

2ej
396



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE DERECHO

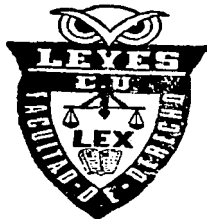
LAS ENTIDADES MEXICANAS EN EL
DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR.

Tesis Profesional

Que para obtener el título de
LICENCIADO EN DERECHO

p r e s e n t a

GONZALO LATABAN HERNANDEZ





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

**LAS ENTIDADES MEXICANAS EN EL
DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR**

INDICE

INTRODUCCION	PAGINA
CAPITULO PRIMERO	
ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PARTICIPACION DE MEXICO EN EL MERCADO INTERNACIONAL.	1
I. 1 Estructura del comercio exterior mexicano	2
I. 2 Características de las exportaciones e importaciones	5
I.2.1. el sistema generalizado de preferencia (sgp)	15
I.2.2 medios promocionales de caracter externo	18
I. 3 Balanza comercial	25
CAPITULO SEGUNDO	
LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN EL AMBITO INTERNACIONAL	28
II. 1 Antecedentes	29
II. 2 Que es un consorcio de exportación	34
II. 3 Como han evolucionado	35
II. 4 Modalidades	38
II. 4.1 casas exportadoras (trading companies)	39
II. 4.2 agentes de exportación	43
II. 4.3 agentes de compras	44
II. 4.4 cooperativas de exportación	45
II. 4.5 cooperativas en México y asociaciones de productores de acuerdo con el art. 28 consti- tucional.	47

CAPITULO TERCERO	PAGINA
LA IMPORTANCIA DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO	50
III. 1 Objetivos	51
III. 2 Participación de los consorcios de exportacion en el comercio exterior de México.	54
III. 3 Perspectivas de los consorcios de exportación en México.	56
CAPITULO CUARTO	
LA PARTICIPACION DEL GOBIERNO DE LA REPUBLICA, CAMARAS, ASOCIACIONES DE INDUSTRIALES Y COMER- CIANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.	61
a) esfuerzos del gobierno de la república para fomentar el comercio internacional.	61
b) conferencia de camaras industriales (concamin)	64
c) confederación de camaras nacionales de comercio (concanaco)	65
d) camara nacional de la industria de la transformacion (conacinfra)	65
e) asociación nacional de importadores y exportadores de la república mexicana. (anierm)	66
f) consejo empresarial mexicanos para asuntos internacionales (cemaí)	66

PAGINA

g)	organismos productores del comercio exterior en el interior de la república mexicana.	67
h)	organismos promotores del comercio exterior fuera de la república mexicana.	67
	CONCLUSIONES	69
	BIBLIOGRAFIA	71
	NOTAS	75

I N T R O D U C C I O N

Cualquiera que sea la estructura de un gobierno, sus tendencias políticas y sus relaciones internacionales, y sea cual fuere la situación ó la dimensión de un país o su grado de desarrollo industrial, existe siempre una preocupación común: el comercio exterior.

El comercio exterior de México ha recibido un gran impulso en los últimos años; los incentivos fiscales aunados a la reestructuración administrativa de los organos promotores de exportación, son los medios con que la administración pública ha cooperado para que México incremente sus ventas al exterior racionalice sus importaciones, diversifique sus exportaciones y encause los programas de sustitución de importaciones no solo al mercado nacional, sino también al internacional.

Por su parte el sector privado ha desarrollado una conciencia exportadora y ha respondido a las acciones del Gobierno Federal, al participar activamente en ferias, exposiciones brigadas comerciales, viajes de negocios, ha incrementado su producción para exportación y ha programado sus exportaciones. Asimismo ha fomentado la creación de agrupaciones con fines de exportación como son: ANIERM, CEMAI, CONACEX, FEMAC, ANAFEM, etc.

A través de la reforma administrativa se estableció que la Secretaría de Comercio cumpliera las funciones que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público venía prestando en relación al control y supervisión de las labores de los Consorcios de Exportación, se busca así racionalizar y concentrar todas las actividades de comercio en una sola dependencia, lo que será de

gran beneficio para las empresas de comercio exterior, ya que de esta manera será posible precisar responsabilidades, evitar duplicidad de funciones y hacer que las decisiones fluyan de manera rápida y eficiente hasta convertirse en hechos.

Se considera que siempre y cuando estas empresas cuenten con un capital propio de trabajo que les permita ser lo suficientemente independientes de un estímulo fiscal, podrán llegar al principal pilar en que descansen la promoción y realización de las exportaciones de México.

C A P I T U L O I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PARTICIPACION
DE MEXICO EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PARTICIPACION
DE MEXICO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Tradicionalmente el comercio exterior de nuestro país ha tenido resultados deficitarios, esto es que el valor de las importaciones siempre ha sido mayor que el de las exportaciones.

La labor promocional emprendida por los sectores tanto público como privado, así como la celebración de acuerdos comerciales con diversos países y bloques económicos, ha permitido una mayor diversificación de nuestras exportaciones, logrando así vender nuestros productos en nuevos mercados e incrementar nuestras ventas a países cuyas adquisiciones carecían de importancia, y depender en menor proporción de Estados Unidos que ha sido nuestro cliente más importante.

El esfuerzo de México para industrializarse ha provocado un aumento cada vez mayor de nuestras importaciones de bienes de capital.

Las divisas generadas por las exportaciones contribuyen a financiar en gran medida nuestras compras en el exterior -- de los mencionados bienes de capital y tecnología que requerimos. Para que aumente la proporción del valor de las importaciones que se cubre con el de las exportaciones, se hace necesario estimular más la venta de los productos mexicanos en -- todos los mercados del mundo, y a la vez racionalizar nuestras -- compras y vincularlas directa o indirectamente con nues-

tra capacidad exportadora, para ir así reduciendo gradualmente la brecha entre las exportaciones y las importaciones de México.

I.1 ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO

El comercio exterior mexicano cuenta ya con una estructura de mecanismos e instrumentos, apoyos gubernamentales y privados, que se encuentran a disposición de los productores.

El análisis de esta estructura, permite hacerlo desde dos puntos de vista; el primero para hacer una mención de la organización institucional a nivel gubernamental y privado -- cuya finalidad es: organizar, normar y promover la actividad del comercio exterior de México.

El segundo comprende la composición de los productos ordenados económicamente, con el propósito de señalar su importancia dentro de dicha composición.

Respecto a la organización institucional, la política comercial de México de acuerdo con la "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal"; es administrada en el sector público, principalmente a través de las Secretarías de Comercio y Fomento Industrial, Hacienda y Crédito Público, Agricultura y Recursos Hidráulicos y la de Relaciones Exteriores.

En el sector paraestatal el Banco de México y el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., los cuales coadyuvan activamente a crear y aplicar la política de comercio exterior de nuestro país. Así como diversos fideicomisos de apoyo como FOMEX, FICORCA, etc.

Asimismo existen en el país otras Dependencias u Organismos Gubernamentales como son las Secretarías de Comunicación y Transportes, de la Defensa Nacional, Marina, Salubridad y Asistencia y la Secretaría de Pesca. Que tienen alguna intervención en sectores de comercio exterior, sin embargo, su acción es más bien de asesoramiento y consulta o decisión particular respecto de algunos productos o casos específicos.

Dentro del Sector Privado los principales organismos que participan en el comercio exterior son:

Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI); Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM); Asociación Nacional para el Fomento de las Exportaciones Mexicanas, A.C. (ANAFEM); Asociación para el Fomento y Desarrollo del Comercio Exterior de Occidente, A.C. (AFIMEXO), Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN); Cámara Nacional de la Industria de la -- Transformación (CANACINTRA); Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO); y la Asociación Nacional de -- Consorcios y Compañías de Comercio Exterior, A.C. (ANCE); Consejo Coordinador Empresarial (C.C.E.).

Asimismo la estructura mencionada opera en forma coordinada, tanto en el Sector Público como Privado, conforme a una estrategia de orientación con objetivos que se han venido definiendo cada vez con mayor claridad. Con esta estrategia se facilita establecer las prácticas que deban realizarse para -- productos concretos en mercados cuyas características sean -- adecuadas, así como para promover la nueva producción que enriquezca día a día la exportación.

En lo que se refiere a la composición de los productos -- que intercambiamos en nuestro comercio exterior, al ser analizada ésta según datos estadísticos, se determina que la importación

tación tanto de bienes de producción, sean estos de uso duradero o no duradero, obedece en el primero de los casos a la necesidad de continuar con el proceso de industrialización y con ello generar nuevas opciones para continuar aumentando la exportación de productos manufacturados;¹ y en el segundo a la insuficiencia en la producción de nuestro país, o a lo inco^osteable que resulta la fabricación de casi todos los artícu^o los que compramos del exterior.

Entre los principales bienes de producción que importa^o mos destacan de los duraderos (bienes de inversión); válvu - las, locomotoras diesel, dragas, palas mecánicas, aviones, -- partes y piezas para el ensamble de automóviles, tractores, - etc.

De los no duraderos (materias primas y auxiliares); car - bón mineral, forrajes, hules mezclas y preparados para uso in^o dustrial, éteres, esteres, sales y óxidos de amonio y antimó^o - nio, etc.

Dentro de los bienes de consumo duradero que importamos sobresalen: Vehículos para el transporte de personas, artícu^o los de papel y útiles de escritorio, artículos eléctricos y - electrónicos, sus partes y refacciones.

Y de los no duraderos: comestibles, bebidas, arroz, fri^o - jol, aceites vegetales de soya y algodón, leche deshidratada entre otros.

Respecto a nuestras exportaciones, según datos estadís^o - ticos, éstas hasta hace pocos años se acompañan casi en su to^o talidad de productos agrícolas, posteriormente se han ido in^o - corporando nuevos productos cada vez con un mayor grado de -- elaboración hasta colocarse actualmente en el primer lugar en nuestras ventas al exterior los productos comprendidos dentro

de industrias de transformación como son: motores para automóviles, partes para aparatos de radio, medicamentos de uso interno, películas o placas cinematográficas, vidrio plano, y gasolina refinada. De industrias extractivas exportamos: -- Aceites crudos de petróleo, cinc afinado, ácido fosfórico u ortofosfórico, hormonas naturales o reproducidas por síntesis, del sector agropecuario sobresalen entre los primarios: el tomate, y entre los beneficiados: el café crudo en grano, algodón, y el azúcar y por último en el sector de pesca: el camarón fresco, refrigerado o congelado.

Dado que en el comercio internacional, las transacciones de bienes manufacturados han probado ser mucho más dinámicas que las de productos primarios, es altamente recomendable que la estructura de las exportaciones del país se modifique en favor de los bienes manufacturados.

I.2 CARACTERISTICAS DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

En el destino de nuestras ventas al exterior influyen -- actualmente en gran medida las preferencias arancelarias que nos otorgan los países desarrollados a través de sus sistemas generalizados de preferencia (SGP); y los convenios comerciales que México ha celebrado con algunas asociaciones o bloques económicos entre los que sobresalen los celebrados con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y con la Comunidad Económica Europea (CEE), lo que nos permite ser más competitivos en esos países logrando así participar cada vez más en el comercio de importación de los mismos.

Para orientar más efectivamente las promociones, se han identificado los productos en los que México es más competitivo, basados en sus ofertas existentes, o bien con base en recursos o capacidades instaladas disponibles, asimismo consi-

derando la destreza y abundancia de mano de obra, posición -- geográfica y las características y dimensiones de las deman -- das internacionales.

Con el fin de no descuidar el abastecimiento del mercado nacional, preservar nuestras riquezas naturales, y captar divisas, se han establecido, el sistema de licencias previas y los permisos de exportación de productos. Lo que permite regular y seleccionar nuestras exportaciones y gravar a los productos considerados dentro del renglón de recursos naturales no renovables, principalmente.

Aunque la industria de transformación continúa siendo el principal sector de exportación, las exportaciones mexicanas empiezan a manifestar a partir de 1975, una creciente depen-dencia (aunque no muy acentuada) del petróleo crudo.

Congruente con la política de promoción y apoyo a las exportaciones, se han venido perfeccionando mecanismos anterior -- mente establecidos e instaurados nuevos instrumentos de apoyo tanto de orden fiscal como financiero y de coordinación de -- alementos administrativos para crear condiciones que propici -- en e incrementen las ventas al exterior, entre los que destacan los siguientes:

INCENTIVOS FISCALES

El régimen de devolución de impuestos indirectos y en -- general de importación.

Por decreto del 31 de marzo de 1977 y publicado en el -- "Diario Oficial" de la Federación el 1° de abril del mismo año, se dispone que se devuelvan a los exportadores de productos -- industriales de manufactura nacional, los impuestos indirec -- tos y el general de importación.

Este régimen prevee el reintegro de los impuestos indi -
rectos que gravan al producto y sus insumos, cuando están des
tinados al comercio exterior, en los términos que permite el
GATT (Acuerdo General de Aranceles Aduanales y Comercio), a
fin de no exponer a las exportaciones mexicanas a la aplica -
ción de impuestos compensatorios (Countervailing Duties).

La devolución puede comprender también los impuestos a -
la importación de las materias primas si el exportador no se
acoge al régimen de importación temporal, reintegro que se --
efectuará al comprobar la exportación de los artículos manu -
facturados con los bienes importados.

La devolución se da a aquellas empresas fabricantes o --
empresas mercantiles que realizan la exportación de productos
industriales de manufactura nacional, existiendo una devolu -
ción extra por incremento anual de exportaciones, el que se --
establecerá tomando como base el valor y volúmen exportado --
por la empresa en el año natural a que corresponda el incre -
mento, comparándolo con el valor y volúmen exportado en el --
año inmediato anterior.

Por decreto del 13 de febrero de 1986 y publicado en el
"Diario Oficial" de la Federación el 14 de febrero del mismo
año, se dispone promover el desarrollo económico² de las fran -
jas fronterizas y zonas libres y acelerar su incorporación a
la economía nacional impulsando la venta de mercancías produ -
cidas en dichas regiones a los mercados de exportación y al -
interior del país, para lo cual se otórgan estímulos, ayudas
y facilidades adicionales a las existentes.

