador.

Para hacer más eficiente el Sistema Bancario Mexicano una vez nacionalizado éste, para 1984 se aprobó el Programa Nacional del - Financiamiento del Desarrollo (PRONAFIDE).

A inicios del año 1985 un paquete de legislación bancaria definiría el nuevo marco jurídico con el fin de promover, regular y controlar las operaciones del Sistema financiero.

El PRONAFIDE se encarga de examinar el comportamiento de la - Banca de Desarrollo y los fondos de fomento con orientaciones para que su desempeño sea de una manera sana.

Este tipo de instituciones son las encargadas de apoyar el co mercio exterior del país.

El BANCOMEXT ( Banco Nacional de Comercio Exterior) se da a co nocer el 12 de julio de 1985 en el Diario Oficial de la Federación y las atribuciones que se le asignaron son:

- I) Operar con institución de Causa de Desarrollo para fomentar el comercio exterior de México y como Institución de fomento del comercio exterior.
- II) A parte de realizar estas funciones, cumplir con otros servi -

cios de acuerdo con su función crediticia y bancaria; con las modalidades que autorice la SH.CP.

- III) Adquirir, enajenar, poseer, arrendar, usufructuar, y en general administrar bajo cualquier título, toda clase de derechos y bienes muebles o inmuebles que sean necesarios para sus fines, y
- IV) Realizar los servicios que estipula el Artículo 30 y 31 de la Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito.

En el período de 1983 a 1984 no se tienen informes precisos por parte de BANCOMEXT sobre los financiamientos otorgados ni sobre los productos exportados, la preexportación, comercialización externa ni sobre las tasas de interés.

En los años de 1980 a 1984 BANCOMEXT suspendió créditos para la comercialización de productos dentro del país. Y se dió apoyo a la venta de productos básicos, la que desapareció prácticamente en 1984, en 1983 los créditos a maquiladoras y zonas fronterizas se dieron y prosiguió hasta 1984.

El Equipamiento Industrial que es un nuevo concepto (relativamente) se dió a empresas que sustituyen importaciones o promueven capacidades de producción exportable.

FOMEX: Después de haberse separado FOMEX del Banco de México surgió realizando prácticamente sus mismas funciones en los mismos programas de trabajo, con excepción de las tasas de interés de la



exportación y preexportación.

Se atendieron demandas tales como:

- a) Nuevos criterios de apoyo financiero a las autopartes e industria automovilística.
- b) El límite de crédito a exportaciones y preexportaciones pasó de 20 millones de pesos a 40 y 80 millones de pesos de 1983 a 1985 y puede ser superior siempre y cuando se justifique.
- c) Se dió apoyo a la Industria maquiladora independientemente de si tenían o no capital mexicano y si estaban en una zona prioritaria.
- d) Se modificaron los financiamientos a consorcios y empresas de servicios y se adoptó un programa de apoyo a las empresas de Comercio exterior.

BANCOMEXT dió a conocer un programa de Apoyo Financiero y de garantías de FOMEX a las empresas de Comercio exterior, siempre y cuando dichas empresas estén registradas y se hayan aprobado sus programas de exportación, podrán obtener créditos para preexportar, exportar e importar insumos exportables.

FOMEX da una garantía del 50% para casos de que no se pague a Bancos Internacionales. Con este programa se le dá un apoyo a la Industria pequeña y mediana que se asocien a empresas de comercio exterior, para, de esta forma, facilitar la comercialización exter

na y tener una capacidad como sujetos de crédito.

Los créditos a las exportaciones y preexportaciones es la función principal de FOMEX. Predominan los créditos a las exportaciones que a las preexportaciones. Se han dado créditos a la planta productora y a insumos exportables. Aunque, debido a la falta de divisas, se han limitado en el otorgamiento de créditos para la exportación y se aplican condiciones restrictivas como altas tasas de interés y brevedad en los plazos para cubrir los créditos otorgados.

### 3.4 POLITICA ECONOMICA EN 1986

Dentro de los diversos puntos que abarcan centraré la atención a la política de comercio exterior y los aspectos financieros, así como la evolución de la economía que se proyecta para este año.

#### POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR

Entre sus estatutos se encuentra la continuación de la racionalización de la protección que es un elemento crítico del paquete económico de 1986. Los avances que se logren permitirán controlar las utilidades excesivas y reducir la trayectoria inflacionaria, así como fortalecer gradualmente la eficiencia de la planta productiva e impulsar las exportaciones no petroleras. Para lograr estos objetivos el plan es continuar con el proceso de sustitución de permisos previos por aranceles, reducir la dispersión arancelaria, imponer mecanismos de defensa contra prácticas desleales de comercio derivados de un marco legal actualizado y mantener temporalmente, brindando una protección a la planta productiva nacional, el régimen de precios oficiales mientras se consolida el sistema de valoración aduanera.

Política Cambiaria, Financiera y de Deuda Externa.

Durante el año se mantendrá un manejo flexible de la política cambiaria y de las tasas de interés. Con el sistema de flotación regulada se permitirá equilibrar el tipo de cambio a un valor real- atractivo para las exportaciones. El mercado libre se mantendrá con lo que respecta a las operaciones cuyo intento de control además de entorpecer la actividad económica resulta ineficaz debido a las características de la economía mexicana; su nivel mostrará la situación de la oferta y la demanda en dicho mercado y se seguirán haciendo mejoras al funcionamiento al mercado de cambio. Se promoverá el ahorro interno para fomentar el consumo de bienes nacionales y de esta manera frenar el consumo de activos fuera del sistema financiero nacional lo cual provoca aumento en los niveles de inflación.

Estos son los puntos con mayor apego a las relaciones comerciales internacionales.

Evolución de la economía durante 1986.

El crecimiento de las exportaciones no petroleras se estima que el crecimiento de la economía se situará en un rango entre menos uno y más uno por ciento.

La evolución de las finanzas públicas y de las cuentas con el exterior junto con la política prevista de tasas de interés apoyarán una recuperación gradual del proceso de intermediación finan-

ciera.

El endeudamiento externo prevee un aumento del financiamiento-destinado al sector privado y un nivel adecuado para las reservas - internacionales. La inflación anual para 86 es difícil de predecir se cree que durante el segundo semestre reflejará la moderación fiscal y monetaria de los primeros meses del año próximo y se podrá retroalimentar con la reducción gradual del ritmo porcentual de deslizamiento cambiario. Sobre la base del paquete propuesto de política económica parece viable alcanzar una inflación del orden de 45 a 50% de diciembre de 1985 a diciembre de 1986, ello significará terminar a finales de 1986 con una inflación mensual de 2.5%.

## 3.5 NEGOCIACIONES CON EL ACUERDO GENERAL

La no discriminación y trato de nación más favorecida son los lineamientos de la política comercial mexicana que a su vez coinciden con los del GATT con la única excepción a favorecer los intercambios en el marco de la ASADI, puesto que esta organización ha recibido la exención correspondiente de las partes contratantes del Acuerdo General. Que en la fracción V del artículo XXIV del Acuerdo General establece:

"... Las disposiciones del presente Acuerdo no impedirán, entre los territorios de las partes contratantes, el establecimiento de una unión aduanera ni el de una zona de libre comercio, así como tampoco la adopción de un acuerdo provisional necesario para el establecimiento de una unión aduanera o de una zona de libre comercio..."

México recibe el trato de Nación más favorecida pero no goza de ninguna garantía para seguir recibéndolo mientras no lleve a cabo acuerdos bilaterales al respecto, o bien uno multilateral a través del GATT.

México no cuenta con foros para dirimir sus diferencias. Cuando éstas aparecen forzosamente tiene que acudir a la Consulta Bilateral y en este contexto es muy difícil que se reconozca la simetría de las partes en conflicto.

### 3.6 RETO PARA EMPRESAS NACIONALES

La situación económica de nuestro país se ha visto en graves aprietos de unos años a la fecha; el poder adquisitivo de los salarios ha ido cayendo, al grado de que es difícil hablar de un ahorro interno. Con lo que respecta a nuevas inversiones por parte de accionistas, ha declinado mucho dicha actividad.

La falta de liquidez de las empresas, ha provocado que muchas de ellas se vean en serias dificultades y algunas se han visto en la necesidad de cerrar y finalizar sus actividades, lo que empeora aún más la situación de crisis por la que estamos pasando; ya que el desempleo aumenta en forma considerable y la desconfianza aumenta más para las inversiones que se pudiesen dar.

Debido a un esquema de sustitución de importaciones que hemos traído desde la Segunda Guerra Mundial, la industria mexicana corre un alto riesgo si la entrada en el Acuerdo General se hace sin una planeación y un programa perfectamente estudiado y detallado; ya que la liberación de productos de importación sin lo anterior dañaría seriamente a la industria nacional, debido a que no se encuentra preparada para éllo (en muchos casos).

Debe haber una política de reducción en las tasas de interés para financiamiento a la planta productora, así como la reducción en el índice inflacionario y en cuanto a las operaciones comercia-

les, existir acuerdos tanto bilaterales como multilaterales para que en base a ello optar por la decisión más conveniente para la economía nacional.

Es de mucha importancia la actividad empresarial dentro de los países ya que son los motores que mueven a la economía de una país - al desarrollo.



### 3.7 "LA EMPRESA MEXICANA Y LA LIBERALIZACION DEL SECTOR EXTERNO DE LA ECONOMIA"

En el año de 1985, el sector empresarial hizo entrega al Secretario de Comercio, el documento "Posición de los organismos empresariales a la liberalización del sector externo de la economía" en donde se aceptaba la liberalización del comercio exterior, siempre y cuando se cumpliera con ciertos requisitos.

Se enunció la situación del sector privado ante los acontecimientos recientes, los cuales se enumeran a continuación:

1. "Es conveniente una política efectiva de control de la inflación para lo cual será necesario que el sector público refuerce su programa antiinflacionario, reduciendo tanto el gasto, como el déficit público". Esto incluye la aceptación de la reducción o recorte de personal en el sector público así como el número de dependencias gubernamentales.
2. Es necesario que México actualice su infraestructura para de esta manera, aspirar a convertirse en un país exportador; lo cual tiene prioridad y requiere de la inversión pública para resolver el problema. Debido a la grave situación financiera del sector público, se deberán de precindir gastos para así poder destinarlos a lo anterior, sin generar presiones inflacionarias adicionales.
3. Promover la inversión mediante un modificado o instrumentado -

esquema fiscal. Para lo cual se recomienda la reducción de tasas impositivas que traería como consecuencia una menor cantidad de recaudaciones fiscales, pero la contrapartida de esto sería la captación de nuevos causantes.

4. Un tipo de cambio realista es una condición importante para la liberación.

5. "La liberalización del sector externo mexicano no deberá ser general. Esto significa que no sólo el sector privado deberá enfren - tar el proceso gradual de liberalización, sino que deberá incluirse los bienes y servicios que elaboren el sector público"

6. No se puede de un día para otro quitar el sistema proteccionista que ha existido durante tantos años, pues sería tanto como dejar - desprotegida sobre todo a la empresa pequeña y mediana ante la compe - tencia de productos extranjeros, deberá existir un calendario previo para la liberalización el cual se llevará al pie de la letra.

7. La eliminación del control de precios en el proceso de liberali - zación del sector interno.

8. Es imperativa la simplificación administrativa y eliminar los - monopolios en transporte, manejo de carga en los puertos y todo aque - llo que obstaculice el desenvolvimiento del sector industrial.

9. Proteger al aparato productivo de la competencia desleal, pro - mulgando una ley "antidumping".

10. Se requiere una política integral de apoyo a las exportaciones -

que contenga apoyos a la comercialización y a la exportación para facilitar el desarrollo de éstas y eliminar la burocracia.

11. Para la apertura de nuestra economía en el panorama internacional es necesaria una reconversión industrial, lo que trae como consecuencia un apoyo permanente para las empresas para poderla realizar.

12. Un manejo congruente y cierto de las medidas de la política comercial para la liberalización del comercio exterior, y evitar la confusión entre productores, exportadores e importadores.

13. "Se considera indispensable que se respeten las conferencias y los cupos acordados a los otros países de la ALADI, y en su caso se negocien las compensaciones a que haya lugar, tomando en cuenta los precedentes sentados de la integración por los otros países que han liberalizado su comercio exterior.

14. La Política de Liberalización nacional del sector externo sólo funcionará si se acompaña del paquete de políticas económicas.

Lo anterior fué expuesto el 2 de agosto de 1985 con la colaboración del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).

## 3.8- EL PROTECCIONISMO

La conferencia internacional sobre Comercio y Empleo promovida por las Naciones Unidas fué realizada con el fin de unificar las relaciones comerciales internacionales, esta conferencia duró cuatro meses y la sede fué en la Habana Cuba; es aquí donde surge como ya se ha mencionado en capítulos anteriores la Carta de la Habana.

El que en ese tiempo fungía como Secretario de Hacienda de México, Lic. Ramón Beteta, rechazó la adhesión de México a dicha Carta argumentando la desigual competencia que se daría al participar potencias industriales con países en desarrollo. Por lo que era importante que antes existiera un desarrollo de la industria Nacional protegida por el mismo Estado.

Es conveniente resaltar que la ONU solamente promovió una organización similar al GATT pero falló en su intento, y el Acuerdo General no depende ni ha dependido de las Naciones Unidas.

En la primera propuesta que México recibió, ésta fue rechazada pues debía proteger a su industria en aquel entonces naciente y poco a poco las importaciones se fueron sustituyendo por productos Nacionales.

A partir del año de 1979, se empezó a ver la necesidad de un cambio en el modelo proteccionista pues la economía del país así lo requería.

Debido a la economía cerrada de México y al proteccionismo, en el país tiene que producir lo que consume y al haber una multiplicidad en las necesidades del consumidor tiene que haber en igual manera una serie de productos que satisfagan esas necesidades. Al existir una producción de todos los satisfactores, no hay una especialización, por lo que la calidad de éstos deja en ocasiones mucho que desear.

Si a lo anterior aunamos la actitud paternalista del Gobierno, tenemos a una planta productora confiada en que salgan como salgan los productos estos encontrarán un mercado que los adquiera, pues - no hay más de donde escoger debido a que no existe una libre competencia por el impedimento a la adquisición de productos del extranjero.

## 3.9 - MEXICO Y SU FUTURO

México al tomar la decisión de entrar al GATT, adquiere responsabilidades importantes, las cuales deberá de cumplir con eficiencia, pués es una decisión que cambiará la vida del país.

