

UNIVERSIDAD LA SALLE, A.C.

**LAS IMPORTACIONES Y LAS PEQUEÑAS
EMPRESAS COMERCIALES DEL RAMO
INDUSTRIAL.**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**NELLY ANGELICA TRINIDAD BANCHEZ PERAZA
ADMINISTRACION**



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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

INDICE.

INTRODUCCION.....	1
I. Las Importaciones.....	1
1.1 Las importaciones y sus Beneficios.	
1.2 El Control de Cambios.	
1.3 Las Importaciones y su Procedimiento de internación y Pago.	
II. Situación Actual del Mercado de Herramental Industrial... 14	
2.1 Herramientas Nacionales.	
2.2 Situación de las industrias a las que se venden los artículos herramentales.	
2.3 Situación de las pequeñas empresas comerciales.	
2.4 Marcas, Diversidad, Calidad y Diferencia de Precios entre Productos Nacionales e Importados.	

III. El GATT.....	34
3.1 Antecedentes.	
3.2 La Carta de Intención al GATT.	
3.3 Los Agentes Aduanales.	
3.4 Organismos y Elementos que intervienen en el Comercio Internacional.	
3.5 Efectos del GATT.	
IV. Comercialización de Herramienta en el Mercado Industrial de el Distrito Federal.....	50
4.1 Fabricación Nacional.	
4.2 Importación.	
4.2.1 Canales para Importación.	
4.3 Distribución.	
V. Análisis de los Efectos de la Apertura Comercial en la Pequeña Empresa	58
5.1 Comercialización.	
5.2 Crédito.	
5.3 Finanzas.	
5.4 Crecimiento.	

VI. Trabajo de Campo.....	67
---------------------------	----

6.1 Metodología

6.2 Resultados

VII. Conclusiones.....	78
------------------------	----

BIBLIOGRAFIA.....	vi
-------------------	----

CAPITULO I. LAS IMPORTACIONES

1.1 Las importaciones y sus Beneficios.

Se entiende como importación; el acto, realizado ya sea por una persona física o moral, de internar en el país mercancía adquirida en el extranjero. Dicha internación se hace al amparo de una autorización gubernamental, llamada permiso de importación, cuando dicha autorización sea necesaria; de lo contrario sólo se requerirá que el importador esté inscrito en el Registro Nacional de Importadores y Exportadores (RNIE), para que el importador pueda introducir legalmente las mercancías.

Las importaciones son una fuente de crecimiento, ya que teniendo la capacidad para adquirir los diferentes bienes que no se pueden producir internamente, pero que son necesarios para mantener y expandir la producción interna y hacer posible el proceso de industrialización, ayuda a no caer en el atraso y mejorar nuestra competitividad tanto tecnológica como productiva.

El actual sector industrial no cuenta con una interrelación definida, existe una muy escasa integración en sólo unos sectores por lo que opera a elevados costos. De existir una mayor integración habría una mayor posibilidad de desarrollo tecnológico y de reducción de costos gracias a la disponibilidad y cercanía del abastecimiento, en las cantidades necesarias. Pero al no existir, hay una subutilización de la capacidad instalada y por lo tanto ineficacia para satisfacer adecuadamente las necesidades de la demanda del mercado interno, consecuentemente para completar la oferta interna de bienes y servicios, tiene que recurrirse a mercados exteriores.

En lo que toca a aquellos bienes de producción nacional, la apertura comercial que se ha producido, obliga a los productores nacionales a replantear su operación y adaptarse a los términos de eficiencia y agresividad comercial que exige el mercado internacional. Para lograr un crecimiento económico, se requiere de emplear mayor proporción de tecnología de la empleada actualmente y de evitar el subaprovechamiento de sus recursos. Requieren también de buscar una mayor eficiencia en el abasto de insumos y de mercado, así como la capacitación de sus recursos humanos para lograr una mayor productividad; puntos que hasta el momento han permanecido un tanto olvidados por la mayoría de las empresas, por falta de una competencia real en sus medios, a tal grado que han dejado a un lado la búsqueda de nuevas tecnologías para efficientar su funcionamiento y elevar la calidad, ya que se

contaba con un mercado estable y poco competido, y cada productor fue creando una línea de productos por la que se le identificara.

"..El nivel excesivo de protección en el que incurrimos, al impedir una razonable competencia, alentó costos excesivos para la propia industria, interconstruyó en el sistema económico presiones inflacionarias y le restó al país competitividad en el comercio internacional.." (1)

Esta situación coadyuvo a que el Gobierno Federal implementara lo que se llamó una " política de racionalización de la protección" mediante la aceleración de la estrategia de liberación y apertura comercial como política de acción inmediata para incrementar la producción y las exportaciones y frenar la inflación y el deterioro del poder adquisitivo, al evitar que los productores y comerciantes nacionales fijen precios elevados con base en mercados sin competencia." (2)

Esta política de apertura comercial se basa en un tipo de cambio flexible y relativamente estable, así como una menor protección comercial, con el fin de abaratar las importaciones, y con ello disminuir los costos de producción y propiciar la

(1) Segundo Informe de Gobierno. Lic. Miguel de la Madrid 1985.

(2) Las Razones y las Obras. Segundo Año. pag.189

productividad interna vfa competencia externa. Bajo esta logica de causa-efecto se pretende presionar a la baja los precios de estos productos importados, mejorar la calidad de los producidos en el país y alentar las exportaciones no petroleras.

A corto plazo no se verá un efecto relevante en el comportamiento de los precios de los productos ni en la calidad, pero a largo plazo el efecto puede ser favorable para la economía, ya que a mayor cantidad de importación de bienes de capital e intermedios que se realicen, mayor beneficio para la planta productiva y por consiguiente tendrá un efecto positivo en el comportamiento del Producto Interno Bruto, es decir eleva las posibilidades de crecimiento.

Las importaciones realizadas de herramientas por lo general se realizan de las mismas marcas que las existentes en el país con la única diferencia que las producidas en el extranjero tienen precios más competitivos y líneas mas completas. No se introducen nuevas marcas, porque muchas veces esto implica realizar un programa de mercadotecnia por parte del importador para lograrla introducir al mercado, ya que muchos de los consumidores trabajan con la herramienta en base a resultados obtenidos anteriormente, y difícilmente cambian marca, ya que esto implicaría un riesgo a su productividad.

1.2 El Control de Cambios

Al iniciar un país su proceso de desarrollo, encuentra que sus necesidades de bienes y servicios no pueden ser cubiertas con la producción interna y se plantea la necesidad de recurrir al mercado exterior a fin de cubrir cabalmente sus necesidades de bienes, y poner en marcha su potencial de crecimiento.

Las importaciones necesarias para satisfacer la demanda de las industrias, no puede abandonarse fácilmente, aun cuando la capacidad de pago del país sea insuficiente. Esto exige un gran esfuerzo de divisas, que al no poderse satisfacer con recursos propios inducen al país a recurrir al financiamiento externo, con lo cual se agrava la situación financiera de los países en desarrollo.

Para lograr un control sobre las divisas, para que éstas fueran utilizadas de una manera preferencial en beneficio del país, y de la planta productiva, el control de cambios nace en México, como consecuencia de la grave crisis económica que enfrentó el país, durante el periodo de 1981-1982, y que tuvo su culminación en Agosto del mismo año, cuando las reservas internacionales de divisas en poder del Banco de México descendieron a un nivel mínimo.

Esto sucedió como consecuencia de la baja de los precios del petróleo en los mercados internacionales, la alta inflación internacional, y la alza de las tasas de interés en los mercados internacionales; motivando una importante fuga de capitales, ante el temor de un movimiento brusco del tipo de cambio. Asimismo, la inflación acelerada observada durante el mismo periodo y la falta de adecuación en la política cambiaria, contribuyeron a incrementar la desconfianza del inversionista, y fomentando la especulación en contra del peso mexicano.

Por lo tanto, el 1° de Septiembre de 1982, se toma la medida de establecer el control generalizado de cambios, que a través de ese año se rige a través de medidas emergentes, pero incongruentes a la mecánica operativa de las empresas.

No es sino hasta el 13 de Diciembre del mismo año, cuando se establece el Decreto de Control de Cambios, proporcionando las bases para efectuar operaciones dentro del mercado controlado; y a partir de esta fecha, se han venido adecuando las disposiciones en la materia, por las autoridades correspondientes, hasta llegar a la comercialización de la moneda extranjera, a través de las Casas de Cambio, establecidas en todo el país.

Los objetivos principales del Sistema de Control de Cambios, se orientaron a satisfacer las siguientes necesidades:

1) Proteger la planta productiva del país sobre los riesgos de un mercado de divisas sujeto a movimientos especulativos.

2) Capturar divisas que ingresen al país, via operaciones de comercio exterior, a fin de canalizarlos al mantenimiento de la planta productiva del país.

3) Estimular las ventas al exterior, efectuadas por empresas pequeñas y medianas, propiciando una atractiva rentabilidad a la actividad exportadora.

4) Mantener una política cambiaria realista, que evite variaciones repentinas en el tipo de cambio.

5) Proteger a las empresas de pérdidas cambiarias derivadas de adeudos anteriores.

Con el fin de cubrir los objetivos expuestos, se sujetaron a las disposiciones del control de cambios las siguientes operaciones:

1) Exportación de las mercancías que efectue cualquier persona física o moral.

2) Los pagos efectuados por empresas maquiladoras, por concepto de sueldos, salarios, arrendamientos, adquisición de bienes y contratación de servicios de origen nacional.

3) Principal, intereses y accesorios que determine el Banco de México correspondiente a financiamiento en divisas a cargo del Gobierno Federal, entidades de la Administración Pública Federal y de las Empresas establecidas en el país, y a través de Entidades Financieras del Extranjero y de Instituciones de Crédito Mexicanas, pagaderos fuera del país, contratados a partir del 20 de Diciembre de 1902.

4) Las importaciones de mercancías, y los gastos comprobables asociados a éstas, pagaderos en el extranjero, determinados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, así como los créditos que en su caso, otorguen los proveedores de dichas mercancías.

Una vez bosquejado el Proyecto de Control de Cambios, era necesario responsabilizar a algún organismo, para que llevase el control, garantizando el cumplimiento de las disposiciones emitidas por las dependencias involucradas, y para este efecto se asignó al Banco de México que a través de las Instituciones Bancarias, se le dio la tarea de crear un sistema que registrara los ingresos y egresos de divisas al país, por los conceptos señalados. Cabe mencionar que actualmente esta actividad es de

gran trascendencia, ya que de él depende el control que de esto lleven las instituciones Bancarias en cuanto al uso de las divisas controladas, destinadas para la importación y exportación de las mercancías, dependen los créditos que otorgue en un futuro el Banco Mundial, para el desarrollo de México.

1.3 Las Importaciones y su Procedimiento de Internación y Pago

Todo proceso de importación debe comenzar lógicamente con la necesidad de adquisición de un producto extranjero, y con un mutuo acuerdo entre proveedor y comprador de efectuar una operación de comercio internacional.

Para que esto suceda, también se requiere contar con los permisos y condiciones necesarias, impuestas por ambos países. Estas pueden ser desde permisos de importación, exportación, hasta facturas consulares y certificados de origen.

