

2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LA PARTICIPACION DE LAS ECEX (EMPRESAS DE
COMERCIO EXTERIOR) EN EL PROCESO DE
EXPORTACION DE MEXICO**

T E S I S A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

L I C E N C I A D O E N

RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A :

ADRIANA CERVANTES MANRIQUEZ

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

México, D.F.

1994



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.

El presente trabajo lo dedico:

A mis padres:

Emilio y María Esther

con todo mi amor, respeto

y agradecimiento

A mis hermanos:

Sergio y Carlos

con cariño

A mi esposo:

César Eduardo

con amor

Mi especial agradecimiento

A los profesores:

Ileana Cid y Roberto Peña

por su apoyo, colaboración y comprensión

A los profesores miembros del jurado

**A todos los profesores que
han participado en mi
formación académica.**

**La participación de las ECEX (Empresas de Comercio Exterior)
en el proceso de exportación de México**

Introducción

1. Antecedentes	1
2. El papel de las ECEX en el comercio exterior	20
2.1 Fundamento jurídico y beneficios	20
2.2 Conceptos y objetivos	24
2.3 Ventajas de la comercialización conjunta	26
2.4 Aspectos a considerar en la formación de Empresas de Comercio Exterior	31
2.5 Formas de organización	33
3. Procedimiento básico en el Trámite de las exportaciones	41
3.1 Procedimiento	41
3.2 Documentación	46
3.3 Transportes	50
Conclusiones	55
Bibliohemerografía	58

La participación de las ECEX (Empresas de Comercio Exterior)
en el proceso de exportación de México.

Introducción

Como consecuencia de la apertura comercial en nuestro país, ha cambiado la política comercial en torno a las exportaciones no petroleras. Cada vez son más los empresarios mexicanos interesados en realizar esta actividad. Sin embargo, se requiere de una vasta experiencia para participar en el hoy tan competido mercado mundial, asimismo es importante contar con una excelente negociación, infraestructura y recursos humanos para llevar a buen término la exportación. El 98% de las industrias en México son empresas pequeñas y medianas que no cuentan con los recursos necesarios para exportar exitosamente y requieren de los servicios de una empresa de comercio exterior.

Es considerable la cantidad de participantes en el comercio internacional, los cuales tienen sus propias prácticas y costumbres de acuerdo a sus propios objetivos; esto provoca que el comercio internacional resulte cada vez más complejo y poco accesible, por lo que la especialización en esta materia requiere hacerla más vasta y compleja, especialmente en los aspectos operativos. Es por ello, que los grandes consorcios de exportación nacionales, multinacionales y transnacionales se encargan de la práctica comercial a través de empresas especializadas en la comercialización internacional, conocidas como *trading companies*.

El éxito de los principales países exportadores en el mundo como Japón, Corea, Taiwán y otros se ha debido a que sus gobiernos han manifestado políticas eficaces de promoción de exportaciones, créditos financieros, incentivos fiscales, respaldo a la investigación tecnológica y apoyo a políticas de comercialización internacional, especialmente a través de la creación y ampliación de empresas comercializadoras o *trading companies*, las cuales han obtenido resultados eficaces en la promoción de sus exportaciones, por lo que resultaría difícil concebir a esos países en el proceso del comercio exterior sin el apoyo de estas empresas.

En México el contexto de la nueva política económica se ha manifestado a través de los Planes Nacionales de Desarrollo de los períodos 1983-1988 y 1989-1994, el Programa Nacional de Modernización Industrial y Comercio Exterior (PRONAMICE) y anteriormente en el Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFLEX), donde se desarrollan los lineamientos para promover la apertura comercial y la reestructuración industrial. En relación al comercio exterior, se busca apoyar al sector exportador a través de incentivos fiscales, apoyos financieros y asesoramiento técnico por medio de instituciones como el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) y Nacional Financiera (Nafin). En este plano surgen diversos mecanismos de apoyo al comercio exterior, entre ellos sobresale en 1990 las ECEX (Empresas de Comercio Exterior), como se conciben actualmente ya que con anterioridad, se establecieron decretos que evolucionaron hasta la concepción que

hoy en día se tiene de estas empresas, las cuales tienen como objetivo principal la promoción y comercialización integral de exportaciones de mercancías no petroleras. Estas empresas realizan actividades como las de integrar y consolidar oferta exportable; identificar, promover e incrementar la demanda de mercancías mexicanas en el exterior; promover la exportación de mercancías de empresas medianas y pequeñas, etc.

En México existen varias empresas dedicadas a la comercialización internacional, las cuales tienen por objeto la compra-venta para los mercados externos e internos de bienes y servicios propios o de terceros. Sin embargo para que estas empresas sean consideradas ECEX, deben cumplir con los requisitos y obligaciones establecidos en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990 y asimismo recibir los apoyos correspondientes por parte del gobierno federal. Las empresas que realizan la comercialización internacional pero que no cumplen con los requisitos establecidos son consideradas únicamente empresas comercializadoras.

Tal tipo de empresas requieren de personal capacitado, infraestructura y recursos financieros para llevar a cabo el proceso de exportación. Dentro del personal requerido por una ECEX o una empresa comercializadora se encuentran los egresados de las licenciaturas en Relaciones Internacionales y en Comercio Exterior. Con base al reconocimiento de esta situación y en parte como resultado de mi propia experiencia profesional, me he propuesto en este trabajo ofrecer un estudio acerca de la importancia, las

características y los objetivos de las ECEX, así como una guía básica que pudiera orientar a quien se inicia en las actividades que en éstas se realizan y que considero constituyen uno de los renglones fundamentales en la estrategia económica de nuestro país.

De tal manera, me he propuesto como objetivos del presente trabajo los siguientes:

a) Dar a conocer las acciones que se deben realizar para exportar y tener las herramientas necesarias para laborar en una empresa de comercio exterior, asimismo identificar las ventajas que ofrece exportar a través de una empresa de comercio exterior.

b) Proponer un manual que proporcione conocimientos prácticos a egresados de nuestra disciplina, Relaciones Internacionales, para incorporarse al medio laboral en el área de comercio exterior y sirva como guía para la realización de sus actividades.

La organización del trabajo se basa en tres capítulos el primero de los cuales presenta un esbozo muy general sobre el surgimiento de las empresas de comercio exterior en el mundo así como la evolución que han presentado estas empresas en México a partir de la década de los setenta y los cambios más importantes que han tenido, en consonancia con la normatividad promovida por el gobierno, hasta alcanzar la complejidad que hoy presentan.

En el segundo capítulo desarrollo con más detalle el marco jurídico en que éstas se ubican, los conceptos y objetivos que las especifican de tal manera que se hagan más claras las ventajas de la comercialización conjunta para finalizar con algunos planteamientos

elementales que deben considerarse en la formación de una empresa de esta naturaleza y sus variadas formas de organización.