Por lo cual deberá de producir mucho y de buena calidad para poder cumplir con los compromisos creados con el exterior, puesto que el GATT impone una cuota que consiste en liberar impuestos de importación a 3000 productos provenientes del extranjero, lo que implica serios problemas para un país como México en donde se caracteriza por tener empresas pequeñas y medianas.

Será necesaria una habilidad para las negociaciones, tanto por parte de los empresarios mexicanos como por el gobierno y los industriales.

Las ventajas y desventajas de la entrada de México al GATT:

Como ventajas tendremos una plataforma segura para las negociaciones con otros países, ya que hasta la fecha, los productos mexicanos han tenido que someterse a presiones en el exterior para su venta.

Otra ventaja es que la exportación estará orientada a los productos que puedan o deban ser competitivos en el exterior.

Habra más facilidades para exportar, lo cual ayudará para el crecimiento de las empresas nacionales, puesto que se abrirán nue -

vos mercados que garantizarán una venta segura.

La industria se verá obligada a producir más y mejor.

Se fomentará la creación de empresas de productos complementarios, lo que generará mas empleos.

El consumidor saldrá beneficiado porque tendrá más productos y podrá escoger el que le convenga más.

Las desventajas, podría ser la invasión de productos extranjeros en el mercado nacional, lo que traería como consecuencia el cierre de las empresas mexicanas.

La empresa mexicana tendrá que competir con las de otros países y la desventaja estriba en las diferencias en cuanto a tecnología entre los países industrializados y el nuestro.

De lo anterior se deduce un grave problema para la economía mexicana ya que si se llegase a cumplir, muchas de las empresas pequeñas y medianas pondrían fin a sus actividades, y éstas emplean al 80% de los mexicanos y aportan el 10% de las ganancias del país en el periodo de un año.

Las empresas mexicanas sufren de graves problemas tanto tecnológicos como industriales y si no se salvan el GATT presentaría un riesgo a correr.

Por otra parte se tendrán que buscar mercados para poder introducir los productos nacionales con mejor calidad y precio y obtener una clara visión del mercado internacional. Dentro de la Política-

Económica deberán de hacerse ciertos cambios como el hecho de prescindir del control de precios que para poder competir con otros países los productos necesitan mostrarse con valores y precios reales.

Se tendrá que ajustar el control de cambios para alentar al exportador mexicano obteniendo una utilidad justa por su producto y que se aliente su actividad, obteniendo dólares a menor precio en su moneda por ejemplo.

Modificar las tasas de interés bancario para promover la exportación y éstos deberán tener el apoyo suficiente por parte de las autoridades y reducir la burocracia.

Se deberá cambiar la mala imagen que algunos exportadores mexicanos han dado en el exterior y aumentar los niveles de productividad que no es otra cosa más que trabajar más, y el promoverla está en cada empresa.

Todo esto es con el fin de obtener más divisas y así poder cumplir con los compromisos más urgentes e impulsar la planta productora mexicana.



## CAPITULO IV

## 4.1- PRODUCTIVIDAD Y EXPORTACION

La solución a la crisis en la que vivimos actualmente es la productividad dentro de todos los sectores, máxime cuando se ha tomado la decisión sobre la apertura comercial anunciada por el gobierno.

La necesidad de exportar se hace cada vez más urgente, pero también se debe tener en cuenta que desde hace muchos años se tiene una planta industrial orientada únicamente al mercado interno y el cambio de ésta significa una reestructuración profunda y trascendente dentro de la historia económica del país.

Para esto se deben fijar objetivos claros sobre las necesidades de la exportación.

Al hacerlo se tiene que partir de los niveles de productividad y de competitividad de la economía.

La productividad se define como la relación entre la unidad de costo y la unidad de productividad de un artículo específico, esto dicho en otras palabras, es la relación que existe entre el número de artículos producidos y los elementos que se utilizaron para su elaboración. En base a esto podemos decir que el precio de un producto manufacturado se compone de la suma de costos de insumos, materias primas, el mejoramiento de la utilización del capital así como la mano de obra, bajando costos administrativos, mejorando la in

fraestructura de transportación, mejorando los financiamientos y - estableciendo una utilidad razonable. En la productividad se to - man en cuenta todos estos elementos. Muchas de las empresas no - tienen un completo control sobre cada uno de estos factores porque el medio ambiente que lo rodea influye en ella y se interrelacio - nan entre sí.

Con lo que respecta a la competitividad, es el ofrecer a los - consumidores productos de mejor calidad y precio, y con lo que res - pecta a ésto, tampoco se tiene un control absoluto por parte de la empresa pues el precio es una variable que dependerá de los nive - les tecnológicos de cada país, aparte de facilidades administrati - vas por parte de las autoridades.

La actividad exportadora de ninguna manera se puede decir que es una actividad fácil puesto que para alcanzar niveles óptimos de exportación es necesaria la reestructuración no sólo de la planta - productora, sino de todos los sectores y estructuras que componen - un país, y no como hasta la fecha se ha llevado a cabo, pues el ex - portador para llevar a cabo su trabajo se necesita enfrentar a la - desesperante burocracia y negligencia de las autoridades competen - tes, lo cual debe desaparecer en definitiva para que México cumpla con los compromisos que ha contraído con el GATT.

México ha estado sufragando sus necesidades con el exterior - (financieras) con un sólo producto que es el petróleo, el cual es -

tá sujeto a las variaciones de precio en el mercado internacional. Por ello es necesario impulsar a las empresas medianas y pequeñas y a la planta industrial para aumentar sus niveles de productividad para la exportación y diversificar los productos que sean costeables y competitivos para el mercado externo.

Se debe de buscar una mayor integración, un equilibrio entre los componentes de la planta industrial, como un mecanismo de salvaguarda de la producción y el empleo.

En resumen, México, para convertirse en un país exportador debe de salvar los obstáculos como son la falta de competitividad de la economía en su conjunto por una productividad baja en términos generales la falta de orientación exportadora; las dificultades - provenientes de las características de la planta industrial y los problemas que presenta el comercio mundial. Es importante actuar de una manera uniforme en todos los sectores de la economía: público, privado y social.

## 4.2- PRODUCCION PARA LA EXPORTACION

La exportación, como ya se ha dicho, en estos momentos tiene prioridad, ya que será el medio para obtener divisas, y generará empleos. Para ello es necesario mantener mercados abiertos y también ir en busca de otros.

Se debe de cuidar y evitar que las necesidades internas crezcan en su demanda y se origine el descuido de los mercados externos ya, que de ser así, la competencia podría absorverlos y se perderían.

En estudios estadísticos se muestra que los productos de exportación no tradicionales crecen o descienden drásticamente de un año a otro. Existe una tesis que menciona que cuando la demanda interna crezca, se deberan realizar importaciones temporales, para después ampliar la planta productiva de aquel producto cuya importación sea temporal para no descuidar las necesidades del país al que se esta exportando y mantener ese mercado cautivo.

Es necesario el dinamismo de la planta productora para elaborar productos que sean susceptibles de venderse en el exterior y orientar los esfuerzos a la integración de la planta productiva y que la unión de ésta produzca bienes de buena calidad y competitivos.

Para fomentar la exportación, se están preparando programas -

por ramas de actividad, para incentivar a los productores y que - conquisten nuevos mercados.

El Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exte - rior (PRONAFICE), crea los instrumentos y mecanismos financieros - necesarios para promover las inversiones con el objetivo de estimu - lar el desarrollo del Comercio Exterior. A esto se aunan los pro - gramas para apoyar el equipamiento industrial.

Se ha fijado un lapso de quince años para que México entre a - su medurez económica. La planta productora del país necesitará em - pezar a producir bienes manufacturados para lo cual aun no se está preparado lo cual implica cambios que se deben empezar desde ahora.

México cuenta con una planta industrial respetable y se tiene que explotar a su máxima capacidad, buscando mercados para saber - cuales son las necesidades de los países a los que se quiere expor - tar.

Desde 1984 México ha resentido una baja en las exportaciones - petroleras y también en las no petroleras como son las del algodón, café, productos del mar y minerales en donde se habían registrado - volúmenes aceptables de exportación. No es por que los países com - pradores hayan disminuido el volumen de compras, sino por la caída de los precios en el mercado mundial.

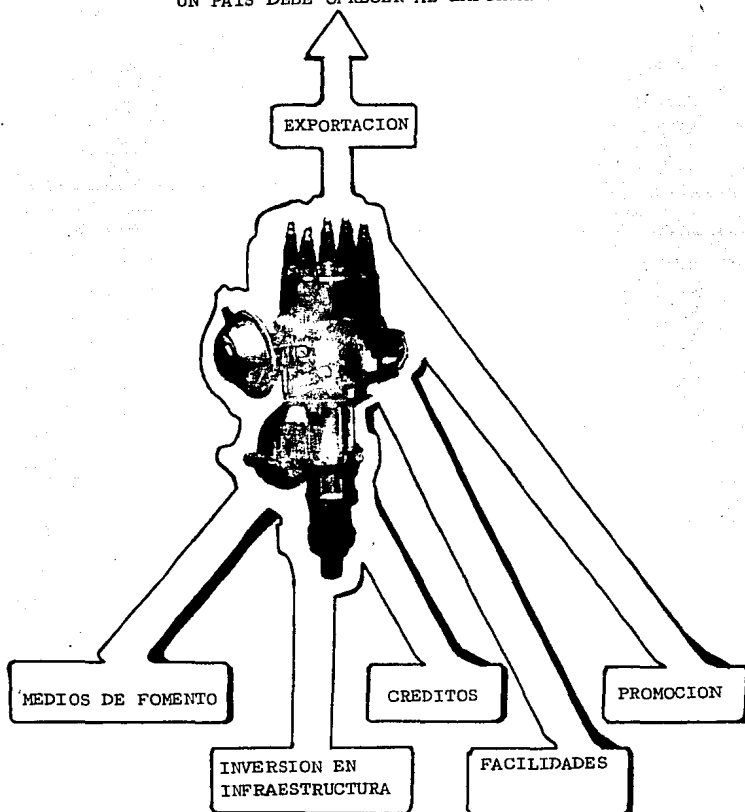
Las exportaciones de nuestro país se basan principalmente en - materias primas, metales, hortalizas, frutas tropicales y dos espe -

cies de marinas.

Existe un problema grave en México, que es el que contamos con una planta industrial que representa solo el 5% de la totalidad de las existentes, que aparte tiene capacidad para exportar, y la otra parte son de participación extranjera las cuales exportan sus excedentes a sus países de origen y cuentan con alta tecnología. Es por esto que México debe de buscar la forma de producir manufactura de buena calidad y para ello es necesario que el proteccionismo desaparezca por completo.

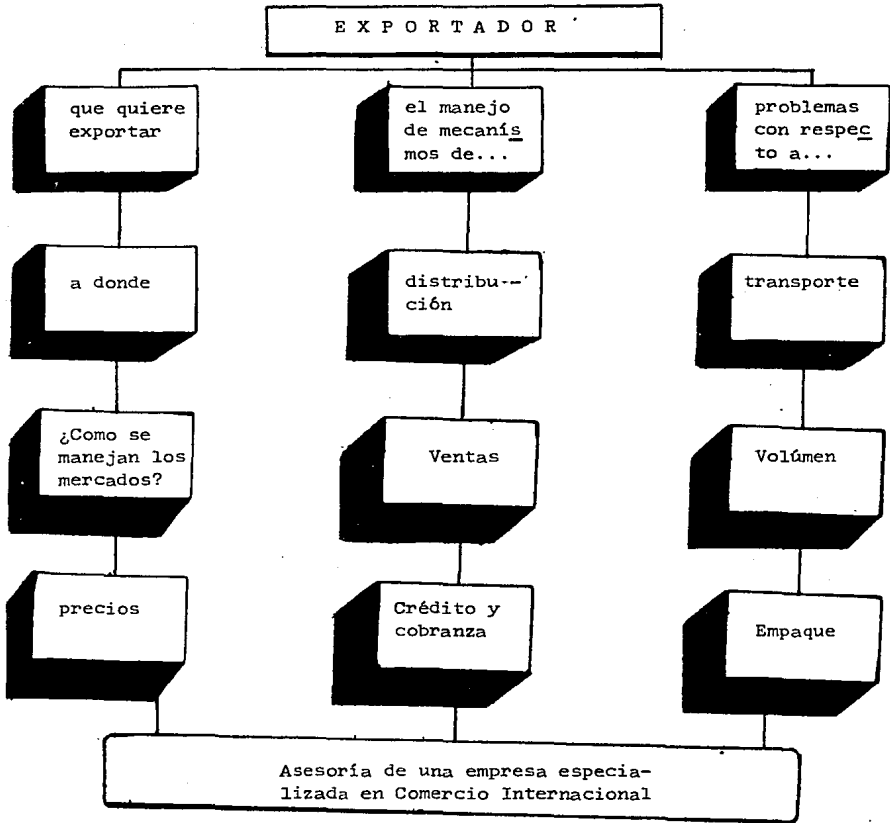
Es necesario que exportemos productos con valor agregado y dejar de ser tan sólo exportadores de materias primas.

UN PAIS DEBE OFRECER AL EXPORTADOR....:





## ¡EL EXPORTADOR NECESITA SABER...!



## LOS PRINCIPALES ARTICULOS QUE EXPORTAMOS

- . Partes y piezas de refacción para máquinas o aparatos
- . Máquinas o aparatos de accionamiento mecánico o eléctrico
- . Café crudo en grano
- . Azúcar
- . Partes y piezas para vehículos de transporte
- . Algodón
- . Prendas de vestir
- . Telas de algodón
- . Fresas adicionadas de azúcar
- . Plomo afinado
- . Tomate
- . Hilazas o hilos de algodón sin mercerizar
- . Frutas frescas
- . Zinc afinado
- . Carnes frescas
- . Ganado vacuno (cabezas)
- . Artefactos elaborados de metales comunes
- . Minerales y concentrados de zinc
- . Automóviles para transporte de personas (piezas)
- . Manufacturas de henequén
- . Acido fosfórico

- . Azufre
- . Espator flúor o fluorita
- . Hortalizas frescas
- . Gemas, alhajas y otras finas o falsas
- . Camarón
- . Petróleo y sus derivados
- . Cobre en barras impuras
- . Hormonas naturales o sintéticas
- . Hilazas o hilos de engavillar de henequén
- . Óxido de plomo
- . Madera, corcho, corozo y similares
- . Instrumentos musicales y aparatos para registro o reproducción -  
del sonido y sus partes
- . Miel de abeja
- . Libros
- . Juguetes y sus partes
- . Vidrio o cristal manufacturado
- . Abonos y fertilizantes
- . Hilazas o hilos de fibras artificiales
- . Tubos de hierro o acero
- . Medicamentos y cultivos bacteriológicos
- . Mieles incristalizables
- . Brea o colofonia sin modificar

- . Sal común
- . Calzado y materiales para su fabricación
- . Jugos o zumos de frutas no fermentadas
- . Artículos de hule de resinas sintéticas o pastas análogas
- . Especias y condimentos
- . Bismuto en barras o afinado
- . Tabaco en rama o capa
- . Preparados, jugos y conservas de hortalizas y legumbres
- . Aparatos fijos para uso sanitario y sus partes
- . Especialidades de uso industrial
- . Vigas, viguetas y estructuras de hierro o acero
- . Películas o placas cinematográficas o fotográficas sensibilizadas
- . Otros artículos no seleccionados

Fuente: Dirección General de Estadística, SIC.