En México la compra-venta de mercancías (legalmente) se hace al amparo de divisas controladas, por lo que una persona al tener la necesidad de importar disminuye su riesgo de pérdida cambiaria, por cambios o devaluaciones en la moneda.

El importador para poder hacer uso de esas divisas controladas, necesita dirigirse a una Institución de Crédito, ante la cual abra una línea de crédito o en su defecto deberá dejar una garantía de cumplimiento. Deberá, mediante carta dirigida a la Institución de Crédito, indicar el monto solicitado, en su caso, copia del pedido hecho a la compañía extranjera, tipo de divisa deseada y lugar en el que se efectuara el pago.

Dicho pago puede ser realizado principalmente de tres formas:

- Mediante un giro bancario nominativo no negociable.
- Orden de pago para abono en la cuenta del proveedor.
- Carta de crédito, pagadera a favor del proveedor extranjero.

En el caso de los giros bancarios, el importe de las importaciones, no deberá ser superior al equivalente de 10,000.00 dolares norteamericanos.

Las cartas de crédito, es un servicio bancario hasta cierto punto caro, pero que asegura la operación de compra-venta, en cuanto a que todas las condiciones serán cumplidas al pie de la letra, tanto por el comprador como por el proveedor, al ser regida por Usos y Reglas Internacionales.

La Institución de Crédito, una vez que ha obtenido los informes necesarios que satisfagan sus requisitos, expedirá un Compromiso de Uso o Devolución de Divisas (CUDD), que amparará la operación, hasta que el importador compruebe que efectivamente las divisas fueron utilizadas para los fines para los que fueron solicitadas. Esta comprobación se hace mediante un Fedimento de Importación, que es expedido por las oficinas aduanales mexicanas por la intermediación de un agente aduanal, que es el encargado de la tramitación ante las aduanas, de la internación de las mercancías al país. Con este documento, la Institución de Crédito, procede a liberar el CUDD, siempre y cuando se cumpla con los porcentajes de gastos asociados permitidos para la internación de mercancías; de lo contrario antes de que sea liberado este compromiso deberá devolver al tipo de cambio libre el monto de las divisas por que se halla excedido.

Los medios de transporte a través de los cuales puede ingresar la mercancía, pueden ser tanto aéreos, marítimos como terrestres, variando, según la naturaleza de las mercancías, y para cuya transportación se emite un conocimiento de embarque.

Una de las restricciones existentes en nuestro país, acerca del tránsito de las mercancías desde su lugar de origen, hasta su destino, es que el seguro que sea utilizado para cubrir los riesgos de las mercancías, deben ser contratados a compañías aseguradoras mexicanas, sin excepción.

La manera en que son cotizadas las mercancías, puede variar dependiendo de los acuerdos a que hayan llegado tanto comprador como vendedor, y por lo general se rigen mediante normas internacionamente aceptadas de cotización. Como un ejemplo de esto, los tipos de cotización más comunes son: la cotización LAB libre a bordo (en inglés FOB. free on board), que consiste en que el proveedor cubre todos los gastos de fletes, hasta dejar la mercancía a bordo del medio de transporte que la llevara a su destino; y la cotización CyF costo y flete (en inglés C&F. cost and freight), en la que el proveedor cubre todos los gastos de fletes, hasta su destino, o hasta donde se acuerde que se deberá entregar la mercancía.

Por lo general la mercancía debe de tener dentro de la ruta a su destino final, el paso por una aduana mexicana, donde se tenga un agente aduanal encargado de efectuar los trámites de internación ante las autoridades aduanales, y se encargue de que se determinen correctamente los impuestos y derechos que correspondan; dependiendo de la calidad de la internación de la mercancía, es decir ya sea definitiva o temporal.

Como conclusión a este primer capítulo, podemos decir que las importaciones son necesarias para el desarrollo y el funcionamiento de nuestras industrias, en vista de que nuestro país no cuenta con todos los insumos necesarios. Que la implantación de un control de cambios, beneficia a la industria.

ya que se encuentra ahora protegida contra los cambios bruscos en la paridad de las divisas y sobre todo, protegida de la especulación de personas ajenas a la industria y al sistema productivo. Que el proceso de internación de mercancías, es un proceso relativamente sencillo y que no presenta mayores obstáculos que los contratiempos que puedan ocurrir en la transportación de las mercancías, siempre y cuando se cumpla con las disposiciones establecidas tanto por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Banco de México, que se ejercen a través de las Instituciones de Crédito.

CAPITULO II. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO DE HERRAMENTAL INDUSTRIAL.

El objetivo de este capítulo es el de dar una breve panorámica de la situación actual de la industria productora de herramienta nacional, las importaciones, las pequeñas empresas comercializadoras, la industria consumidora de estos productos así como dar a conocer algunos factores importantes sobre la herramienta.

2.1 Herramientas Nacionales.

Las empresas industriales en su lucha por superar la competencia buscan emplear en forma más inteligente y provechosa el capital de que disponen y así reducir al mínimo el nivel de sus costos; especialmente aquellos relacionados con la compra de materia prima y accesorios que influyen de una manera importante en el costo final de los productos. Esto significa comprar las mercancías necesarias a un precio justo, con la mayor calidad posible y con las mejores condiciones existentes.

La producción de herramienta nacional constituye un importante accesorio para la producción de las industrias mexicanas, pero en ocasiones resulta incapaz para la satisfacción de la demanda de aquellas herramientas cuyas medidas no son tan generalizadas y no por ello dejan de ser indispensables; y de aquellas que requieren un alto control de calidad, dadas las condiciones de los procesos a los que son sometidas; por lo que es necesario recurrir a mercados exteriores para el abastecimiento de dichas herramientas en donde la mayoría de las ocasiones se encuentran a precios por debajo de las nacionales y con una calidad similar y en ocasiones superior.

No se puede decir que toda la herramienta de fabricación nacional, no sea competitiva ni de alta calidad, ya que de hecho actualmente somos exportadores de herramienta de mano, tornillos guía, tornillos, válvulas, pastillas de tungsteno entre otras cosas; pero nuestra industria se ha concentrado en producir aquellos artículos que tienen una mayor demanda y han reducido sus líneas olvidándose de buscar las nuevas necesidades del mercado. Algunas empresas han logrado esa calidad de exportación, pero en los mercados nacionales han desabastecido las líneas que manejan, reduciéndolas a una cantidad limitada de productos y en tipos no tan especializados, manteniendo las líneas estándares también en medidas limitadas.

Esta industria se encuentra sumamente deteriorada financieramente y en algunos casos con una brecha tecnológica de gran consideración respecto de los países industrializados. Con la apertura comercial es su responsabilidad aprovechar las oportunidades para desarrollarse y adquirir tecnología para apoyar a la creciente industria exportadora. Todo esto requiere de un apoyo gubernamental en cuanto a financiamientos, políticas fiscales y económicas adecuadas y coherentes para evitar descensos en su crecimiento., a su vez fomentar su desarrollo también se requiere que se proporcione infraestructura adecuada de comunicación.

Por su lado estas empresas deben comenzar a planear sus estrategias a seguir, para evitar que las empresas productoras del extranjero les ganen posicionamiento de mercado, ya que resulta más conveniente para los importadores comprar por volumen mayor y mayor diversidad de herramientas a un solo proveedor para aprovechar los descuentos otorgados y la facilidad de manejar todo con una sola marca, es decir las diferentes variedades medidas y artículos estándar y especiales.

En estas industrias productoras de herramienta el nivel de productividad ha descendido, teniendo subutilización de la capacidad productiva, lo que propicia que el costo de capital por trabajador se eleve cada vez más, entre otras cosas. Si a esto se le añade la contracción de la demanda interna, los bajos niveles

de ingreso de un gran porcentaje de la población ocasionados por la inflación. Origenan una mayor necesidad de planeación estratégica para salir adelante de esta situación.

Estas industrias que conforman el sector manufacturero de productos metálicos, maquinaria y equipo, refleja de manera inmediata los cambios en el ciclo económico de nuestro país, es decir, que cuando crece o sufre una contracción, lo hace en porcentajes superiores que el resto de los integrantes de el sector manufacturero.

El comportamiento de su producción ha sido de un nivel inferior al obtenido en 1981 ya que entre 1975 y 1991 hubo un período de auge; ésto es resultado de la crisis vivida en el pasado sexenio, y se esperaba que para finales de 1982 se tuviera una oferta o producción inferior en más de un 25% en comparación con 1981. (ver gráfica 1)

Uno de los principales problemas que tiene la industria nacional es el abasto de hierro y acero principalmente, ya que la industria siderúrgica mexicana, tiene escasas posibilidades de crecimiento y competitividad, tanto a nivel nacional como internacional, los insumos de mineral de hierro, tienen una reserva positiva y probable insuficiente para satisfacer las necesidades del país durante los próximos quince años (1). Aunque sus programas de reconversión siguen en marcha, sus volúmenes de producción han estado cayendo.

En 1986 se registro una caída de 9.2% con respecto del año anterior; y en 1987 se tuvo un descenso de 18.5% con respecto del periodo anterior. Probablemente en el corto plazo la única alternativa de la rama será el mercado externo. Por tal motivo se sigue invirtiendo en esta rama para modernizarla y hacerla más competitiva, para cuando se incrementa la demanda nacional no se tenga que recurrir a mercados externos para cubrir sus necesidades de acero, y esta industria sirva como impulsora de la reactivación de la planta industrial nacional en tanto que perduren los recursos naturales explotables.

2.2 Situación de las Industrias a las que se Venden Artículos Herramentales.

La venta de herramientas se enroca a industrias de las diversas ramas del sector industrial, en un mayor o menor grado, ya que todo proceso en donde intervenga el uso de maquinaria, y partes metálicas sustituibles por el uso y herramientas de uso

manual o mecánico para la transformación, ensamble, modelado o manufactura es susceptible de ser cliente de empresas comercializadoras como las que son sujeto de este estudio. Sin embargo representa una mayor proporción aquellos clientes representantes de la industria automotriz en cualquiera de sus fases.

El valor bruto de la producción industrial representa aproximadamente de un 24 a un 25% del Producto Interno Bruto del país (2). La grave inflación padecida a partir de 1962 y que se agudizó en el sexenio pasado, ha repercutido gravemente sobre estas industrias, ya que los consumidores finales han tenido una drástica reducción en su poder adquisitivo, lo que ocasiona que la industria nacional no funcione a una capacidad total, además de que dada la contracción del mercado tiene que suavizar sus políticas de crédito para poder captar un mayor mercado o no perder el actual, lo que le resta liquidez. Otro factor que afecta a las industrias y a las empresas en general es la nueva carga fiscal que afrontan. Si se agrega a esto que la inflación elevó el costo del dinero, lo que dificulta en gran medida los planes de expansión o de inversión de las industrias y frena el desarrollo.

Los actuales niveles de utilización de la capacidad

(2). Quinto Informe de Gobierno. Información Complementaria 1967.
pág. 175

instalada de la planta industrial son muy bajos, sobre todo en aquellas ramas relacionadas con productos de consumo duradero y bienes de inversión. Es probable que los primeros efectos positivos se registren en las industrias que producen bienes de consumo no duradero, tales como alimentos, bebidas y tabaco, así como las de confección y productos medicinales, según analistas de la revista Expansión.