Finalmente en el tercer capítulo muestro un estudio de caso, Grupo LPO Internacional, donde describo el proceso básico en el proceso de las exportaciones, la preparación de la documentación requerida y algunos ejemplos de los transportes más adecuados para alcanzar una mayor eficiencia en el proceso.

Cabe destacar que la realización de este estudio la basé en las siguientes ideas, concebidas como hipótesis centrales:

Exportar a través de una empresa de comercio exterior ofrece importantes ventajas a la industria micro, pequeña y mediana, ya que las ECEX cuentan con apoyos por parte de instancias gubernamentales, que no tienen esas empresas, así como con personal capacitado para realizar las actividades propias de la exportación.

Los importadores prefieren hacer sus compras del exterior a través de empresas de comercio exterior, ya que éstas realizan todo el proceso de exportación y cuentan con oferta exportable consolidada.

1. Antecedentes

Las empresas de Comercio Exterior son conocidas internacionalmente como *trading companies* y se identifican en todo el mundo como una forma de organización empresarial de gran magnitud, las cuales orientan sus funciones al comercio exterior. Estas empresas representan la forma más avanzada de comercialización integral internacional, en las que se realizan las funciones de comercialización interviniendo en este proceso el mercadeo, financiamiento, almacenaje, contratación de transporte, agentes aduanales, servicios de post-venta, etc.

El ejemplo más representativo de estas empresas son las *Sogo Shoshas*, empresas de comercio exterior japonesas, las cuales surgieron hace más de 100 años y tuvieron un papel preponderante en la transformación de ese país en una de las potencias económicas comerciales más importantes de este momento.¹

Otros países siguieron el ejemplo de este tipo de empresas como Corea, Taiwán y Brasil entre otros, pero siempre teniendo como objetivo vincular la oferta exportable² nacional con la demanda internacional en forma eficiente y oportuna a través de la concentración, organización y sistematización de información para orientar los procesos productivos nacionales a los requerimientos del mercado internacional.³

¹ Cortés, Juan Pablo. *Trading Companies*. F.C.E. México 1990. 120 pp.

² Cabe mencionar que estos países que han tenido éxito en la comercialización internacional a través de *trading companies*, han logrado una conciencia exportadora en todas las ramas de la producción, destinando parte de la producción exclusivamente a la oferta exportable, a diferencia con México donde todavía en muchos rubros se exporta el excedente del consumo nacional.

³ Evaluación de las empresas de comercio exterior en México. Bancomext. México, s/f, s/resp

Las características, funciones y apoyos que reciben las *trading companies* a nivel mundial varían en cada país, adecuando su funcionamiento a los requerimientos propios de cada nación de acuerdo a su dotación de factores, materias primas, mano de obra, grado de industrialización, etc.

Los países que han logrado una rápida penetración en el mercado mundial, han apoyado de manera real y decidida el desarrollo de este tipo de empresas, a diferencia de México, como medio de promover las exportaciones y como factor de desarrollo industrial y productivo.

Las grandes *tradings* han constituido una parte importante de la estrategia comercial de otros países.

A mediados de la década de los sesenta y principios de los setenta, muchos países enfrentan fuertes crisis económicas, resultado de los modelos de desarrollo, basados en gran parte en el poder del consumo del mercado interno. Con el objetivo de impulsar un nuevo crecimiento económico se establecieron políticas de apoyo y fomento al comercio exterior. De esta manera a partir de los setenta, el desarrollo económico del comercio exterior bajo el esquema de Empresas de Comercio Exterior o *Trading Companies*, adquiere especial importancia, creándose el concepto jurídico de Empresas de Comercio Exterior en varios países.⁴

Así entre 1971 y 1975 Brasil, Corea y México iniciaron distintas políticas encaminadas a promover empresas internacionales de comercio, en la segunda mitad de esa misma década Taiwán, Tailandia

⁴ Empresas de Comercio Exterior. México, CONCANACO, SERVYTUR, 1991. p.14

y Turquía se incorporaron a esta misma política. A partir de esa fecha países como Estados Unidos, Francia e Italia han propiciado la creación de empresas orientadas a la comercialización internacional, aunque tengan características distintas a las típicas *trading companies*.

Por su modelo político en el comercio exterior Corea representa el caso más destacado en el intento de promover la formación de empresas comercializadoras⁵, su estrategia le permitió multiplicar sus exportaciones más de 60 veces en sólo 20 años. Estos logros se reflejan en la mayoría de los países que cuentan con una política real de apoyo a empresas de comercio exterior.

La lista de los doce principales exportadores del mundo incluye a Japón, Italia, Taiwán y Corea que son países con apoyo a este tipo de empresas.⁶

El éxito de los principales países exportadores en el mundo como Japón, Corea, Taiwán, Estados Unidos y otros, se ha debido a que sus gobiernos han mantenido políticas eficaces de promoción de exportaciones industriales, créditos financieros, incentivos fiscales, respaldo a la investigación tecnológica y apoyo a políticas de comercialización internacional, conciencia exportadora y producción específica para constituir la oferta exportable comercializada especialmente a través de empresas comercializadoras o *trading companies*, las cuales obtienen resultados tan eficaces en sus

⁵ V. Ochoa Hernández María Eleonora Las Empresas de Comercio exterior de México en la economía internacional 1982-1992. Tesis profesional. UNAM. México. 1994. p.57

⁶ Cortés, Juan Pablo. Op. Cit. p.8

exportaciones que resulta difícil pensar en el proceso del comercio exterior (producción, promoción y venta) de esos países sin el apoyo de estas empresas, toda vez que han logrado desarrollar rápidas respuestas a las transformaciones económicas internacionales como son la fábrica mundial, la subcontratación, los bloques económicos y la inserción de los adelantos científicos y tecnológicos en las actividades del comercio nacional e internacional.

Es desalentante pensar que los países en desarrollo que han tomado el camino de la apertura comercial, como México, no le den la importancia necesaria a la comercialización internacional con base a estas empresas. En estos países no se cuenta con un adecuado conocimiento de su organización y actividades, así como de los beneficios económicos que obtendrán de estas empresas; entre los principales problemas a los que se enfrentan este tipo de organizaciones es la falta de respaldo económico, tanto en el momento de su formación como durante su desarrollo, así como la carencia de una cultura exportadora en todos los sectores productivos. A pesar de la experiencia obtenida a través de estos años de apertura en México, creemos que la oferta exportable es el excedente del consumo nacional, en lugar de producir productos de calidad con la intención específica de exportarlos.

A fines de los ochenta, como resultado de la política proteccionista y de la caída de los precios del petróleo, el valor del comercio mundial creció a una tasa de sólo 8%. En ese mismo periodo Corea fue el país con la mayor tasa de crecimiento, al registrar un índice del 25.5%.