Podrán gozar de los estímulos fiscales y facilidades ad -
ministrativas que establece este Decreto, las personas fisi -
cas ó morales de nacionalidad mexicana estableció que se esta -
blescan en las franjas fronterizas y zonas libres del país -
así como en el municipio de Tapachula, Chiapas, cuando reali -
cen algunas de las actividades prioritarias clasificadas como

tales, en los términos del "Acuerdo que Establece las Actividades Industriales Prioritarias para el Otorgamiento de Estímulos Fiscales" publicado en el "Diario Oficial" de la Federación el 22 de enero de 1986, las cuales son: Producción de materias primas y bienes básicos de alta prioridad, manufacturas mediante procesos metal mecánicos, fabricación de partes y componentes esenciales para bienes finales, fabricación de maquinaria y equipo generalizado, producción de materias primas y bienes básicos, insumos para la industria química, fabricación de bienes intermedios, fabricación de bienes finales.

Las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Comercio y Fomento Industrial otorgan a los sujetos que reúnan los requisitos anteriores, permisos de importación cuando así se requiera y franquicia ó subsidio al Impuesto General de Importación que causen las materias primas, partes y piezas de ensamble y demás insumos o materiales auxiliares que se requieran en los procesos industriales, señalados en el Programa de Fomento correspondiente, en su caso, de conformidad con el siguiente cuadro:

Del 1ª al 4ª año Franquicia
 Del 5ª al 7ª año Subsidio del 75%
 Del 8ª al 10ª año Subsidio del 50%

Los sujetos que reúnan los requisitos a los que se refiere el presente "Decreto" que realicen inversiones que tengan por objeto desarrollar una nueva actividad industrial prioritaria en las franjas fronterizas y zonas libres, podrán obtener subsidio de hasta el 100% del Impuesto General de Importación que cause la introducción al país de la maquinaria y -- equipo necesarios para realizar dicha actividad industrial, - en los términos que se señalen en las Reglas de Operación. Los plazos para disrutar de las beneficios contemplados en este Decreto, podrán ser hasta por 10 años a partir de la ex-

pedición de la resolución particular correspondiente.

ESTIMULOS FINANCIEROS

El Fondo para el Fomento de las Exportaciones de productos manufacturados (FOMEX).

El FOMEX, es un fideicomiso del Gobierno Federal administrado por el Banco de México, cuyos objetivos fundamentales son los siguientes:

Colocar al exportador Mexicano de artículos manufacturados y de servicios, en posibilidad de competir con exportadores de otros países por cuanto se refiere al financiamiento de sus operaciones.

Proteger a los exportadores mexicanos de mercancía y servicios, contra riesgos políticos a que están expuestos los créditos derivados de sus exportaciones. Esta función es complementada por la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito, que cubre ciertos riesgos comerciales.

Apoyar ventas en el mercado doméstico de la industria mexicana fabricante de equipos e instalaciones, que se realicen en competencia con proveedores del extranjero.

Para el logro de los objetivos señalados, el FOMEX en base a su programa financiero, ofrece los siguientes mecanismos operativos: Financiamiento a la Pre-Exportación (Producción, Existencias, Costo de los Inventarios); Financiamientos de Ventas a Plazos; Financiamientos y Ayudas por Diferenciales en tipos de Interés, en apoyo a la sustitución de importaciones y Programas de Garantía.

El Fondo apoya la exportación de productos manufacturados y de servicios, a través del refinanciamiento al sistema bancario mexicano de créditos concedidos a tasas de interés -

preferenciales.

El Fideicomiso para la Cobertura de Riesgos Cambiarios (FICORCA), constituido por instrucciones del C. Presidente de la República según Acuerdo de la Secretaría de Programa - ción y Presupuesto, publicado en el "Diario Oficial" de la Federación el 11 de marzo de 1983, tiene por finalidad efectuar operaciones que liberen de riesgos cambiarios a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y a las empresas establecidas en el país, respecto de adeu - dos en moneda extranjera a su cargo, a través de programas - que tiendan a evitar el otorgamiento de subsidios.

Las empresas establecidas en el país que contraigan o - hayan contraído a partir del 20 de diciembre de 1982, adeu - dos denominados en moneda extranjera pagaderos fuera de la - República Mexicana, a favor de instituciones de crédito mexi - canas, entidades financieras del exterior o proveedores ex - tranjeros, podrán participar a partir del próximo 15 de fe - brero del año en curso en el "programa para la Cobertura de Riesgos Cambiarios Correspondientes a Nuevos Endeudamientos Externos", mismo que se ha diseñado de manera que no impli - que subsidios a favor de los interesados y a cargo del se - tor público, y que será administrado por el Fideicomiso para la Cobertura de Riesgos Cambiarios (FICORCA). Mediante este programa también podrá cubrirse el riesgo cambiario corre - pondiente a disposiciones de financiamientos contratados an - tes del 20 de diciembre de 1982 que se efectúan o se hayan - efectuado con posterioridad a esa fecha.

EL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR S.N.C.

El BANCOMEXT, es un organismo del sector público, cuyas funciones específicas en el campo del financiamiento al comer - cio exterior consisten en otorgar a los exportadores naciona -

les de materias primas, de artículos semielaborados de manu -
facturas, tanto créditos de Pre-Exportación (Para apoyar la -
producción industrial o de existencia en almacén), como a la
exportación de mercancías a tasas de interés que les ayudan a
colocar sus productos en los mercados foráneos en condiciones
competitivas. El financiamiento a la exportación, mediante -
el descuento de documentos (letras de cambio, pagarés, etc.),
creditos prendiarios y créditos simples o en cuenta corriente.

REGIMEN DE PROMOCION

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR S.N.C.

El Gobierno Federal, a través de el BANCOMEXT realiza --
una labor permanente de difusión en el mercado internacional
de los productos nacionales para crear, extender e intensifi-
car su demanda en las mejores condiciones.

Para ello utiliza fundamentalmente misiones comerciales,
ferias, exposiciones y consejerías comerciales distribuidas -
en puntos claves de los mercados internacionales.

Asímismo, efectúa una labor a nivel nacional tendiente a
identificar, cualificar y cuantificar los productos y servi -
cios nacionales que pueden ser colocados en el exterior, y --
sugiere el establecimiento de industria y otras actividades -
que tengan como fin específico o la producción de artículos -
destinados a la exportación.

La fijación de metas anuales de exportación sectoriales
y de estrategias para alcanzar los mercados internacionales ,
es un elemento que da pauta para la labor promocional a tra -
vés de ésta institución.

La necesidad de corregir desequilibrios estructurados en
nuestra economía y preveer que algunos de ellos no resurjan a

corto plazo; ha originado el incremento de las importaciones de bienes de capital, tanto por parte del sector público como del sector privado.

Asimismo en la medida en que se ha incrementado la participación de productos en las exportaciones mexicanas, se ha ido creando la necesidad de una mayor cantidad y calidad de bienes de capital y materias primas industriales de importación, que hagan posibles continuar el proceso de industrialización y con ello, generar nuevas opciones para continuar aumentando la exportación de productos manufacturados, es decir, se ha fortalecido en estas circunstancias el efecto de retroalimentación entre la corriente de exportación y la corriente de importación.

La política económica de México hasta el presente ha modificado la estructura de las importaciones, en favor de aquellas que son indispensables para el desarrollo económico del país, para lo cual se han emprendido y establecido una serie de acciones y mecanismos con el objeto de normar, y encauzar y seleccionar las mismas, destacándose:

- A) La actualización y modificaciones de la tarifa de importación, a través de esta reforma se establecen los siguientes aranceles de importación, dándole un orden lógico de acuerdo con el grado de manufactura de los productos:

MATERIAS PRIMAS	5%	AL	15%
MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS DE USO INDUSTRIAL	20%	AL	25%
OTROS PRODUCTOS MANUFACTURADOS			35%
ARTICULOS NO NECESARIOS SUPERFLUOS	50%	AL	75%
AUTOMOVILES ARMADOS EN EL EXTERIOR			100%

Se favorece la importación de maquinaria agrícola y ----- otros productos de esa actividad dejándolos exentos, Asimismo de las 7266 fracciones que contiene la tarifa de -- importación, se exenta de impuestos a todos los productos comprendidos en 356 de estas fracciones por considerarse básicos y necesarios, entre los que se encuentran los bie nes de capital y tecnología que son necesarios para la in dustrialización de México.

- B) El régimen de operaciones temporales. Mediante éste régi men es posible aprovechar en mejor forma la capacidad industrial instalada, como es práctica generalizada aún en los países más industrializados, y fomentar la exportaciones. El incremento de ingresos que de ello resulte, permitiría un adecuado financiamiento de las importaciones y el mejor aprovechamiento de la planta industrial mexicana.

La reglamentación actual prevee aspectos tales como, la - posibilidad de importar materias primas y artículos semi-terminados para integrar productos de exportación, sobre la base de un contenido de insumos nacionales del 40% como mínimo del costo directo, el cual se determina tomando en cuenta el costo de materias primas, combustible, y materiales auxiliares; energía eléctrica; mano de obra; y - sus prestaciones y un 10% de depreciación y amortización.

En ésta forma cualquier industria que reúna las condiciones establecidas respecto a integración, podrá obtener -- permisos temporales de importación, para fines de exportación exclusivamente.

- C) El régimen de licencias previas. Este sistema consiste - en obtener previamente la autorización de la Secretaría - de Comercio y cuando sea el caso de otra Secretaría como la de Agricultura y Recursos Hidráulicos, para la importación

ción 6 la exportación de las mercancías en particular, - que se encuentran restringidas a través de dicha medida.

Los objetivos fundamentales que se persiguen son:

Disminuir el desequilibrio de la Balanza Comercial cuando la situación lo amerite, por medio de una adecuada selección de las importaciones.

Facilitar la adquisición de bienes de producción y de materias primas industriales que no se fabriquen en el país y limitar las compras en el exterior de artículos suntuarios y bienes de consumo no necesarios.

Auspiciar la sustitución de las importaciones por productos nacionales evitando en lo posible efectos perjudiciales para el mercado interno en cuanto a precios y calidades.

El régimen de las licencias previas a la importación es - un sistema flexible para ajustar las importaciones a las condiciones prevaletientes en el mercado nacional.

El régimen de licencia previa y el sistema arancelario -- han permitido a nuestro país sus mayores esfuerzos hacia la industrialización y al incremento de la producción y - diversificación agropecuaria.

- D) Comités Consultivos, especializados en las distintas ra -
mas de la actividad económica, los cuales están integra -
dos por representantes de la Secretaría de Comercio y ---
Energía Minas y Empresas Paraestatales y de las Cámaras y
Asociaciones del sector privado, y en lo que respecta a -
productos agropecuarios interviene la Secretaría de Agri-
cultura y Recursos Hidráulicos. Las opiniones que estos

cuerpos de consulta emiten, son consideradas para resolver finalmente las solicitudes de permisos de importación presentadas por los interesados.

La aplicación de los mecanismos señalados es indispensable para mejorar nuestra balanza comercial y proteger la producción nacional; asimismo al proporcionar facilidades a la importación de bienes de capital que no se producen en el país, y que nos venden algunos países, se está asegurando la marcha del aparato productivo nacional.

I.2.1 EL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA (S.G.P.)

El Sistema Generalizado de Preferencia fue un compromiso internacional adoptado en Nueva Delhi en el seno de la II Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en 1968, en virtud del cual los países desarrollados aceptan otorgar un trato preferencial en materia arancelaria a las importaciones de productos manufacturados y algunos productos agrícolas procesados y semiprocesados provenientes de países en vías de desarrollo.

Los objetivos del establecimiento de este trato preferencial para los países en desarrollo eran:

- A) Promover la obtención de divisas por parte de los países en desarrollo a través de sus exportaciones.
- B) Promover la industrialización de dichos países.
- C) Acelerar sus tasas de crecimiento económico.

Este compromiso fue adoptado por la mayor parte de los países desarrollados a principios de la década de los 70's . Al respecto merece destacarse que Estados Unidos fue el último país en implementarlo en virtud de los múltiples obstáculos que fueron aplicados por su congreso. Así no fue sino hasta la promulgación de su Ley de Comercio de 1974, que dicho esquema fue puesto en práctica a partir del 1º de enero de 1976, por un período de 10 años.

A partir del primer año de la entrada en vigor del esquema norteamericano, éste se ha visto sujeto a continuas modificaciones en su cobertura, debido a los criterios de exclusión, siendo México uno de los países que en mayor medida se ha visto afectado, no obstante que su aprovechamiento sólo ha sido del 28.3% considerando el total de las exportaciones contempladas bajo las preferencias. En efecto se advierte que de las 2800 fracciones norteamericanas incluidas en el SGP en los cinco años de existencia del mismo, México sólo ha aprovechado 1306 y en 1980 únicamente fueron aprovechadas alrededor de 500 fracciones. Además, con motivo de las reducciones arancelarias acordadas en la Ronda Tokio, el margen preferencial se irá reduciendo año con año mientras se alcance el nivel proyectado, y sin otorgar ninguna compensación a los países en desarrollo por tal erosión en los beneficios.

Para poder obtener la utilización real por parte de México de las fracciones aprovechables, había que descontar los productos excluidos por exceder los niveles de competitividad y la parte no utilizada del esquema por conceptos tales como desconocimiento del sistema y errores en el llenado del certificado de origen. En consecuencia, la utilización de nuestro país tiende a ser cada vez más limitada. En contraste, mientras nuestra exportación sujeta: no a las preferencias de -- crece, nuestras importaciones provenientes de Estados Unidos registraron incrementos en valor.

Adicionalmente a la problemática antes descrita, deben - añadirse al análisis las múltiples innovaciones que el Congreso Norteamericano ha introducido y comienza a poner en práctica, con lo cual menoscaba los objetivos del esquema y minimiza el compromiso asumido por dicho país en la UNCTAD. Al respecto puede mencionarse la intención de excluir de dicho esquema a algunos de los países en desarrollo más adelantados, partiendo de un principio de "graduación" que, hasta el momento, no se define claramente ni cuenta con una fórmula específica. Este principio supone en alguna medida los siguientes elementos:

- 1) Nivel de desarrollo económico.
- 2) Su grado de competitividad en el producto en particular.
- 3) El interés global de los Estados Unidos.
- 4) El efecto que el tratamiento preferencial para un país - está teniendo en los productores domésticos de los artículos competitivos.

En base a los criterios antes señalados el 19 de marzo - de 1981, los Estados Unidos anunciaron que cinco de los principales países en desarrollo sería sujetos a graduación en un total de 29 productos. El concepto de graduación en la forma en que lo interpreta Estados Unidos supone que ellos arbitrariamente definen la situación en que se encuentran los países en desarrollo. Por esta razón ha sido reiteradamente rechazado por estos últimos en la negociación internacional.