Diffícilmente otras ramas de la industria superarán los niveles de utilización de capacidad instalada que registrarán las ramas de productos no duraderos.

Muchas de las industrias clientes de las empresas comercializadoras participan en el proceso de transformación de productos de exportación, por lo que requieren invertir la mayor parte de sus capitales disponibles en la reconversión de sus industrias para hacerlas más competitivas a nivel internacional, esto a su vez hace que su liquidez y capacidad de compra a proveedores se vea reducida, en tanto no se comience a recuperar la inversión, a incrementar sus ventas en el exterior, en tanto no se recupere a su vez el mercado interno.

2.3 Situación de las Pequeñas Empresas Comerciales.

Al igual que las industrias, el mercado de las pequeñas empresas comerciales se ha contraído, sus ventas han sido menores comparativamente con años anteriores, ya que sus clientes ahora sólo se abastecen de aquellos productos estrictamente necesarios, siendo que en épocas pasadas, compraban cantidades adicionales para mantener una pequeña existencia. Al reducir las industrias su capacidad productiva, reducen el consumo de bienes proporcionados por estas empresas.

Existe una gran competencia entre estas comercializadoras, llegando en ocasiones a una competencia desleal por conseguir más clientes. Algunas comercializadoras han optado por ampliar las líneas de productos manejados, incursionando en nuevos tipos de mercados para obtener mayores ingresos y posibilidades de ventas. Otras por el contrario se han especializado en algunos tipos de productos, e incluso algunos han llegado a especializarse en sólo unas marcas de productos.

Las condiciones de pago que ellas otorgan oscilan entre los quince y treinta días, siendo lo mas comun a treinta días. Estas condiciones no han esmolado a pesar de la inflación y a pesar de que los fabricantes de herramienta han reducido los períodos de pago otorgados de treinta días a quince, ocho días y en ocasiones las transacciones son de contado.

Como estrategia para reducir los períodos de pago de sus clientes han optado por otorgar descuentos por pronto pago en un rango que se incrementa a medida que se acorta el tiempo de cobertura. Logrando así recuperar las inversiones en un menor tiempo y a un menor costo. Estas comercializadoras no están en posición de exigir a sus cliente menores plazos, aún cuando los precios son inferiores, ya que las empresas no cuentan con liquidez, o prefieren comprar a un precio más alto pero con mejores condiciones de pago que les permita financiarse.

Al igual que muchas empresas las cargas fiscales son agobiantes para este sector ya que los períodos de pago de impuestos son muy reducidos, y los impuestos son elevados en relación a la situación que no resulta ciertamente muy boyante. Los incrementos en sus ventas han sido menores que las tasas de inflación registradas y en contadas ocasiones llegan a rebasarlos.

Para obtener precios más competitivos en el mercado, deben comprar a los productores grandes volúmenes de mercancía para obtener buenos descuentos, que en ocasiones llegan a ser superiores al 50%, al aprovechar los descuentos por pronto pago. Al ser grandes volúmenes y por consiguiente fuertes inversiones, tienen la necesidad de movilizar esa mercancía para no mantenerla en inventario y con ello incurrir en mayores aprietos financieros, por lo que se convierten en pequeños distribuidores de marca, haciendo una especie de alianzas, en las que se intercambian mercancías en condiciones preferenciales a las otorgadas a los clientes, abasteciéndose así de los diferentes tipos y marcas existentes.

Mientras más completas sean las líneas que abastece mayores oportunidades tiene en el mercado, por lo que es fundamental contar con los contactos, mercancía y medidas tanto estándar como especiales necesarias para ser competitivos.

2.4 Marcas, Diversidad, Calidad y Diferencia de Precios entre Productos Nacionales e Importados.

Las herramientas que se comercializan en las empresas objeto de este estudio se pueden dividir principalmente en dos:

a) herramientas de mano

b) herramientas de corte

De las herramientas de mano las principales marcas son: Campos, Hermanos, Urres-Protomex y Herramientas Klein.

Las herramientas de corte, las marcas más conocidas son: Greenfield, Cleveland, Herramientas Básicas de México, Cromol, Royco, Berlau, Distribuidora Ixomex y Mecort.

a) Herramientas de mano: Dentro de esta modalidad encontramos herramientas tales como desarmadores planos, de cruz, de barra redonda o cuadrada; llaves mixtas, estrías, españolas; dados cortos y largos de 6 y 12 puntas, adaptadores, matraces reversibles, extensiones, mandos articulados, berbiquís, barras corredizas; dados de impacto estándar o milimétricos; extensiones de impacto; llaves ajustables, llaves Stilson de aluminio o de hierro maleable; puntos para marcar, puntos para taladrar, punzones botador, punzones guía; cincel es ranuradores, de punta de diamante, pata de cabra y cortacables; degarmadores de cables; martillos; pinzas de punta fina para anillos, pinzas de presión, de electricista corte diagonal, punta cónica, con corte lateral, calibradores, corta tubos, avellanadores o expansores de tubos, llaves allen, arcos para seguera, extractores, etc.

c) Herramientas de corte: Aquí encontramos brocas con espiga recta o cónica de acero alta velocidad, acero al cobalto, milimétricas, alfabéticas; broca para centros; buriles de acero alta velocidad, de acero al cobalto, tipo gorton, para interiores, milimétricos, calzado forma A, B, C, D, E, ER y EL; pastillas; cuchillas; machuelos tipo gun, fraccionales, milimétricos, numéricos, helicoidales, rectos, cónicos, semiconicos, acero al carbon, acero alta velocidad, carburo; fresas verticales, circulares; dados redondos ajustables con tornillos, acero alta velocidad y acero al carbon, manerales para machuelar, manerales para dados de tarrajes, extractores de tornillos, extractores de machuelos; conos morse; chucks, rimas, avellanadores, pernos rectos y cónicos, sierras circulares, seguetas mecánicas, sierra cinta, clamps, cortadores, limas, puntos giratorios, etc.

Dentro de estas herramientas existe una diversidad de materiales de fabricación de acuerdo al uso y procesos de fabricación al cual están destinadas.

Así tenemos principalmente cinco tipos de materiales.

Acero al Carbono.- Es utilizado para la fabricación de herramienta de mano de uso sencillo. Es un tipo de acero que no soporta la fricción, ya que al ser sometido a ella, se quema.

Acero de Alta Velocidad.- Este tipo de acero es el más comúnmente utilizado dentro de la industria de transformación, se utiliza para maquinaria con fricción.

Acero Cobalto.- Tiene una dureza superior al acero de alta velocidad, se utiliza para el desbaste de piezas con una mayor dureza.

Carburo de Tungsteno.- Tiene una dureza aun superior y se utiliza en los procesos en que el acero tiene una dureza de 50 a 60 grados.

Herramienta de Diamante.- Esta resiste casi cualquier dureza y no es muy común en el mercado, la herramienta fabricada con este tipo de material se le considera especial.

En cuanto a la calidad de estas herramientas, ésta depende principalmente de la calidad del acero. Ya que existen normas internacionales de calidad la mayoría de las herramientas fabricadas en el país caen dentro de estas normas, y las que no cumplen estos requisitos poco a poco son desplazadas del mercado.

Las herramientas tienen una garantía contra defectos de fabricación. La diferencia existente con los productos de mercados extranjeros, radica en que los fabricantes nacionales no

elaboran cierto tipo de productos en los materiales mas duros, algunos por falta de tecnología y otros porque les resulta mas provechoso y simple fabricar en ciertas medidas y materiales.

Algunas de las herramientas de las que se consideran especiales pueden conseguirse en el mercado nacional, pero es necesario que las fabriquen bajo pedido, lo que incrementa su costo y que además, tiene un tiempo de entrega demasiado prolongado, que llega a ser de ocho a diez semanas, que para una industria, detener un proceso de su fase productiva resulta inadmisibile. Por lo que resulta mas conveniente importar, que además de que se puede conseguir un precio mas bajo, se reduce el tiempo de entrega a un máximo de dos semanas.

Las marcas de las herramientas importadas son también Cleveland, Greenfield, DTC, entre muchas otras tanto norteamericanas como europeas.

Aquellas herramientas que son importadas de la misma marca que las nacionales se debe a que cuentan con líneas más completas, manejando todos los tipos de materiales, y los precios de las herramientas importadas son mas bajos en comparación con las mexicanas. Esta variación en el precio depende directamente del volumen de compra. De comprarse de 2 a 5 artículos como lo haría una empresa que lo comprara directamente para su consumo, el precio sería comparativamente más alto, pero ya comprándolo a mayores volúmenes como lo hacen las comercializadoras, los

descuentos se incrementan, llegando a obtenerse descuentos del 60%, precio que aun tomando en cuenta el arancel del 15% que pagan este tipo de mercancías y los costos de fletes trayendo esas mercancías llegan a estar de un 40 a un 20% más bajos del costo en el país.

Las herramientas de importación que tienen un costo mas bajo son las europeas, aunque sus líneas no son muy completas. De éstas las que destacan son las herramientas Rumanas ya que se estan abriendo nuevos mercados.

Aun cuando existen grandes diferencias con respecto a las herramientas de fabricación nacional, éstas no desplazan a las herramientas del país, ya que muchas empresas tienen preferencia por éstas, entre otras cosas por la garantía otorgada. Aunque las importaciones tienen garantía, el trámite de ésta es mucho más largo que las nacionales, además de que en las nacionales cuando el defecto no es de fabricación sino de la utilización, se brinda asesoría a las industrias para un mejor aprovechamiento de los productos. Sumado a esto la calidad nacional es comparativa a la extranjera.

Como conclusión a este capítulo se puede decir que la situación actual de la economía nacional, provoca una contracción en los mercados de las diversas industrias lo que trae como consecuencia una disminución en la producción y por tanto un

aumento en la capacidad ociosa de las empresas. Las dudas, para evitar ésto, deben tratar de canalizar sus productos a mercados externos para suplir la falta de demanda interna. Para lograr tal objetivo deben mejorar la calidad de sus productos y reducir sus costos para hacerlos más competitivos; pero para ello requieren el apoyo de sus proveedores; que les proporcionen materiales de bajo precio, y de calidad. Que puedan obtener bienes de capital como lo es la maquinaria y bienes intermedios como lo es la herramienta industrial con la calidad necesaria, tanto de baja dureza como la producida en México como de alta dureza que no es fácil encontrarla en el país en todos sus tipos por lo que es conveniente y necesario importarla de otros países.

CAPITULO III. EL GATT.

Este capítulo tiene como objetivo el dar a conocer los antecedentes de la apertura comercial producto del ingreso al GATT, los elementos que intervienen en el comercio internacional, así como los efectos que ha traído esta apertura comercial.