Taiwan ocupó el segundo lugar con una tasa del 22.1% anual (ambos países contando con empresas de comercio exterior).⁷

Es difícil determinar que el éxito en el comercio internacional en estos países sea ocasionado exclusivamente por la acción que ejercen las *trading companies*, lo que si es indudable es que la estrategia global de promoción de exportaciones, su política, su eficiente estructura de comercio exterior y el apoyo gubernamental es un puente que consolida el proceso de participación en el monto total del comercio internacional.

Para comprender la participación más activa de México dentro del comercio exterior, analizaré brevemente los acontecimientos históricos por los que ha atravesado y que dieron pie a su inserción en el comercio internacional:

Desde la década de los cuarentas, México estuvo ligado al fomento de la producción de la industria nacional a través del modelo económico conocido como "sustitución de importaciones"⁸. Con este modelo se trató de producir todos los bienes que se consideraban valiosos, sin importar el costo social y sin un mecanismo que evaluara adecuadamente el futuro de las industrias productoras en un contexto de competitividad internacional. Al amparo de esta política se hicieron inversiones para producir mercancías en las que México incluso no contaba con una ventaja comparativa en mano de obra e

⁷ Cortés, Juan Pablo. Op. Cit. p. 45

⁸ Este modelo se basaba en la estimulación de producción de bienes intermedios y de bienes de capital que anteriormente México importaba, con la finalidad de lograr una industrialización más integral y obtener cierta independencia del exterior.

insumos nacionales.⁹ Este modelo propició una estrategia capaz de promover crecimiento pero sin desarrollo.

René Villarreal divide en tres etapas el proceso de sustitución de importaciones:¹⁰

1.- "Crecimiento con devaluación-inflación" (1939-1958). En este periodo se tratan de producir bienes de consumo; la economía crece a un promedio de 5.8% anual, acompañada de un proceso inflacionario del 10.6% y una devaluación de 4.8 pesos por dólar a 12.50 pesos por dólar en 1954.

2.- "Crecimiento estabilizador" (1960-1970). El objetivo consistía en la producción de bienes intermedios y de capital; este periodo tuvo un crecimiento promedio de 7.1% del PIB anual, sin embargo continuó el desequilibrio externo de forma creciente.

3.- "Crecimiento acelerado" (1977-1981). Se optó por crecer mediante financiamiento externo, basando el pago del mismo en las reservas petroleras, es decir, el crecimiento fue basado en deuda externa y en la monoexportación de petróleo. La deuda externa aumentó de 20 a 80 mil millones de dólares de 1975 a 1982. Al mismo tiempo continuaban las importaciones de bienes de capital para la protegida industria mexicana.

México vivía una fuerte crisis económica en 1982 como consecuencia del largo periodo de sustitución de importaciones, lo cual mostraba que el modelo económico seguido había agotado su capacidad de

⁹Villarreal René. Industrialización, deuda y desequilibrio interno en México. "Un enfoque neoestructuralista" (1929-1988). F.C.E. México, 1988 p. 294

¹⁰Idem p. 296

crecimiento y ya no respondía a las cambiantes condiciones internacionales. El problema de endeudamiento del país, el neoproteccionismo internacional y la urgencia de crear un sector productivo más eficiente y competitivo a nivel nacional e internacional, fueron los factores determinantes para la instrumentación de una nueva política de reconversión industrial y apoyo a las exportaciones a partir de 1982.

Esta política de desarrollo se basaba, a nivel interno en 3 objetivos:¹¹

- a) Hacer más eficiente a la industria.
- b) Lograr mayores recursos en divisas mediante el aumento de las exportaciones para incrementar las reservas internacionales y obtener recursos necesarios para financiar las nuevas etapas de desarrollo.
- c) Encontrar un mecanismo que permitiera disminuir los elevados gastos de deuda externa.

En cuanto al ámbito internacional:

- a) Apertura de la economía para enfrentarla a la competencia internacional y de ese modo hacerla más competitiva frente a otros mercados.
- b) Incorporación al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).
- c) Promoción del país ante el mundo en una participación más amplia en los foros internacionales.

En relación al proceso de apertura comercial en el período 1982-1994

¹¹ V. Ochoa Hernández María Eleonora. Op. Cit. p.71

y la reducción de la protección arancelaria como política para proteger a la industria y propiciar su inserción y competitividad en los mercados internacionales, podemos señalar que el delinear de esta política comercial se encuentra en:

-Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988 y 1989-1994.

-Programa Nacional de Modernización Industrial y de Comercio Exterior.

-Programa de Fomento Integral a la Exportaciones.

Notamos entonces un cambio en la estrategia de desarrollo en los últimos sexenios, principalmente como consecuencia de la apertura comercial que ha llevado a que se brinde un mayor apoyo y fomento a las exportaciones no petroleras.

Dentro de las estrategias de desarrollo contamos con la creación de Empresas de Comercio Exterior.

Actualmente en México la comercialización internacional de las empresas comercializadoras se realiza de las siguientes maneras:¹²

- Empresas con inversión extranjera. Utilizan la estructura comercial internacional desarrollada por sus casas matrices o principales accionistas extranjeros y cuyo comportamiento ha obedecido a políticas corporativas previamente definidas. Participan con el 46% de las exportaciones del sector privado (Nissan, Nestlé, IBM, etc.).

- Comercialización indirecta. En este grupo se encuentran empresas que por falta de información, de infraestructura e insuficiente conocimiento del mercadeo, tienen que recurrir a *brokers*

¹²Idem p.106.

internacionales (Resistol, Cigatam, Primex, Unión Nacional de Productores de Hortalizas, etc.) Participan con el 27% del total de las exportaciones

- Consorcios de Exportación o Empresas de Comercio Exterior. Empresas que se han agrupado o constituido firmas mexicanas de comercio exterior, las cuales participan con el 6% del total de las exportaciones.

- Comercialización directa. Empresas que han desarrollado una estructura propia de comercio internacional para la venta de sus propios productos, lo cual ha sido factible debido a que sus propios productos tienen un alto grado de especialización y reconocimiento a nivel mundial (ICA, VITRO, CEMEX, etc.) participan con el 11% del total de las exportaciones.

- Comercialización de empresas del Estado. Las empresas del sector público vinculadas al comercio exterior, operan principalmente en el sector agropecuario y extractivo, con una estructura definida, concurriendo a mercados en los cuales para la mayoría de sus productos la fijación de sus volúmenes y precios son exógenos (PEMEX-petróleo, Ocean Garden Products-pesca, IMPEXNAL-frutas, Minera Autlán-minerales, etc.).

La primera política específica en materia de este tipo de empresas elaborada en México data de 1975, desde 1971 México incorpora en su política comercial el objetivo de desarrollar empresas comercializadoras especializadas en el mercado internacional. Este propósito se ha buscado a través de diversas modalidades y con una

normatividad que durante mucho tiempo se vinculó a requisitos que no permitían que la empresa desarrollara sus actividades con libertad de acción y criterios de rentabilidad.