## 4.3- LAS MAQUILADORAS

Maquila; es un vocablo de origen árabe cuyo significado es medida y en el idioma español se utiliza para designar la porción de grano, harina o aceite que es destinada al molinero por la molienda como pago en especie por tales operaciones. En la actualidad, es referente "a la contratación que realiza una empresa para que otra produzca ciertas manufacturas que serán incorporadas en la elaboración de productos finales, o al ensamble de partes para elaborar productos por cuenta de la primera".

La Industria Maquiladora en México opera con capital foráneo que se dedica a actividades de ensamble de partes y componentes de origen extranjero y la producción en su totalidad se exporta, su principal característica es que emplea una gran cantidad de mano de obra para llevar a cabo sus procesos.

La legislación mexicana señala que la planta industrial cuando dé abasto al mercado interno aunque se dedique parcial o totalmente a la exportación, en tanto el costo directo de fabricación nacional del producto a exportar no llegue al 40%.

La industria maquiladora fue creada debido a su gran importancia en cuanto a la utilización de materias primas y, también que es generadora de mucha mano de obra. Fué apoyada por el Gobierno Federal para dar ocupación a trabajadores nacionales y como ya se dijo-

intensificar el consumo de materias primas que su producción sea nacional.

Este tipo de industria sólo funciona en países en donde el costo de mano de obra es bajo lo cual repercute en el precio de venta del producto acabado. Existen también ciertas restricciones para esta industria debido, a que ciertos productos hechos en México para empresas del extranjero pueden competir con productos mexicanos de exportación.

El hecho de que las maquiladoras se encuentren concentradas en la zona fronteriza con los Estados Unidos representa ciertas desventajas debido, a que, los beneficios arrojados por esta actividad son contrarrestados por la gran dependencia que tienen con respecto de la economía norteamericana. En cambio al instalarlas en zonas del litoral se obtendrían mayores ventajas, ya que no existiría aquella dependencia y se fomentaría el desarrollo integral del país.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), es la encargada de regular la importación, transformación y salida de materia prima y artículos que se elaboren.

Para la transformación de materias primas y partes que se van a exportar en su totalidad se autoriza la entrada de maquinaria que se encargue única y exclusivamente para desarrollar dicha actividad.

Las leyes mexicanas señalan los artículos que se pueden importar con carácter de temporal y son: materias primas, materiales auxiliares, partes y piezas para realizar labores de maquila, maquinaria, aparatos y equipos mencionados; herramienta y equipo accesorio de producción y de seguridad, envases y material de empaque, etiquetas, folletos técnicos, manuales de trabajo y planes industriales.

La zona fronteriza se ha caracterizado, pese a tener una industria maquiladora fuerte, por contar con altos índices de desempleo debido al atractivo que representa para nosotros el radicar en ciudades colindantes con los E.E.U.U. y por esto el número de población ha crecido considerablemente. Desde 1951, muchos mexicanos emigraron a la frontera por la necesidad de la mano de obra que demandaban esos lugares a instancia de un acuerdo celebrado entre el Gobierno de México con el de Estados Unidos sobre trabajadores emigrantes. El Gobierno puso una especial atención en el desarrollo turístico e industrial a finales de 1964, y fue entonces cuando el Gobierno estadounidense dió por terminado el Programa de Trabajadores agrícolas Emigrantes, lo cual como es lógico de suponerse, trajo consigo el desempleo en esas ciudades y en el campo de la zona fronteriza.

Por esto es que las autoridades mexicanas, promovieron un Programa de Industrialización de la Frontera Norte de México, el cual facilitaba la inversión extranjera para industrias principalmente -

ensambladoras para cubrir las necesidades de empleo de gran cantidad de mexicanos. A estas actividades se impone la necesidad de exportar la totalidad de su producción, debido a que la demanda interna es baja y la adquisición de divisas es difícil.

Cuando empezó a funcionar este programa, la situación que se vivía en el país dió factores propicios para su instauración como fueron: gran cantidad de mano de obra a bajos costos, la mano de obra del trabajador mexicano se adapta fácilmente a los procesos de ensamble y se integra rápidamente al proceso productivo, la disminución competitiva de industrias norteamericanas y otros factores externos.

La industria Maquiladora genera polos de desarrollo y es importante para la expansión de bienes y servicios de consumo final y materias primas, forma mano de obra calificada y conjuntos industriales.

Las ramas que ocupan a la industria maquiladora son productos eléctricos y electrónicos, textiles y artículos mecánicos, mueblería y productos derivados de madera, piel y metálicos. En orden de importancia, los siguientes lugares son donde se concentra la mayor participación Maquiladora:

Tijuana

Baja California

Tamaulipas

Sonora

Nogales

Chihuahua

Cd. Juárez



Con una menor participación:

Guadalajara

Jalisco

Monterrey

El principal mercado que tiene México, es con Estados Unidos y con otros países sólo se destina la cuarta parte de productos en samblados.

Existen empresas y sociedades financieras norteamericanas y japonesas que han puesto especial interés en el programa de maquiladoras de México, por lo que parece que esta industria crecerá para los próximos años.

## CAPITULO V

## 5.1.1

En un futuro no muy lejano, al existir productos de diferentes partes del mundo que vengan para su comercialización en el país, la Planta productora Nacional, tiene, desde este momento, que incrementar su calidad y mejorar sus precios para que el consumidor los prefiera.

En el caso de Volkswagen de México, empresa de participación alemana, la entrada al GATT, significará mayor facilidad para poder introducir sus productos en el mercado nacional y también para que por medio de tecnología, apoyar la producción nacional para que la red de distribuidores V.W. tengan los elementos para entrar a un mercado sumamente competitivo, lograr mantener o superar sus volúmenes de ventas.

En la Venta de refacciones, según informes de la gerencia de este departamento, lo que sucederá es que, en cuanto a proveedores de productos que no sean elaborados en la Planta armadora, se tendrán mas autopartes para elegir entre ellas y el concesionario a su vez, venderlas. Esto a su vez traerá como consecuencia que los proveedores ofrezcan mejores condiciones para el financiamiento de sus productos para la Red de concesionarios. Por otra parte, se tendrán que elaborar listas de precios para facilitar que el producto llegue con mayor facilidad al consumidor.

Contando con estos elementos y el respaldo que ofrece una marca con tal prestigio como V.W. se podrá afrontar con entusiasmo la

entrada al Acuerdo General, ya que también V.W.M. de Puebla, tendrá la opción de exportar sus productos y hacerlos competitivos en el mercado exterior.

Las autoridades gubernamentales a cargo de regular la entrada de productos provenientes del exterior en el mercado nacional, han protegido a la Industria de autopartes o refacciones automotrices, dándoles un plazo, para prepararse a la entrada de productos del mismo ramo industrial provenientes del exterior.

A continuación veremos de que manera se ha llevado la comercialización de refacciones automotrices por parte de los concesionarios V.W. en la República Mexicana.

## BREVE HISTORIA DEL V.W.

"Al final del año de 1935, en la cochera de una casa de la Villa de Feuerbach, en las cercanías de Stuttgart, en Alemania, les fueron dados los últimos toques a dos singulares prototipos. Nadie hubiera sido capaz de pronosticar, o adivinar siquiera el prodigioso desarrollo de estas máquinas automotrices denominadas Volkswagen.

La calidad de la revolucionaria concepción del Profesor Porsche los extraordinarios valores de su ingeniería automotriz y la sin igual nobleza práctica de su diseño produjeron el automóvil ideal de nuestros tiempos, un automóvil que generó una gran industria, así como un consorcio Internacional cuya expansión también es notable.

El 3 de septiembre de 1875, día en que Ferdinand Porsche el creador del -escarabajo Volkswagen-, nació en la población Austriaca de Maffersdorff (Checoslovaquia).

En ese entonces, el motor de combustión interna era apenas algo más que una idea. Existían buenas razones para creer que el coche sin caballos sería impulsado por electricidad o por vapor de agua. Ferdinand creía que la electricidad era la clave del futuro, y durante su juventud dedicó parte de su tiempo a fabricar acumuladores con frascos de mermelada y un poco de ácido sulfúrico. En una escuela industrial aprendió los rudimentos del dibujo mecánico y la geometría. Pronto supo lo suficiente para poder construir sus propios ge

neradores.

Poco después, Porsche se trasladó a Viena, para recibir instrucción especializada. Cuatro años más tarde a los 22 años de edad, fue nombrado director del departamento de pruebas de la compañía eléctrica Bela Egger.

Las noticias sobre su capacidad inventiva llegaron a oídos de Ludwig Lohner, fabricante de automóviles en la corte de los Habsburgos quien le pidió su ayuda para construir un prototipo impulsado por fuerza eléctrica. El resultado fue un vehículo compacto de tres plazas que causo sensación en la exposición universal de París, en el año de 1900. Los cubos de las ruedas delanteras llevaban sendos motores eléctricos de 2.5 caballos de fuerza, capaces de hacer avanzar al vehículo hasta una velocidad de 60Km. por hora y por primera vez en la historia automovilística estaba equipado con frenos en las cuatro ruedas.

En 1923, el Profesor Porsche se traslado a Stuttgart con su esposa Aloisia y sus hijos Louise y Ferry donde empezó a trabajar en la fábrica Daimler alemana, ocupando el cargo de Director Técnico.

Siete años después, en 1930 Porsche decidió independizarse. Fundó una oficina de perfeccionamiento de motores y ofreció servicios de asesoramiento técnico a diversas compañías. La oficina de Construcciones Porsche, iniciada con la colaboración de diez de -

sus amigos, era sólo una pequeña empresa. Los sueldos no siempre podían ser cubiertos, no obstante, la modesta oficina pronto produjo algunos modelos que hicieron época. Uno de los primeros estaba equipado con una revolucionaria versión de la suspensión a base de barras de torsión, sistema de Ford y su principal diseñador Karl - Rabe, perfeccionaron para reemplazar la pesada suspensión de muelles de hojas múltiples o de espiral con que contaban los anteriores automóviles. El nuevo sistema se vendió con éxito a las fábricas Morris, Citroen, Sstandard, Volvo, Alfa Romeo y otras más. Al respecto, Hans Bretz, especialista alemán en automóviles dijo: -

"- Aunque Porsche no hubiera inventado nada más que esta barra de torsión, su nombre se habría inmortalizado como inventor-".

La gama de su inventiva fue prodigiosa: abarcó, desde la construcción de un automóvil impulsado por energía eléctrica, hasta el diseño de un gigantesco tanque de 188 tons. de peso. Fue el primero que equipó un vehículo con frenos en las cuatro ruedas y el primero en diseñar un sistema de propulsión mixta, a base de electricidad y motor de gasolina.

Algunas de sus invenciones parecían enormes locuras de imaginación pero la realidad era que la capacidad creativa del Profesor Porsche se había adelantado varios lustros a su época.

Otra de las genialidades del Dr. Ing. Ferdinand Porsche fue la de colocar un motor de 16 cilindros en un automóvil de carreras

(El Flecha de Plata, de la fábrica Auto Unión), detrás del conductor y no adelante como se acostumbraba entonces. El escepticismo y el asombro fue general pero, sólo en el año de 1934, este vehículo batió siete marcas mundiales de velocidad. Sus modelos posteriores, equipados con motores mejorados cuya potencia alcanzaba los 546 caballos de fuerza ganaron carrera tras carrera representando la marca Mercedes Benz que en cuatro años consecutivos (1934 - 1937) eliminó del deporte de la velocidad a los bólidos Bugatti, Alfa Romeo y Maserati.

No menos originales y ambiciosos fueron los planes que trazó para el futuro automóvil del Pueblo, el Volkswagen: el motor contaba con novedosos sistemas de enfriamiento por aire; además iban tan atrás del conductor que incluso sobresalía del eje trasero. Los cuatro cilindros estaban colocados horizontalmente, en pares opuestos, lo que constituía otra radical innovación y un anticipo de la disposición básica que desde entonces se adoptó en todos los automóviles Porsche.

Así el Profesor Ferdinand Porsche diseñó el primer escarabajo en 1934 que fue el fruto de todas las experiencias llevadas a cabo por Porsche..."



Enfocare el estudio de la comercialización, a las autopartes o refacciones automotrices, las cuales en los últimos años han tenido una creciente demanda por parte de los consumidores debido al incremento constante de los precios sobre los automóviles nuevos, por lo que se ha contraído en mucho la venta de éstos, por lo que la gente opta por conservar su vehículo de años anteriores en buenas condiciones mediante la adquisición de refacciones y el servicio que negocios relacionados con el ramo automotriz ofrecen.

En esta tesis se analizarán aspectos referentes al: Producto, Precio, Plaza y Promoción; los que en administración denominamos - como las 4Ps., dentro del tema de comercialización de refacciones automotrices.

Todos los cuadros, datos e información del presente estudio - están recabados de empresas automotrices de la red Volkswagen y se enfocan a la comercialización del producto automotriz Volkswagen.

#### 5.1.2 PRODUCTO

Un sistema, es el conjunto de partes que interaccionan entre sí para lograr un objetivo determinado. Dentro de éste, existen - tantos subsistemas como analítico se quiera hacer un estudio.

Tomenos pues el automóvil como un sistema que entre sus compo - nentes o subsistemas, están: suspensión, carrocería, sistema eléc-

trico, etc. los cuales, como ya se ha dicho, se pueden estudiar como subsistemas del sistema auto.