3.1 Antecedentes.

Después de la segunda guerra mundial, las naciones que comerciaban en el mundo propusieron en los años 1947-48 la creación de una organización internacional del comercio (ITO), para promover la cooperación internacional en el comercio y resolver desacuerdos sobre el comercio internacional en cuanto a políticas, y de esta manera promover un comercio más libre. Estados Unidos rechazó esta propuesta y esta organización nunca se volvió un hecho. Como sustituto a la ITO, las naciones que comerciaban negociaron con éxito la creación de otra organización denominada Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, en inglés: General Agreement on Tariffs and Trade). Esta organización tiene su sede en Ginebra, Suiza y fue creada por un acuerdo ejecutivo intergubernamental.

El GATT se basa en tres principios fundamentales:

- 1) Principio de no discriminación.
- 2) Principio de utilización de aranceles en lugar de medios no arancelarios (como las cuotas) para protección de la industria doméstica.
- 3) Principio de consulta en la solución de discutas entre las naciones respecto a la política comercial.

Con respecto al segundo principio existen dos importantes excepciones, primero los países pueden utilizar las cuotas para proteger la agricultura doméstica y segundo se pueden utilizar medios no arancelarios, como cuotas o subsidios a la exportación, para tratar dificultades con la balanza de pagos.

El GATT tiene disposiciones para países menos desarrollados los cuales reciben un tratamiento preferencial por las naciones industriales, y obtienen todas las concesiones que se otorgan entre sí las naciones industriales sin ninguna reciprocidad.

El principal objetivo del GATT es permitir el libre comercio mundial, y aumentar el bienestar y el empleo en los países participantes. Opera mediante rondas de negociaciones comerciales multilaterales, en las que sus miembros elaboran sus programas de concesiones en forma de 'paquete' y se supone que una vez negociados y aceptados, estos aportarán a cada parte contratante una participación equitativa en el comercio mundial.

Con la adhesión de México al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) se abre una nueva etapa en el comercio exterior mexicano, en el que se contempla la apertura a los productos provenientes del exterior, a través de la reducción de impuestos de importación y la eliminación de permisos previos y otras trabas burocráticas para las compras externas.

El gobierno mexicano consolidó el proceso de apertura económica y comercial con el ingreso a este organismo el 24 de Agosto de 1986, cuando el grupo de trabajo del GATT decidió integrar a México como miembro número 25.

México pretende reducir paulatinamente la protección y estimular el fomento a las exportaciones no petroleras, pues al enfrentar la competencia del exterior las empresas mexicanas se verán obligadas a producir más y mejor, lo que se espera aprovechar para conquistar mercados internacionales.

En 1979 se frustró un intento por ingresar al GATT, cuando se decidió que el país no plantearía formalmente la adhesión a este sistema por no convenir a los intereses del desarrollo económico nacionales. México no requería competir en los mercados mundiales, ya que en esos años se contaba con fuertes ingresos derivados de la explotación petrolera en suyo.

El 16 de Enero de 1979 México había solicitado oficialmente la apertura de negociaciones con vistas a la eventual entrada en esa organización; el protocolo de adhesión quedaba listo en Noviembre dejando a México abierta la posibilidad de adherirse hasta el 31 de Mayo de 1980.

En el debate público entablado, unos, que estaban a favor, sostenían que la liberación de las trabas comerciales favorecían a México, ya que tenía con los países integrantes del GATT la mayor parte del comercio exterior, 98.4% de las importaciones mexicanas y 82.4% de las exportaciones. (1)

Las condiciones financieras de la economía cambiaron y la administración del presidente De la Madrid inició el proceso de la apertura económica desde 1983, para que las empresas iniciaran la reconversión productiva hacia el exterior y mejoraran su eficiencia en todos los ordenes.

En los años recientes empezaron a sentirse los estragos de la disminución de los ingresos petroleros y México se vio obligado a incrementar las exportaciones ajenas a los hidrocarburos, sin embargo, fue necesario abrir las fronteras a la importación de mercancías y tratar de amparar el comercio

(1) El Financiero, 4 de Octubre de 1986, pags. 30 y 51

exterior mexicano bajo un acuerdo multilateral que evitara sanciones para las exportaciones nacionales en países desarrollados.

De esta forma el 22 de Noviembre de 1965 la Cámara de Senadores publicó en el Diario Oficial de la Federación, la opinión de los integrantes de las Comisiones Unidas de Desarrollo Económico y Social, de Comercio y Fomento Industrial, de Hacienda y Segunda Sección de Relaciones Exteriores, relativa a la eventual adhesión de México al GATT.

En este documento el grupo de senadores expuso que no había, a su juicio, inconveniente alguno de orden económico, político jurídico y social para que el Gobierno de la República iniciara en el momento más oportuno, las negociaciones con las partes contratantes del Acuerdo General, en los términos que mejor convengan al interés nacional.' (2)

El 25 de Noviembre de 1965 el presidente de México, Miguel de la Madrid H., encomendó al Secretario de Comercio y Fomento Industrial la conducción de las negociaciones internacionales necesarias para conseguir la adhesión de México al GATT, bajo la condición de que la negociación respectiva debía tener como marco

(2) Consultas sobre el GATT, Cuadernos del Senado-EE, pag.13

de referencia el Protocolo negociado por el gobierno mexicano ante las partes contratantes en 1979.

Es importante señalar que el proceso de cambio en el régimen de protección, se inició de hecho desde el año 1983, mediante la sustitución gradual del permiso previo por el sistema de aranceles en gran número de fracciones arancelarias, y principalmente por la adopción de un tipo de cambio subvaluado como instrumento de protección a las importaciones y de fomento a las exportaciones.

En el período de referencia que abarca finales de la década de los 70 y principios de los años 80, en la contención de las importaciones y la pérdida de la competitividad, además de la sobrevaluación del peso frente al dólar, contribuyeron las medidas proteccionistas de los países industrializados contra los principales productos de exportación mexicanos.

Desde 1982 las modificaciones en la paridad peso-dólar con tendencias realistas y la política seguida hasta la fecha, se basan principalmente en la adopción de un tipo de cambio con un margen de subvaluación, como elemento decisivo de la política de protección.

Al mismo tiempo, se inició el proceso de sustitución del sistema de permiso previo por el arancel, como preámbulo de ingreso al GATT. Al principio se establecieron impuestos altos, pero fueron reducidos gradualmente.

3.2 La Carta de Intención al GATT.

El 27 de Noviembre de 1955 el subsecretario de Comercio Exterior, Luis Bravo Aguilera, acudió a la 41 sesión del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio en Ginebra, Suiza, ahí presentó la solicitud formal de México para ingresar a este organismo, conocida como protocolo de adhesión en el cual se describía la situación económica y financiera del país y se pedía la negociación de su ingreso, bajo los siguientes lineamientos:

"...1) El protocolo de adhesión se circunscribirá estrictamente a lo que establezca la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y todas las demás leyes que salvaguardan la vigencia y el ejercicio de la soberanía nacional. Así mismo deberá ajustarse a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo y sus programas sectoriales regionales, especialmente en sus capítulos

relacionados con el fomento industrial y comercio exterior, de tal modo que garanticen las orientaciones de la política de desarrollo.

2) La negociación respectiva deberá tener como marco de referencia el Protocolo negociado por México y adoptado por las Partes Contratantes del Acuerdo en 1979. La política comercial aplicada en México en los últimos años facilitará el proceso de adhesión. Adicionalmente, deberá atender las disposiciones que en su momento contenga la Ley Reglamentaria del Artículo 151 Constitucional, en materia de defensa contra prácticas desleales en el comercio exterior.

3) El proceso de adhesión deberá reconocer la situación de México como país en desarrollo, así como la plena aplicación de las disposiciones que le concedan trato diferenciado y más favorable.

4) Durante las negociaciones se deberá tener el respeto total a la soberanía sobre los recursos naturales, en particular los energéticos. Igualmente deberá contemplar disposiciones en compras del sector público.

5) En las negociaciones se promoverá un reconocimiento al carácter prioritario del sector agropecuario de México, por constituir un pilar fundamental dentro del desarrollo económico y social de un país.

6) Dentro del marco general de las negociaciones deberá buscarse mantener la flexibilidad necesaria para mantener controles al comercio exterior, en el contexto de la política actual, de sustitución gradual del permiso previo por el arancel.

Los productos que no podrán considerarse en la negociación son aquellos que afectan la seguridad nacional o la salud pública y los productos agropecuarios sensibles para la economía nacional.." (5)

La solicitud de México para mantener intocables sectores prioritarios como los energéticos y el agropecuario, fueron motivo de que la adhesión al GATT se hiciera mediante un "Protocolo Ampliado".

De esta manera el ingreso a este organismo otorgó a el gobierno de México los siguientes privilegios:

- a) El reconocimiento de su condición de país en desarrollo;
- b) La soberanía sobre sus recursos naturales;
- c) El carácter prioritario del sector agropecuario;
- d) Su derecho a instrumentar medidas de apoyo previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y en los programas de desarrollo sectoriales para alcanzar sus objetivos y metas.

En los compromisos adquiridos, México debería reemplazar su sistema de permiso de importación que en ese tiempo cubría un 35%

(3) Carta al Secretario de Comercio y Fomento Industrial del Presidente de la Republica. Las Razones y las Obras. Cuarto Año. pags. 256 y 257

de las importaciones por tarifas; eliminar el sistema de precios oficiales, bajo el cual el gobierno establecía los precios y que cubría el 8.5% de las mismas; además se otorgaron concesiones arancelarias en 373 fracciones que representaron alrededor del 15% del valor total de las importaciones efectuadas en 1985. De estas fracciones, 133 corresponden a bienes intermedios, 90 a bienes de capital y 79 a bienes de consumo.'(4)

Sin embargo, los negociadores mexicanos no hicieron concesiones importantes ante el GATT, pues desde 1973 se estableció un proceso acelerado de apertura económica y de reducción de impuestos a la importación, así como el cambio del permiso previo por el arancel.

A finales de 1985 la política gubernamental de racionalización de la protección hizo posible que estuvieran liberadas de permiso previo más del 90% de las fracciones contenidas en la Tarifa General de Importación. Asimismo ya estaba prevista la eliminación de los precios oficiales para las compras externas para Diciembre de 1987.

Posteriormente también se inició la segunda fase de este proceso, consistente en la desgravación programada de los niveles impositivos de la tarifa de importación, es decir, la reducción

(4) Comercio Texas-México, pag.40

de impuestos para las adquisiciones del exterior. En abril de 1992 se ajustó el arancel a 4,560 fracciones de las 8,100 que registra la tarifa.

Dentro del GATT, uno de los compromisos adquiridos, radica en consolidar un arancel máximo del 50% para la totalidad de las fracciones comprendidas en la tarifa de importación. Esta obligación se condicionó a que las partes contratantes pidiesen un número más reducido de concesiones arancelarias.

Se puede decir en términos generales, que los productos negociados con bajo arancel corresponden a materias primas de uso difundido en la industria y que no pueden obtenerse en el país.

3.3 Los Agentes Aduanales.

Son las aduanas las que físicamente regulan la salida y entrada de mercancías de y hacia el país, de la más diversa índole.

Los agentes aduanales son personas a las que la SHyCF autoriza mediante la patente respectiva, a ocuparse por cuenta ajena de los trámites aduanales necesarios para la importación o exportación de mercancías y en la celebración de los contratos necesarios para hacerlos llegar al lugar de su destino.