Además de lo arbitrario del concepto de graduación y de los criterios hasta ahora utilizados, México se ha visto afectado hasta ahora tanto por la forma como se contabilizan las exportaciones para aplicar la fórmula de necesidad competitiva.

va, como por el tratamiento que se da a los productos provenientes de maquiladora y que consiste en computar el valor total de dichas exportaciones bajo el SGP, cuando unicamente podría computarse el monto correspondiente al valor agregado. Al respecto, merece destacarse que la ley no obliga al Ejecutivo a contabilizar las importaciones de productos contenidos en el esquema en la forma como la han venido haciendo. O sea, ésta podría modificarse si existiese la voluntad política necesaria.

I.2.2 MEDIOS PROMOCIONALES DE CARACTER EXTERNO

PREFERENCIAS ARANCELARIAS OTORGADAS EN EL MARCO DEL PROTOCOLO RELATIVO A LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES ENTRE PAISES EN DESARROLLO

El protocolo relativo a las negociaciones Comerciales en países en desarrollo, fué suscrito el 8 de diciembre de -- 1971, por los gobiernos de Brasil, Chile, Egipto, Grecia, In -- dia, Israel, República de Corea, México, Paquistán, Perú, Fi -- lipinas, España, Túnez, Uruguay y Yugoslavia.

En virtud de este instrumento, los países firmantes se -- otorgaron 500 concesiones para productos que en su mayor pa -- te son bienes manufacturados. Nuestro país concedió rebajas -- arancelarias para 18 productos, entre los que figuran las al -- caparras, papel filtro, durmientes de acero, rieles para vías férreas, turbinas de vapor, hidráulicas y de gas; máquinas -- tejedoras, etc.

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

El 12 de Agosto de 1980 se firmó en Montevideo, Uruguay éste tratado y entro en vigor una vez que se obtuvieron las -- ratificaciones necesarias, el 1^a de Enero de 1981.

Una de las diferencias de la nueva organización es que --

sus propósitos tienen ambiciones más reducidas. Ya no se habla de una fecha fija para realizar la zona de libre comercio ni mucho menos para la integración, a pesar del nombre, sino que esos objetivos aparecen como consecuencia de un proceso, acerca de cuya duración no se adelantan plazos. En la ALADI no hay listas comunes, y las concesiones arancelarias se otorgarán individualmente.

Para tener en cuenta el desigual nivel de desarrollo de los países miembros que dará lugar a un tratamiento diferentes, se los ha clasificado en tres grupos: a) países de menor desarrollo económico relativo (Bolivia, Ecuador y Paraguay); b) países más desarrollados (Argentina, Brasil y México).

Como órganos principales de la ALADI están los llamados órganos políticos: a) El Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores, que es el órgano supremo y "adopta las decisiones que corresponden a la conducción política superior del proceso de integración económica". b) La Conferencia de Evaluación y Convergencia, formada por plenipotenciarios de los países miembros, y que se reunirá cada tres años, en sesión ordinaria o cuando el Comité la convoque, para tratar asuntos de su competencia. La función principal de la Conferencia es la de promover el proceso integrador y evaluar los progresos realizados. c) El Comité de Representantes, es el órgano permanente de la organización y asegura el funcionamiento de la ALADI, tomando las decisiones que aconsejen las circunstancias.

En fin, como órgano técnico, está la Secretaría General, que funciona en la sede de la ALADI, conservada en el mismo lugar que la ALALC, es decir, en Montevideo.

Digna de especial mención es la compatibilidad que el sistema de la ALADI afirma con respecto a otros acuerdos, de carácter más limitado, tanto los designados como "de alcance parcial", que cubren los concluidos por los países de menor desarrollo económico relativo, como los "regímenes de asociación de vinculación multilateral", entre los que cabe el Grupo Andino.

Desde su creación la ALALC propició un fuerte desarrollo de comercio intrazonal, con las únicas excepciones de 1966, - en que el crecimiento fue bajo, y en 1967, en que hubo una dis-minución. La tendéncia al crecimiento se reanudó en 1968 y se confirmó en 1969; pero se estancó después, sin que los esfuer-zos por reanimar la tuvieran efectos apreciables.

Los resultados de la ALALC sólo pueden, en el mejor de los casos, calificarse de moderados, y si bien es cierto que actuó como estímulo del comercio intrazonal y de la industria, lo -- mismo que facilitó la cooperación entre bancos centrales y la difusión de información también lo es que el plazo primeramente fijado hasta 1972, para realizar la zona de libre cambio hubo de ampliarse a 1980, unutilmente, puesto que para entonces se estaba todavía muy lejos de alcanzarla.³

De ahí, la decisión de iniciar un nuevo camino, sustituyendo la ALALC por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

CONVENIOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MEXICO

Este tipo de acuerdos a nivel gubernamental los considero muy importantes como medios promocionales de carácter ex -terno, porque a través de ellos se puede lograr en forma di -recta, de gobierno a gobierno, estimular el comercio exterior mediante la eliminación de obstáculos, el establecimiento de políticas comerciales específicas que allanen los mecanismos ya establecidos, eliminen barreras, fomenten e incrementen -- las relaciones comerciales y se concreten operaciones.

Esta clase de promociones son prácticas y deben considerarse como una herramienta de trabajo de los gobiernos, ya -- que éstos deben considerarse como el primer promotor de las -- exportaciones de sus respectivos países; y una forma por me -dio de la cual pueden cumplir con su función de promotor de -- exportaciones es mediante la celebración de Convenios Comer -

ciales con los gobiernos de los países dispuestos a comercializar.

Los Convenios Comerciales deben hacerse siempre sobre la base de los que realmente el país puede producir para exportación; y posteriormente a la realización del Convenio, el gobierno se ocupará de darle publicidad entre los productores y exportadores, con el objeto de que éstos realmente disfruten del beneficio que representa el citado Convenio; y éste no pase desapercibido y no quede convertido solo en un acto sin trascendencia. Porque de nada servirá que nuestro país cuente con una multitud de Convenios Comerciales con condiciones muy alagüeñas, si nunca se van a emplear. De aquí que es importante recalcar e insistir en que se realicen sobre la realidad de una verdadera y auténtica oferta exportable, que se efectúe una dinámica promoción interna entre productores y exportadores; y que éstos hagan exportaciones aprovechando estos medios.

ALGUNOS OTROS MEDIOS PROMOCIONALES DE CARACTER EXTERNO

Existen algunos organismos internacionales que se pueden emplear como medios promocionales de carácter externo, con el fin de asesorarse de ellos e incluso capacitar personal especializado en comercio internacional.

Los principales organismos a que hago referencia, son los siguientes:

CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO (UNCTAD). La conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, establecida el 30 de diciembre de 1964, es un órgano dependiente de la Asamblea General de las Naciones Unidas y tiene como principal función fomentar el comercio internacional, especialmente con miras a acelerar el desarrollo económico, en particular, el comercio entre países que se encuentran en etapas diferentes de desarrollo, y entre

países con sistemas diferentes de organización económica y social. Asimismo, tiene como objetivo la formulación de los principios y políticas de comercio internacional y su conexión con los problemas de desarrollo económico.⁴

Actualmente los países miembros de la UNCTAD ascienden a 155, que se encuentran agrupados de la siguiente manera:

Grupo "A" Afroasiático, África y Mediterráneo, Asia y Medio Oriente.

Grupo "B" Países industrializados.

Grupo "C" Países latinoamericanos.

Grupo "D" Países socialistas y de Europa Oriental.

ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO -- (GATT). El GATT es un tratado multilateral que establece normas para regir en forma equitativa el comercio internacional. Aspira a que en los intercambios mercantiles existan igualdad de oportunidades para todos sus miembros; a que se favorezca la expansión del comercio, a fin de que éste pueda contribuir en toda la medida que es capaz a la prosperidad y desarrollo económico de las naciones; y a dar oportunidades para la discusión y la solución de los problemas que surjan en materia de comercio.

El Acuerdo General, que entró en vigor en enero de 1948, fué concertado con objeto de impedir que se reprodujese el derumbamiento del sistema comercial mundial ocurrido en el decenio de 1930.⁵

Actualmente son 90 países las partes contratantes del acuerdo y otros 16 aplican las normas de éste en sus relaciones comerciales.

Los principios fundamentales que rigen la aplicación de las normas del GATT son: comercio sin discriminación; protección exclusivamente arancelaria; creación de condiciones estables para el desarrollo del comercio y la celebración de consultas con base de igualdad.

México solicitó oficialmente su ingreso al GATT, el 25 de noviembre de 1985, el Presidente Miguel de la Madrid Hurtado pidió al Secretario de Comercio, Héctor Hernández Cervantes que iniciara el proceso de negociación.

El hecho de que México trate de ingresar al GATT no quiere decir que va hacer el exportador número uno, sino que de - mostrara que en México hay productos de calidad e industrias responsables ya que es un país que cuenta con todos los recursos para hacer frente a la competencia internacional y que de - finitivamente va a tener problemas si los industriales no a - frantan la importancia del mercado internacional.

La entrada al GATT beneficiará notablemente nuestra rela - ción comercial, ya que Estados Unidos es nuestro mercado prin - cipal, siempre han beneficiado a los países que pertenecen a esa organización y si México ingresa podrá disfrutar de un co - mercio sin barreras fiscales que propiciarán su desarrollo, - es importante éste ingreso y sobre todo su negociación en un momento en que México requiere de apoyo externo e interno.

El exagerado proteccionismo ha hecho posible la creación de un esquema industrial ineficiente y abusivo, que los pro - cios de las mercancías mexicanas constituyen un factor inflacionario estructural y que esta situación debe ser superada.

México tiene relaciones comerciales con más de 90 países entre desarrollados y subdesarrollados que son miembros del - GATT.

La soberanía nacional no está a discusión ni mucho menos que se va a ceder su posición sobre energéticos, lo que sucede es que se abrirán de que la mediana industria y pequeña y sobre todo la gran industria aumenten su capacidad de exportación ante mercados en donde existe demanda y oferta con base a la calidad y no al proteccionismo que en términos generales se ha mantenido.

La entrada al GATT es difícil pero no va a romper esquemas ni leyes sino que éstas las dará al mercado internacional a la industria nacional, en donde su único beneficio se basará en su calidad y sobre todo en la competencia que permitirá a México en lo interno, abrir fuentes de trabajo, modernizar su aparato productivo y someterse a una serie de reglas de calidad que son necesarias para su propio desarrollo.

CENTRO INTERAMERICANO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES --- (CIPE). Es otro organismo internacional promotor y asesor de exportaciones al servicio de los países latinoamericanos.

Otros medios promocionales de carácter externo son las - Comisiones Mixtas Bilaterales de Cooperación Económica; las Comisiones Gubernamentales Mixtas de Cooperación Económica; y los Acuerdos de Cooperación celebrados con organismos promotores de comercio exterior de otros países.

COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA (CEPAL).

Institución creada por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, este Consejo puede crear de acuerdo con su reglamento todas las comisiones que considere necesarias para el mejor desempeño de su función.

Entre las múltiples comisiones creadas por este Consejo señalaremos únicamente la que nos ocupa, la Comisión Económica para America Latina (CEPAL) creada en 1948, y compuesta de

cuarenta miembros. Ha establecido una "Comisión de Comercio", y una "Comisión Centroamericana de Cooperación Económica". En el cuadro de la primera se ha formado un "Grupo de trabajo sobre el mercado Regional", y un "Grupo de trabajo de los Bancos Centrales" mientras que en la segunda funcionan una serie de subcomisiones sobre comercio, coordinación estadística, transporte, electricidad, planeación económica, etc.

La CEPAL se ha manifestado sobre la necesidad de que se produzca una mayor colaboración internacional, tanto en el aspecto financiero como en el comercial. En el primero se requiere cambiar el ambiente mundial basicamente por medio de la reducción de las tasas de interés aunque esto dependerá de las políticas monetarias que apliquen las naciones en desarrollo, en este mismo aspecto se requirieren medidas que impliquen un cambio en la forma de negociación con los acreedores y una mayor cooperación de las instituciones multilaterales públicas, así como una profundización en el estudio de aquellas propuestas que consideran pagar la deuda en proporción con el monto de las exportaciones.

En cuento al comercio se requiere que haya un reblandecimiento de las medidas proteccionistas, las que son un fenómeno que amenaza en forma real y creciente en los últimos años, y que se de una reactivación importante de las exportaciones no solo en sus montos sino en sus valores, particularmente de los productos básicos.

I.3 BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial de México, ha registrado resultados deficitarios tradicionalmente. A continuación daremos a conocer algunas de las principales causas de este déficit comercial y de las perspectivas que el mismo continúe creciendo son:

- A) El esfuerzo sostenido realizado por el Gobierno Federal para tratar de crear un aparato productivo nacional que evite a mediano plazo estrangulamientos de nuestro crecimiento económico. En este sentido, cobran un alta significación las inversiones del Sector Público en el sector de energéticos, industria siderúrgica, transporte ferroviario, producción de papel y fertilizantes.
- B) Insuficiencia de la oferta nacional y de un esfuerzo consistente por parte del Sector Público por incrementar -- sus inversiones en el sector de bienes de capital que hubiera permitido cubrir con productos nacionales una buena parte de los bienes de capital que ha sido necesario importar.
- C) Se ha sufrido el impacto directo de la crisis económica internacional al igual que del proceso inflacionario, situación que ha originado incrementos sustanciales de precios en los productos importados, que lejos de haber sido compensados por incrementos proporcionales en los precios de nuestros productos exportados, estos últimos han sufrido descensos significativos.
- D) Como consecuencia de la recesión económica internacional países en vías de desarrollo y principalmente países industrializados, han aplicado una política proteccionista que ha originado a su vez la contracción de la demanda de diversos productos básicos de nuestras exportaciones, tal ha sido el caso en diversos momentos de:
- Algodón, textiles, ganado vacuno, miel de abeja, automóviles y camiones, etc.
- E) Como causa básica del crecimiento de nuestro déficit co-

mercial, se ha venido a sumar la inelasticidad de nuestra oferta de productos agrícolas para cubrir el consumo nacional habiendo sido necesario recurrir a la importación de cereales, oleaginosas y leche en polvo fundamentalmente, para garantizar la adecuada alimentación de los grandes núcleos de la población en México.