#### 5.1.2.1

#### PARA DIFERENCIAR EL PRODUCTO

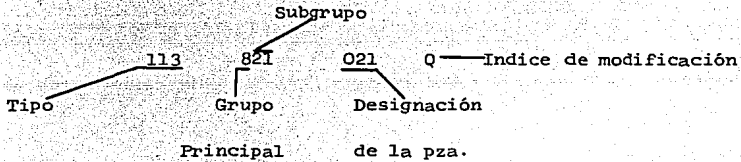
Debido a que se manejan un sin número de refacciones (al redor de 5000 por coche) en los negocios relacionados a la venta de éstos, se ha creado un procedimiento para la mejor identificación de cada una de las partes que integran el automóvil. Para esto el vehículo se divide en 10 grupos principales, compuestos por dígitos que colocados en el número de parte sirve para indicar de qué producto automotriz se trata, los grupos en cuestión son los siguientes:

GRUPO:	CORRESPONDE A:
1	Motor y partes
2	Depósito de gasolina, sistema de escape y anti-smog
3	Caja de cambio
4	Eje delantero y dirección
5	Eje trasero
6	Ruedas y cilindros de freno
7	Defensas placas y pedales de mando
8	Carrocería

9 Sistema eléctrico  
0 Accesorios

En base a estos grandes grupos se pueden manejar una cantidad considerable de números de piezas o productos que permitan abarcar la gama de los diferentes componentes de cualquier vehículo automotriz.

Para entrar en materia comencemos por conocer el número de partes cuyos componentes numéricos identifican a un solo producto o refacción. Ejemplo:



El tipo nos indica el vehículo cuya característica difiera de los demás que fabrica la Volkswagen de México S.A. de C.V.

En el siguiente cuadro de tipos y modelos se pueden apreciar los números con los que se identifican los tipos conocidos en nuestro país.

TIPO	MODELO
102	Brasilia
113	Sedan
161	Atlantic 2 pts.

163	Atlantic 4 pts.
171	Caribe 2 pts.
173	" 4 "
211	Panel
231	Combi
327	Corsar

En seguida del tipo encontramos que el primer número del segundo grupo de dígitos, no indicará a que conjunto del vehículo se refiere el producto o refacción, ya sea carrocería, sistema eléctrico etc.

El subgrupo dividirá al grupo principal en tantos, como productos existan en éste.

Para entender mejor estos conceptos, se expone un cuadro de subgrupos correspondientes al grupo 1.

#### GRUPO 1

00	Motor completo
01	Carter del motor, cilindros y culatas
05	Cigüeñal bielas y cojinetes
07	Pistones
09	Arbol de levas y válvulas
15	Boca de relleno y bomba de aceite
17	Radiador de aceite, bomba de gasolina y tuberías

19	Refrigeración por aire y Chapas
29	Carburador y filtración
41	Embrague
98	Juego de reparación
99	Piezas de fijación del motor

De esta manera vemos que cada tipo tiene sus grupos, cada grupo se subdividirá en subgrupos y enseguida viene la designación de la pieza del producto en sí. En el ejemplo expuesto tenemos el 113 sedan, 8 grupo de carrocería, 21 salpicaderas traseras y delanteras 021 salpicadera delantera izquierda, 0 índice de modificación.

#### INDICE DE MODIFICACION

Al mencionar el índice de modificación, debemos relacionarlo con las fechas de producción, y esto en virtud de saber que no todos los vehículos han sido armados sin cambios en su estructura, modificaciones que se efectúan para mejorar la técnica, mecánica, apariencia, funcionalidad, etc.

En México, cuyos catálogos han sido cambiados por microfichas, éstos empiezan a considerar la producción nacional en mayo de 1964, no obstante, los primeros vehículos Volkswagen empezaron a rodar por nuestras carreteras en los años 50's y antes de la segunda guerra mundial.

Veamos el cuadro de producción para el tipo 113 sedan:

## CUADRO DE PRODUCCION

El cuadro siguiente muestra los números de chasis y los grupos fabricados hasta fines del respectivo año, así como las importantes innovaciones introducidas.

AÑO	CHASIS	AÑO	CHASIS
may 1964	5 785 791	oct 1975	115 2226 813
oct 1964	6 422 693	nov 1975	116 2008 701
nov 1964	115 205 297	oct 1976	117 2012 881
oct 1965	115 877 584	nov 1976	117 2098 829
nov 1965	116 030 779	oct 1977	118 2003 001
oct 1966	116 932 824	nov 1977	118 2069 472
nov 1966	117 032 553	oct 1978	119 2002 793
oct 1967	117 830 956	nov 1978	119 2153 496
nov 1967	118 034 061	oct 1979	11A 0136 845
abr 1968	118 208 697	nov 1979	11B 0100 001
abr 1968	118 477 237	nov 1980	11B 0139 845
oct 1968	118 1000 059	oct 1981	11C 0100 001
nov 1968	119 052 467	nov 1981	11C 0144 236
oct 1969	119 1062 895	oct 1982	11D 0100 001
nov 1969	110 2051 855	nov 1982	11D 0125 723
oct 1970	110 3097 089	oct 1983	11E 0100 001

nov 1971	111 2047 795	nov 1983	11E 0134 844
oct 1971	111 3076 100	oct 1984	11F 0000 001
nov 1972	112 2045 235	nov 1985	116 0000 001
oct 1972	112 2906 506		
nov 1973	113 2045 313		
oct 1973	113 3023 584		
nov 1974	114 2047 105		
oct 1974	114 2798 524		
nov 1974	115 2058 001		

Ya con estos elementos de trabajo, nos es fácil poder conocer y manejar el producto en su comercialización.

Es conveniente mencionar que sólo se han destacado algunos elementos que sirven para el conocimiento básico del negocio de partes automotrices. Profundizando llegaríamos a conocer que existen equipos extras que están codificados en los catálogos en forma especial diversidad de motores combustible gasolina o diésel, transmisiones - standard o automáticas etc, etc.

#### 5.1.2.2

#### -CONTROL DE CALIDAD-

El Control de Calidad, esta a cargo de la Planta armadora en la ciudad de Puebla, la cual cuenta con el más estricto Control de

calidad de la República Mexicana, y los productos que de ella salen, cuentan con la resistencia y especificaciones marcadas por la Volkswagen de México.

### 5.1.2.3

#### -ABASTO Y REGISTRO DE ENTRADAS Y SALIDAS DEL MATERIAL-

Los concesionarios autorizados V.W. efectúan para el abasto de productos terminados, un contrato con la planta armadora para la compra-venta de sus productos, aparte de autorizar las concesiones otorgadas. En este contrato el concesionario queda obligado a comercializar el producto emanado de la V.W.M.

El departamento de refacciones que es motivo de mi estudio, debe de contar en su haber con un "stock" o límite de refacciones, que se fija con el promedio de 4 meses de existencia para obtener el promedio de ventas de 1 (un) mes. La forma de registrar las compras y ventas es mediante un sistema de "Kardex" compuesto por tarjetas en las cuales se anotan las entradas y salidas de material que se efectúan en un día de labores y de esta manera se lleva un control estricto acompañado de otros documentos sobre la existencia de refacciones que debe haber en el almacén.

Con lo que respecta al sistema de pedidos, existen dos modalidades a saber:

a) El denominado "Sistema de pedidos de emergencia", el cual consiste en la solicitud de aquellas partes cuya venta es esporádica



o eventual y cuyo costo si se mantuvieran en almacén sería muy elevado si se pidieran con frecuencia.

b) Pedidos normales sobre piezas cuyo movimiento es continuo. El procedimiento para hacer este tipo de pedidos a la Planta es mediante tarjetas denominadas "Mark Sensing", en cuyo procesamiento - (computarizado) se registran y se manejan datos tales como:

Existencia-ventas + compras = Cantidad a surtir

Este Sistema es conocido con el nombre de "AUTOPART", que como ya se mencionó, se maneja por medio de tarjetas. De esta manera se conocen los requerimientos de material.

La mercancía solicitada llega hasta el distribuidor mediante - camiones por parte de la Planta armadora y la mercancía viene acompañada por una "Guía de Embarque" en donde aparece la descripción - de las piezas enviadas y el encargado de la recepción de dicho material hará constancia de que lo enviado vaya acorde con lo que esta Guía señala. Posteriormente el concesionario recibe la factura por dicho material.

Existe un Seguro de mercancía que la Planta contrata, para refacciones y accesorios en tránsito, de esta manera se amparan las - mercancías contra posibles daños que sufran en el trayecto de la V. W.M. a los distribuidores.

En el caso de que algún material no sea entregado, el concesionario hace una reclamación al almacén por escrito dirigida a la Plan

ta, o bien puede darse el caso de material no enviado y facturado, bajo estas circunstancias, se paga por parte del distribuidor el monto total de la mercancía para, posteriormente, recibir el faltante.

Es necesario aclarar que, en este caso, los intereses que cobra V.W.M. por créditos otorgados con lo que respecta a la pieza (s) que no fueron surtidas pero si cobradas.

#### 5.1.2.4

##### -SEGMENTOS QUE SE ATRAEN-

Este punto se refiere a las personas que compran el producto ya mencionado. Dentro de un distribuidor se pueden dividir estos segmentos en tres partes:

- 1) Venta de Mostrador Público.- La venta que se efectúa al cliente que acude a la agencia para adquirir refacciones, su característica básica es que los clientes de refacciones tienen la necesidad de una refacción en especial, ya que el beneficio que obtiene el cliente al adquirirla es que su vehículo funciona correctamente, y lo único que puede impedir el cierre de la venta es:
  - a) Que la refacción no este disponible
  - b) El precio cuando dicha refacción tiene diferentes opciones de compra
  - c) El trato y la atención que recibe el cliente por parte del

auxiliar del mostrador público.

Al conocer este concepto se puede diferenciar la venta de refacciones y la venta de accesorios, ya que en ésta se requiere - crearle al cliente la necesidad del producto a diferencia de la - venta de refacciones en donde la necesidad se genera en base a las dificultades de operación del vehículo. El segmento que se atrae es principalmente el particular.

- 2) Ventas por promotor. Es la venta de refacciones legítimas V.- W. por mayoreo o medio mayoreo a clientes de elevado potencial de compra apoyado por los elementos siguientes: Promotor, des - cuento, contado comercial y servicio de entrega a domicilio - con el objetivo de mantener una venta continua.

Los principales segmentos que se atraen son:

- a) Talleres independientes
  - b) Refaccionarias
- 3) Ventas al propio Taller de Servicio.- Son clientes que dejan su vehículo para composturas, y personal autorizado (mecánicos y jefes de servicio) solicitan las partes que sean necesarias para tal efecto.

La gente que consume por este medio son:

- a) Cías. de Seguros
- b) Flotilleros
- c) Clientes particulares

- d) Empresas de gobierno
- e) Autos del personal de la misma empresa

Vease fig. 1

#### 5.1.2.5

### IMPORTANCIA DE LA GARANTIA Y EL SERVICIO

#### Concepto

"Garantía es el acto por el cual un artículo se asegura y protege contra un riesgo o necesidad durante un periodo determinado".

"Servicio es la prestación que se le da al comprador de un producto para mantener este último en condiciones óptimas de trabajo"- en ocasiones el servicio se da como consecuencia de una garantía otorgada, pero también es la manera como un cliente tiene la seguridad de que el obtener un bien, este se mantendrá en buenas condiciones para que cumpla el objetivo para el cual fue creado.

Existen políticas, las cuales cumplen la red de distribuidores V.W. en la República Mexicana con respecto a la garantía del producto y el servicio. La manera de darle a conocer al cliente los puntos anteriores es mediante una carta, o bien folletos que explican las especificaciones pertinentes, o también se da el caso en que el producto lo lleva consigo.

A continuación se muestra la garantía que ofrece la V.W. a sus clientes.

Vease cuadro 2

-FLUJO DE OPERACIONES PARA EL SURTIDO O NEGOCIACION DE FALTANTES.-

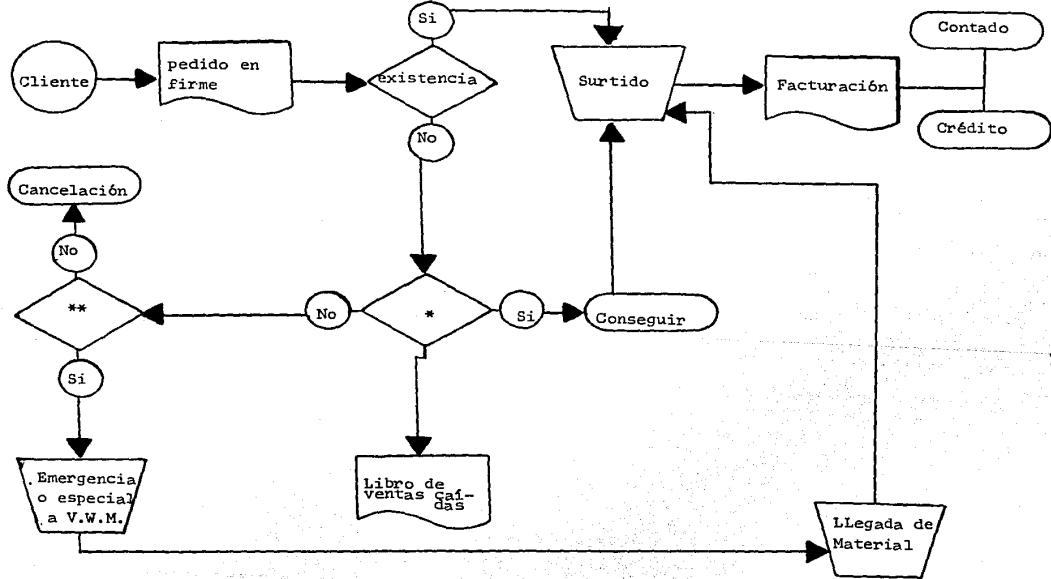


Fig. 1

- \* Localización a corto plazo
- \*\* Negociación con el cliente

### Exclusiones

- Rotura o astillamiento de Cristales.
- Desgaste de piezas de motor por exceso de polvo.
- Daños en la pintura, partes cromadas u oxidación en la carrocería, por impactos de piedras o golpes de cualquier naturaleza, polvos o desechos industriales, sales minerales, tempestades de arena, resinas de árboles, productos químicos u orgánicos, granizadas.
- Desgaste natural o normal.
- Los servicios de conservación, mantenimiento y diagnóstico, así como las piezas que sea necesario cambiar para estos servicios, como consecuencia del uso normal del vehículo.
- La garantía no cubre ningún gasto indirecto.

97

Periodo de  
Garantía

Meses  
de Garantía

	Meses de Garantía		
	2	6	12
Autos Nuevos (Todos los tipos)			X
Autos Usados (Por cuenta del Concesionario)	X		
Refacciones y Accesorios vendidos por motorista		X	
Garantía para reparaciones			X
En todos los casos sin límite de kilometraje.			