Constitucionalmente se exige que los agentes aduanales sean de nacionalidad mexicana, y los requisitos jurídicos que debe tener un agente aduanal los señala el código Aduanal expedido el 30 de Diciembre de 1951.

El carácter de un agente aduanal es muy parecido al de un comisionista. El primero no puede ejercer el comercio por cuenta propia, y no es trabajador sino funcionario público, es un intermediario y no patrón y puede tener carácter de representante de los importadores, pero no puede delegar sus funciones a terceras personas sin consentimiento del comitente, el comisionista simplemente se encarga de las misiones que se le confieren. En el Diario Oficial del 27 de Junio de 1956, se reconoce el carácter patrimonial de la patente de agente aduanal. Sus honorarios están regulados por una tarifa que fue reformada en el Diario Oficial del 16 de Julio de 1971.

La función tanto de agencias, como de agentes aduanales es muy compleja y muy importante. De igual forma son ellos quienes se encargan de asesorar a los importadores y exportadores en todo lo concerniente al envasado, empaque, embalaje, etiquetado,

almacenamiento, embarque, desembarque y distribución de la mercancía; así como de todos los trámites que deben efectuarse y de la documentación relativa a los mismos que debe presentarse.

Su asesoría es imprescindible en todas las actividades de intercambios comerciales con el extranjero.

Debe considerarse el empaque, parte importantísima para una comercialización eficiente, ya que representa la protección física y la presentación de sus mercancías hasta el punto final de su destino.

Así, es el empaque lo que protege a las mercancías desde su punto de origen a su punto final de destino. Debe tener los siguientes propósitos:

- a) Proteger y conservar las características de las mercancías.
- b) Facilitar su transporte y prevenir cualquier accidente.
- c) Prevenir los daños por la acción climática, punto muy importante porque frecuentemente las condiciones climáticas varían durante el transporte de las mercancías. Por lo tanto es aconsejable un empaque con la versatilidad suficiente para resistir una humedad excesiva, variaciones en la temperatura, etc.
- d) Reducir los costos, ya que como es sabido, los cargos por fletes de transporte se fijan en base tanto al

volumen como al peso de las mercancías. De ahí se desprende que un empaque de poco peso y reducido volumen es lo más aconsejable, sin que ésto represente un detrimento en cuanto a lo que seguridad se refiere.

- e) La marca en el empaque, puede contribuir en muchos casos a evitar averías que pueden sufrir los artículos, si se toma la precaución de estampar en los empaques marcas explicativas que obliguen a un manejo más cuidadoso y adecuado del manejo de los bultos, según su contenido.

Otro aspecto fundamental que requiere la asesoría profesional son los seguros que deben contratarse para la exportación. Ya que, debido a las causas de la más diversa índole, las mercancías pueden no llegar a su destino, ya sea por desastres naturales o conflagraciones de tipo político por ejemplo. Si la mercancía no está asegurada se pierde irremisiblemente.

3.4 Organismos y Elementos que intervienen en el Comercio Internacional.

ARANCEL.

Es un instrumento de la política económica comercial. Es un impuesto o gravamen que se impone a un bien cuando cruza una frontera nacional. El arancel más común es el impuesto de importación y el menos común es el impuesto de exportación. Los impuestos de exportación a menudo se imponen en países exportadores de productos primarios ya sea para aumentar los ingresos gubernamentales o para crear una escasez en los mercados mundiales y así elevar los precios internacionales.

En general los aranceles se pueden imponer en cualquiera de las tres formas siguientes:

- 1) ARANCEL AD VALOREM. Este impuesto o gravamen, legalmente se especifica como un porcentaje fijo del valor del bien importado o exportado, puede o no incluir el valor del transporte. Este tipo de arancel es el más común en nuestro país.
- 2) ARANCEL ESPECIFICO. Este impuesto, legalmente se especifica como una suma constante de dinero por unidad

física importada o exportada, sin tener en cuenta el valor pagado por el bien.

- 3) ARANCEL COMUESTO. Esta es una combinación de un impuesto ad valorem y un impuesto específico.

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.

Regula las actividades nacionales en materia de comercio exterior. fomenta conjuntamente con la Secretaría de Relaciones Exteriores el comercio exterior del país, estudia, proyecta y determina conjuntamente con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los aranceles y restricciones para los artículos de importación y exportación; interviene en las ventas cuando los productores nacionales lo hagan directamente a los compradores radicados en el extranjero, y otorga contratos, concesiones y permisos relacionados con el Comercio Exterior.

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES.

Promueve conjuntamente con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial el comercio exterior del país, difunde en el exterior los datos convenientes acerca de la cultura, relaciones y actividades económicas nacionales, con la finalidad de reforzar las relaciones comerciales con los demás países del mundo.

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

Los beneficios que ofrece este organismo a sus asociados son: reducción de impuestos sobre ventas al exterior; obtención de reducciones en las tarifas de transporte, exenciones de impuestos, obtención de incentivos fiscales a la exportación, servicio de trámite de permisos de importación; información acerca del comercio exterior a través de boletines informativos editados por el, e intervención en los comites de la SECOFI.

CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO PARA ASUNTOS INTERNACIONALES (CEMAI).

Mantiene relaciones con diversos organismos internacionales y ha integrado 36 comites empresariales con otros paises, incluidos algunos de la órbita soviética. Al amparo de la gestión de estos comites, los empresarios de el pais realizan operaciones de importación, exportación, negociación y distribución, comisión y consignación, transacciones financieras, promociones turísticas de transportes y servicio, operaciones de ingeniería y proyectos, estudios de preinversión y mercados, etc.

CONFEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE AGENTES ADUANALES DE LA REPUBLICA MEXICANA (CAAAREM).

Dentro de sus principales objetivos destacan proteger los intereses de los Agentes Aduanales y fomentar nuestro comercio exterior, buscando agilizar los trámites aduanales. A este respecto cumplió con dichos objetivos al incorporarse nuestra tarifa arancelaria a la nomenclatura de Bruselas. En síntesis pretende facilitar al Agente Aduanal el desarrollo de su función básica que consiste principalmente en manejar prontamente las operaciones de comercio internacional que se le encomiendan, procurando que se apliquen correctamente los impuestos y derechos que se causan las mercaderías que manejan, así como los costos que implican los servicios de carga, almacenaje, traslado, etc.

3.3 Efectos del GATT.

La apertura comercial intensificó las relaciones económicas de México con el exterior, ya que entre 1985 y 1988 se promulgaron 18 tratados multilaterales. (5)

El Gobierno mexicano rebasó su compromiso contraído en el Protocolo de Adhesión, gracias a la estructura de la nueva Ley del Impuesto General de Importaciones en el cual no existe un impuesto superior al 20%, y solo el 5% de las fracciones está bajo un control de permiso previo.

Se termina así con un periodo de protección interna que por más de 40 años otorgó el Gobierno mexicano a los productores con el fin de que se desarrollaran las empresas y los mercados en el país, sin la competencia de productos provenientes de otras naciones.

Esta apertura sin duda afectará a empresas que carecen de capacidad económica y técnica para competir con los productos de importación. Sin embargo las empresas nacionales podrán tener una

(5) El Financiero, 11 de Octubre de 1988, pag.62

mayor orientación a mercados internacionales, ya que al abaratar las importaciones de los insumos que para muchas empresas son indispensables reducen sus costos de producción, y esta reducción de costos aunados a un tipo de cambio competitivo, permiten a los productos mexicanos penetrar en los mercados externos. (ver gráficas 1 y 2)

Como conclusión a este capítulo se puede decir que el ingreso al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio es de gran beneficio para el país en tanto que se mantengan condiciones preferenciales para el ingreso al país de bienes intermedios y de capital que son los que benefician en un momento determinado a la industria del país, y que fomentan las exportaciones.

CAPITULO IV COMERCIALIZACION DE HERRAMIENTA EN EL MERCADO INDUSTRIAL DEL DISTRITO FEDERAL.

El objetivo de este capítulo es el de dar a conocer como comercializan la herramienta en el mercado industrial del Distrito Federal las pequeñas empresas comerciales.

4.1 Fabricación Nacional.

La principal manera de comercializar los productos nacionales es a través de instrumentos tales como la publicidad la que se efectúa mediante anuncios en directorios telefónicos la cual significa una de las principales formas de captación de mercado, ya que generalmente su principal medio de venta es via telefónica. otro medio son los anuncios en revistas especializadas tales como la revista editada por la CANACINTRA.

Otro de los medios es a través de recomendaciones de los clientes gracias a las facilidades de crédito otorgadas, al buen servicio, garantías y asesoría.

Uno de los factores principales dentro de este mercado es el conocimiento de las herramientas, su runción dentro de la producción, características que poseen y sobre todo conocer el tipo de herramienta que puede sustituir a la otra, o qué pueda mejorar el rendimiento obtenido hasta el momento, o en un momento dado aumentar el período de vida del producto mediante consejos para su mejor utilización.

Este conocimiento puede significar la diferencia sobre la competencia con las demás empresas comerciales, además de ganar la fidelidad de sus clientes.

Otro elemento importante es otorgar precios inferiores o similares a los de la competencia. Esto se logra a través de una buena negociación con proveedores, y con la adquisición de grandes volúmenes de mercancía o cuotas mensuales de compras que después se distribuyen entre revendedores o entre otras empresas comerciales. Estas cuotas de compra ocasiona que exista una cierta alianza entre pequeñas empresas comerciales, originando un intercambio entre ellas de estas mercancías, para poder obtener todas las líneas necesarias con ciertos beneficios.

El servicio que se brinda a los clientes es también necesario ya que en ocasiones algunas herramientas después de un cierto tiempo en el caso de herramientas de corte pierden su filo y en ocasiones los clientes piensan en sustituirla cuando lo único necesario es afilarla. El poner en contacto a nuestros

clientes con las personas adecuadas que les pueden realizar este trabajo, es un servicio muy importante que mantiene el mercado cautivo y nos abre las puertas del mercado potencial a través de la intercomunicación entre los propios industriales.

Dentro de las pequeñas empresas comerciales existe una cierta especialización, ya que determinadas empresas se enfocan a un determinado segmento de mercado, o a varios dependiendo del grado de especialización que quieran obtener.

4.2 Importación.

Como la importación se refiere en su mayor parte a herramienta especializada y de difícil localización en el país, su comercialización es más sencilla desde el punto de vista de que hasta el momento son pocas las pequeñas empresas comerciales que importan estos productos. Esta mercancía se comercializa entre las mismas pequeñas casas comerciales con una ganancia mayor que la herramienta nacional y todavía a precios competitivos. Además que las importaciones en su mayoría se canalizan a las necesidades de sus clientes y aquellas herramientas que se sabe son más comunes que exista escasez.