F) Como última causa de nuestro déficit comercial es la estrepitosa caída de los precios del petróleo ocasionando fuertes trastornos a la balanza comercial del país. Nuestras autoridades se dejaron llevar por la ilusión de enormes y crecientes ingresos vía petróleo y cometieron graves errores; Uno de los cuales consistió en basar nuestro comercio exterior y gran parte de la economía en el petróleo, todos los huevos en una canasta, y otro de los graves errores es sin duda no prever la caída del precio del crudo.

El saldo superavitario de la balanza comercial mexicana cayó 35 por ciento como consecuencia de la demora en el ajuste del precio de los hidrocarburos, así como por la política recesiva, que si bien ha favorecido la contracción en 4 por ciento de las importaciones, ha frenado la capacidad productiva de la planta industrial.

El reducido dinamismo de las exportaciones se explica fundamentalmente por la baja tanto en volumen como en el precio del petróleo crudo que redujo el valor de sus ventas en 32 por ciento, al llegar tan sólo a los 736 millones de dólares; asimismo el conjunto de los productos petroleros disminuyeron sus ventas en 44 por ciento para representar un total de 62 millones de dólares.

Sin embargo como contraste a esta disminución de ingresos por concepto de hidrocarburos, las exportaciones no petroleras crecieron significativamente en 25 por ciento, al pasar de 585 millones de dólares en 1985 a 733 millones, con lo cual se compensó en parte la caída en los ingresos de divisas.

C A P I T U L O II

LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION
EN EL AMBITO INTERNACIONAL

LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN EL AMBITO INTERNACIONAL

La conjugación de esfuerzos en la lucha constante por el incremento y la conquista de mercados internacionales para los productos de diferentes países ha dado como resultado la creación de empresas de comercio exterior de diversas modalidades, como son: "Trading Companies" o "Casas Exportadoras", "Cooperativas de Exportación", y "Consortios de Comercio Exterior", cuyas finalidades son a grandes rasgos muy similares, ya que su "negocio" es el comercio exterior, ya sea exportando, importando o triangulando productos de todo tipo recibiendo "comisiones" por la prestación de sus servicios, y en algunos países ciertas ayudas económicas por parte del Gobierno de los mismos.

El desenvolvimiento de este tipo de agrupaciones, ha sido positivo, actualmente manejan así el 100% del comercio mundial y algunas cuentan con oficinas en los principales países, equipadas con sistemas de comunicación instantáneo como es el caso del "telex", que les permite realizar sus operaciones en una -- forma ágil y rápida.

La creación de Consortios de Comercio Exterior, ha resultado tan provechosa para algunos países, que el CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, ofrece desde hace varios años, asistencia a los gobiernos de los países en desarrollo en sus actividades para promover la formación de agrupaciones de comercialización en común de las exportaciones.

II.1 ANTECEDENTES

Cuando el comercio dependía exclusivamente de los comerciantes en las comunidades primitivas, sus actividades eran -- múltiples incluyendo la adquisición de mercaderías, transporte y entrega directa al consumidor, dentro de transacciones de -- trueque. Con el uso de la moneda se simplificaron esas operaciones, apareciendo entonces los primeros intentos de división de trabajo y dando lugar a la presencia de especialistas en -- transportes que asumían la responsabilidad de entregar el producto contra el pago del valor aceptado.

Con el desarrollo del comercio, de las comunicaciones, - de las entidades bancarias, etc. la función del exportador se simplificó notablemente, permitiéndole ampliar su esfera de acción dentro de un complejo de mercados.

En las últimas décadas, se han producido cambios sustanciales en la producción y en el mercadeo. La producción ha adquirido un carácter masivo. Hay una fuerte tendencia hacia la especialización en la producción. El progreso espectacular en el campo de la electrónica, la automatización de la producción y la utilización de la energía atómica, han producido una verdadera revolución técnica. Este progreso técnico impone una - mayor internacionalización de la producción lo que da lugar a la intensificación de relaciones comerciales, al establecimiento de sistemas complejos de transporte y la firma de acuerdos internacionales, tanto en el campo económico como en el técnico. Por ello, si la empresa ha de marchar a tono con el crecimiento tecnológico, tiene la obligación de perfeccionar sus métodos de comercialización.

No se puede concebir un sistema donde la producción se - halle altamente sofisticada y la comercialización obedezca a -

procedimientos ya superados. Ambos aspectos deben desarrollar se por igual. Si el proceso de comercialización muestra signos de atrofiamiento o se halla incapacitado para actuar con la misma rapidez que impone la sociedad de consumo, preséntase naturalmente una situación de conflictos en desmedro del proceso productivo.

El comercio internacional demandaba la creación de mecanismos para la solución de problemas específicos de comercialización de las empresas manufactureras: problemas de riesgos, falta de información y comunicación, los gastos que demandan estudios de mercados, etc., por lo que se estudiaron las formas prácticas para "exportar unidos" llegando a la conclusión de que la creación de consorcios especializados en la promoción, desarrollo y participación directa en el comercio de exportación era una necesidad impostergable.⁷

Analizaremos las experiencias de varios países en materia de comercio exterior que concluyeron en la creación de --- Agrupaciones de Exportadores Conscientes de la imperiosa necesidad de unir los esfuerzos de las empresas exportadoras., para que estas compitieran unidas y aprovecharan las incalculables oportunidades que brinda el comercio internacional.

En Inglaterra, país de tradición en el Comercio Exterior, se ha fomentado la unión de pequeñas y medianas empresas de -- una manera sistemática y continua.

Como una iniciativa práctica, el Board of Trade inició -- su programa denominado "pick a bag" por el cual empresas con -- experiencia exportadora ofrecían sus servicios a las empresas manufactureras que deseaban exportar.

Como el proyecto no dió los resultados esperados, se organizó un programa denominado "Export Marketing Partnership",

por el cual el Board of Trade creó un cuerpo negociador encargado de propiciar y gestionar la unión y formación de empresas exportadoras sin experiencia previa con empresas dotadas de un exitoso record de ventas en el exterior.

En Israel, país que ha experimentado grandes progresos - en el comercio internacional pese a sus tremendas limitaciones y problemas, la necesidad de fomentar de una manera agresiva - la exportación de sus productos dió lugar a que en 1963 se produjera la unión de cuatro casas exportadoras que habían desarrollado operaciones en Africa, el cercano y lejano Oriente, - Australia y América Latina. De esta manera se formó la empresa exportadora ELDA en la que el gobierno participa con el 57% de las acciones, y el resto se halla distribuido entre la empresa naviera estatal ZIM, la compañía comercial Solkoor, y -- una serie de pequeñas empresas. ELDA tiene en estos momentos 18 oficinas en 15 países.

En Estados Unidos, el gobierno anunció en enero de 1968 el establecimiento de un programa de incentivos denominado JEA (JOINT EXPORT ASSOCIATIONS) por el cual se ofrece cooperación y asistencia financiera a grupos de empresas manufactureras -- que formen organizaciones asociadas para la exportación. El - programa consiste en que el gobierno cubrirá parcialmente los gastos que demanda el desarrollo de mercados externos, sobre - la base de un contrato. Y determina asimismo que quienes pueden acogerse a sus beneficios son las asociaciones de comercio o sus subsidiarias, grupos de empresas que operan bajo la dirección de compañías exportadoras, grupos nuevos de empresas - especialmente organizadas para participar en el plan y finalmente cooperativas de exportación.

En Japón en donde las casas exportadoras se iniciaron -- desde 1870, cuando las operaciones comerciales de ese país con

el resto del mundo fueron reanudadas después de un período de aislamiento de más de 200 años. Visionarios hombres de negocios de ese tiempo percibieron que Japón no solamente estaba atrasado en su desarrollo industrial sino que además se encontraba en una posición muy débil en el campo del comercio exterior; algunos de los mayores problemas eran: lenguaje insuficiente, no tenían los conocimientos prácticos y estaban des familiarizados con las prácticas del comercio internacional.

Los obstáculos no podían superarse rápidamente, pero -- uno de los más eficientes medios de mejorar o adelantar su -- competitividad comercial fué concentrando las funciones comerciales en un limitado número de empresas especializadas, otra acción fué la desarrollada por las firmas más importantes como la Mitsui y la Mitsubishi las que separaron empresas o divisiones con el propósito de manejar las transacciones comerciales del exterior de sus compañías afiliadas, posteriormente contrataron a especialistas en leyes aduaneras y en todo lo relativo a mercadotecnia en los principales países del mundo, y fué así como se inició la gran red de oficinas comerciales que actualmente prestan un sinnúmero de servicios tanto a los exportadores e importadores de Japón como de todo el mundo.

Consciente de la necesidad imperiosa de disponer ciertos recursos como son: tiempo y dinero para la creación de consorcios, el centro de comercio internacional ofrece desde hace varios años, asistencia a los gobiernos de los países en desarrollo en sus actividades para promover la formación de agrupaciones de comercialización en común de las exportaciones. Tanto directa como indirectamente, la asistencia directa consiste en proporcionar expertos para que asesoren al órgano nacional de promoción de exportación que esta encargado de facilitar la formación de consorcios. Los expertos contribuyen

a que esa entidad desempeñe una función catalizadora a tal res
pecto.

La asistencia indirecta consite también en facilitar asesores y tiene por objeto el establecimiento y la mejora de los servicios de promoción de las exportaciones a escala nacional. Los consorcios pueden aprovechar estos servicios en las fases de formación y desenvolvimiento. En tales casos, incumbe a -- los asesores prestar asistencia a los consorcios, pero solo -- por conducto del servicio nacional al que están adscritos.

Cuando un gobierno recibe asistencia directa del Centro de Comercio Internacional con la finalidad concreta de organizar consorcios, los asesores proceden normalmente al análisis detallado de las industrias existentes con objeto de determi -
nar sus posibilidades en materia de exportación y la forma en que pueden aprovecharse a través de los consorcios. En fun --
ción de los resultados de los análisis, los asesores proceden a una selección de las empresas y eligen a las que parecen reu -
nir las condiciones apropiadas para participar en un consorcio. Esos mismos asesores participan también en las medidas de las etapas subsiguientes que son necesarias para crear el consor -
cio.

En el Brasil por ejemplo, varios asesores del Centro de Comercio Internacional (CCI) y de la Organización de las Nacio -
nes Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) fueron adscri -
tos en 1971-1972 a un organismo estatal de promoción de las ex -
portaciones para identificar industrias que reunieran las condiciones necesarias para el programa de expansión de las expor -
taciones, evaluar la capacidad de las distintas fábricas, form -
ular recomendaciones relativas a la posible agrupación de --
esas empresas y participar después en la formación de los consor -
cios. Esas actividades comprendieron tanto la creación de consorcios, constituidos con todas las formalidades, como la -

organización de agrupaciones oficiosas en las que las empresas convinieron en cooperar con arreglo a un régimen más flexible.

II.2 QUE ES UN CONSORCIO DE EXPORTACION

El comercio tiene crecimiento orgánico propio y cambia - en función de las condiciones existentes en diferentes partes del mundo y según las diferentes fases de desarrollo, por lo tanto tratar de dar una definición de consorcio de exportación que comprenda todas las modalidades de estas empresas que se han ido creando, es un poco aventurado, sin embargo para los fines de este trabajo diremos que: un consorcio de exportación es una entidad creada por un grupo de empresarios con el propósito primordial de exportar o incrementar sus exportaciones, - también podrán importar (en la mayoría de los casos únicamente maquinaria, materias primas y productos complementarios que -- servirán para elaborar artículos que se exportarán posteriormente). Además dependiendo de la capacidad ociosa de sus recursos podrán dedicarse esporádicamente a la comercialización de determinados artículos con un criterio exclusivamente comercial, ya sea a comisión o comprando los artículos y revendiéndolos en el extranjero por cuenta de sus asociados.

Asimismo los consorcios proporcionan a sus miembros asesoría y servicios que les resultarían incosteables, en cambio a través de estas organizaciones logran una serie de ventajas entre las que sobresalen: reducción de costos por tramitaciones, promociones de ventas, de crédito, de mercadotecnia, servicios (transporte, seguros, documentación, embalaje, etc.) representaciones en el extranjero, servicios adecuados de comunicación, en fin, con el respaldo del grupo para apoyar los intereses comunes.

El fin primordial de los consorcios de exportación es -- competir con el menor costo posible y lograr así una mejor posición económica y financiera de precios y de ventas para sus asociados.

Para concluir podemos decir que el consorcio de exportación es en muchos sentidos una prolongación de las empresas en él agrupadas, ya que por lo general lo han constituido como entidad propia, por lo tanto, los miembros percibirán los beneficios que en su caso obtenga el consorcio una vez cubiertos los gastos generales.

II.3 COMO HAN EVOLUCIONADO

Los consorcios de exportación han logrado demostrar la gran utilidad de sus servicios y los grandes beneficios que reciben las empresas asociadas, lo que ha provocado que cada vez sea mayor el número de empresas en el mundo que se agrupan con el objeto de vender o incrementar sus ventas en el exterior y aprovechar las grandes ventajas que se logran al exportar unidos a través de la creación de consorcios de exportación.⁸

En algunos países, la creación de consorcios para la comercialización de productos que no eran tradicionalmente de exportación ha sido extremadamente beneficiosa para el país en general. Antes de la formación de los consorcios, las industrias de muchos de esos países estaban mal definidas; carentes de organización de portavoces, se contentaban con una producción reducida y no aspiraban a la expansión. Muchas de esas industrias no han podido aportar una contribución apreciable a la creación de más riqueza o empleos, en estas condiciones, -- constituir un consorcio de exportación ha sido lo mismo que --

plantar un árbol en suelo arenoso.

La entidad principal constituida por el consorcio ha podido echar sólidas raíces reuniendo en torno suyo a las entidades pequeñas y facilitando el crecimiento de industrias y de servicios secundarios.

En otros países, la creación de un consorcio, ha impuesto un mejoramiento de los métodos de producción industrial o agrícola aplicados por las entidades participantes. Para mejorar el tamaño o la apariencia de la fruta y de otras producciones agrícolas o para hacer coincidir la maduración con los períodos más apropiados de comercialización y percibir así -- los precios de exportación más adecuados posibles, el personal especializado de un consorcio da a conocer en muchos casos a los asociados nuevos tipos de fertilizantes, nuevos métodos de embalaje y nuevas técnicas para regular las cosechas. Análogamente, los fabricantes miembros de un consorcio se ven obligados a introducir métodos y equipos perfeccionados, y a prestar mayor atención al control de la producción, a la calidad del trabajo, al embalaje y a la clasificación del producto a fin de poder responder a los requisitos de la exportación que son más rigurosos que los del mercado interno.