### Motivos que anulan la Garantía

- Reparación de los vehículos fuera de las concesionarias VW.
- Instalación de piezas no autorizadas o no aprobadas por VWM.
- Daños por falta de aceite, líquido de freno o refrigerante por negligencia, descuido u omisión del propietario o conductor.
- Modificación o alteración del vehículo de manera no autorizada por VWM.
- Si el vehículo fue objeto de: trato inexperto o negligente, accidentes (voladuras, colisiones, etc.), participación en competencias de velocidad o rallies, empleo de violencia.

- No respetar las indicaciones del Manual de Proprietario respecto a los instrumentos de control preventivo.
- No efectuar los servicios de conservación, mantenimiento y diagnóstico en la forma y periodicidad señalados en el Carnet de Servicio por un concesionario VW.
- Cuando por petición expresa del cliente, en la reparación se utilizaron piezas usadas, inapropiadas para el producto o no autorizadas por Volkswagen de México, S.A. de C.V., así como reparaciones parciales. (Recomendamos que en estos casos es indispensable estampar el sello de "Sin Garantía" en la Orden de Reparación/Factura correspondiente).

### Observaciones

- La prestación de garantía comprende la reparación de los conjuntos afectados, asistiendo a las piezas defectuosas de dicho conjunto, según lo requieren las exigencias técnicas, así como los costos que por mano de obra se originen.
- El derecho a la corrección de defectos sólo podrá hacerse valer en algún Concesionario Volkswagen. La reclamación deberá efectuarse inmediatamente después de constatar el defecto en cuestión.
- Los costos de desmontaje de las piezas cubiertas por la garantía no serán cobradas al cliente; así mismo los aceites y líquidos de freno o refrigerante necesarios en una reparación en garantía.

Limitaciones: hasta 3 meses sin límite de kilometraje.

#### Autos Nuevos:

Focos, fusibles, bujías, platinos, filtros, alineación, balanceo, bandas, linternas de freno (bolatos o pastillas), ejes de carrocerías, y ajustes mecánicos básicos.

#### Garantía de reparaciones:

- Frenos incluyendo balatas o pastillas de freno.
- Alineación o balanceo de ruedas.
- Alineación de motor, incluyendo bujías, platinos y carburador.
- Sustitución de focos, fusibles, filtros, bandas
- Ajustes de cables o palancas de cambio, freno de mano, copos, embrague, acelerador, calefacción.
- Ajustes de carrocería.
- Los servicios de conservación, mantenimiento y diagnóstico, así como las piezas que es necesario cambiar para estos servicios.

Servicio Volkswagen



## Garantía Volkswagen

Vehículos producción nacional

\* Cuadro 2

Garantía de Refacciones y/o Accesorios  
vendidos por Motorista: 6 meses sin  
límite de kilometraje.

Límite de garantía: hasta 3 meses sin límite de  
kilómetros en las siguientes partes:

- |            |  |
|------------|--|
| • Focos    | • Filtros                                  |
| • Fusibles | • Platinos                                 |
| • Bujías   | • Frenos de freno<br>(bolatos o pastillas) |
| • Bandas   |  |

Nota: En mano de obra, los concesionarios otorgan tres meses de garantía, excediendo lo marcado por la ley que sólo marca un mes.

## 5.1.2.6

## VARIACION DEL PRODUCTO-

Las modificaciones o variaciones que pudiesen darse en las refacciones automotrices VW están a cargo de la misma planta armadora, la cual cuenta con equipo profesional como diseñadores industriales para llevar a cabo esta labor. Pese a lo anterior los distribuidores también están en posibilidad de reportar a la planta de eficiencias de piezas que aún con la aprobación de control de calidad no se adaptan o representen problemas una vez ya instalados en los vehículos. En este caso la información llega a la gerencia de refacciones o de servicio mediante los mecánicos o bien clientes insatisfechos y éstos, a su vez, mandan dicha información al personal correspondiente de VWM.

## 5.1.2.7

## EMPAQUE-

Concepto: Cualquier material que encierra un artículo y que no forma parte integral del mismo con el fin de facilitar su entrega a la clientela.

Las refacciones vienen dentro de un empaque cuyas características son diversas dependiendo el tipo de refacción que se trate e invariablemente deberá estar impreso el logotipo del Volkswagen ya, - que de esta manera, la pieza que sea adquirida por el consumidor es tara garantizada por VWM la cual tiene el derecho y la obligación -



de plasmarlo en los empaques de sus productos.

En el caso de importaciones la mercancía llega en empaques originales de Alemania, Brasil o Estados Unidos.

Estas piezas tanto de producción nacional como de importación vienen con características de empaque tales como cajas de madera, - metálicas, de cartón, bolsas etc., los cuales están diseñados para el fácil manejo tanto por parte de los clientes como de los encargados del almacén y aseguran dentro de lo posible el producto que llevan dentro.

#### 5.1.2.8

##### COMPETENCIA-

Dentro de este ramo en especial se asegura el no tener competencia puesto que se cuenta con una producción propia de los artículos.

Cuando la planta armadora no cuenta con los recursos para la elaboración de una pieza busca, de entre los proveedores nacionales, aquella que cumpla con la calidad que se requiere y que su adaptación a la marca sea satisfactoria.

A manera de ejemplo veremos que la producción de bujías no la lleva a cabo WWM por lo que necesita de fabricantes de este producto para satisfacer la demanda de los clientes a través de los distribuidores.

V.W.M.

BOCH

PRESTOLITE

A.C.

BUMEX

CHAMPION

CHAMPION Y PRESTOLITE

(debido a que cuentan con-  
la calidad requerida por-

V.W.M.)

## 5.1.3 PLAZA O LUGAR

Todo concesionario debe ser propietario de una Agencia, (terreno, Edificio, Instalaciones) la cual sera el domicilio de la Concesionaria en la que se venderán productos V.W. y prestarán servicios a los mismos.

Terreno.- Su ubicación se determinará de común acuerdo con V.W.M. quien dará su aprobación por escrito antes de realizar la adquisición.

La superficie del terreno deberá de ser calculada de tal manera que permita efectuar futuras ampliaciones de los edificios e instalaciones, utilizando un mínimo del 10% de la superficie del terreno para uso de plazas, accesorios y jardines de la agencia. Para la autorización por parte de V.W.M. de la compra del terreno, se deben tener en cuenta, los siguientes factores:

- 1) Superficie y frente mínimo dependiendo del tipo de agencia
- 2) Localización de acuerdo con ejes principales de circulación, zonas comerciales y automotrices, ya sea dentro o fuera de la población
- 3) Circulación de vehículos de transporte público en la zona

Considerando los requisitos arriba indicados y dependiendo del tipo de agencia, el concesionario dispondrá con las siguientes medidas:

Tipo de Agencia	Punto de Apoyo
Mínimo de terreno requerido	2,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	3,000 m <sup>2</sup>
Frente Mínimo	30 m
Lugares de trabajo	2

Tipo de Agencia	A1-3L
Mínimo de terreno requerido	3,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	4,000 m <sup>2</sup>
Frente Mínimo	40 m
Lugares de trabajo	3

Tipo de Agencia	A1-5L
Mínimo de terreno requerido	3,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	4,000 m <sup>2</sup>
Frente mínimo	40 m
Lugares de trabajo	5

Tipo de Agencia	A-2 Satélite
Mínimo de terreno requerido	4,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	6,000 m <sup>2</sup>
Frante mínimo	50 m
Lugares de trabajo	8

Tipo de Agencia	A-2 Independiente
Mínimo de terreno requerido	5,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	8,000 m <sup>2</sup>
Frente mínimo	55 m
Lugares de trabajo	8

Tipo de Agencia	B-1
Mínimo de terreno requerido	6,000 m <sup>2</sup>
Terreno recomendado	12,000 m <sup>2</sup>
Frente mínimo	65 m
Lugares de trabajo	12

Para determinar el área total se requiere como mínimo una relación de áreas construida a no construida de 1:5, ejemplo:

Area construida (con ampliación )	1000 m <sup>2</sup>
Area sin construir	5000 m <sup>2</sup>
Area total	6000 m <sup>2</sup>

Antes de la iniciación de planeación de la construcción, el concesionario deberá presentar:

- 1) Levantamiento topográfico del terreno incluyendo ángulos y triangulaciones, con medidas exactas, niveles, superficie total orientación, así como condiciones climatológicas predominantes en la zona

- 2) Estudio de la fatiga del terreno
- 3) Alineamientos y número oficial
- 4) Licencia de ubicación y funcionamiento

#### 5.1.3.2

#### -EDIFICIOS E INSTALACIONES-

Con base en el estudio de mercado elaborado por V.W.M. el cual entre otros indicará el número de vehículos V.W. circulando en el territorio del concesionario y las ventas programadas para los tres próximos años, V.W.M. determinará el tipo de agencia y tamaño de la construcción.

Todos los edificios e instalaciones de la agencia deberán ser realizadas de acuerdo al programa de construcción estandar de V.W.M.

Antes de la iniciación de la obra en base a los datos y documentos antes mencionados, se elaborarán los planos detallados y definitivos, así como los presupuestos respectivos, por una compañía constructora los cuales deberán tener la firma de aprobación de V.W.M.

Todos los departamentos de la concesionaria deberán contar con oficinas de tamaño y ubicación adecuada que permitan buenas condiciones de trabajo, entre las cuales se encuentra conservación, distribución, alumbrado, ventilación, aseo, y otros requisitos apropiados.

El concesionario aceptará las indicaciones de V.W.M. para am -

pliar, actualizar y modernizar los edificios, instalaciones y equipos a fin de estar en óptimas condiciones de operación, funcionamiento y presentación.

Las modificaciones al terreno, edificio e instalaciones de la agencia requieren la previa aprobación por escrito de V.W.M.

En el caso de que el terreno y los edificios no sean propiedad del concesionario se requerirá:

- 1) Acreditar la propiedad por parte de los terceros
- 2) Acreditar la personalidad de los terceros propietarios
- 3) Someter a la consideración y aprobación por escrito de V.W.M., - los contratos de arrendamiento así como sus prórrogas.

El concesionario utilizará los colores bajo las indicaciones de V.W.M. . Las áreas de estacionamiento y contacto con el público deberán ser marcadas en forma clara y sencilla siguiendo las recomendaciones de V.W.M. .

Los edificios, equipos y las instalaciones generales siempre deberán encontrarse en perfectas condiciones de conservación y funcionamiento.

Equipo.- El concesionario dotará a todos los departamentos de su empresa, del equipo, mobiliario y enceres necesarios, según su propio requerimiento y las indicaciones del grupo Volkswagen.

### 5.1.3.3 MARGENES DE UTILIDAD

Con respecto a los márgenes de utilidad, los concesionarios V. W. y en especial el departamento de refacciones cuentan con una lista de precios (que más adelante veremos) la cual es enviada por parte de la Planta, y los distribuidores, en base a ella calculan un 30% para obtener el precio de venta o bien un 15% para refacciones cuyo movimiento dentro del almacén sea bajo.

Estos porcentajes han sido estudiados y calculados a nivel de concesionarios de toda la República y aprobados para ponerlos en práctica logrando, de esta manera cubrir los diversos gastos que atañen a un departamento de refacciones y quedarse con índice de utilidad aceptable para la empresa.

### 5.1.3.4

A continuación el volumen de ventas del concesionario, por parte de promotores, mostrador, público y taller.



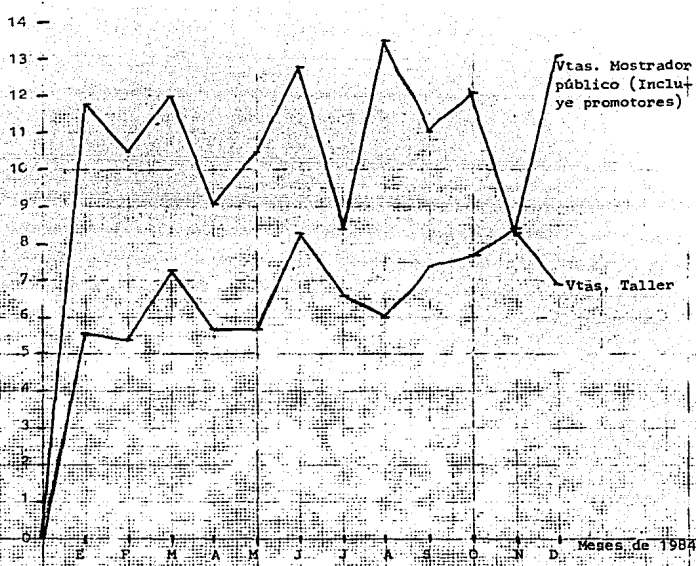
VOLUMEN DE VENTAS DE 1984 Y 1985

	1984	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL
1984														
ventas.-														
TALLER.....	5,500,000	5,400,000	7,300,000	5,700,000	5,700,000	8,300,000	6,600,000	6,000,000	7,400,000	7,700,000	8,400,000	6,900,000	80,900,000	
MOSTRADOR PUBLICO														
(INCLUDE PROMOTO-														
RES).....	11,800,000	10,500,000	12,000,000	9,100,000	10,500,000	12,800,000	8,400,000	13,500,000	11,000,000	12,050,000	8,300,000	13,100,000	133,050,000	
TOTAL.....	17,300,000	15,900,000	19,300,000	14,800,000	16,200,000	21,100,000	15,000,000	19,500,000	18,400,000	19,750,000	16,700,000	20,000,000	213,950,000	
1985														
ventas.-														
TALLER.....	9,100,000	8,600,000	9,900,000	8,800,000	9,900,000	10,700,000	11,900,000	13,500,000	11,300,000	15,100,000	11,600,000	11,900,000	132,500,000	
MOSTRADOR PUBLICO														
(INCLUDE PROMOTO-														
RES).....	14,300,000	8,900,000	12,600,000	11,900,000	17,100,000	14,300,000	23,700,000	21,700,000	13,800,000	25,700,000	20,000,000	21,200,000	205,200,000	
TOTAL.....	23,400,000	17,500,000	22,500,000	20,700,000	27,000,000	25,000,000	35,600,000	35,200,000	25,100,000	40,800,000	31,600,000	33,100,000	337,700,000	