En marzo de 1971 aparece el acuerdo que otorga estímulos fiscales a las empresas exportadoras, el acuerdo establecía los Certificados de Devolución de Impuestos (CEDIS), como apoyo a las exportaciones y formaba parte de los primeros apoyos de nuestro país para participar más activamente en los mercados internacionales.

Dentro del mismo esfuerzo se creó el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), como organismo encargado de la promoción internacional de los productos mexicanos, actividad que desarrolló hasta su desaparición en 1985.

Sin embargo, la política comercial que vivía México, demasiado proteccionista, la escasa orientación de la industria hacia los mercados del exterior, la muy alta rentabilidad interna en comparación con la del mercado externo y la poca adecuación de los productos mexicanos a la demanda internacional, se constituyeron en obstáculos determinantes para el desarrollo de empresas comercializadoras especializadas.

Posterior a estos primeros apoyos se fueron creando y anexando otros, los cuales evolucionaron hasta lo que hoy conocemos como ECEX:

1.- El 28 de agosto de 1975, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el acuerdo que disponía el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las empresas de comercio exterior, entendiendo como tales a los consorcios de productores de manufacturas y

empresas de servicios a la exportación.

El acuerdo establecía así diversas modalidades de operación para este tipo de empresas:

-Consortio de productores; "cuyo capital debía estar constituido cuando menos en un 75% por las aportaciones de productores de artículos de exportación, cada uno de ellos con una participación no superior al 15%. En su caso, el 25% restante del capital podía ser suscrito por personas físicas o morales mexicanas, con límite máximo individual del 5%."¹³

El capital exigido a este tipo de empresas era de 5 millones de pesos, monto equivalente en 1975 a 400,000.00 dólares estadounidenses.¹⁴

-Empresas de servicio; "requerían de un capital más reducido, equivalente a la mitad del exigido a los consorcios de productores y compuesto por aportaciones de personas físicas y morales mexicanas, por no más del 20% del total."¹⁵

Los consorcios podían exportar únicamente artículos de sus socios o celebrar contratos de mediación mercantil con artesanos y empresas no accionistas, cuyo capital no excediera de 15 millones de pesos. Las empresas de servicio limitaban sus operaciones a atender exclusivamente a este tipo de empresas pequeñas y medianas.

"Esta normatividad de 1975, otorgaba el apoyo a las empresas de comercio exterior. a través de Certificados de Devolución (CEDIS), que

¹³ Diario Oficial de la Federación. México, 28 de agosto de 1975. p.14

¹⁴ Cabe mencionar que el requisito de monto de capital exigido a estas empresas, no sufrió modificación alguna durante los once años de existencia de esta normatividad, por lo que en 1985, esta cantidad era equivalente a diecinueve mil dólares estadounidenses.

¹⁵ Diario Oficial de la Federación. Op. Cit. p.15

integraban una porción substancial de subsidio fiscal. Los CEDIS eran nominativos, intransferibles, con derechos que prescribían a los cinco años, otorgados en función del programa de operaciones presentado y por no más del 60% del presupuesto de gastos aprobados a la empresa".¹⁶

La tasa de devolución de impuestos que se otorgaba a través de estos documentos se incrementó progresivamente al paso del tiempo y llegó a representar en su conjunto una proporción cercana al 20% del valor total del producto de exportación. Sin embargo, en muchos casos esta tasa de beneficio fiscal era únicamente nominal, ya que los requisitos que el acuerdo y su reglamento imponían hacían difícil que la empresa aprovechara en su totalidad el monto del estímulo.

"A este acuerdo se registraron 30 empresas, 28 como consorcios de exportación y 2 de servicios. Desafortunadamente la mayor parte de los consorcios se integraron como empresas productoras, que venían exportando regularmente de manera individual, asociadas únicamente para obtener estímulos fiscales adicionales".¹⁷ Es decir, no se crearon empresas nuevas, sino que se aprovechó la infraestructura de los consorcios ya establecidos.

No es posible cuantificar el monto de exportaciones realizadas por estos consorcios, ya que al no facturar por cuenta propia, eran las empresas productoras quienes aparecían como exportadoras.

Para efectos de la autorización de los subsidios fiscales, la totalidad de

¹⁶ Evaluación de las empresas de comercio exterior. Mexico, Bancomext, enero de 1991. Dirección de Proyectos y Comercialización, p.40

¹⁷Ibid. p. 42

las exportaciones de las productoras se consideraban exportadas por los consorcios, procedimiento que sobreestimaba la actividad de estas comercializadoras; a pesar de ello, la participación de este tipo de empresas representaba entre el 2 y 3% de las exportaciones de México.

El otorgamiento de subsidios directos, distorsionó la actividad empresarial, haciéndolas perder el objetivo de obtener utilidades, propiciando que la actividad de comercialización no se concibiera como una actividad rentable en sí misma. Así, el capital fijo de las empresas permaneció por regla general en el mínimo requerido por la normatividad en pesos que, como mencioné anteriormente equivalía a menos de 20 mil dólares en 1985.

Esta situación y la orientación oficial a los consorcios para operar casi exclusivamente productos de sus socios, no permitió desarrollar una estrategia de comercialización con respecto a los productores. En consecuencia, se propició la imposibilidad de que los consorcios obtuvieran financiamientos directos por parte de la banca, lo que generó un desarrollo casi nulo de desarrollo de las líneas creadas para las actividades de comercialización hacia el exterior.

La obligación de comercializar exportaciones de pequeños y medianos productores en una proporción determinada, originó la inclusión de productores que no siempre cumplían con las condiciones de eficiencia necesarias para la exportación, lo que dispersó la oferta exportable y generó gastos no productivos por parte de las

comercializadoras. La normatividad de 1975,¹⁸ no permitía que las comercializadoras importaran y distribuyeran productos en el mercado interno, lo cual limitó las posibilidades de expansión financiera y comercial, al poner una barrera a la generación de negocios recíprocos con los clientes extranjeros. Aunado a lo anterior, la carencia de oferta exportable y calidad en la misma provocaron la disminución de estas empresas paulatinamente, así "en 1982 operaban 19 empresas, en 1985 continuaban 14, todas consorcios de exportación y únicamente subsistían 12 al momento de la derogación del acuerdo, en noviembre de 1986."¹⁹

2.- El 14 de noviembre de 1986, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el decreto que establece el régimen de las Empresas de Comercio Exterior, con el que se buscaba un cambio sustancial en cuanto al anterior decreto del 28 de agosto de 1975.