Los costos de importación se elevan en cierta medida con la transportación de la mercancía hasta la ubicación de la empresa. los costos de transportación pueden en ocasiones llegar hasta un 25% del costo de la mercancía, si la cantidad de herramienta importada es pequeña. La mercancía puede recibir un trato rudo en su transportación en empaques como son las cajas de madera y las cajas de cartón. Su transportación se puede realizar conjuntamente con otros productos y reducir así los costos por fletes. Muchas veces el monto de la importación puede ser elevado, su peso puede ser considerable, sin embargo su volumen puede ser reducido: lo que compensa el costo del flete. La importación de mercancía de ciertos países europeos como es el caso de Rumania el flete es pagado por el país exportador, siendo que el importador solo tiene que pagar el flete del puerto de desembarque a su ciudad de ubicación. lo que hace a estos países mas atractivos.

Las condiciones de compra y pago pueden ser diferentes. el tipo de cotización utilizada al facturar el proveedor, puede influir en el monto a pagar en las aduanas por concepto de arancel.

El arancel aplicado a este tipo de mercancía es de un 15%. Este arancel es pagado en la zona de la frontera o puerto donde se recibe la mercancía y en donde se entrega el pedimento de

importación, documento indispensable para la comprobación del monto de la importación y gastos asociados que se requiere cuando se utilizan divisas controladas para las compras al exterior.

4.2.1 Canales para la importación.

Los principales canales de importación del sector privado son los distribuidores de productos importados y los importadores directos como lo son las pequeñas empresas comerciales importadoras. Otros canales de importación lo constituyen los agentes de venta, las sucursales y filiales de los proveedores extranjeros.

Los distribuidores tienden a comprar líneas más simples y menos costosas por propia cuenta y a actuar como agentes de venta ellos mismos. Las pequeñas empresas comerciales pueden optar por ser distribuidores pero esto implica un compromiso de compra de elevadas cuotas de compra mínima mensual, que aunque en un principio se les da cierta flexibilidad, posteriormente se piden incrementos en las cuotas. Los beneficios obtenidos son buenos, pero este tipo de acuerdos ejerce cierta presión sobre estas empresas, ya que para seguir obteniendo estos beneficios obligan a comprar existencias que no necesitan o que no pueden colocar tan fácilmente.

La importación directa es más conveniente ya que se compran volúmenes que son necesarios y de las marcas necesarias, cuando se requieran y no se exigen cuotas mínimas de compra, sino que se cuentan con políticas más flexibles y los descuentos otorgados por los exportadores van en función de la cantidad de artículos importados, siendo que en algunas compañías el mínimo para compra se maneja en base a diez artículos sin importar su precio para poder otorgar descuentos del orden de el 40 al 60% de descuento dependiendo de la cantidad de artículos comprados. En el caso de Estados Unidos, cuando la cantidad de artículos comprados supera los 25 artículos la mercancía es enviada hasta la frontera sin costo adicional.

4.3 Distribución.

La distribución de la mercancía se hace a través de tres medios principales:

- A) Vendedores
- B) Agentes
- C) Revendedores

Los vendedores son los propios empleados de las pequeñas empresas que por vía telefónica o por atención personal al público realizan las ventas ya sea a empresas privadas o al sector público.

Se manejan a través de un sueldo base y dependiendo de la empresa se maneja adicionalmente una comisión como estímulo a su desempeño.

Los agentes son personas independientes que trabajan con su propia clientela y que facturan sus ventas a través de las empresas comerciales, y que promueven la empresa al ofrecer la diversidad de sus productos en las diversas empresas que manejan. Estas personas en algunas empresas se les maneja por honorarios y en otras por porcentajes de ventas.

Los revendedores se les vende mercancía a un menor precio que el de venta y a un precio superior que el de costo, aquí existen gran cantidad de personas que trabajan de manera independiente y sin un negocio establecido, y que son proveedores de pequeñas industrias.

Se maneja también el intercambio de mercancía, entre casas comerciales manejando una compensación entre la mercancía que saca y la que entrega, a precios bajos con un bajo margen de utilidad el cual varía dependiendo de la casa comercial y los beneficios de intercambio que ofrecen o que se puedan obtener

este es un medio para la obtención de mercancía que no se puede obtener en condiciones preferenciales con otras empresas proveedoras con las que se tiene convenio.

De esta manera tenemos que la distribución de la mercancía se hace en un 60% a clientes por medio de vendedores, en un 10% por intercambio entre casas comerciales, un 15% a través de agentes y finalmente en un 15% a través de revendedores.

Como conclusión se puede decir que la distribución de la herramienta es adecuada pero se requiere de mayor agilidad para incrementar el porcentaje de ventas a clientes, ya que en este segmento es en donde se obtienen la mayor parte de las utilidades y donde mayor beneficio obtienen las industrias al eliminar intermediarios excesivos y con ello incremento en los precios.

También se puede concluir que la importación directa es más conveniente para las pequeñas empresas ya que no se requieren de grandes capitales para obtener la distribución o representación y le permite aumentar la diversidad de marcas y tipos de herramienta, sin que esto represente un compromiso tan fuerte como lo es el de cubrir una cierta cuota de ventas.

CAPITULO V. ANALISIS DE LOS EFECTOS DE LA APERTURA COMERCIAL EN LA PEQUEÑA EMPRESA.

Este capítulo tiene como objetivo mostrar los efectos provocados por la apertura comercial en las pequeñas empresas objeto de este estudio.

5.1 Comercialización.

La apertura comercial, brinda mayor oportunidad a las pequeñas empresas comerciales de brindar un mejor servicio a sus clientes, ya que tienen una mayor facilidad para conseguir la herramienta necesaria para estas industrias en un período de tiempo más corto, que representa un gran ahorro para estas industrias- clientes ya que la falta inesperada de alguna herramienta la cual no estaba contemplada, puede significar grandes pérdidas por un paro parcial en el proceso productivo, y las herramientas necesarias. dado que las maquinarias son generalmente de importación, no son producidas como de línea en nuestro país y su producción se hace bajo pedido lo que significa un mínimo de tres semanas de demora; sin embargo con la importación, es posible que en ese momento se tenga en existencia

y de no ser así, el importarla de Estados Unidos por ejemplo, representaría un costo mas bajo, ya que las líneas trabajadas son mas amplias, y existen representaciones de casas de herramientas de otros países, y el tiempo de entrega de la mercancía es una semana como máximo.

Esto viene beneficiando a estas pequeñas empresas comerciales, ya que al poder brindar estos servicios de rapidez y menor costo, mantiene sus clientes como clientes cautivos, y se abren paso para introducirse en el mercado potencial y de esta manera incrementan sus ventas ya que estos productos de importación les sirven como "gancho" para atraer clientes, y surtirlos a su vez de productos nacionales. Los cuales a pesar de la apertura comercial no han sido desplazados por su calidad y aceptación dentro de la industria.

En sí, las pequeñas empresas comerciales no tienen grandes oportunidades para comercializar sus productos mas que por recomendaciones de los clientes y aquellos que captan a traves de directorios telefónicos. Requieren para lograr una mayor comercialización de realizar una búsqueda física de clientes.

Estas empresas en su mayoría cuentan con un número pequeño de empleados los cuales deben dedicarse, unos a funciones administrativas y de control, y otros a funciones de ventas, ya sean telefónicas o de visita a clientes cautivos y funciones de cobranza y entrega de mercancía.

5.2 Crédito.

Las condiciones de crédito con respecto a sus clientes no han cambiado mucho con la apertura comercial. en el caso de las herramientas especiales se ha podido exigir un pago adelantado de créditos anteriores o un pago definitivo de cuentas ya atrasadas y que el cliente había dejado pasar tiempo considerable, con lo que en ciertas ocasiones el contar con herramientas especial y con un precio más competitivo, ayuda a fijar condiciones más estrictas de venta, que de otra manera no están en posición de exigir.

El crédito normal de las pequeñas empresas hacia los clientes es de 30 días contado comercial. El crédito otorgado de los proveedores hacia estas es de 30 días contado comercial, y en otros casos son 15 y 8 días fecha factura. Y en muy contadas ocasiones las compras se realizan al contado, salvo que se trabaje con artículos un tanto ajenos al giro de la empresa o que no es muy común trabajar con ello.

En el caso de los proveedores extranjeros, en principio se manejan con compras al contado, en el caso de proveedores europeos, como el tiempo de entrega es mucho mayor, un mes, se

tiene una posibilidad de dos pagos con un mes de diferencia, un primer pago al recibir la factura y uno segundo y definitivo al recibir la mercancía.

La diferencia entre el tiempo de crédito otorgado a los clientes y el tiempo otorgado por los proveedores, tiene que ser financiado por las pequeñas empresas comerciales.

Este financiamiento en ocasiones es forzado a prolongarse debido a la falta de liquidez de la industria, llegándose a financiarse a veces por un mes o mes y medio más. Lo más conveniente en estos casos sería cargar un interés por financiamiento, sin embargo dado que ninguna pequeña empresa comercial lo hace, el llevar a cabo este tipo de políticas, ocasionaría una pérdida en el posicionamiento de mercado.

El principal problema con el que tienen que enfrentarse estas empresas es la gran competencia que tienen entre ellas, ya que cualquier error o falta es aprovechada por los competidores, al ser el campo de las pequeñas empresas comerciales, un círculo un tanto reducido en la ciudad de México.

5.3 Finanzas.

Dentro de las finanzas un factor común de estas empresas es la falta de liquidez, ocasionada por el diferencial del crédito otorgado y el crédito exigido.

Esto ocasiona que en un principio se financie con recursos propios este diferencial, posteriormente esto se va cubriendo con los pagos de clientes y poco a poco es recuperada la inversión inicial. En aquellas ocasiones en las que existe un atraso en el pago por parte de los clientes, los problemas de liquidez comienzan, ya que estos atrasos ocasionan trastornos en la programación de pagos a proveedores ya que por regla general se aprovechan los descuentos por pronto pago, y al existir atrasos se pierden estos descuentos que son, por lo general tomados en cuenta para la determinación de precios.

A aquellas empresas que por lo general se atrasan en sus pagos se les aplican precios más altos, en comparación con los demás clientes, como compensación de las pérdidas ocasionadas.

Con la importación de mercancía es necesario negociar con antelación las divisas necesarias para su compra, así como los medios a través de los cuales se va a transportar las mercancías.

Una vez solicitada la mercancía es necesario girar instrucciones al banco para que éste efectúe el pago correspondiente al proveedor.

Todo este proceso requiere de una inversión adicional a la normal del negocio ya que por lo general, la mercancía que se compra ya sea nacional o importada, es en su mayoría para mantener un nivel de inventario que nos permita responder inmediatamente ante las necesidades de los clientes, por lo que se compra en una cantidad superior a lo que se requiere en ese momento para su venta, y poco a poco se recupera la inversión con las compras de clientes de la mercancía.

La compra en exceso de mercancía puede significar un apalancamiento, mas en ningún momento los inventarios pierden su valor, ya que la herramienta fluctua de precio, de acuerdo a las variaciones que sufra el precio del acero y demás metales con que se fabrican, que en general van de acuerdo con las variaciones del peso frente al dólar y con respecto a la misma inflación.