PROMOTIVO DE VENTAS HASTA EL MES DE SEPTIEMBRE DE 1986.-

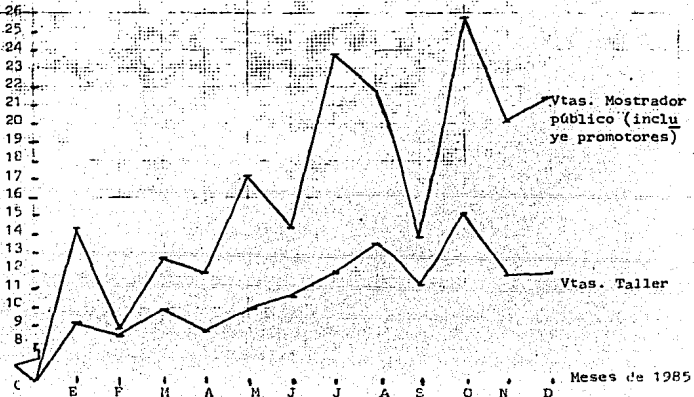
	1985	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre
ventas.-										
TALLER.....	15,251,000	15,972,000	14,388,000	13,500,000	11,400,000	13,800,000	21,500,000	20,000,000	17,000,000	
MOSTRADOR PUBLICO.....	9,700,000	7,500,000	7,500,000	13,000,000	11,500,000	8,000,000	20,000,000	25,000,000	6,400,000	
VIAS. PROMOTORAS:										
PROMOTOR # 1.....	3,050,000	1,360,000	2,250,000	2,300,000	3,700,000	3,200,000	5,300,000	3,300,000	2,800,000	
PROMOTOR # 2.....	3,070,000	1,360,000	2,250,000	2,300,000	3,700,000	3,200,000	5,300,000	3,300,000	2,800,000	
PROMOTOR # 3.....	3,070,000	1,360,000	2,250,000	2,300,000	3,700,000	3,200,000	5,300,000	3,300,000	2,800,000	
PROMOTOR # 4.....	3,070,000	1,360,000	2,250,000	2,300,000	3,700,000	3,200,000	5,300,000	3,300,000	2,800,000	

Millones de pesos



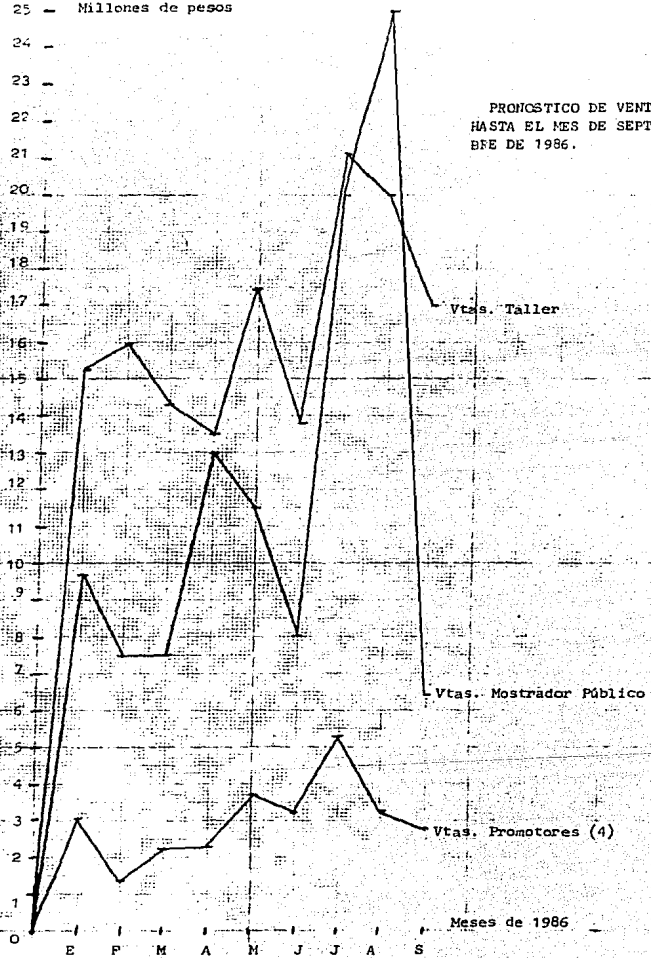
VOLUMEN DE VENTAS DE LOS AÑOS DE 1984 Y 1985

Millones de pesos



Millones de pesos

PRONOSTICO DE VENTAS  
HASTA EL MES DE SEPTIEM  
BRE DE 1986.



## 5.1.3.5 EMBARQUES

En este punto veremos de una manera más específica, la forma en que llegan las refacciones de la V.W.M. a sus distribuidores y de proveedores a V.W.M. ( ver lámina 1 y 2).

La sección de embarques del almacén de refacciones en la Planta de la ciudad de Puebla, tiene como objetivo:

- Ejecutar la oportuna transportación y entrega de refacciones y accesorios a la red.
- La recolección de motores y medios motores usados.

El transporte se realiza a través de 3 prestadores de servicio contratados en exclusiva por V.W.M., quienes ponen a disposición 40 camiones y 20 paneles V.W.

El equipo humano esta constituido por 7 empleados y 7 obreros- quienes realizan la función de embarcar el producto.

## -ENVIO DE PEDIDOS MENSUALES ESPECIALES-

Se elaboran Guías de Embarque para cumplir con las necesidades de la red de concesionarios. Es aquí donde interviene la sección de embarques, empezando por ordenar rutas y evaluando volúmenes para de terminar necesidades diarias de transporte, se cargan los camiones con las rutas que les corresponden y salen para la distribución del producto V.W. (ver lámina 3).

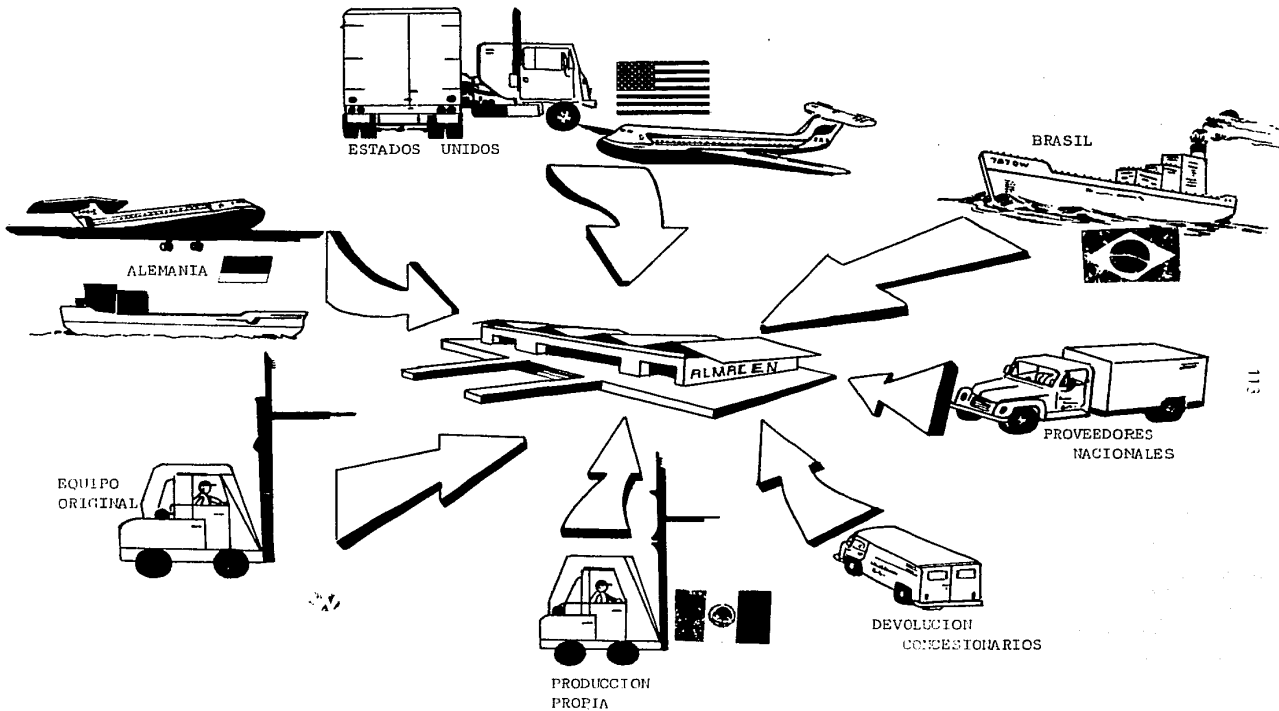
Dentro del programa de actividades que llevan las personas encargadas de esta labor, está el de recoger de las agencias motores y medios motores que hayan dejado a cambio clientes para la compra de motores o medios motores nuevos.

-ENTREGA DE PEDIDOS POR "SERVICIO EXPRESS"-

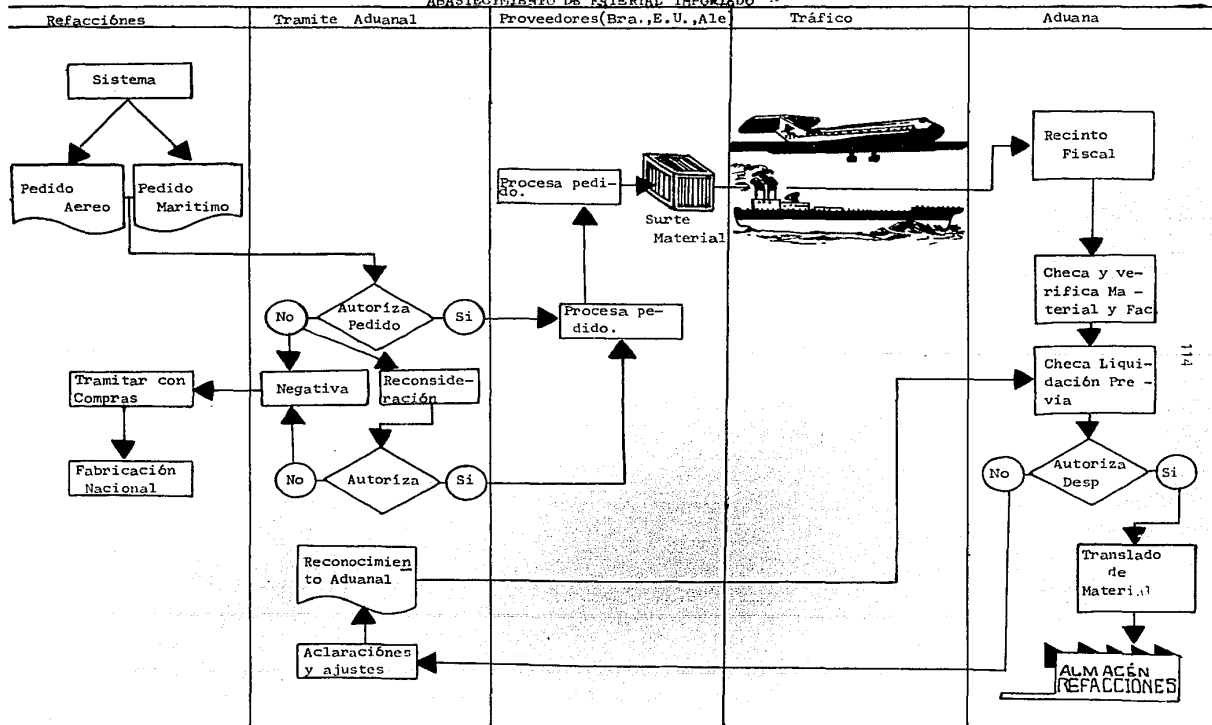
Volkswagen de México puso en marcha un sistema denominado "entrega Express de refacciones" cuyo objetivo es proporcionar un servicio diario a todas aquellas agencias ubicadas dentro de un radio de 600 Km. de Puebla con pedidos de emergencia, quedando incluidas además las ciudades de Guadalajara y Monterrey.

Este servicio beneficia actualmente a 94 concesionarios de provincia, que sumadas a las 61 del D.F. y zona periférica, hacen un total de 155, lo que representa un 69% de la red y representa el 81% del total de las ventas de refacciones.

A continuación mostraré los diagramas de flujo correspondientes al área de embarques por parte de la Planta V.W.M.