Estos perfeccionamientos han contribuido a veces a favorecer la substitución de importaciones y simultáneamente a aumentar el volumen de las exportaciones. Aumentar sus actividades en el extranjero es otra importante tendencia de los consorcios de exportación, para lo cual han establecido oficinas en el exterior, y han mejorado sus sistemas de distribución, asimismo utilizan mejores sistemas de comunicación como es el telex que permite la transmisión de mensajes a los puntos más distantes del mundo en menos de cinco minutos.

Sin embargo, como toda empresa en su creación y desarro-

llo, los consorcios de exportación se tropiezan con algunas - dificultades, por lo que no se debe olvidar que aunque los -- consorcios suelen ser muy beneficiosos en muchas circunstan - cias, tal vez no siempre ofrezcan la solución para los proble - mas de exportación de un país o de una industria.

Incluso en los casos en que un consorcio sea la fórmula oportuna, su creación y el control de sus operaciones no son cuestiones que permitan una solución clara y categórica.

Sin embargo, la creación de este tipo de agrupaciones ha demostrado en la mayoría de los casos tener resultados de gran provecho, tanto a nivel de una empresa como a nivel de un --- país.

Con el objeto de demostrar la importancia que han alcanzado los consorcios de exportación en el mundo, citaremos la situación de algunos de ellos en algunos países.

Por ejemplo un consorcio de Singapur (Intraco Ltd) tuvo en 1970 solamente 18 meses después de empezar a funcionar, -- una cifra de negocios de 7,500.000 Dólares, correspondiente - en su mayor parte a operaciones de exportación enteramente -- nuevas, que no se habrían podido realizar de no haber existido la agrupación.

Actualmente el giro de exportación de Intraco ha aumentado en más de un 1% los ingresos totales del país por concepto de exportaciones directas, lo cual constituye un resultado -- considerable en tan poco tiempo.

En Kenia, una agrupación de exportación, integrada por - agricultores y por cooperativas, se encarga actualmente del - 35% de las exportaciones hortícolas del país.

Un consorcio Brasileño de pequeños fabricantes de zapatos consiguió de organismos importantes de la U.R.S.S. pedidos para el suministro global de varios millones de pares de zapatos.

Un consorcio Colombiano vendió en una sola operación -- medio millón de bikinis a distribuidores que abastecen los establecimientos turísticos de Florida en E.E.U.U.

METEX, el consorcio Finlandés para la exportación de -- productos metalúrgicos y maquinaria, realiza en la actualidad el 8.4% de las exportaciones totales finlandesas de los artículos de dicha clase. Esta entidad tiene una participación -- de capital importancia en la campaña que Finlandia ha lanzado a fin de intensificar sus exportaciones de bienes de equipo y reducir su dependencia respecto de las exportaciones de madera y pasta.

Se podrían citar muchos ejemplos para poner de manifiesto que para un estado es rentable dedicar tiempo y dinero a -- la creación de consorcios de exportadores. Estas agrupaciones permiten obtener divisas con rapidez si se organizan adecuadamente y se les presta el apoyo apropiado; estas razones entre otras, justifican en gran medida la labor del Centro de Comercio Internacional en lo relativo a la ayuda que presta a los países en desarrollo en la creación de consorcios, acción que se encuentra descrita en los inicios de este capítulo, -- precisamente en el punto de "antecedentes de los consorcios de exportación".

II.4 MODALIDADES

Hay que distinguir los conceptos de exportación y dis --

tribución. Aunque ambos son distintos, se vinculan estrechamente desde el momento en que la exportación no es posible si no se han establecido canales apropiados de distribución. Lo mismo podríamos decir de la distribución, si no se han obtenido las fuentes necesarias que venden y despachan la mercancía.

De una manera general se consideran dos métodos tradicionales de exportación: el método directo y el método indirecto; y en algunos casos, una combinación de ambos.

Los métodos directos demandan la participación de las empresas manufactureras en el proceso de ventas al exterior. Hay dos formas principales de desarrollar operaciones de exportación a través de estos métodos, a saber:

- A) Establecimiento de una división especializada dentro -- del departamento de ventas locales, y
- B) Establecimiento de un departamento de exportación.

Por lo general, el método indirecto es el instrumento más práctico para probar las condiciones del mercado antes de incurrir en los enormes gastos que demandaría el establecimiento de un departamento de exportación. Asimismo, hace posible el uso de una organización especializada, abocada única y exclusivamente a operaciones de exportación, como es el caso de las casas exportadoras, los agentes de exportación, los agentes de compras y, las cooperativas de exportación cuyas actividades se detallan a continuación.

II.4.1 CASAS EXPORTADORAS (TRADING COMPANIES)

Por su gran participación en el comercio mundial, ésta viene a ser la principal modalidad de empresa de Comercio --

Exterior que existe en el mundo.

Mediante este sistema una casa exportadora compra mercancías del productor o empresa manufacturera y realiza la operación de reventa al cliente extranjero. Las casas exportadoras, por lo general, no compran la mercadería hasta que han obtenido un contrato firme de venta. Normalmente, estas organizaciones se especializan en determinados productos como maderas, alimentos, artículos de ferretería, etc.

Las casas exportadoras seleccionan sus propios mercados y productos, y se hacen cargo de toda la operación comercial en lo que concierne a precios, entrega, etc. Es importante observar que las casas exportadoras operan como principales y no como agentes, asumiendo por consiguiente título sobre los productos adquiridos.

La mayor parte de las casas exportadoras o "Trading --- Companies" son organizaciones de fuerte respaldo económico, exclusivamente dedicadas al comercio internacional en el caso de las importaciones y las exportaciones. Estas organizaciones manejan volúmenes cuantiosos de productos, actuando como representantes exclusivos de varias exportadoras.

Se ha estimado que las casas exportadoras japonesas controlan entre el 80 y 90% de las importaciones y exportaciones del Japón, lo que las sitúa en el primer lugar en el mundo.

La actividad principal de las casas exportadoras de ese país inicialmente fue la de prestar servicios comerciales que facilitarían las exportaciones, las importaciones, y las operaciones referentes a transacciones domésticas, posteriormente estas convinieron en aumentar sus actividades como promotoras de comercio, y fueron instalando una gran red de oficinas co-

merciales en virtualmente todos los principales países del mundo, a través de las cuales detectan las oportunidades de exportación para las empresas manufactureras de su país de origen; y promueven también el comercio entre terceros países, todo esto sin hacer grandes inversiones de mercadotecnia fuera de sus fronteras.

Las casas exportadoras del Japón han ampliado sus actividades hasta el terreno de transportes, almacenaje y otras áreas relacionadas con la distribución física de las mercancías, así como en el desarrollo de nuevas fuentes de aprovisionamiento como en el caso de las minas de hierro de Australia y en el desarrollo de nuevas industrias para utilizar materias primas y productos intermediarios como en el caso de la industria textil en el sudeste de Asia.

En total existen en Japón casi 6,000 compañías clasificadas como casas exportadoras, cuya ocupación principal es el negocio de exportaciones y/o importaciones, las que se dividen en dos tipos, las chicas que suelen ser más especializadas en determinadas ramas de productos y las grandes que son llamadas casas exportadoras generales o "sogoshosha" que manejan todo tipo de productos.

A continuación se enlistan 10 principales casas exportadoras del Japón:

MITSUBISHI CORP.
 MITSUI AND CO., LTD.
 MARUBENI CORP.
 C. ITOH AND CO., LTD.
 SUMITOMO SHOJI KAISHA LTD.
 NISSHO-IWAI CO. LTD.
 TOYO MENKA KAISHA, LTD.
 KANEMATSU-GOSHO LTD.

ATAKA AND CO. LTD.
NICHIMEN CO., LTD.

No obstante que las compañías más grandes manejan una -- gran porción del comercio, las compañías pequeñas continúan -- jugando un papel importante en las importaciones, exportaciones y en la distribución de muchos productos. Existen por -- ejemplo 800 compañías pequeñas que están importando productos alimenticios, 600 importando textiles, 400 haciendo lo propio en madera y troncos, y 1,100 negociando maquinaria. En resumen, no todo el comercio japonés está manejando por las diez principales compañías. El uso de importadores pequeños por -- parte de exportadores potenciales del extranjero, es una posi bilidad que debe ser considerada ya que estas han demostrado ser muy eficaces en la importación de mercancías que deben -- ser movidas en volúmenes pequeños o las que requieren una gran planificación de mercado o prestación de servicio posterior.

Las casas exportadoras de origen europeo, como la Jardine Matheson en Hong Kong, constituye un importante factor en el comercio con los países con los que Inglaterra mantuvo relaciones de tipo colonial, particularmente en Africa y el Sureste asiático. Una de las mayores empresas es la United -- Africa Company parte del complejo Uniliver, establecida en el Africa Occidental y que controla desde plantas manufactureras hasta los medios de distribución al por mayor y al detalle.

Las ventajas que proporciona este tipo de casas exporta doras derivan de su reputación alcanzada en los principales -- mercados del mundo, su probada solvencia y la estabilidad de sus operaciones. Estas empresas usualmente están en condicio nes de vender cualquier tipo de producto, así como de proporcionar cualquier servicio que les sea requerido. En este sen tido, estas empresas están en inmejorable posición para repre sentar a los pequeños productores. Sin embargo, algunas de --

ellas han tropezado con problemas derivados del control del co me rci o por parte de ciertos gobiernos, como en el caso de la - República Arabe Unida y Birmania, que han nacionalizado su co me rci o exterior.

II.4.2 AGENTES DE EXPORTACION

El denominado agente de exportación o agente general de exportación actúa como un departamento de exportaciones uniperso na l para cierto número de compañías, que suelen fabricar pro du ct os diferentes pero relacionados entre sí. El agente general de exportación pone sus conocimientos al servicio de estas empresas, asesorándolas sobre productos que se pueden vender y buscando mercados por conducto de su propia red de agentes en el exterior. Fomenta la venta de los productos en el ex tra n je ro mediante la publicidad u otros medios, y una vez vendidos, se ocupa de los documentos necesarios para la exportación y el transporte. Puede recibir una remuneración anual más un porcentaje por las ventas. O tal vez acceda a trabajar para una firma mediante una comisión del 10 al 20% o más del precio al pro mayor de las mercancías vendidas. También puede pedir el reembolso de los gastos de viaje y de otra naturaleza, pero -- estos gastos se suelen prorratear entre las firmas para las -- que el agente general trabaja. El agente puede utilizar en su co-responsencia el membrete de una de las empresas y firmar -- las cartas como su agente de exportaciones o trabajar en nom br e pro p io.

Aunque por regla general, las agencias de exportación -- actúan con su propia razón social lo que naturalmente les permite diversificar sus operaciones, manejando una serie de productos o por lo menos una línea de productos que se complementan unos con otros, hay una variedad que ha tenido mucha aplicación en los Estados Unidos y que se ha denominado Combination

Export Management Firm, CEM. Este tipo de organización tiende a cumplir las funciones de un departamento de exportación de una determinada empresa. Dependiendo de un contrato que usualmente se suscribe sobre bases de exclusividad en ciertas áreas de operación, la CEM puede funcionar como un verdadero departamento de exportación.

El departamento de Comercio de los Estados Unidos declaró, después de hacer un estudio que: "algunos fabricantes han empleado los servicios de agentes de exportación hasta que han podido introducirse y mantenerse en un mercado. Otros usan estos servicios especializados de manera general, año tras año, para vender una enorme cantidad de mercancías en todo el mundo.

Las ventajas de utilizar los servicios de un agente general de exportación son bastante claras. El exportador novicio puede aprovechar su experiencia en el momento en que más la necesita. Los gastos de las exportaciones se comparten con otras firmas, los inconvenientes son el costo de su remuneración o comisión (que puede llegar hasta un 25%), además de todas las desventajas de cualquier forma de "exportación o distancia". Entre ellas, la falta de un contacto estrecho con un cliente y el hecho de que nadie promueve un producto con tanto energía como su propio fabricante.

Además, la capacidad y la experiencia de los agentes generales difieren y un agente de primera fila puede no estar dispuesto a aceptar nuevos clientes.

II.4.3 AGENTES DE COMPRAS

Este tipo de organizaciones usualmente se establece para realizar operaciones comerciales a nombre de un determinado cliente en el exterior. A semejanza de los agentes de exportación, se encargan de todos los detalles correspondientes al en

vío de mercadería. La compensación a sus operaciones se traduce en la inclusión de comisiones en el precio de la mercadería. En algunos casos, los agentes compradores pagan al productor a nombre del cliente. En otros, reciben la comisión -- del cliente a través de los pagos hechso directamente al productor.

II.4.4 COOPERATIVAS DE EXPORTACION

Otra de las formas indirectas para la exportación es la organización de cooperativas, las mismas que tienen por objeto combinar el esfuerzo de empresas pequeñas sobre bases voluntarias. Las empresas integrantes, aún cuando se manjan legalmente independientes, delegan la responsabilidad de manejar todas las operaciones a un organismo centralizado que es la cooperativa de exportación. Dicha cooperación permite a todos los -- miembros que las ventas y actividades de promoción sean llevadas a cabo por especialistas sin que éste trabajo demande costos excesivos. Las funciones de estudio de mercados, campañas de publicidad y desarrollo de productos generalmente descuidadas por empresas pequeñas y medianas debido a problemas de índole financiera, pueden de esta manera ser llevados a cabo sin demandar excesivos sacrificios. Asimismo, la combinación de -- productos generalmente complementarios, facilitan el establecimiento de líneas apropiadas de distribución en los mercados de consumo, trabajo que naturalmente no podría ser realizado por cada una de las empresas que forma parte de las cooperativas -- en forma independiente.

El sistema de cooperativas se ha desarrollado mucho en -- los países escandinavos. En Dinamarca, gran parte de las exportaciones de productos alimenticios son realizadas por cooperativas de exportación como la Federación de Asociaciones de Exportación de mantequilla, la Federación de Asociaciones de -- Exportación de quesos, la Federación de Asociaciones de Expor-

tación de huevos, etc. Una experiencia muy interesante se ha realizado en Holanda a través del grupo denominado ZETA. Esta organización fue establecida en 1948 con el propósito de impulsar el comercio de exportaciones de productos industriales artísticos. El grupo incluye alrededor de 500 empresas, de las cuales 40% exportan regularmente, los miembros están divididos en dos categorías: la mayor, que está compuesta por pequeñas empresas familiares, con 5 o 10 empleados; la otra categoría, es menor y comprende a las empresas grandes, altamente mecanizadas y con producción masiva.