El propósito era propiciar la creación de empresas comercializadoras rentables, con presencia directa en el mercado internacional, capacidad de decisión propia, libertad de operación empresarial y capacidad para efectuar cualquier tipo de operación comercial: por lo cual se modificaron los requisitos para la constitución de una Empresa de Comercio Exterior, estableciendo condiciones vinculadas con la operación de la empresa, otorgándole capacidad de decisión.

Los requisitos establecidos eran:²⁰

Contar con capital social mínimo equivalente a 100 mil dólares, capital

¹⁸ Diario Oficial de la Federación, 28 de agosto de 1975. Op. Cit. p. 17

¹⁹ Evaluación de las Empresas de Comercio Exterior en México. Op. Cit. p. 62

²⁰ Diario Oficial de la Federación, 14 de noviembre de 1986.

que debía incrementarse a 400 mil dólares al quinto año de operación, realizar exportaciones de manufacturas por un mínimo de 3 millones de dólares en el segundo año de operación, que debía incrementarse a 5 millones al año siguiente y en 10 puntos porcentuales por arriba de la tasa de crecimiento de las exportaciones de manufacturas del país a partir de esa fecha. Este requisito debía ser alcanzado cuando menos en un 50% por exportaciones facturadas por cuenta propia de la empresa de comercio exterior; obtener saldo favorable en su balanza comercial, contar con una infraestructura comercial y operacional adecuada a las características y requerimientos de la comercialización internacional, para ello es necesario contar con recursos humanos, recursos financieros, infraestructura y experiencia; así como presentar anualmente un programa de actividades e informe anual del cumplimiento y sus estados financieros, dictaminados por un auditor externo.

El requisito de capital social se estableció para estas empresas con el propósito de asegurar una dimensión mínima a su infraestructura, que permitiera desarrollar sus funciones. En cuanto al requisito relativo al monto de exportaciones, se buscaba asegurar una participación de cierta relevancia en el mercado internacional (mismo requisito exigido a las empresas altamente exportadoras, ALTEX).

El incremento de exportaciones buscaba propiciar que las Empresas de Comercio Exterior fueran las más dinámicas del país, de acuerdo a su especialización en el mercado internacional.

Una modificación importante con respecto a la legislación de 1975, en

materia de exportación, fue la de encauzar a las empresas a facturar por cuenta propia y no evadir impuestos, con el fin de propiciar una mayor presencia internacional. De esta manera era más fácil asegurar la necesidad de participación de las Empresas de Comercio Exterior para los productores y no sólo un medio para obtener apoyos adicionales por parte del Gobierno Federal en exportaciones que de cualquier manera se realizarían.

La balanza comercial favorable exigida a las empresas fue un resultado directo de su posibilidad de realizar importaciones y un mecanismo para contribuir a la generación de divisas para el país. Estas importaciones debían salir posteriormente del país como exportación, al ser ensambladas o al agregar valor a las mismas.

Este decreto, que revocó la idea de promover las operaciones de comercio exterior a través de incentivos y subsidios fiscales, en contraposición planteó un conjunto de 12 apoyos a las operaciones de empresas de comercio exterior, orientados a fortalecer su actividad comercial.

“El conjunto de apoyos o subsidios no fue incluido en el texto del Decreto, por considerarse que eventualmente, podría utilizarse como fundamento de impuestos compensatorios en otros países. En consecuencia, se expidió un acuerdo complementario firmado conjuntamente por las Secretarías de Comercio y Fomento Industrial y de Hacienda y Crédito Público, el cual no fue publicado en el Diario Oficial de la Federación”.²¹

²¹Op. Cit. Evaluación de las empresas de comercio exterior. p. 47

De estos apoyos, se aplicaron con regularidad los siguientes:

1. Programa de Apoyo Financiero (PAF), integrado principalmente por:

- a) Garantías de Bancomext hasta por el 90% de los créditos otorgados por la banca de primer piso.
- b) Comisión financiera otorgada por Bancomext por concepto de intermediación financiera en los créditos de exportación.

2. Tasa cero al Impuesto al Valor Agregado en las adquisiciones de productos para la exportación.

3. Constancia como empresa altamente exportadora (ALTEX), por parte de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi), lo que permitía a las Empresas de Comercio Exterior un doble beneficio al tener acceso al paquete de apoyos establecidos por este programa de concertación.

De acuerdo con la Dirección de Servicios al Comercio Exterior de Bancomext,²² en noviembre de 1986, fecha de expedición del Decreto, solamente 12 de las 30 empresas registradas a partir de 1975, continuaban operando, y únicamente 10 suscribieron los compromisos del nuevo decreto, para revalidar su registro ante Secofi. Es decir, solamente 10 de 30 empresas podían cumplir con los requisitos exigidos y por lo tanto no se crearon empresas nuevas. Desde la aparición del decreto y hasta el mes de mayo de 1990 en que fue sustituido, se expidieron 42 nuevos registros, para alcanzar la cifra de 52.

²² Idem p.48

El número de empresas registradas superó en solo 3 años al de las empresas incorporadas en los 11 años anteriores, y revirtió la tendencia tradicional de disminución, lo que manifiesta resultados positivos en el objetivo de facilitar y promover el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior.

Sin embargo en términos de exportación, debido a la falta de oferta exportable la participación de las Empresas de Comercio Exterior fue muy moderada, con alrededor del 4% de las exportaciones no petroleras del país, lo que significó un promedio de exportación de 14 millones de dólares.

Un problema importante de este periodo fue la inoperancia de alguno de los mecanismos de apoyo planteados, así como la suspensión temporal de la tasa cero del IVA en las adquisiciones de las Empresas de Comercio Exterior, lo que provocó obstáculos de operatividad.

No hubo apoyo total a estas empresas, el apoyo principal fue el Programa de Apoyo Financiero (PAF) de Bancomext, el que además tendió a concentrarse en unas cuantas empresas.

En cuanto a las comisiones financieras otorgadas por Bancomext se observó una situación similar; por ejemplo en 1988, el 83% de estas comisiones, que ascendieron a 4.6 millones de dólares en ese año, se concentró en solo 9 empresas, las cuales cumplían con las garantías que solicitaba Bancomext.

En esas condiciones, puede afirmarse que durante el periodo de vigencia del Decreto de 1986, el apoyo institucional a las Empresas de Comercio Exterior fue poco sustancial por parte del gobierno para la

mayoría de las empresas registradas. Por su parte las empresas se veían en dificultades para cumplir con los requisitos exigidos.

Asimismo, el requisito de incrementar las exportaciones de las Empresas de Comercio Exterior no pudo ser alcanzado, ya que exigía un esfuerzo de exportación poco adecuado a la realidad de las exportaciones mexicanas, a diferencia de Corea donde existe una conciencia exportadora y hay una vinculación entre empresas, gobierno, universidades y donde la producción interna es destinada a la oferta exportable. En México la producción es dirigida al mercado interno y el excedente en algunos sectores es lo que forma la oferta exportable.