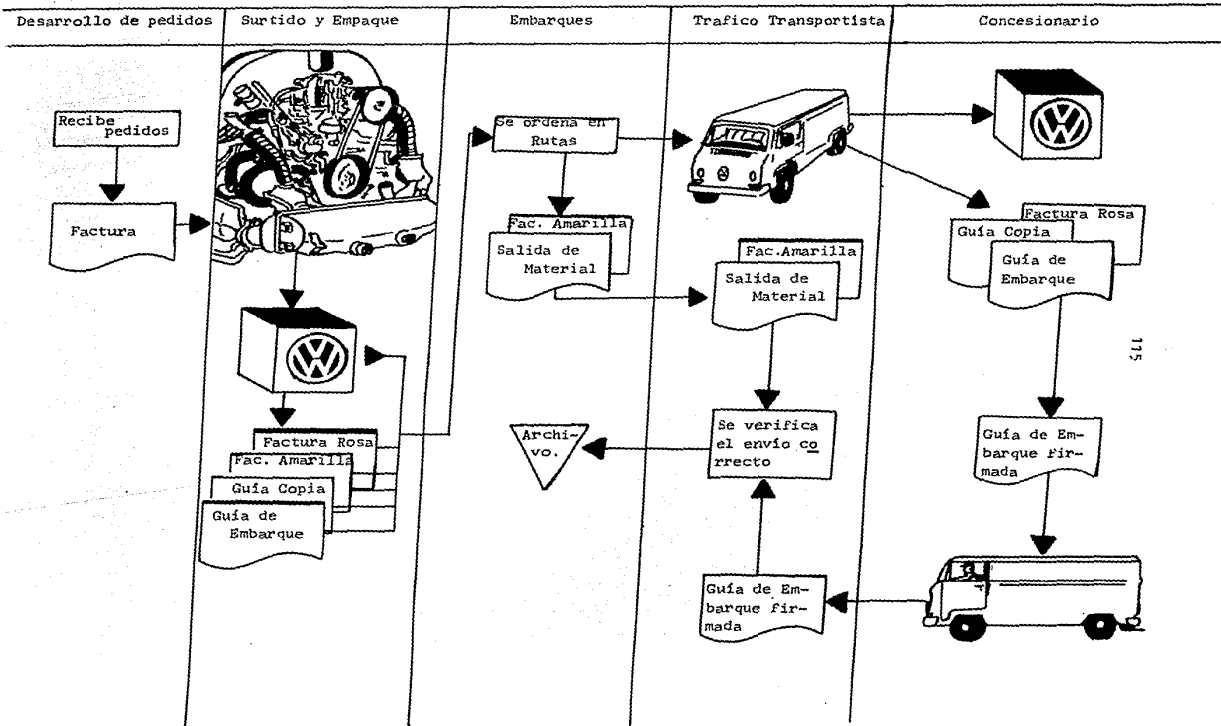


ABASTECIMIENTO DE MATERIAL IMPORTADO



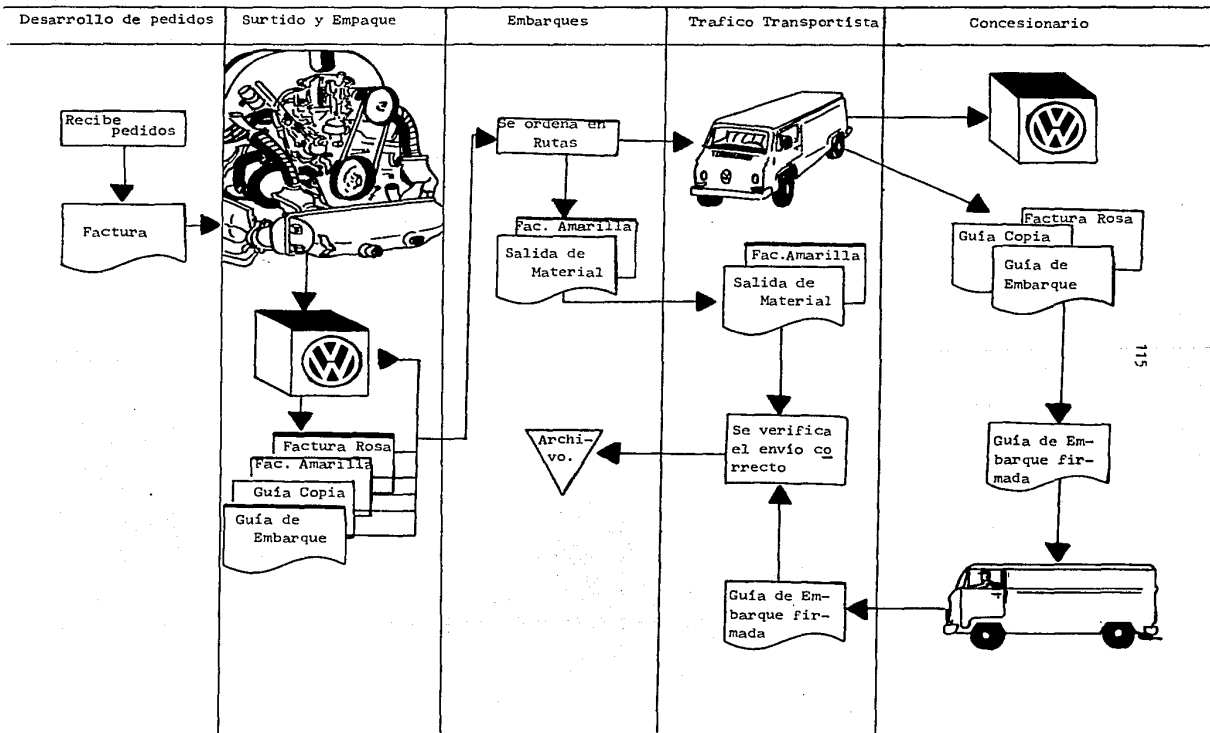
114

FLUJO DE ENVIOS DE PEDIDOS





FLUJO DE ENVIOS DE PEDIDOS



## 5.1.3.6 MANEJO DE RENTABILIDAD

Dentro de esta sección se encargan primordialmente de vigilar la rentabilidad de V.W.M. y de los concesionarios.

A partir de septiembre de 1983 por petición de la Asociación Nacional de Concesionarios Volkswagen se llevó un incremento en las utilidades del :

40 al 45%

30 al 36%

20 al 27%

En el transcurso del año de 1986 se ha elaborado un programa a través de una computadora que demuestra la rentabilidad desglosada y total, tanto en V.W.M. como de los concesionarios.

## 5.1.4 PRECIOS

Para llevar a cabo la rentabilidad mencionada anteriormente, se cuenta con un análisis de listas de precios.

Como resultado de este análisis, se elaboraron listas de precios tanto de los concesionarios y sobre la garantía.

El precio de garantía lo fija el departamento de Servicio. Actualmente la base para éste es del 45% sobre el precio del concesionario y la lista de precio al público con sus claves de descuento.

ANALISIS DE LA LISTA DE PRECIOS

No.DE PARTE DESCRIPCION	COSTO ALMACEN	UTILIDAD %	VVM IMPORTE	PRECIO CONCES.	DESC. %	UTILIDAD CONCES.	PRECIO PUBLICO
BAA 129 199 ANILLO	220.00	32.09	104.00	324.00	45	265	589.00
BAA 198 007 JGO. DE JUNTAS	975.19	38.24	603.81	1,579.00	45	1,291	2,870.00
N 017 732 2 BOMBILLA	38.77	42.98	29.23	68.00	36	37	105.00
N 017 803 2 BUJIA	145.00	43.58	112.00	257.00	20	64	321.00

## 5.1.4.1 VARIACIONES DE LOS PRECIOS POR PRODUCTO

De acuerdo a los incrementos de las materias primas y materiales de importación, la V.W.M. realiza un análisis por cada una de las partes que integran un vehículo y las variaciones en los costos de adquisición. En base a ello la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial da unas formas, en este caso a la planta armadora, en donde se desglosa el precio actual del producto y los cambios de precios que han sufrido las materias primas o bien los productos de importación, y los nuevos precios que propone la V.W.M. para comercializar sus productos.

Estas formas seran puestas a un detallado estudio (por parte de SECOFI) y se autorizarán o no las nuevas listas de precios.

	\$	INCREMENTO	\$
PRODUCTO	PRECIO	COSTO DE ADQUISICION	PRECIO MODIFICADO
A	100	20%	120
B	150	1%	151.50
C	25	5%	26.25

## 5.1.4.2 COMPETENCIA DE PRECIOS

Dentro del ramo automotriz, en especial en la comercialización de refacciones existe competencia incluso entre los mismos concesionarios de la red V.W. por ofrecer sus mercancías a un bajo costo, - esto es debido a la proliferación de negocios relacionados con auto - partes.

Al estar dentro de una competencia fuerte los distribuidores - se ven obligados a bajar el precio de venta de sus artículos para - atraer a los clientes y en ocasiones se hacen descuentos en un gran porcentaje, lo cual definitivamente afecta el porcentaje de utilidad de las empresas.

En particular, el distribuidor que amablemente ha facilitado - la información para la realización de esta tesis, ha tenido que caer en este fenómeno del "descuentismo" para poderse mantener dentro - del mercado automotriz pero sin descuidar los márgenes de utilidad - apropiados y esto lo logran ofreciendo un buen servicio al cliente. Esto quiere decir que, si bien es cierto que tratan de evitar el - descuento del precio de venta, por otro lado estimulan al comprador ofreciéndole un buen servicio.

## 5.1.4.3

## IMPORTANCIA DEL PRECIO PARA EL COMPRADOR

La importancia del precio en el comprador, se puede analizar -

de dos maneras:

a) El cliente que busca el precio más bajo para la adquisición de un producto que necesita, ya sea para su uso o para ofrecerlo a otras personas tratando de alcanzar un mayor beneficio personal. Un ejemplo de ello son algunos talleres mecánicos los cuales ofrecen sus servicios y buscan productos que, no importando la calidad, el precio sea bajo.

b) El cliente que acude a una refaccionaria en busca de calidad y que en la compra de un producto obtenga la garantía y el respaldo que un concesionario V.W. OFRECE.

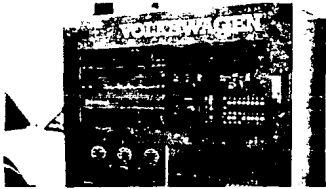
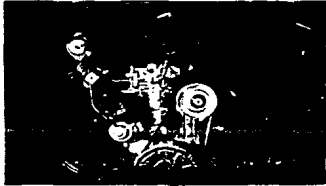
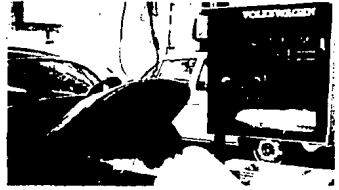
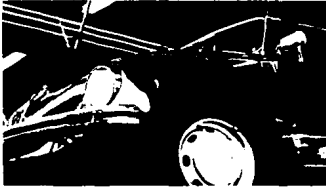
#### 5.1.5 PROMOCION Y PUBLICIDAD

Dentro de este tema, se hará mención, en primer lugar de lo que en sí encierra la promoción y la publicidad, para una vez aclarado esto, proseguir con los medios publicitarios y promocionales que utiliza la V.W.M., para dar a conocer sus productos y servicios.

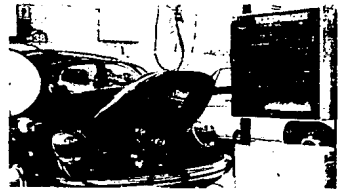
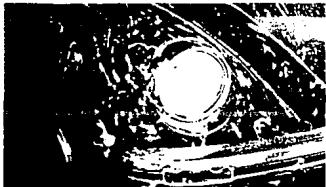
##### 5.1.5.1

##### Definiciones

Publicidad.- Es el medio por el cual se dirigen al público mensajes que bien pueden ser visuales y orales para informar sobre determinado producto que está dentro del mercado o bien un servicio que se ofrezca. También influye sobre los consumidores creándoles necesidades o hábitos de compra.



Ejemplo publicitario, en donde se ofrece al consumidor  
 la venta de automóviles nuevos, la de refacciones y el  
 servicio de mantenimiento automotriz.



Propaganda.- Esta encargada de la difusión de ideas, el ejemplo más común son los anuncios por parte del gobierno.

#### 5.1.5.2

#### OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

- Ayudar a la venta de un producto
- Asegurar el uso correcto de un artículo
- Dar a conocer algún producto o servicio
- Lanzar un nuevo producto al mercado
- Combatir la competencia
- Crear actitudes sobre algún producto o servicio

¿ Qué se utiliza para la publicidad?

- Mensajes en periódico o revistas
- Carteles y tableros a la intemperie
- Mensajes en radio y televisión
- Autoparlantes
- Películas realizadas con fines publicitarios
- Objetos novedosos que incluyan mensajes publicitarios
- Letreros en tiendas etc.

La Publicidad se clasifica en tres:

- Del fabricante
- Del distribuidor



- Publicidades especiales

5.1.5.3

PASOS PARA LLEVAR A CABO UN PROGRAMA PUBLICITARIO

El primer paso, es fijar el objetivo (a donde se quiere llegar).

El segundo paso, quien llevará a cabo la publicidad; una agencia externa o la propia empresa.

Como tercer paso tenemos, hacer una investigación motivacional y escoger el medio por el cual se dará a conocer el producto.

Cuarto paso, Establecer el presupuesto.

Quinto paso, formular contratos con gente especialista en el ramo.

Sexto, fijar tiempo y locaciones del anuncio.

Séptimo, control de los anuncios en los diferentes medios.

5.1.5.4 PASOS CRONOLOGICOS PARA LA

PROMOCION DE VENTAS.

Primero, llevar a cabo una investigación de mercados

Segundo, una vez realizado el paso anterior, coordinar a los elementos de la empresa para la campaña de promoción

Tercero, establecer un presupuesto

Cuarto, preparar la promoción con el tiempo y controles adecuados

### 5.1.5.5 RELACIONES PUBLICAS

Son todas aquéllas acciones, cuyo objetivo primordial es que la gente tenga una buena opinión de la empresa y de los productos y servicios que en ella se ofrecen, para que éstas a su vez hablen bien de los mismos.

Para lograrlo es necesario que la empresa ofrezca sus productos con la calidad que desean obtener los clientes de el, solo así se podrán llevar a cabo las Relaciones Públicas.

Ahora veamos de que manera maneja la V.W.M. estos elementos para la comercialización de sus productos, enfocando la atención en particular a la venta de refacciones y accesorios.

### 5.1.5.6 Estudios de Mercado

#### -Definición-

El Estudio de Mercado, tiene como finalidad: investigar, analizar e interpretar datos sobre el mercado de refacciones, la competencia y red de concesionarios V.W.; así como de informar de sus estudios al área de refacciones de V.W.M. y red de concesionarios.

Las actividades o estudios están dirigidos a:

5.1.5.7 MERCADO DE REFACCIONES. Mercado.- Es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios satisfaciendo necesidades mutuas.

Tipos de Mercado.- Relacionado a su tamaño o magnitud.

- Circulación mundial de vehículos automotores
- Circulación en América de vehículos automotores
- Vehículos V.W. en circulación
- Mercado potencial de servicios para vehículos V.W.
- Mercado potencial de refacciones V.W.

#### 5.1.5.8

#### CLIENTES PARA LA V.W.

Es importante dentro de un negocio, el hecho de conocer al cliente respecto de sus características socio-económicas, opiniones y experiencias en relación al producto o servicio que esta dentro del mercado.

Como consecuencia de la situación económica del país y de la difícil situación de ventas, la V.W. realizó un estudio acerca de los consumidores de refacciones V.W., para conocer sus experiencias dentro y fuera de la organización y de esta manera desarrollar estrategias de venta para permanecer dentro del ramo automotriz.

Lo que se obtuvo fué lo siguiente:

- Reducción del poder adquisitivo del consumidor, debido a la inflación que se sufre día con día.
- Caída de la industria automotriz terminal
- Mayor oferta de refacciones independientes como consecuencia

del punto anterior

- Disminución de la imagen de la concesionaria en aspectos relacionados con precio, tiempo y calidad en el servicio post venta.

#### 5.1.5.9

#### 2) COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA.

La competencia indirecta de refacciones, entre las plantas armadoras y sus redes de concesionarios es directa al tratar de vender un vehículo en el mercado; sin embargo, es indirecta en el servicio post venta ya que cada marca tiene su propio conjunto de vehículos que atender.

La competencia directa la constituye el mercado independiente, por esta razón se constituyó un comité de mercadotecnia de refacciones de las Plantas armadoras para ayudarse entre sí. En este comité inter-plantas se intercambia información con la autorización de la agencia de refacciones de las plantas armadoras. La información es la siguiente:

- |                         |                                 |
|-------------------------|---------------------------------|
| - Objetivos de venta    | - Niveles de inventario         |
| - Ventas reales         | - Canales de distribución (RED) |
| - Grado de servicio     | - Políticas de comercialización |
| - Incremento de precios | - Precios de refacciones etc.   |

LA COMPETENCIA DIRECTA DE REFACCIONES. La constituye el mercado independiente (importadores, mayoristas, refaccionarias) los cuales participan directamente en la venta de refacciones.