Los productos son exportados a nombre del grupo ZETA y - bajo su marca comercial. En vista de que los pedidos son usualmente relacionados con productos fabricados por un número -- distinto de miembros y el problema del empaque de industrias - artísticas es uno de los aspectos más importantes para la ex - portación, se ha establecido una planta central de empaque bajo la directa supervisión de ZETA. El grupo prepara los documentos de embarque y se hace cargo de la obtención de los pa - gos. ZETA recibe informaciones periódicas de los miembros acerca del desarrollo de su producción. Mantiene una exposi - ción permanente de principales productos y ha publicado un ca - tálogo que describe los productos fabricados por todos sus -- miembros.

En los Estados Unidos se introdujo una forma muy origi - nal a través de la llamada ley Webb-Pomerene Trade Association (WPTA). De acuerdo con esta ley, se establecieron 29 cooperativas con aproximadamente 400 miembros que en forma conjunta - desarrollan negocios de exportación por cerca de mil millones de dólares. Estas cooperativas o asociaciones exportan una -- gran variedad de productos incluyendo máquinas, herramientas, materias primas, maderas, productos agrícolas, productos de me - tal, textiles, etc.

Se han observado algunas desventajas en el método indi -
recto de exportación, tanto para el productor cuanto para el -
intermediario. Así se dice por ejemplo que el uso de agentes
para la exportación no permite el contacto directo con los com
pradores. En el caso del intermediario, se observa que aunque
los acuerdos con el productor concedan la exclusividad, los es
fuerzos derivados del establecimiento de mercados pueden fácil
mente llegar a su fin a la terminación de los contratos, no re
presentando ninguna garantía de continuidad, que permita a los
agentes exportadores elaborar planes de corto y mediano plazo.

II.4.5 COOPERATIVAS EN MEXICO Y ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE ACUERDO AL ARTICULO 28 CONSTITUCIONAL

El artículo 28 constitucional en su 1er párrafo dice:

"En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopólios, las prácticas monopolísticas, los estancos⁹ y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de - protección a la industria.

El artículo 28 constitucional en concreto, prohíbe los mo
nopólios y todas las prácticas monopolísticas, pero en su párrafo
8^a exceptúa a las asociaciones ó sociedades cooperativas, el -
cual reza de la siguiente manera: "No constituyen monopólios
las asociaciones ó sociedades cooperativas de productores para
que, en defensa de sus intereses ó interés general, vendan dir
rectamente en los mercados extranjeros los productos naciona -
les ó industriales que sean la principal fuente de riqueza de
la región en que se produzcan, o que no sean artículos de pri-
mera necesidad, siempre que dichas asociaciones estén bajo vi-
gilancia o amparo del Gobierno Federal ó de los Estados, y pre
via autorización que al efecto se obtenga de las legislaturas
respectivas en cada caso. Las mismas legislaturas, por sí o a
propuesta del Ejecutivo, podrán derogar,¹⁰ cuando así lo exijan

las necesidades públicas, las autorizaciones concedidas para la formulación de las asociaciones de que se trata.

México, durante la colonia, estuvo sujeto, como las demás posesiones de la corona española, a un estricto sistema económico caracterizado por monopolios y estancos, así como por una serie de restricciones a la importación y exportación de productos y por la prohibición de realizar transacciones mercantiles con cualquier otra nación que no fuera España. Los resultados de esta política fueron desastrosos, ya que, bajo la presión de tal sistema, el desarrollo económico fue extraordinariamente débil y los pocos y malos provechos para el exclusivo beneficio de la monarquía.

Con la Independencia, abiertos los puertos de México al comercio exterior y eliminados paulatinamente los estancos, con un recto sentido liberal, el Constituyente de 1857 estableció en el artículo 28 el principio de que en nuestra patria no habría monopolios ni estancos de ninguna clase, ni prohibiciones a título de protección a la industria y sólo se reconocerían los relativos a la acuñación de moneda, correos y concesiones de privilegios, por tiempo limitado, a inventores o perfeccionadores de alguna mejora.

La Asamblea de Querétaro, con ese profundo conocimiento de la realidad mexicana que la caracterizó, supo recoger en este artículo, una vez más, las aspiraciones revolucionarias, y al proscribir los monopolios estaba consignada en la Constitución otra garantía social.

La propia Constitución, desde 1917, aclaró lo que entendía por el impropio privilegio: una ventaja exclusiva e indebida, a favor de una o varias personas determinadas y -- con perjuicio del público (entiéndase pueblo) en general o de alguna clase social. A mayor abundamiento, la ley reglamentaria del artículo 28 (Ley de Monopolio) afirma que es to

da concentración o acaparamiento industrial o comercial y toda situación deliberadamente creada, que permiten, a una o varias personas determinadas, imponer los precios de los artículos o las cuotas de los servicios en detrimento del pueblo.

La realidad económica del país sobrepasó lo que meritoriamente, y en su tiempo, había realizado el Constituyente - de Querétaro. Era urgente actualizar la participación del Estado en la vida económica nacional; había que modernizarlo.

Como principio general, el artículo 28 prohíbe los monopolios. También están proscritos los oligopolios, o sea, la creación premeditada o artificial de un mercado en el que hay pocos vendedores y muchos compradores.

No obstante lo anterior, hay ciertas actividades que, - por su importancia social, deben ser tratadas monopolícamen- te. Pero en este caso, esos monopolios están reservados estrictamente al Estado y se encuentran listados de manera expresa en el párrafo cuarto de este artículo. Además, como - tal vez en el futuro habrá necesidad de adscribir nuevas - áreas a la función estatal, éstas podrán ser señaladas por - leyes secundarias que expida el Congreso de la Unión, según lo prevé la última frase del párrafo cuarto que se comenta.

C A P I T U L O I I I

LA IMPORTANCIA DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

LA IMPORTANCIA DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN
EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

Los Consorcios de Exportación en México, han venido a institucionalizar la estructura de ventas y servicios, y a complementar la labor de promoción, coordinación y asesoría realizada por el Gobierno Federal a través de: el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., Banco de México y de diversas --- Secretarías, entre las que sobresalen las de Comercio, Hacienda y Crédito Público y Relaciones Exteriores entre otras.

La importancia de estas empresas en el desarrollo del comercio exterior de nuestro país es vital, ya que no se puede - concebir un sistema donde la producción es cada vez más sofisticada y la comercialización obedezca a procedimientos ya superados. La práctica de nuestro comercio exterior además demanda la utilización de estos mecanismos perfeccionados de comercialización que nos permiten superar los principales renglones de la exportación como son; la oferta, el precio, la calidad y el servicio, ya que es indispensable contemplar estos aspectos para lograr competir con los productos de cada vez un mayor número de países que entran al mercado internacional en -- forma organizada.

Asimismo, no debemos olvidar que el aparato productivo de México está constituido en su inmensa mayoría por empresas pequeñas medianas que necesitan la ayuda de Consorcios de Exportación para introducirse y permanecer en los mercados internacionales, ya que por sí solas, éstas no lo podrían hacer dado

que los costos de operación resultan muy altos.

También es importante señalar que los productos exportados por un país son una imagen del mismo, y son los Consorcios de Exportación lo que han ayudado a conocer a nuestro país en el exterior, a través de los productos que comercializan, así mismo han cooperado para dirimir la mala imagen que tenían algunos países de México, por falta de eficiencia, servicio y - puntualidad en la entrega de sus productos.¹¹

III.1 OBJETIVOS

Con la creación de los Consorcios de Exportación, el Gobierno Federal busca racionalizar los esfuerzos que en materia de comercio exterior se aplican. El estudio que se realizó en nuestro país para determinar la conveniencia del establecimiento de este tipo de organizaciones, arrojó como resultado que no sólo eran necesarias sino que iban a generar una derrama de beneficios tales como:

- Ayudar a la pequeña y mediana empresa para que se introduzca en los mercados internacionales, ya que por si solas éstas no lo podrían hacer dado que los costos de operación resultan muy altos.
- Desarrollo de mecánicas organizadas de exportación.
- Un mejor aprovechamiento de las fuentes de financiamiento a las actividades relacionadas con el comercio exterior, al ser canalizadas a través de estas agrupaciones las solicitudes de crédito.
- Generación de divisas para nuestro país.

- Aprovechamiento de más mano de obra y creación de nuevos empleos.
- Incremento en el valor agregado y en la transformación de nuestros productos con el fin de exportarlos cada vez más elaborados, obteniendo mayores ganancias.
- Un mejor control en la calidad y presentación de nuestros productos de exportación.
- La realización de estudios que permitan el establecimiento de una adecuada política de precios para el exterior.
- Una mayor utilización de los diversos medios de transporte e instalaciones portuarias del país.
- Mejorar la imagen de México a través de la instalación de oficinas en el exterior que funjan como sucursales representantes de los Consorcios de Exportación de nuestro país.
- Formar personal especializado en la técnica de exportación.
- Una mejor planificación en la producción y en los sistemas de comercialización de los distintos sectores económicos del país.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción, y cooperar al desarrollo industrial de México.
- Diversificar mercados y productos de exportación.

- Mejorar el servicio de exportación en todos sus as
pectos.

Permite a los Consorcios de Exportación, impulsar a sus empresas asociadas, la estructura con que cuentan y que son - los Departamentos o Divisiones Especializadas en Comercialización y Promoción Internacional que son creadas para tal efecto.

Se debe de tomar en consideración que nuestro país no es tradicionalmente exportador de manufacturas, por lo tanto, se hizo necesaria una legislación para aprovechar la oferta na-cional que es pobre y anarquizada y que es precisamente el establecimiento de Consorcios de Exportación una de las soluciones a este problema.

Los objetivos mencionados se han ido cristalizando a través de los años de existencia de estas organizaciones, habiendo contado para ello con una constante fluidez en sus instrumentos y mecanismos de comercio exterior idóneos con los re-querimientos de los distintos compradores internacionales.

Por otra parte, debido a la presentación de un programa de trabajo que es exigido a estas empresas, se ha podido observar que los objetivos planteados en dichos programas y sus derivaciones han sido cumplidos, esfuerzo que en forma conjunta han realizado tanto el sector público como la iniciativa privada a través de sus organismos cúpula que conocedores también de las carencias y deficiencias de nuestro comercio exterior, han dado todo su apoyo para que estas organizaciones en pocos años logren consolidar y promover la oferta mexicana, así como detectar la demanda de nuestros productos en el exterior logrando así:

MEJORAR LA BALANZA COMERCIAL DE MEXICO

III.2 PARTICIPACION DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN EL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

La participación de los consorcios de exportación en las exportaciones totales de México año con año ha ido en incremento repercutiendo en la medida que les es reconocida en la balanza comercial del país.

La labor de estas empresas ha provocado el desarrollo de nuevas industrias y la amplificación de otras, debido a -- que exportan hasta hoy casi exclusivamente productos manu- facturados, y que tanto el diseño como la calidad y presentación del producto, son exigidos en grado importante pero también es consecuencia de nuevas promociones para dar a co- nocer productos que antes no se lanzaban al exterior; comprobándose que a través de este mecanismo es más conveniente porque se reducen costos y gastos de operación, ya que -- en un solo viaje se promueven varias líneas de productos, y los volúmenes de venta se incrementan, asimismo, se pone ma- yor atención en el tráfico al consolidar sus gastos de fletes, los viajes de promoción se realizan con personal esp- cializado, se consolidan volúmenes de carga, etc.

Por otra parte, ha generado que los sistemas de ventas y sus estrategias estén canalizadas en forma preponderante al consumidor final, tratando de evitar a los intermediarios como canales de distribución, salvo en los casos en que por características propias del mercado sea necesario utilizar este canal.

Igualmente se trata en la mayoría de los casos y cuando la Legislación de los países importadores no lo impide, cotizar en base C.I.F. (costo, seguro y flete), tomando en cuenta que este tipo de cotización involucra los costos del

transporte y del seguro de las mercancías exportadas, con la finalidad de que las compañías de transporte y de seguros me xicanas resulten beneficiadas al ser contratadas para que -- presten sus servicios.

También es importante señalar que los productos exp orta dos por un país son una imagen del mismo, y son los consor - cios de exportación los que han ayudado a conocer a nuestro país en el exterior a través de los productos que comerciali zan, asimismo han cooperado para dirimir la mala imagen que tenían algunos países de México, por falta de eficiencia, -- servicio y puntualidad en la entrega de sus productos.

Estas empresas exportan actualmente a casi todos los paí ses del mundo, y aprovechan al máximo las concesiones y pre ferencias que a través de sus sistemas generalizados de pre ferencias nos otorgan los países desarrollados.

Por otro lado, se ha notado un auge en la instalación de Agencias Aduanales, que son las encargadas de manejar los en víos al exterior cada vez mayores de mercancías mexicanas, -- las que se han instalado principalmente en las zonas fron te rizas y en los puertos de nuestro país.

Estas son algunas consideraciones que podemos tomar en cuenta para ponderar los resultados de los consorcios de ex portación, sin embargo el campo del comercio exterior es tan basto, que requerirá constantemente la aplicación de nuevas fórmulas, sistemas y métodos que respondan adecuadamente a las necesidades y exigencias que se irán presentando, es por ello que aún cuando podamos decir que ha habido resultados satis factorios de las empresas de comercio exterior, no pue de nuestro país dejarse llevar por un optimismo más allá de lo razona lbe, ya que como se ha explicado en párrafos ante riores aún existen demasiados problemas internos que van --

desde la producción, hasta la comercialización, y en el exterior se producen algunos fenómenos económicos que pueden en un momento dado también desajustar las políticas de acción -- que toman tanto el sector público, como la iniciativa privada de un país, y son esos renglones, contra los que los consorcios de exportación trabajan constantemente, tratando de evitar las recesiones económicas y contracciones que al afectar al país, afectan también a todos los sectores productivos.

Es innegable que estas organizaciones al estar logrando su plena madurez, han tenido errores y fallas en sus procesos de comercialización pero que les ha servido como experiencias aplicables a nuevos métodos de venta, evitando con ello reincidir en esas faltas y logrando por otro lado, la adecuada -- aplicación y racionalización de sus recursos.