Las importaciones financieramente representan una cierta carga, principalmente en el caso de las importaciones europeas, dada la demora para su llegada al puerto, ya que en este tipo de importaciones, aunque son de un precio inferior que las norteamericanas es más conveniente comprarlas en cantidades mayores para reducir el costo del flete por pieza importada, ya que los fletes marítimos son más costosos que los terrestres. El

tiempo de abastecimiento de las importaciones europeas es superior y esto implica que se invierta mayor cantidad, en una mercancía que posiblemente no saldrá inmediatamente, sino hasta un mes o dos posteriores. Por lo que la recuperación de la inversión es lenta, tomando en cuenta que la mercancía será pagada un mes después.

En el caso de las importaciones norteamericanas, aunque los precios son ligeramente superiores el tiempo de entrega es considerablemente inferior, lo que los hace mas viables para compras de menor volumen y precio, por lo que en éstas es menor la inversión.

Las importaciones proporcionan un mayor margen de utilidad que los productos nacionales en un porcentaje mínimo de 20% mas al margen de utilidad proporcionado por estos mismos productos pero nacionales. Por lo que la tasa de retorno de la inversión es superior en productos importados que en productos nacionales.

Las importaciones en un principio representan una carga financiera pero a medida que se va regularizando su operación y manejo y se incrementa su distribución, esta carga se irá reduciendo.

5.4 Crecimiento.

Las opciones de crecimiento se ven incrementadas con la introducción de productos importados ya que amplía el panorama de las empresas al poder ofrecer una gama más amplia y completa de productos, que trae como consecuencia una mayor aceptación en el mercado al poder satisfacer como proveedor más ampliamente a sus clientes.

El crecimiento se deriva de un mayor margen de utilidad brindado por los productos importados que le sirven como soporte a su vez para el financiamiento del crédito a los clientes con que cuenta, a su vez estos productos le permiten tener preferencias en los intercambios de mercancías con otras casas comerciales al poder brindarles mercancía que no se encuentra fácilmente.

Las importaciones permiten acercar un mayor sector de mercado al tener la herramienta necesaria para la nueva maquinaria que las propias industrias están importando para obtener una mayor competitividad, y cumplir así con la reconversión industrial.

Las pequeñas empresas comerciales pioneras en la importación tendrán mayores beneficios que aquellas que posteriormente intenten la importación, ya que éstas lograrán tener un mayor posicionamiento que después será difícil de desplazarlos, a menos que se ofrezcan ventajas comparativas muy superiores a las que estas otorguen, tomando en cuenta que mientras mayor sea el tiempo que tengan un posicionamiento favorable, mayor será su fortaleza, y su capacidad para competir ante aquellos que intenten desplazarlos.

Como conclusión a este capítulo podemos decir que aunque las importaciones sirvan como impulso para su crecimiento esto no significa que será el único pilar para este mismo crecimiento ya que las herramientas nacionales siguen constituyendo el mayor movimiento y requerimiento de las compañías-clientes. Es decir que las importaciones tan sólo funcionan como un instrumento de atracción para los clientes y como un servicio más para ellos, y como un medio para reducir los costos de adquisición de las herramientas especiales y de difícil localización en el país.

CAPITULO VI. TRABAJO DE CAMPO.

El objetivo de este capítulo es el de conocer la opinión de los pequeños comerciantes del ramo industrial acerca de la importación de herramienta, así como de la situación actual de la industria y de sus propios negocios.

6.1 Metodología.

Para lograr conocer la opinión de estos pequeños comerciantes se realizó una investigación de campo, consistente en la aplicación de 24 cuestionarios, principalmente sobre aquellos comerciantes propietarios de los negocios que se encuentran ubicados en la zona norte de la ciudad de México, cercana al area industrial de Vallejo y Tlalnepantla.

Para la aplicación de los cuestionarios, se efectuaron visitas a los distintos puntos de trabajo en donde se encuentran ubicados estos comerciantes; y, previa una breve explicación, fueron dejados los cuestionarios para posteriormente ser recogidos una vez contestados.

Se realizó un cuestionario con preguntas preferentemente cerradas, para así, hacer posible una tabulación de resultados, y de esta manera, evitar una dispersión de los datos obtenidos; además de que de esta manera se logra una unificación de criterios, necesaria para un mejor análisis. También se incluyeron dentro del mismo cuestionario, preguntas abiertas, para dar lugar a los encuestados, de expresar su opinión en cuanto al tema, y así evitar cualquier interpretación errónea de las respuestas obtenidas.

El cuestionario efectuado se detalla a continuación:

CIRCULE LA RESPUESTA QUE CONSIDERE MAS ADECUADA

1. EN QUE PORCENTAJE MANEJA SUS VENTAS EN CUANTO AL PAGO?

CREDITO :

CONTADO :

2. DE LAS VENTAS A CREDITO. EL PLAZO OTORGADO A SUS CLIENTES

ES (EN $\%$):

8 DIAS

15 DIAS

UN MES

MAS

3. SUS VENTAS LAS REALIZA A TRAVES DE (Y EN QUE $\%$):

SUS PROPIOS

AGENTES

REVENDEDORES

INTERCAMBIOS

VENDEDORES

OTROS

CUALES:

10. LA MERCANCIA IMPORTADA AFECTA SUS VENTAS ?

SI NO

11. IMPORTA USTED HERRAMIENTA ?

SI NO

12. DE DONDE ?

13. CONSIDERA LAS IMPORTACIONES DE HERRAMIENTA :

UNA REDUCCION EN LOS COSTOS DE PRODUCCION DE SUS INDUSTRIAS-CLIENTE	UNA LESION PARA LA ECONOMIA NACIONAL
---	---

14. CONSIDERA LOS PRECIOS DE LAS HERRAMIENTAS IMPORTADAS :

INFERIORES A LOS NACIONALES IGUALES SUPERIORES

15. CONSIDERA USTED QUE LAS IMPORTACIONES LE BRINDAN UNA

OPCION DE CRECIMIENTO Y DE MEJOR POSICIONAMIENTO EN EL
MERCADO?

SI NO

16. POR QUE?

De los resultados obtenidos se realizó una gráfica estadística, que permite ver de una manera más concreta los niveles obtenidos en las variantes de cada pregunta.

Dentro de los problemas que se encontraron para la aplicación de estos cuestionarios, fueron principalmente dos, los que afectaron en mayor medida los resultados.

En primer lugar, la mayoría de los encuestados carecían de el tiempo suficiente para dedicarlo a la aplicación del cuestionario por lo que fue necesario dejárselos por dos o tres días, y la atención prestada a éste fue reducida, debido a la carga de trabajo que tienen.

El segundo problema encontrado fue, que, pese a que se especificó en los cuestionarios que se indicara el porcentaje de algunos aspectos manejados, los encuestados en su mayoría se limitaron a señalar el medio más utilizado sin mencionar los porcentajes en que se utilizaban los otros medios.

3.2 Resultados. (ver gráfica anexa)

Para la obtención de los porcentajes representados en la gráfica, se tomó el total de las respuestas a las variables de cada pregunta como universo. De esta manera se obtuvo una gráfica de barras, en la que se indica el número de pregunta sujeta a tabulación; y se indica como serie A, B o C la variable de cada pregunta tabulada, en el orden en que aparece en la pregunta.

Aquellas preguntas que no aparecen dentro de la gráfica son aquellas en las que intervino la opinión del encuestado.

En cuanto a la primera pregunta sobre el manejo de las ventas en cuanto al pago. Se obtuvo que el 57.5 % de los comerciantes realizan en mayor proporción sus ventas a crédito, mientras que un 12.5 % lo hace mayormente al contado. Dentro de aquellos que contestaron los porcentajes pedidos se obtuvo que en promedio el 60 % de sus ventas las realizan a crédito y el 20 % al contado.

Sobre el plazo otorgado a los clientes se encontró que el 75 % de las personas otorgan un mes de crédito, mientras que un 12.5 % otorgan un plazo de 15 días y otro 12.5 % otorgan un plazo de 8 días. Aquellos que contestaron en porcentajes manejan el crédito a un mes en un 75 %, a 15 días en un 20 %, a más de un mes en un 2 %.

Los medios a través de los cuales realizan mayormente sus ventas, se tiene que un 62.5 % lo hace a través de sus propios vendedores, un 25 % a través de agentes y un 12.5 % a través de revendedores.

En cuanto al nivel de las ventas en los últimos tres años, el 50 % de los encuestados consideran que sus ventas se han incrementado, un 25 % considera que se han mantenido y un último 25 % considera que han bajado.

Acercas de los medios a través de los cuales se van a conocer se obtuvo que el principal medio es a través de recomendaciones, dicho medio representa el 62.5 % del total, mientras que los anuncios representan el 12.5 % y el 25 % lo hace a través de otros medios, tales como visitas al cliente y labores de venta.

Cuando se dan a conocer a través de anuncios, un 37.5 % lo hace a través de la sección amarilla y un 62.5 % lo hace a través de otros medios tales como publicidad en plumas, llaveros, calendarios y otros artículos diversos.

La opinión de estos pequeños empresarios en cuanto a que tanto cubre la herramienta nacional las necesidades de la industria; un 25 % consideró que la herramienta nacional tiene un 100 % de calidad, un 62.5 % considera que cuenta con un 80 % de calidad y finalmente un 12.5 % considera que tiene un 60 % de calidad. Sobre las medidas que cubre la herramienta nacional el 62.5 % considera que las cubre en un 100 %, el 25% que las cubre en un 80 % y sólo un 12.5 % considera que únicamente cubren el 60 % de las necesidades que se tienen de medidas. En cuanto a los materiales con que son elaboradas las herramientas, es decir los distintos tipos de acero existentes, un 12.5 % tan sólo considera

que cubre al 100 % las necesidades de la industria, un 50 % considera que cubre las necesidades en un 80 %, 25% considera que cubre el 60 % y por ultimo un 12.5 % considera que tan sólo cubre el 40 % de las necesidades de diversidad de materiales.

De la competitividad de la herramienta nacional, un 62.5 % la considera competitiva a nivel internacional y un 37.5 no la considera capaz de competir a nivel internacional. Aquí cabe mencionar que de aquellas personas que se encontró que importan herramienta, todas ellas consideran la herramienta nacional competitiva a nivel internacional.

La apertura comercial a juicio de los encuestados los afecta de una manera positiva al 37.5 % de ellos, de una manera negativa al 12.5 %, y al 50 % de ellos no los ha afectado de ninguna manera.

La mercancía importada afecta las ventas del 25 % de los encuestados, mientras que al 75 % restante no los afecta.

Se encontró que el 37.5 % del total de las personas a las que se les aplicó el cuestionario, importan herramienta, mientras que el 62.5 % restante no lo hace. De aquellos que importan herramienta un 75 % las importa de los Estados Unidos y el resto las importa de Europa y otras partes del mundo.

El 57 % de los pequeños comerciantes consideran la importación de herramienta una reducción en los costos de producción de sus industrias-cliente. El 43 % restante considera que es una lesión para la economía nacional.

En cuanto al precio de la herramienta importada el 75 % de las personas consideran que son inferiores los precios de la mercancía importada en comparación con la nacional. Un 25 % considera que los precios de la herramienta importada y la nacional son iguales.

La opinión sobre si las importaciones brindan una opción de crecimiento y de mejor posicionamiento en el mercado se encuentra dividida, ya que el 50 % de las personas opinaron que sí les brindaba dicha opción; y el 50 % restante opina que no les brinda la opción de crecimiento y posicionamiento.