A partir de este Decreto se establece la diferencia entre ECEX y otras empresas dedicadas a la comercialización de productos. Las empresas comercializadoras que no cuentan con registro ECEX por parte de Secofi serán sujetas de apoyo al amparo de los programas de Bancomext y su tratamiento será igual al de empresas exportadoras.²³

Sin embargo, hubo una posterior reforma a las ECEX, con base a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, el Programa Nacional de Modernización Industrial y Comercio Exterior (PRONAMICE) y el Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEX), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 y el cual se estudiará en el siguiente apartado.

²³Ochoa Hernández. Op. Cit. p. 110

2. El papel de las ECEX en el comercio exterior

Algunos especialistas han planteado respecto a las Empresas de Comercio Exterior, que "...es necesario acelerar su fortalecimiento y consolidación, ampliando su esquema con el objeto de perfilarlas hacia un enfoque de mercado/producto y de generar flujos comerciales positivos para nuestro país, para lo cual es conveniente que las Empresas de Comercio Exterior actúen como desarrolladoras de negocios de exportación, comercializadoras integrales, prestadoras de servicios e inversoras con amplios apoyos que las coloquen en competencia con empresas homólogas exitosas de otros países".²⁴

Como consecuencia, se promueve una nueva normatividad que atienda a esas consideraciones.

2.1. Fundamento jurídico y beneficios

El fundamento legal de las Empresas de Comercio Exterior está basado en el decreto para regular su establecimiento, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990.²⁵

Los objetivos son: regular el establecimiento y desarrollo de las Empresas de Comercio Exterior, determinar el régimen al que estarán sujetas, así como la promoción y comercialización integral de exportaciones de mercancías no petroleras.

Asimismo se estableció que las ECEX deben ser empresas especializadas en la comercialización internacional, que coadyuven al

²⁴Ornelas Gil, Julio. México reto y compromiso. Cd. Juárez, Chih. IEPES. PRI. 11 de agosto de 1987. p.234

²⁵Diario Oficial de la Federación, México. 3 de mayo de 1990. pp.15-16.

fortalecimiento de la oferta exportable no-petrolera y que sean catalizadoras del comercio exterior a través de:

- a) Integrar y consolidar oferta exportable adecuada a los requerimientos de los mercados internacionales.
- b) Identificar, promover e incrementar la demanda de mercancías mexicanas en el exterior.
- c) Establecer y desarrollar canales de comercialización internacional.
- d) Promover la exportación de mercancías de empresas medianas y pequeñas.
- e) Fomentar la integración de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías de exportación.

Se consideran **Empresas de Comercio Exterior** las sociedades mercantiles que obtengan registro como tales por parte de Secofi.

Las Empresas de Comercio Exterior deberán constituirse conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles, bajo la forma de Sociedad Anónima de Capital Variable, la composición de dicho capital deberá cumplir con lo establecido en las disposiciones aplicables en dicha ley.

Las sociedades nacionales de crédito podrán participar con capital de riesgo en las Empresas de Comercio Exterior, conforme a las condiciones que establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

Las Empresas de Comercio Exterior podrán realizar cualquier actividad de comercio exterior, incluyendo la importación de mercancías para su venta en el mercado nacional.

Secofi registrará como Empresa de Comercio Exterior y expedirá la

constancia correspondiente a las empresas que cuenten con capital social fijo no menor en moneda nacional del equivalente a 100,000 dólares estadounidenses, al tipo de cambio controlado, correspondiente a la fecha de su constitución.²⁶

Secofi autorizará a las Empresas de Comercio Exterior, lo siguiente:

- a) Expedición de constancia de empresa altamente exportadora (ALTEX).
- b) Programas de importación temporal para producir artículos de exportación, relativos a proyectos específicos de exportación (PITEX).
- c) Servicio de información comercial gratuito.

Al obtener su registro las Empresas de Comercio Exterior deben cumplir con las siguientes condiciones:

- Conservar un capital social fijo en moneda nacional no menor al acreditado en el momento de su registro.
- A los dos años contados a partir de la fecha de su registro, las Empresas de Comercio Exterior deberán realizar exportaciones anuales facturadas por cuenta propia de mercancías no petroleras por un importe mínimo de 3 millones de dólares estadounidenses. Para el cumplimiento de esta condición se podrá sumar al valor de las exportaciones el de las ventas de manufacturas a las industrias maquiladoras de exportación.

Asimismo, deberán mantener saldo positivo en su balanza comercial, entendiéndose por ésta, el resultado de restar al valor total de las divisas obtenidas por la exportación de mercancías facturadas por

²⁶ Idem p. 16

cuenta propia, el valor total en divisas de las mercancías importadas por la empresa.

Las enajenaciones que efectúen residentes en el país a las Empresas de Comercio Exterior se asimilarán a la exportación aún cuando dichas empresas no se dediquen exclusivamente a la referida actividad, para los efectos de la Ley del Impuesto al Valor Agregado y de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicio. Las mercancías objeto de estas enajenaciones deberán cumplir con las disposiciones aduaneras que al efecto se establezcan.

Las Empresas de Comercio Exterior obtendrán los beneficios que establece el artículo 24 del Reglamento de la Ley de Impuesto al Activo y los beneficios del sistema simplificado del despacho aduanero.²⁷

El Banco Nacional de Comercio Exterior otorgará financiamiento, a través de la banca privada mexicana, por medio de la tarjeta Exporta como apoyo a capital de trabajo.

SECOFI podrá suspender o cancelar el registro de aquellas Empresas de Comercio Exterior que incumplan las disposiciones del decreto para regular el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990, o presenten información falsa para su registro.²⁸

²⁷ Véase Ley aduanera y reglamento. México, Ediciones Fiscales. 1994. 217 pp.

²⁸ Diario Oficial de la Federación, Op. Cit. p. 16

2.2 Conceptos y objetivos

Aunque es fácil que el público en general tenga una idea aproximada de a qué nos referimos cuando hablamos de una empresa de comercio exterior, es conveniente ofrecer una definición que incluya los elementos y razones más importantes que la identifican.

De acuerdo a Bancomext, "las Empresas de Comercio Exterior tienen como actividad primordial el intercambio comercial de mercancías propias o de terceros, ya sea en el mercado interno o en el extranjero. Estas entidades actúan también como comisionistas, agentes o asesores de otras empresas, principalmente pequeñas y medianas; debido a la naturaleza de sus actividades, es muy importante que dispongan de sistemas de información especializada que les permitan identificar con oportunidad las demandas del exterior, así como localizar la oferta exportable."²⁹

Por su parte, Julio M. Ornelas define la misión de las ECEX como "la de promotores y desarrolladores de negocios que generen exportaciones a nuestro país, sustentados en el conocimiento y atención directa de los mercados internacionales, así como en la prestación de todo tipo de servicios relacionados con el comercio exterior, de manera tal que mantengan permanentemente la posición de nuestros productos en el extranjero, en términos de competitividad internacional."³⁰

Las Empresas de Comercio Exterior de mayor tamaño, actúan directamente en los transportes y establecen redes de almacenes en

²⁹ Empresas de comercio exterior, Banco Nacional de Comercio Exterior, México. s/f. s/resp. p.6

³⁰ Ornelas Gil, Julio. op.cit. p.233

varios países; incluso, estas entidades pueden crear, promover o divulgar marcas propias o de terceros, de acuerdo a las exigencias del mercado.