III.3 PERSPECTIVAS DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACION EN MEXICO

El Gobierno Federal sigue considerando que el apoyo a la constitución de empresas de comercio exterior es necesario lo que ha permitido que estas organizaciones contemplen dentro de sus planes a futuro, además de la realización de sus actividades actuales; convertirse en verdaderas empresas comercializadoras, más conocidas en el ámbito internacional como "Trading Companies" es decir, las que se dedican a comprar, vender y triangular cuando así lo requiere el mercado consolidando su posición de compra-venta en los mercados internacionales.

Por otro lado nuevas empresas que se han incorporado a la actividad exportadora han venido a fortalecer a las empresas de comercio exterior, ya que al integrarse a una de estas organizaciones logran una proyección que les permite ir creciendo --

ciendo en cuanto a su volumen de exportaciones.

También se considera que dentro de un lapso razonable, es te tipo de organizaciones ya se habrán creado un capital pro -
pio de trabajo siempre y cuando reinviertan sus ganancias, o -
sea que no repartan sus utilidades; con lo cual llegarán a --
ser lo suficientemente independientes de un estímulo fiscal a-
demás de contar con la suficiente liquidez para hacer frente a
los compromisos que contraerán con motivo de sus actividades -
de comercialización, es decir aparte de la adquisición de gran
des volúmenes de mercancías, los gastos de promoción en el ex-
terior, ya sea a través de Ferias y Exposiciones y viajes pro-
mocionales, o bien contando con oficinas, representantes, o --
distribuidores en el exterior, son renglones en los que se ca-
nalizan fuertes partidas económicas.

Se tendrá que tomar en cuenta también la captación de --
oferta exportable para atender nuevas y crecientes demandas in
ternacionales esto es, se tendrán que programar viajes por to-
da la República localizando a productores que puedan integrar-
se al Consorcio o que le vendan a éste el producto que se está
demandando en el exterior y que él produce. Asimismo la capa-
citación de recursos humanos es otro de los renglones en que -
también se hacen fuertes erogaciones ya que es una área que no
debe quedar descuidada debido a los constantes cambios en las
técnicas de ventas internacionales.

El desarrollo de nuevos productos de exportación también
requerirá de ciertos gastos que en un momento dado habrá que -
financiar o buscarle financiamiento. Todas estas consideracio
nes que se han enumerado son factores que al ser atendidos --
por el Consorcio de Exportación causan una derrama económica -
considerable, por lo que se planea que este tipo de empresas -
cuenten con los recursos necesarios para poder operar eficien-
temente, ya que de otra manera no les sería posible lograr las
metas de exportación que se fijan.

Ya considerando de lleno las perspectivas de los consorcios de exportación no sólo en nuestro país sino en el mundo entero, está comprobado que este mecanismo de comercialización es el que a futuro va a prevalecer, ya que permite oferta unificada para ofrecer en los mercados exteriores y las empresas que por sí solas deseen exportar se encontrarán ante todo este aparato de eficiencia y servicio que son este tipo de empresas y contra las cuales no podrán competir en ninguno de los principales renglones de la exportación como son la oferta, el precio, la calidad y sobre todo el servicio. Por otra parte, es más probable que sean las agrupaciones de exportadores y no las empresas individuales, las que cuenten con los conocimientos técnicos y la estabilidad que son esenciales para colaborar con las autoridades en la preparación de planes a largo plazo.

Ahora bien si los Consorcios de Exportación en México, dejan de desarrollar una política agresiva en cuanto a sustituir en vez de sumarse a los intermediarios tradicionales, podrían llegar a ser un intermediario más, e igualmente si no logran una verdadera ingerencia, en la producción, calidad y diseño de los productos de exportación de las empresas asociadas, así como formando un capital de trabajo suficiente para no depender de un estímulo fiscal, no responderán al fin para el que fueron creados, se hará necesaria en estos casos su reorganización para así poder impulsar a los demás productores a que se agrupen.

Se ha comprobado que el éxito de las grandes transacciones comerciales y crediticias internacionales en los países desarrollados y subdesarrollados se canalizan a través de las empresas de Comercio Exterior, tenemos por caso modelos desarrollados por Japón, E.E.U.U., R.F.A., Israel, Brasil y nuestro país, son los grandes consorcios que una vez creados e invertidos han logrado manejar sin exagerar casi el 100% del

comercio mundial.

Nuestro país desde luego, no cuenta con esos grandes con sorcios de los países desarrollados, pero ha tomado de éstos, algunos elementos que le permiten adecuarlos a su realidad económica y productora para poder crear su propio tipo de em - presa de comercio exterior e incentivarlas en la medida de sus posibilidades económicas para que participen dentro del con - cierto mundial del comercio internacional.

Respondiendo al apoyo del Gobierno Federal existen un nú mero considerable de empresas que desean estar bajo el amparo del estímulo fiscal que se otorga cuando se cumple con la le - gislación correspondiente para el establecimiento de una em - presa de Comercio Exterior, existiendo para ello las solicitu - des respectivas en la Secretaría de Comercio que a través de la Dirección General de Estímulos al Comercio Exterior evalúa y determina que empresa puede contar con el Registro que la - hace acreedora al tratamiento antes mencionado; esto es una vez constituida la empresa se le notifica a la Secretaría de Comercio, posteriormente se le observa por espacio de un año con respecto a sus operaciones de comercio exterior, lapso en el cual esta Secretaría analiza a que mercados, qué volúmenes y qué tipo de productos está exportando, así como los servi - cios que se prestan, tomando como base estos criterios para - hacer la evaluación mencionada y recomendar en su caso algu - nos cambios que considere sean necesarios a la empresa de com - mercio exterior que pretende el registro definitivo.

Posteriormente se hará entrega a esta Secretaría de un - programa anual de trabajo, así como un informe de sus resulta - dos una vez terminado el ejercicio correspondiente para com - probar el incremento de ventas que por ley se exige, y los in - gresos y gastos en que se incurrió.

Por último se puede hacer mención a que durante los próximos años se consolidarán por un lado las empresas de comercio exterior ya existentes y por otro que surgirán otras, continuando con la atención que seguirán requiriendo los mercados internacionales, debemos de pensar sin embargo que deberán nacer únicamente empresas de esta naturaleza que respondan a las necesidades de también nuevas empresas productoras, lo que nos hace sentir que solamente existirán las empresas de comercio exterior que sean necesarias para unificar la oferta exportable y que puedan colocar en el exterior lo que realmente puede exportar ventajosamente México.

C A P I T U L O I V

LA PARTICIPACION DEL GOBIERNO DE LA REPUBLICA,
CAMARAS, ASOCIACIONES DE INDUSTRIALES Y COMER-
CIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

LA PARTICIPACION DEL GOBIERNO DE LA REPUBLICA,
CAMARAS, ASOCIACIONES DE INDUSTRIALES y COMER-
CIANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

a) EL ESFUERZO DEL GOBIERNO DE LA REPUBLICA PARA FOMENTAR
EL COMERCIO INTERNACIONAL

El gobierno mexicano se ha propuesto como una prioridad fundamental, promover las exportaciones para acelerar nuestro desarrollo económico y social conforme a lineamientos claros de acción entre los que destacan: diversificación de nuevos mercados internacionales, ampliación y diversificación de la producción, eliminación de operaciones triangulares y de intermediarios, aumento del grado de elaboración en los productos exportados fortalecimiento de estructuras y servicios de apoyo al comercio exterior, una mayor vinculación de las importaciones con las exportaciones, y simplificación de los trámites que afectan al exportador en sus operaciones.¹²

Los objetivos antes señalados han inspirado una estrategia que se vale de diversos instrumentos de fomento a la exportación de productos mexicanos, creando nuevos empleos, para así consolidar el bienestar del mayor número de mexicanos.

Es claro que si México aumenta sus exportaciones, al hacerlo vigoriza ó crea algunas fuentes de trabajo y de ingreso para sus nacionales, acrecentando el ingreso nacional. Por otra parte, si en forma importante sus importaciones se

integran con bienes-capital, al entrar en operación, éstos - contribuyen al desenvolvimiento económico del país.

En consecuencia, la política de comercio exterior ésta íntimamente ligada al crecimiento económico de México y muy probablemente, como Deynes dijo alguna vez, si se aumentan - las exportaciones también se ésta exportando la desocupación.

Para no remontarnos mucho, diremos que desde el año de 1900 y hasta el de 1940 México tuvo ininterrumpidamente una balanza favorable de comercio, fue en 1941 cuando por primera vez en el siglo XX la tuvimos desfavorable y ahora hasta la fecha la tenemos desfavorable, de ahí que el gobierno de la república se esfuerce para fomentar el comercio internacional para acelerar nuestro desarrollo económico y social.

IMCE, HISTORIA Y DECRETO DE DESAPARICION

El día 27 de diciembre de 1985, queda abrogada LA LEY - QUE CREO EL INSTITUTO MEXICANO DEL COMERCIO EXTERIOR (IMCE), de diciembre 31 de 1970, en base al decreto Presidencial que se publicó el 27 de diciembre de 1985 en el "Diario Oficial" de los Estados Unidos Mexicanos y que firma el Presidente de la República y los Secretarios de Gobernación, Relaciones -- Exteriores, Programación y Presupuesto y P.A. el Subsecretario de Comercio y Fomento Industrial encargado del despacho.

El Decreto establece que en lo sucesivo, las funciones del IMCE, en cuanto a normatividad, planeación, diseño de políticas y cuestiones afines, corresponderán a SECOFI; y en cuanto a promoción, arbitraje y materias afines al BANCOMEXT (Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.).

El IMCE fue creado por el entonces Presidente de la República Luis Echevarría Álvarez, como parte de su programa -- de gobierno dirigido al incremento y diversificación del --

Comercio Exterior de México.

El decreto abrogatorio adolece de ambigüedad por lo que toca al desglose de funciones, puesto que habla de que las "cuestiones afines" corresponderán a SECOFI, y de que las -- "materias afines" se delegarán en el BANCOMEEXT, S.N.C.

Es evidente que a un Banco no le corresponden de acuerdo a su naturaleza jurídica, funciones de arbitraje, en cam - bio sí son competencia esas actividades de las Cámaras y Con - federaciones de Cámaras, en base a la legislación relativa - vigente en México,¹³ y ratificada plenamente en acuerdos inter - nacionales por nuestro país. Basta recordar que como Miemb - ro de la O.N.U. reconoce a la Corte Permanente de Arbitraje de la Haya, por lo que toca al aspecto gubernamental y por - lo que toca al no gubernamental pertenece a la Cámara Inter - nacional de Comercio de París.¹⁴

El BANCOMEEXT tampoco es el organismo idóneo para la pro - moción del Comercio Exterior, en el sentido que lo era el -- IMCE, habida cuenta que la propia SECOFI debe desarrollar -- tal función. Al Banco le compete el financiar la promoción y coadyuvar en esa tarea, más no desempeñarla directamente - por que se incurre en una duplicidad, ya que también es in - acceptable hablar de competencia concurrente en estos casos, - de acuerdo al espíritu del ordenamiento publicado.

El Decreto, asimismo, está viciado debido que carece del refrendo del Secretario de Hacienda y Crédito Público, quien funge como Presidente del Consejo de Administración del Banco, independientemente de que el Secretario de Comercio y -- Fomento Industrial no refrendó el Decreto, ya que aunque el Subsecretario encargado del despacho lo rubricó, cabe destacar que en fundamento jurídico que se cita, se omite la dis - posición de la Ley Orgánica de la Administración Pública Fe-

deral y del Reglamento de la dependencia, que autoriza a firmar un refrendo a ese funcionario, y de paso se vulnera la -- decisión de refrendo del titular.

b) CONFEDERACION DE CAMARAS INDUSTRIALES. (CONCAMIN).

Las funciones que realiza la Confederación de Cámaras Industriales en beneficio de sus asociadas en materia de comercio exterior son, entre otras:

- Gestionar ante las diferentes dependencias gubernamentales la resolución de problemas concretos que afectan a las diferentes ramas industriales.
- Promover políticas de fomento al comercio exterior.
- Orientar a las Cámaras y Asociaciones afiliadas, sobre los hechos relevantes en materia de comercio exterior, así como en relación con sus perspectivas.
- Promover la participación de los industriales mexicanos en ferias y misiones comerciales.
- Difusión de las técnicas en comercio exterior, mediante seminarios, conferencias, mesas redondas y diversas publicaciones.

c) CONFEDERACION DE CAMARAS NACIONALES DE COMERCIO
(CONCANACO).

La CONCANACO realiza diversas actividades a fin de promover y apoyar el comercio exterior. Su Comité Ejecutivo cuenta con una sección especializada en comercio exterior, la cual tiene contacto con las Cámaras de Comercio de todo el mundo - controlando y publicando ofertas y demandas que emanan de la correspondencia con éstas. Mantiene relaciones con el resto de América a través de la Confederación de Cámaras y Asociaciones de Comercio Americanas, y ha asignado a un representante en el Comité Interamericano de Arbitraje Comercial.

El Departamento de Comercio Exterior de dicha Asociación realiza diversos trámites en las dependencias gubernamentales y emite cartas y circulares con objeto de mantener informados a sus asociados.

d) CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACION
(CANACINTRA).

En materia de comercio exterior, este organismo realiza una serie de actividades orientadas a alentar y fortalecer la participación del empresario de la industria de la transformación, en las exportaciones y en la sustitución de importaciones.

Otorga asesoría directa a sus asociados en todas las -- cuestiones comerciales relacionadas con el comercio exterior, investigación de mercados para sus productos y promoción de artículos manufacturados en el exterior.

A través de la Comisión de Comercio Exterior e Integración Latinoamericana, analiza la evolución, medidas y mecanismos nacionales y extranjeros que afectan al comercio exte

rior; y señala directrices en este campo.

El Departamento de Comercio de CANACINTRA realiza gestiones y proporciona asesoría gratuita a industriales en los distintos aspectos relacionados con el comercio exterior, así -- como en relación con los apoyos e incentivos que se requieren para participar en esta actividad.

De igual manera, capta los problemas e inquietudes de -- los industriales y los plantea ante los diversos foros de los que forma parte.

- e) ASOCIACION NACIONAL DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE LA REPUBLICA MEXICANA (ANIERM).

Los beneficios que ofrece a sus asociados son:

Asesoría en:

- Reducción de impuestos sobre ventas al exterior
- Obtención de reducciones en las tarifas de transporte
- Obtención de incentivos fiscales a la exportación

Servicios de:

- Trámite de permisos de importación.
- Información sobre Comercio Exterior a través de un boletín informativo semanal.
- Intervención en los comités Asesores de la Secretaría de Comercio.