Entre las personas que opinan que no brindan esa opción de crecimiento, algunos de los comentarios explicando esta posición fueron:

- " ..porque son de inferior calidad en algunos casos a las nacionales.."
- " ..porque a nivel industria no funcionan.."
- " ..porque existe una competencia fuerte."

De aquellas personas que sí consideran las importaciones como una opción sus razones fueron:

- " ..porque vienen a llenar en el mercado nacional las necesidades de producción por no fabricar en el país, el 60 % de herramienta especializada para sacar sus productos."
- " ..porque tienen mejor calidad, acabado, presentación.."
- " ..por la escasez de algunas herramientas."
- " ..no hay mucha herramienta nacional que requieren los fabricantes."

Podemos concluir en base a los datos obtenidos que la mayor parte de los pequeños comerciantes del ramo industrial requieren debido a la alta competencia que existe en el mercado, otorgar al mayor porcentaje de sus ventas un crédito con un plazo que oscila entre quince días a un mes. Siendo que de manera verbal como algunos de los encuestados aseguran, más conveniente vender a un plazo de un mes: debido a que así, resulta más atractivo para los clientes, y origina mayores ventas el otorgar este tipo de facilidades. Aunque esto no siempre es fácil para los pequeños comerciantes como ellos, financiar a sus clientes en aquellos casos en que los pedidos son muy fuertes, y requieren de fuertes inversiones e implican la cooperación de sus proveedores.

Que pese a la situación económica la mayoría de estos comerciantes han incrementado sus ventas o simplemente se han mantenido al mismo nivel en su mercado. Lo que implica que la importación de mercancías no los afecta de manera directa, y sólo una pequeña proporción resulta afectada por la apertura comercial. lo que en todo caso requiere de una cierta adaptación por parte de los comerciantes, para mantenerse en el mercado y seguir siendo competitivos.

Que las herramientas nacionales son competitivas a nivel internacional, aunque personas ajenas al ramo de las herramientas piensen lo contrario. Las herramientas mexicanas pueden competir, e incluso se encuentran en ventaja con respecto a las importaciones. Lo único que a mi juicio les afecta es en cuanto a las utilidades, que ahora no pueden excederse en precios para obtener grandes utilidades como se venía haciendo antes de la apertura comercial. Ahora, debe ser para estas industrias, constante la preocupación por ser mejores, para poder sobresalir en un actual mercado más vigoroso y competido, que ahora cuenta con una menor protección para sus fines de dominio de mercado.

Que la importación de la herramienta es necesaria y benéfica para la industria, ya que cubre las necesidades de la misma en cuanto a la especialización en herramientas, que se requiere para cumplir con sus requerimientos de producción y calidad, que actualmente, no cubre la industria herramental nacional debido a la falta de integración total que necesita.

CAPITULO VII. CONCLUSIONES.

Las importaciones representan para las pequeñas empresas comerciales un medio de atracción de nuevos clientes y satisfacción de las necesidades de sus clientes cautivos, además de un instrumento de apoyo para su crecimiento.

A su vez representan una necesidad para la industria ya que de no existir las importaciones a través de los comerciantes, las industrias tendrían que importar las herramientas necesarias por su cuenta lo que vendría a incrementar sus costos. La apertura comercial ha beneficiado a la importación de herramienta, ya que se ha disminuído el nivel de los aranceles, disminuyendo éstos al nivel de un máximo de 15 % sobre los artículos a los que se dedican estos comerciantes.

Las importaciones de este tipo representan a mi juicio un beneficio para la industria ya que son bienes que contribuyen a un mejor funcionamiento en la producción, contribuyen a la reducción de costos, por eficiencia en su funcionamiento.

No representan un peligro inminente para la industria productora de herramienta, debido a que la herramienta mexicana es considerada competitiva a nivel internacional y de hecho en el

caso de algunas industrias importantes, como lo es URREA, están acrecientamente exportando. Las importaciones, tan sólo vienen a cubrir los huecos dejados por la industria nacional.

En el caso de la importación de la misma herramienta que la producida en el país, representa un recordatorio a las industrias nacionales de que deben ser más competitivas y deben buscar una mayor calidad para no perder sus mercados cautivos. Esto es un beneficio ya que al existir mayor competencia y perder la protección con que contaban hasta hace poco, las obligará a mejorar y renovarse y a tratar de ir, si no a la vanguardia, por lo menos a la par de otras industrias internacionales.

Tampoco se pretende decir que una pequeña empresa comercial al importar mercancía va a solucionar sus problemas financieros, sino que representan una pequeña ayuda para no perder mercado, como los mismos comerciantes dicen, "mantenerse en la jugada".

Se habla mucho de que las importaciones son nocivas para la economía nacional pero considero que este tipo específico de importaciones no es nocivo, sino que por el contrario impulsa la economía mexicana.

Aquellas importaciones que considero nocivas, son aquellas de bienes de consumo, es decir de productos terminados que son adquiridos directamente por los consumidores finales, y que no

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

sufren ninguna modificación en nuestro país, o que no intervienen en algún proceso productivo. Estas importaciones, si representan una lesión va que directamente eliminan los mercados de las distintas industrias, dejando sin oportunidad a las mismas ante la tecnología extranjera. En cambio si hablamos de importación de productos intermedios, es más factible para las industrias, comenzar a igualar la tecnología extranjera e introducirla paulatinamente en los productos para el consumidor final.

Además de que la apertura comercial alienta a los inversionistas extranjeros a invertir en México y de esta manera existen mayores posibilidades de cubrir los huecos existentes en la integración de la producción y adquirir mayor transferencia de tecnología, y con ésto un mayor desarrollo para el país.

En cuanto a que las importaciones representan un medio para el crecimiento y mejor posicionamiento en el mercado, considero que sí influyen en cierta medida, si no a un crecimiento directo, sí a un mantenimiento en el mercado. El crecimiento proviene de este mantenimiento, ya que al contar con una cierta estabilidad, se puede comenzar a planear el crecimiento.

Existe una gran competencia entre estas pequeñas empresas comerciales del ramo industrial, por lo que deben mantener buenos precios, mayor surtido de herramientas, medidas y materiales; para poder sobrevivir y sobresalir de las demás. Además, no sólo

deben competir entre ellas, sino tambien en cierta medida con las medianas y grandes empresas comerciales. Por lo que es sumamente importante, mantener el segmento de mercado que ya tienen conquistado, y a partir de éste, a través de líneas de productos mas completas y mejor servicio a sus clientes, buscar ampliar sus mercados.

Un buen servicio a clientes, les brinda una excelente oportunidad para crecer, ya que un cliente satisfecho siempre recomendará a un buen proveedor. Por un buen servicio a clientes me refiero a entregas oportunas de mercancía, al contar con la mercancía necesaria para las necesidades del cliente. Esto incluye la herramienta especializada necesaria para la industria cliente, y el poder conseguirla oportunamente en el menor tiempo posible, y al menor costo. A su vez esto tambien implica el proporcionar productos de calidad y respaldados por una garantía y asesoría.

Sobre el crédito otorgado a sus clientes quizá en este aspecto no se logre un gran avance en cuanto a la exigibilidad de los mismos, debido a que la situación en general de la industria es un tanto crítica en cuanto a la liquidez, pero es posible escalar lugares en la preferencia sobre la lista de pagos.

En el caso de que a la pequeña empresa se le requiera importe herramienta indispensable para la industria, es en ese momento cuando puede exigir un pago adelantado de la mercancía para una mayor agilidad en la importación y mayor rapidez para surtir esas piezas requeridas.

Cuando me refiero a la importación como medio de crecimiento, esto no significa que las pequeñas empresas comerciales deban sustituir las herramientas nacionales por las extranjeras, sino que deben buscar satisfacer a sus clientes a través de la importación de aquellas herramientas escasas o totalmente ausentes en el país, o que debido a su baja demanda son producidas a un alto costo y que es posible brindárselas a un precio mucho menor.

El crecimiento de las pequeñas empresas comerciales se basa principalmente en la herramienta nacional, la herramienta importada tan sólo es un pequeño elemento que contribuye al mantenimiento del mercado, brindando una mayor satisfacción, lo que inclina al cliente a convertirlo en su proveedor exclusivo de herramienta tanto nacional como importada. Viene representando una necesidad de actualización en lo que es herramienta especializada y de diversidad de materiales.

Con las importaciones creo yo se pueden evitar los abusos que surren las industrias de algunos productores que se aprovechaban de la protección con que contaban, para imponer sus condiciones y manejar los precios a su antojo.

Al existir una competencia real entre la industria mexicana y la extranjera, traerá como consecuencia una mayor calidad y mejores precios, por tanto, las industrias contarán con artículos de mayor calidad. Esto contribuirá con su granito de arena, para lograr mejorar las condiciones de la industria en su producción, en cuanto a su aceptación en el mercado nacional, y poder tener una opción para poder incursionar en el mercado internacional.

La situación actual del país requiere de la búsqueda de menores costos y mayor calidad, y de seguir produciendo más y mejor, y de buscar incursionar en mercados internacionales para tratar de impulsar nuestro propio mercado, porque al crecer nuestro propio mercado, crecen nuestras posibilidades de desarrollarnos como personas, como empresas y como país.

BIBLIOGRAFÍA.

- Cocholides, Miltiades.
ECONOMIA INTERNACIONAL.
Traducción: Fernando Montes Negret.
México 1982.
McGraw-Hill.

- Cuadernos del Senado-55.
INFORMACION BASICA SOBRE EL GATT Y EL DESARROLLO
INDUSTRIAL Y COMERCIAL DE MEXICO.
Senado de la República
Octubre 1985.

- Cuadernos del Senado-58.
CONSULTA SOBRE EL GATT.
Conclusiones.
Senado de la República.
Noviembre 1985.

- Diario Oficial de la Federación.
Diciembre 1982.

- Instituto Nacional de Geografía y Estadística
ESTADISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO.
Información Preliminar Enero-Noviembre de 1987.

- Leon, Miguel Angel

VOCACION INDUSTRIAL DE MEXICO

Editorial C.E.C.S.A.

México 1967.

- Oficina del Estado de Texas 1966.

COMERCIO TEXAS MEXICO

- PERIODICO EL FINANCIERO

Publicaciones de Agosto a Noviembre de 1968

- Presidencia de la República.

LAS RAZONES Y LAS OBRAS. Gobierno de Miguel de la Madrid.

Crónica del sexenio 1962-1968. Primer Año.

Presidencia de la República

Unidad de la Crónica Presidencial.

Fondo de Cultura Económica.

- IDEM. Segundo Año.

- IDEM. Tercer Año.

- IDEM. Cuarto Año.

- REVISTA CAPITAL.

Mercados Financieros

Editada por Bursamétrica, S.A. de C.V.

Octubre 1988

- REVISTA ECONOMIA NACIONAL

Editada por Keal, S.A. de C.V.

Septiembre de 1988

- REVISTA EXPANSION

Grupo Editorial Expansión.

Publicaciones del 4/Febrero/87 al 13/Noviembre/88