Las investigaciones y análisis que se efectúan en el mercado independiente son en relación a: Precios de refacciones, calidad del producto, canales de distribución, proveedores, etc.

La información obtenida acerca de la competencia directa e indirecta, permite establecer la situación de V.W.M. y su red de concesionarios en el mercado de refacciones, facilitando reconocer, cuando se está operando correctamente y si no es así afectar las medidas correctivas convenientes.

#### 5.1.5.10

##### CANALES DE DISTRIBUCION.

La red de concesionarios V.W. es el canal de distribución para la comercialización de los productos, estos deben funcionar eficientemente, para mantenerse en el liderazgo de la industria automotriz al tener mayor penetración de ventas.

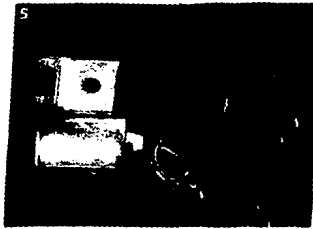
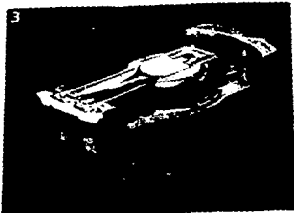
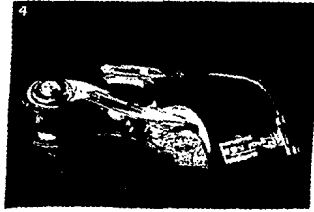
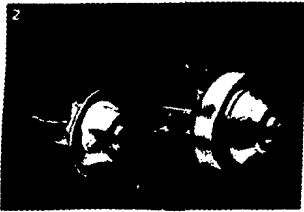
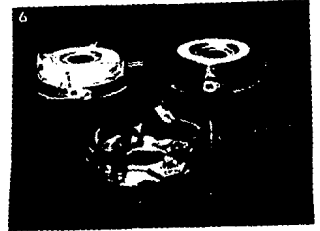
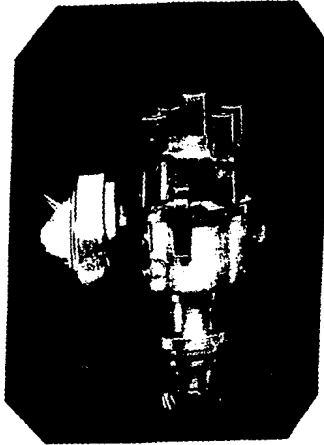
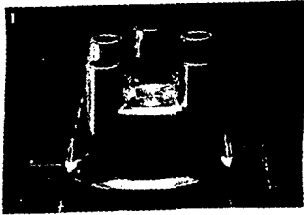
#### 5.1.5.11

##### PROMOCION DE REFACCIONES.

Objetivos de esta sección dentro de la V.W.M.

- . Producir
- . Estructurar                      Todas aquellas actividades del departa -
- . Implementar                      mento de refacciones que requieran apo -
- . Coordinar                        yo promocional o publicitario.
- . Ejecutar
- . Evaluar

## DISTRIBUIDOR DE ENCENDIDO

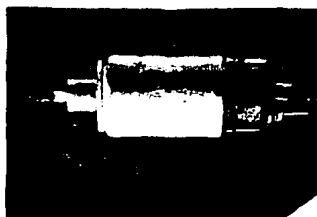


## COMPONENTES:

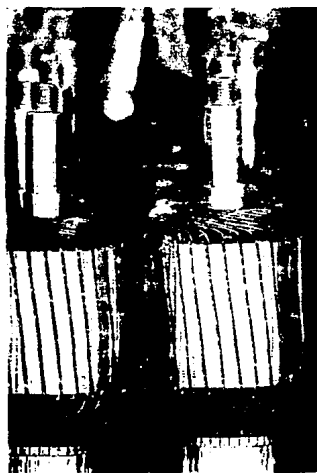
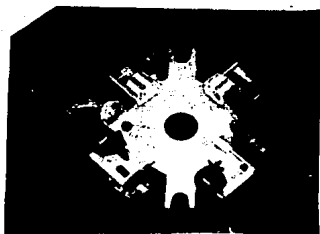
1. TAPA
2. CAJA DE VACIO
3. ROTOR
4. PLATINOS
5. PLACA INTERRUPTOR
6. PORTAFLATINOS

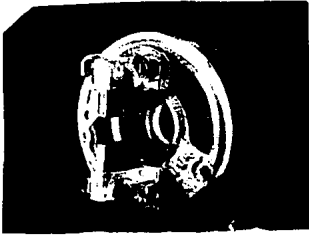


MOTORES DE ARRAQUE



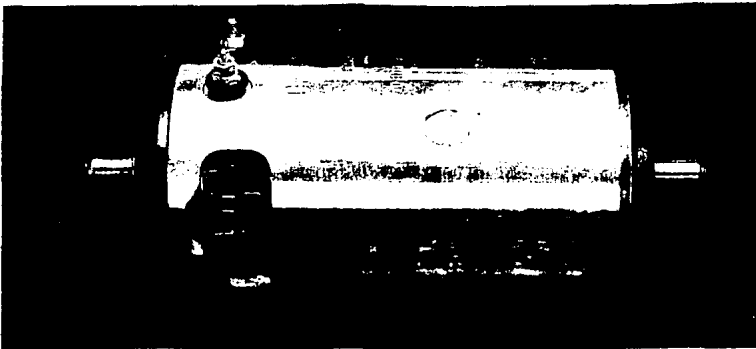
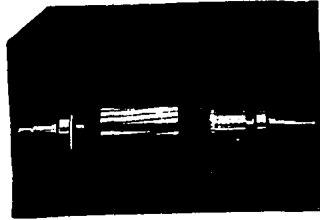
PLACA PORTAESCOBILLAS



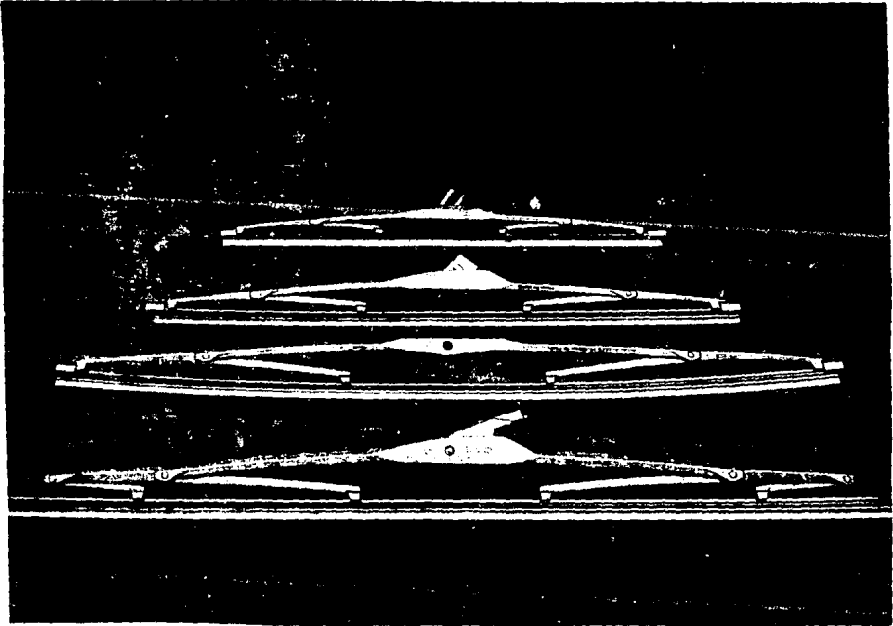


PORTA PLACA DE ESCOBILLAS

INDUCIDO







PLUMAS LIMPIA PARABRISAS

## PROMOCION: 5.1.5.12

Es toda aquella comunicación que se establece en forma directa con el cliente por medio de: obsequios y comunicaciones escritas o verbales o por sonido local.

## MATERIALES:

- . Posters
- . Folletos
- . Franjas
- . Colgantes
- . Stands

## FUNCIONES DE LA SECCION "PROMOCION DE VENTAS" 5.1.5.13

- . Implementar nuevos sistemas de venta
- . Implementar campañas de venta
- . Implementar concursos de venta
- . Fomentar la Comunicación (juntas regionales, reportajes, revistas)
- . Establecer contactos con los clientes finales
- . Implementar apoyos de venta
  - catálogos
  - manuales

- posters

#### PROMOCION DE ACCESORIOS. 5.1.5.14

La V.W.M. cuenta con un departamento el cual se encarga de promover la integración de nuevos accesorios, adecuando, por un lado - el uso y diseño de los accesorios ya existentes en el país o en el extranjero a las necesidades específicas de los modelos V.W., así - como también, por otro lado, promover entre los diversos fabricantes nacionales, la investigación y experimentación de accesorios - que reúnan las características convenientes para satisfacer las necesidades de comodidad, seguridad, deportivismo y elegancia que el cliente requiera.

Para llevar a cabo este trabajo se sigue una secuencia de actividades contando con la asesoría técnica de los diferentes departamentos que cubren las áreas de: Aseguramiento de la calidad, Servicio, Desarrollo del producto y compras.

Existe un convenio actualmente, en el que se especifica que los gastos por concepto de publicidad y promoción, serán del 50% por parte del fabricante, y el otro 50% por parte de los concesionarios.

**CAPITULO VI**

## COMENTARIO

El GATT ofrece a México una plataforma segura para sus transacciones comerciales a nivel internacional, y para exportar productos, los cuales son realmente competitivos dentro del mercado exterior.

Aprovechando de esta manera los bienes de producción con los que cuenta el país, elaborando bienes de consumo que sean costeables.

Con el ingreso al Acuerdo General habrá más facilidades para exportar.

Se abrirán nuevos mercados que al mismo tiempo serán más seguros para la empresa Nacional (si lo sabe aprovechar).

La industria Nacional se verá obligada a producir con más eficiencia y calidad. Se tendrá que fomentar la creación de nuevas empresas de productos complementarios. Lo que significa que habrá un incremento en los empleos y el poder de negociación de México se fortalecerá.

Con lo que respecta al consumidor, este tendrá más opciones para elegir el producto que satisfaga de mejor forma sus necesidades.

El ingreso de México al GATT implica ciertos riesgos, los -

cuales se pueden vencer sabiendo aprovechar las reglas que utiliza el GATT, como por ejemplo: las cláusulas de la Nación más favorecida, la cual establece cierto tipo de excepciones comerciales que benefician a los países en vías de desarrollo.

Si México aprovecha esta cláusula podrá enfrentarse a las desventajas que implican su ingreso al GATT. Una de las desventajas es que el mercado nacional sea invadido por productos extranjeros en el mercado Nacional.

También se considera como desventaja que la industria Mexicana tendrá que competir con otros a nivel internacional, y si ésta no recibe el debido apoyo por parte del gobierno, la empresa pequeña y mediana se verán muy afectadas, lo que representaría un problema muy grave para el país en general, ya que estas empresas representan el 80% del empleo existente para los mexicanos y aporta el 10% de las ganancias que se generan en nuestro país cada año. Esto sería como consecuencia del grave subdesarrollo industrial y tecnológico que existe en el país. Si no se supera este problema el GATT significará un alto riesgo para la economía nacional.

Por otro lado, el GATT no garantiza un desarrollo industrial y económico pues la planta productiva nacional no está preparada para concurrir al mercado nacional. Pero todo esto debe-

de tener una solución positiva en un lapso de 15 años, que es - cuando se calcula que estemos ya totalmente dentro del GATT. Y - esto implica que se deberan realizar cambios desde este momento.

Las empresas mexicanas deberan de realizar investigaciones - de mercado a nivel internacional para producir bienes de consumo de mejor calidad y precio.

Deberá de haber cambios en cuanto a la política económica, - de no ser así, será inútil tratar de progresar dentro de un am - biente nuevo para México.

Por principio de cuentas se deberá de eliminar los subsi - dios, renovar ó cancelar convenios comerciales efectuados con an - terioridad, cuando se vivía bajo otras circunstancias; el finan - ciamiento para las empresas nacionales; bajar las tasas de inte - rés bancario. Los exportadores deben tener todo el apoyo por - parte de las autoridades para traer divisas a nuestro país; esti - mular al productor; y p<sup>ro</sup>teger al industrial mexicano ante la po - sible entrada de la industria extranjera.

Con lo que respecta a la comercialización de refacciones, la industria automotriz cuenta con la protección de parte del gobier - no de aproximadamente 5 años. Según las entrevistas con funciona - rios del concesionario autorizado, no será gravemente afectado - con la entrada al GATT, ya que cuenta con una alta tecnología y a

sesoría y apoyo de VW Werk de Alemania y en la planta localizada en Puebla se realizan actualmente algunas modificaciones, planes y proyectos para la exportación e importación, en este caso de refacciones ó autopartes, lo cual representará más entradas de divisas y, al aumentar la capacidad de la planta armadora, habrá más empleos, lo que representa algo importante para el progreso del país.

En cuanto a materiales que los concesionarios obtienen por fuentes ajenas a la VWM, éstos tendrán una amplia gama de productos nuevos para satisfacer las necesidades de la marca.



## BIBLIOGRAFIA

- Comercio Exterior; Banco Nacional de Comercio Exterior S.A.  
México D.F. , Julio de 74
  - Comercio Exterior; Banco Nacional de Comercio Exterior S.A.  
México D.F. , Julio de 85
  - Comercio Exterior; Banco Nacional de Comercio Exterior S.A.  
México D.F. , Dic. de 85
  - Comercio Exterior; Banco Nacional de Comercio Exterior S.A.  
México D.F. , Oct. de 78
  - Comercio Exterior; Banco Nacional de Comercio Exterior S.A.  
México D.F. , Ene. de 85
  - FORUM Financiero; Imágenes de México, México D.F. Nov. de 85
  - FORUM Financiero; Imágenes de México, México D.F. Sept. de 85
  - INES Informe y Estudios; CONCAMIN. México D.F. Sept. de 85
  - INES Informe y Estudios; CONCAMIN. México D.F. Junio de 85
  - FORUM Financiero; Imágenes de México, México D.F. Dic. de 85
  - Volkswagen Marketing Section, V.W. Werk 1986
  - Volkswagen Marketing AMIA 1982
  - La pequeña maravilla, Walter Henry Nelson. Editorial Grijalbo, -  
México D.F. 1985
- Investigación de Campo:
- Conferencia "El GATT" por la Lic. Nilda Morell, Febrero de 1986,

México D.F.

- Concesionaria Volkswagen, Departamento de Refacciones, Abril de  
1986