- f) CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO PARA ASUNTOS INTERNACIONALES (CEMAI).

Orientado principalmente a la promoción de comercio in -ternacionales, CEMAI mantiene relaciones con diversos organismos internacionales y ha integrado 36 Comités Empresariales - con otros tantos países, incluidos seis del área socialista.

Al amparo de la gestión de estos comités, los empresarios del país realizan operaciones de importación y exportación; negociaciones de distribución, comisión y consignación; transacciones financieras; promociones turísticas, de transportes y de servicios; operaciones de ingeniería y proyectos; estudios de preinversión y mercados; y otros de igual importancia.

g) ORGANISMOS PROMOTORES DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA MEXICANA.

En el interior del país realizan funciones de vital importancia la ASOCIACION NACIONAL PARA EL FOMENTO DE EXPORTACIONES MEXICANAS, en Monterrey (ANAFEM); la ASOCIACION PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR DE OCCIDENTE en Guadalajara (AFIMEXO); y en Chihuahua la ASOCIACION DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DEL ESTADO DE CHIHUAHUA (ADIECHI), que dedicadas a promover al comercio exterior de México, prestan servicios y asesoría a sus asociados, así como el CONACEX -- Consejo Nacional para las Exportaciones con oficinas en varias entidades.

h) ORGANISMOS PROMOTORES DEL COMERCIO EXTERIOR FUERA DE LA REPUBLICA MEXICANA.

La Cámara Mexicana Internacional de Comercio e Industria "CAMEXICO". En la Ciudad de Los Angeles California funciona desde 1949 una Cámara integrada por la Comunidad Mexicana de los Estados Unidos de América que se ha dedicado a impulsar intensamente el intercambio comercial e industrial con México. Esta Institución goza de un amplio reconocimiento en ambos países y ha coadyuvado enormemente al desarrollo fronterizo.

CAMEXICO forma parte de la Federación Hispánica de Cámaras con sede en Washington D.C. y de la C.I.C. Cámara Internacional de Comercio con sede en París.

La información industrial y comercial con que cuenta esta

Cámara reviste enorme importancia para evaluar los montos reales del intercambio entre México y los Estados Unidos, ya que las cifras oficiales mexicanas no corresponden a la verdad. -- puesto que México es el tercer cliente de los Estados Unidos, después solamente de Canadá y Japón. Así mismo Estados Unidos es el primer cliente de México, pues compra el 60% de sus exportaciones.

La Banca Nacionalizada cuenta también con oficinas en diferentes partes del mundo, con el propósito específico de promover y coadyuvar al desarrollo del comercio internacional, es decir, promueve en el exterior nuestro mercado y da a conocer a los diferentes países los gozes y privilegios de los diferentes estímulos arancelarios.

ARTICULO 131. Es facultad privativa de la federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aun prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia; pero sin que la misma federación pueda establecer, ni dictar, en el distrito federal, los impuestos y leyes que expresan las fracciones VI y VII del Artículo 117.

El ejecutivo podrá ser facultado por el congreso de la unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación expedidas por el propio congreso, y para crear otras, así como para restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquiera otro propósito en beneficio del país. El propio ejecutivo, al enviar al congreso el presupuesto fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida.

Esta disposición regula cuatro materias diversas:

1. En su primer párrafo se refiere al comercio exterior. La federación lo regula a través de las leyes fiscales, que tienen el doble objeto: impulsar la producción interna y regular la exportación, especialmente de los llamados productos de mercado internacional, como son los metales preciosos, petróleo, azúcar, café etc. Independientemente de esto, el fin inmediato de la facultad de gravar con impuestos las mercancías es el cobro de los mismos.
2. Establece también como derecho exclusivo de la federación, reglamentar y hasta prohibir que viajen por territorio nacional cierta clase de productos. Se trata de una facultad de policía y su objeto es proteger la seguridad interior.
3. Prohíbe a la federación, en su calidad de gobierno local del distrito gravar con impuestos el tránsito de mercancías, en la misma forma a como lo hizo para los estados en las fracciones VI y VII del artículo 117 constitucional.
4. El segundo párrafo-- adición de 28 de marzo de 1951- otorga al ejecutivo la facultad para legislar en materia de impuestos, referida al comercio exterior, con el propósito de regular cada vez más la economía nacional, siempre que el congreso haga la debida delegación. Estas facultades se otorgaron al poder ejecutivo a fin de dotarlo de un instrumento necesario para decretar el aumento o disminución de impuestos a los productos de importación o exportación, según lo impongan las necesidades económicas del momento, pues en nuestros días existe una gran dependencia mutua de carácter comercial entre todos los estados del mundo.

Estos mandatos tienden a salvaguardar la estabilidad y el progreso de la economía nacional en beneficio del pueblo de México. 16

C O N C L U S I O N E S

1. Es incuestionable que esa forma de comercializar nuestros productos, o sea por medio de consorcios es la más conveniente porque se reducen costos y gastos de operación y los volúmenes de venta se incrementan. Asimismo, se pone mayor atención en el tráfico al consolidar sus gastos de fletes y los viajes de promoción se hacen con personal especializado.

2. Además de todos los avances que se han logrado en materia de comercio exterior en nuestro país, se ha creado mayor conciencia de exportación, y nos encontramos ahora, con base en la experiencia cosechada, afianzándonos en el camino de la "conciencia de producción", que es urgente fomentar para crear más empleo y bienestar, así como para aumentar nuestra oferta exportable.

3. Si los consorcios de Exportación de México dejan de desarrollar una política agresiva en cuanto a sustituir en vez de sumarse a los intermediarios tradicionales, podrían llegar a ser un intermediario más, no respondiendo al fin para el que fueron creados, se hará necesaria en estos casos su reorganización. Las empresas de servicios, y los motivos de este trabajo que vienen a ser un sistema complementario de la estructura institucional con que cuenta el sector privado en materia de comercio exterior.

4. El presente estudio pretende entre otras cosas, dar a conocer los criterios de las autoridades de nuestro país al autorizar la creación de este tipo de empresas, los antecedentes desenvolvimiento de los consorcios de exportación destacando al mismo tiempo la importancia de canalizar las operaciones de comercio exterior a través de estas agrupaciones, cuya creación

está basada en una serie de estudios que aseguran el desarrollo del comercio exterior de los países que las establecen.

5. La evolución de la economía mexicana durante 1986 estará condicionada fundamentalmente por la inercia de los desequilibrios de 1985, así como por la creciente inestabilidad del -- mercado internacional de hidrocarburos. No obstante, es preciso enfatizar que el mayor reto de la política será en el ámbito interno.

6. Por último, en lo que se refiere al sector externo de la economía, hay varios elementos que se requieren para evitar -- un mayor deterioro. En primer lugar, es fundamental el mantenimiento de una política de tipo de cambio realista que evite la sobre valuación del peso, para alentar efectivamente el desarrollo de las exportaciones no petroleras. Por otro lado, deberán definirse con mayor precisión las metas de liberación del comercio exterior, así como consolidar los estímulos y -- apoyos a las exportaciones no petroleras.

7. Dado que no pueden esperarse resultados inmediatos de estas políticas y ante el menor ingreso de divisas petroleras -- para 1986, será poco factible esperar una mejora de las cuentas externas en el corto plazo, por lo que el país se verá en la necesidad de recurrir al financiamiento exterior. Sin embargo, el destino de estos recursos deberá orientarse a promover cambios de fondo en la estructura económica del país, ya que de otra forma únicamente permitirán sortear los problemas de corto plazo, pero sin ayudar a resolver los de largo plazo.

8.- Dentro del marco jurídico en materia de comercio exterior, se le tiene que dar un gran impulso a la economía del país a través de los diferentes estímulos fiscales, para que nuestras mercancías estén en condiciones competitivas en el ámbito internacional. Así el GATTP podrá ser visto como el vehículo que abrirá el acceso a los mercados extranjeros y hará posible ese crecimiento económico, ya que nuestro país no puede darse el lujo de continuar dependiendo de acuerdos bilaterales para tratar asuntos comerciales. Necesita entrar en la corriente del comercio mundial, y el GATT se lo permite.

BIBLIOGRAFIA

USING TRADING COMPANIES IN EXPORTING TO JAPAN

- AUTOR. JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION (JETRO)

THE ROLE OF TRADING COMPANIES IN INTERNATIONAL COMMERCE.

- AUTOR. JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION (JETRO)

DEVOLUCION DE IMPUESTOS INDIRECTOS PARA LAS EMPRESAS.
DE COMERCIO EXTERIOR.

- AUTOR. SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO-INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

CONSTITUCION Y GESTION DE CONSORCIOS DE EXPORTACION

- AUTOR. CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNCTAD-GATT

SEIS AÑOS DE COMERCIO EXTERIOR

- AUTOR. INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO

- AUTOR. MODESTO SEARA VASQUEZ.

CONSORCIOS DE EXPORTACION.

- AUTOR. CENTRO INTERAMERICANO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES .
(CIPE)

ORGANIZACION DEL SECTOR PRIVADO EN LA PROMOCION DE EXPORTACIONES.

- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNCTAD-GATT

DARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

- MEXICO, AGOSTO 28, 1975

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
MEXICO, DICIEMBRE 29, 1975.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
MEXICO, ABRIL 19, 1977

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
MEXICO, ENERO 22, 1986

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
MEXICO, FEBRERO 14, 1986

EL DERECHO ECONOMICO
AUTOR - HUGO RANGEL COUTO.

MANUAL DE COMERCIO EXTERIOR - PRACTICAS DE LA EXPORTACION - IMPORTACION
AUTOR - GENARO LE PAN DE LIGNY.

REVISTA DEL FONDO PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS
AUTOR - BANCO DE MEXICO VARIOS MESES

APUNTES PARA EL CURSO DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL Y PROMOCION DE EXPORTACIONES.
AUTOR - INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR - CONCAMIN

LOS INCENTIVOS FISCALES Y EL DESARROLLO ECONOMICO DE MEXICO.
AUTOR - IFIGENIA M. DE NAVARRETE

ANUARIO DE COMERCIO EXTERIOR
AUTOR - BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
PRINCIPALES EXPORTACIONES DE MEXICO
AUTOR - BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.

REVISTA DE COMERCIO

AUTOR. CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE MEXICO.

VARIOS MESES.

LEY QUE CREA EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

AUTOR. INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

REVISTA DEL A.B.C. DE LAS EXPORTACIONES EN MEXICO Y OTROS --
PAISES.

- AUTOR. BANCO DE COMERCIO S.N.C.

VARIOS MESES.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO A LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON
EL COMERCIO EXTERIOR.

- AUTOR. INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

REVISTA DE MECANISMOS DE PROMOCION A LAS EXPORTACIONES EN --
MEXICO Y OTROS PAISES.

- AUTOR CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS DEL SECTOR PRIVADO, A.C.

VARIOS MESES

SISTEMAS GENERALIZADOS DE PREFERENCIAS PARA PRODUCTOS DE PAI
SES EN DESARROLLO.

- AUTOR. INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

ESTIMULOS FISCALES A LA EXPORTACION Y A LAS VENTAS FRONTERIZAS

- AUTOR. SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO.

VARIOS MESES.

COMERCIO INTERNACIONAL.

AUTOR. DR. Y C.P. SALVADOR MERCADO H.

MEXICO- 1973.

EL NEGOCIO DE EXPORTACION

AUTOR. JOSE MARIA LA CALLE

LA EXPORTACION Y LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

AUTOR. FRANCISCO GRANEL TRIAS.

REVISTA DE COMERCIO EXTERIOR

AUTOR. BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.

VARIOS MESES.

ANUARIOS ESTADISTICOS DE COMERCIO EXTERIOR.

DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, SECRETARIA DE COMERCIO Y -
FOMENTO INDUSTRIAL

JUICIO DE AMPARO

AUTOR. IGNACIO BURGOA ORIHUELA

MEXICO-1984

GARANTIAS INDIVIDUALES Y SOCIALES

AUTOR. IGNACIO BURGOA ORIHUELA

MEXICO-1984.

NOTAS

- 1.- El Banco de México, considera como producto manufacturado - mexicano.- Dicho producto debe ser hecho en México por lo - menos en un 50% de su costo directo de producción, consti- - tuido por insumos de origen nacional.
- 2.- Por desarrollo económico se entiende el crecimiento de nues- - tra actividad productiva y por lo tanto la capacidad nacio- - nal para crear riqueza y distribuirla equitativamente entre - la población.
- 3.- M. Seara Vazquez, "El Derecho Internacional Público, México - 1980, pp. 157-161.
- 4.- Enrique Pecourt Garcia, "La soberanía de los Estados ante - la Organización de las Naciones Unidas (la cláusula de com- - petencia nacional en la ONU)", Barcelona, 1962.
- 5.- Ma. Seara Vázquez, "Tratado General de la Organización In- - ternacional, México, 1974, pp. 626-628 y 851.
- 6.- M. Seara Vázquez, "Tratado General de la Organización Inter- - nacional", México, 1974, pp. 96-98 y 114-115.
- 7.- Banco Nacional de Comercio Exterior, Revista de Comercio -- - Exterior, 1984.

- 8.- Dr. y C.P. Salvador Mercado H. Comercio Internacional México, 1980, pp. 240-248 y 600.
- 9.- Estanco: sistema por el que el Estado constituye un monopolio a su favor para darle ventaja al fisco, o sea a la hacienda pública.
- 10.- Derogar una ley es privarla en forma parcial de sus efectos. La privación total de su vigencia se llama abrogación; sin embargo, el sentido con que se usa aquella palabra en frase de la fuerza que es otra de las significaciones de la palabra derogar.
- 11.- M. Seara Vázquez, "La política exterior de México", México, 1969, pp. 21-23.
- 12.- H. Rangel Couto, " El derecho económico", México 1980, -- pp. 95-100.
- 13.- Se dice que una ley está vigente, habiendo sido promulgada y publicada, obliga con sus mandamientos hasta en tanto no sea derogada.
- 14.- Montesquieu, Del espíritu de las Leyes.

- 15.- Véase comentario al artículo 49 (p. 167) Delegaciones el acto por medio del cual el Congreso concede al Ejecutivo facultades extraordinarias para legislar.
- 16.- Medellín Ostos, Octavio. Revista de Ciencias Sociales - 1928, Tomo VI, Cit. por Enrique González Flores, Manual - de Derecho Constitucional.