El éxito que tienen este tipo de organizaciones depende de su metodología de trabajo; la agilidad con la que realizan las operaciones de compra-venta; los financiamientos que consiguen; la participación en las operaciones de transporte, seguros y almacenaje; así como del lugar y desempeño de sus sucursales en el extranjero.

Debido a la amplia gama de funciones que realizan las Empresas de Comercio Exterior, las características de su organización no se pueden globalizar; éstas dependerán básicamente de los productos y mercados que estén manejando.

Entre las actividades propias de una empresa de este tipo, se pueden señalar: la formación de un paquete de productos, ajustando o adaptando las líneas de producción de las empresas involucradas en caso de que sea necesario, para colocar dichos productos a nivel nacional o internacional, realizar estudios de mercado para la promoción de nuevos productos y de nuevos mercados así como proporcionar asistencia técnica y de información.

Los objetivos fundamentales de estas empresas son:

- a) Desarrollar una buena infraestructura comercial y operativa.
- b) Identificar, generar y desarrollar proyectos para el incremento de la oferta exportable de mercancías y servicios.
- c) Desarrollar programas de exportación con base en una comercialización de productos y regiones, para abrir nuevos mercados

o incrementar su participación en los que ya se tienen colocados los productos.

d) Fortalecer la capacidad de negociación, tanto para la venta como para la compra.

e) Incorporar empresas medianas y pequeñas al comercio internacional.

f) Buscar la adecuación de los productos existentes a los requerimientos de los mercados internacionales.

g) Realizar operaciones de comercio bajo formas no convencionales.

"Las Empresas de Comercio Exterior, independientemente de las funciones, objetivos y metas que oficialmente regulan su operación, conjugan las líneas y políticas establecidas por el Gobierno, desarrollándose en el sector productor de bienes y servicios, en función de las necesidades particulares de éste, promoviendo así la oferta exportable."¹

2.3 Ventajas de la comercialización conjunta

La estructura de las Empresas de Comercio Exterior tiene ciertas ventajas sobre otras organizaciones en el desarrollo de la comercialización internacional. Estas son:²

a) Introducción a nuevos mercados: La infraestructura, la organización y el personal calificado con que cuentan las Empresas de Comercio Exterior, les permiten realizar estudios de mercado, investigaciones sobre transporte, técnicas de negociaciones y legislación en otros

¹Idem p. 234

²Op. Cit. Empresas de comercio exterior. p. 9

países que sean necesarias para la introducción de un producto o grupo de productos a un nuevo mercado y además lograr una permanencia en ellos.

Tales agrupaciones tienen una mayor posibilidad de diversificar sus mercados, con lo que se verán menos afectadas ante las fluctuaciones económicas de un país o región determinada. Esto se debe a que dentro de las actividades propias de las ECEX, es muy importante llevar un seguimiento de los mayores mercados del mundo, ya que de ahí se pueden detectar los que ofrezcan las mejores posibilidades para la colocación de la oferta exportable.

El conocimiento de otros mercados proporciona a la empresa comercializadora una mayor flexibilidad para cambiar su mercado de destino cuando éste apunte a una depresión o por el contrario, si un mercado resulta más atractivo la empresa puede intensificar su promoción en ese país o región.

b) Acceso a nuevos mercados: Las Empresas de Comercio Exterior pueden detectar, a través de sus estudios de mercado, la clase de artículos y las especificaciones exactas que requieren los productos para adaptarse a las necesidades de un mercado en especial.

Algunas empresas utilizan los servicios de especialistas, como consultores o empleados permanentes, para fijar las normas apropiadas e introducir las modificaciones necesarias para atender las exigencias del mercado internacional. Estos conocimientos técnico-prácticos y las costosas instalaciones necesarias para lograr los resultados requeridos, suelen no resultar rentables para una sola

empresa, por lo tanto una agrupación de ellas con la asesoría y la ayuda en comercialización de una Empresa de Comercio Exterior puede hacer mucho más viable este tipo de proyectos.

c) Consolidación de la oferta exportable: En muchos casos los pedidos del extranjero, comprenden volúmenes tales que son difíciles de ser surtidos por un solo proveedor. En este caso, las Empresas de Comercio Exterior pueden actuar como agentes que sean capaces de consolidar la oferta exportable necesaria para cubrir el pedido; de esta forma, pueden incorporarse al comercio exterior empresas (micro, pequeñas y medianas)³³ que difícilmente podrían realizar transacciones personales particularmente.

Es importante señalar que los importadores no son partidarios de adquirir por separado pequeñas cantidades de un bien determinado, por lo que es mucho más fácil concretar una operación a través de una entidad de comercio exterior que globalice la producción que cubra las necesidades del comprador.

Los importadores frecuentemente prefieren negociar con empresas que además de calidad y cantidad de producto, ofrezcan productos y servicios complementarios.

Es más fácil que una ECEX obtenga pedidos sistemáticamente de un

³³ La industria micro, pequeña y mediana se define de acuerdo con las siguientes características:

Microindustria: las empresas que ocupen hasta 15 personas y el valor de sus ventas anuales no

rebasen el equivalente a 900 mil nuevos pesos.

Industria pequeña: las empresas que ocupen hasta 100 personas y el valor de sus ventas anuales, no rebasen el equivalente a 9 millones de nuevos pesos.

Industria mediana: las empresas que ocupen hasta 250 personas y el valor de sus ventas anuales

no rebasen el equivalente a 20 millones de nuevos pesos.

En Tratado de Libre Comercio. La industria micro, pequeña y mediana. Secofi. p. 9

comprador extranjero, ya que su estructura le permite coordinar el transporte, concertar garantías comunes, proveer series completas de piezas e incluso lograr que se adopte una marca común que convenga a los distribuidores extranjeros. De esta forma, el importador sólo tiene que preparar un juego de documentos y su trabajo se simplifica porque está tratando con una sola organización las cuestiones de precios, reposiciones, fechas de entrega, calidad y condiciones de crédito; así como obtener un ahorro considerable al aprovechar al máximo los contenedores con todo el pedido consolidado en el mismo.

d) **Reducción de las fluctuaciones estacionales de la actividad comercial:** Al tener una mayor diversidad de mercados o de productos, las Empresas de Comercio Exterior no recienten tanto las fluctuaciones cíclicas de la demanda exterior.

e) **Planificación a largo plazo:** Cuando se ha logrado una actividad exportadora sistemática a través de una agrupación central competente, la empresa puede planificar sus actividades con mayor seguridad y eficacia.

Dentro de esta planeación se encuentran la contratación y capacitación de su personal, aumento de capital, previsión de la producción necesaria para cubrir los pedidos, etc.

f) **Reducción de los costos unitarios de producción:** Cuando la acción de una Empresa de Comercio Exterior comienza a tener resultados positivos, aumenta la demanda de un bien o servicio determinado, por lo que la empresa productora está en posibilidad de aumentar su producción, con lo cual se reducen los costos, y por ende, la posición

competitiva de la empresa en cuestión se ve mejorada.

g) Adquisición de los conocimientos técnico-prácticos de comercialización internacional: El personal que labora dentro de una Empresa de Comercio Exterior, suele tener amplios conocimientos sobre la mecánica e implicaciones en las transacciones comerciales en el exterior; por lo tanto, cualquier empresa que trabaje con este tipo de entidades podrá familiarizarse más rápido y fácilmente con todo el procedimiento que significa una exportación.

Existe un vínculo entre las empresas y las instituciones de formación profesional, de acuerdo a las necesidades que se presentan según el momento histórico que se vive en los países.

A menudo, los dirigentes de las empresas productoras intervienen en las negociaciones de la venta junto con los representantes de la empresa que comercializa; de esta manera pueden obtener una experiencia directa del significado de la comercialización internacional. Entre estos conocimientos figuran no sólo la negociaciación directa de operaciones de venta, agentes y clientes en el extranjero; sino también otros aspectos tales como el crédito y otras operaciones financieras, los procedimientos de documentación, los requisitos técnicos en el extranjero, los procedimientos de embalaje y los métodos de transporte.

h) Mayor capacidad de negociación: Al tener una mayor experiencia en los mercados internacionales, contar con una gama más amplia de productos y tener una mayor flexibilidad para poder encaminar sus operaciones a otro país o región determinada, las Empresas de

Comercio Exterior cuentan con una mayor capacidad de negociación que una empresa en particular.

Además este mismo poder de negociación puede utilizarse internamente para negociar con las autoridades gubernamentales, ya que representan un conjunto de empresas con problemas análogos.

i) Reducción de los gastos de exportación: En muchos casos, una de las principales ventajas de una Empresa de Comercio Exterior, consiste en que puede compartir los gastos de exportación.

De esta forma cada empresa puede beneficiarse de los servicios especializados que proporciona la empresa de comercio exterior a un costo mucho más reducido, ya que, los gastos se dividen entre todas las empresas participantes en la transacción.

Es mucho más rentable el realizar una transacción a través de una Empresa de Comercio Exterior, en lugar de utilizar a un agente exportador o una casa comercial; ésto debido a que la empresa que comercializa en el extranjero actúa como prolongación de la empresa productora, y ésta última recibe más directamente los beneficios de la exportación.

2.4 Aspectos a considerar en la formación de Empresas de Comercio Exterior

Al pretender formar una Empresa de Comercio Exterior es necesario evaluar los siguientes aspectos:

Conocer la oferta exportable con la que se cuenta, así como conocer la capacidad que tienen las empresas productoras de bienes que se

pretenden exportar. Para esto es necesario contar con información sobre la capacidad instalada, la producción real y el saldo exportable.

El análisis de los precios es muy importante, ya que éstos deben ser competitivos con los precios internacionales, de otro modo, quedarían fuera de toda posibilidad de venta.

Contar con el personal capacitado especializado en la realización de estudios de mercado, representantes de ventas, expertos en trámites de exportación, empaquadores, almacenistas, contadores, etc. para realizar la comercialización de forma eficiente.

Conocer la demanda de los productos mediante el estudio de mercado para determinar el nivel de penetración que puedan tener en la zona así como el perfil de los consumidores.¹⁴

Calcular el presupuesto de gastos que tiene regularmente una Empresa de Comercio Exterior, para lo cual se deberán tomar en cuenta los siguientes gastos: inmueble (renta o compra del mismo), salarios del personal, estudios de mercado, viajes de promoción, pago de servicio, etc.

El presupuesto se debe preparar y respetar, para conocer con exactitud las fechas en que se llevarán a cabo los egresos mencionados, con el fin de conseguir financiamientos que fortalezcan el capital de trabajo de la empresa y dé más impulso a los recursos en general.

La forma de obtención de recursos son: aportación económica de los socios, ingresos de operaciones de exportación, préstamos bancarios,

¹⁴Brown, Lyndon. Comercialización y análisis de mercado. Buenos Aires. Selección Contable 1959. 525pp.

créditos preferenciales, etc.

2.5 Formas de organización

La organización de las Empresas de Comercio Exterior está principalmente estructurada en función de la comercialización y de la operación:³³

La *comercialización* contempla:

Compras: Compras nacionales para exportación, compras de importación para el mercado local, triangulación, importaciones temporales, estudios de mercado, bodegas y oficinas de representación en el exterior principalmente.

Promoción y ventas: canales de distribución, ferias y misiones, captación de demandas, consolidación de oferta exportable, elaboración y envío de cotizaciones.

Gerencia y técnica de producción: control de calidad, empaque, diseño, localización de productos, programación de producción, promoción de la producción, etc.

Administración: asesoría administrativa y recursos humanos.

Relaciones públicas y legales: promoción de nuevos socios, cursos y seminarios, capacitación de personal, relaciones con instancias gubernamentales, relaciones interempresariales.

La *operación* considera lo siguiente:

Tráfico: transporte, empaque y embalaje, supervisión de embarques, trámites y documentos, seguros de transporte, referencias

³³Op. Cit. *Empresas de comercio exterior*, p. 20

arancelarias.

Finanzas: obtención de apoyos fiscales, recursos financieros, crédito y cobranza a clientes, contabilidad, facturación, auditoría interna y externa, presupuesto, asesoría financiera y crediticia.

Dentro de las funciones básicas de las Empresas de Comercio Exterior podemos mencionar:

Estudios de mercado y planificación de la comercialización: mediante los estudios de mercado se detecta la demanda de un producto determinado en una región o país determinados, así como los canales de distribución más convenientes y de esta manera elaborar planes de comercialización y estrategias para optimizar los resultados de las transacciones.

Desarrollo de productos y control de calidad: se pueden hacer adecuaciones a ciertos productos para modificar una línea de producción o bien realizar un producto que esté muy solicitado en un lugar determinado.

Publicidad y promoción de ventas: Es más fácil, así como redituable, para una Empresa de Comercio Exterior, la cual conoce los mercados y agrupa la oferta exportable de varias empresas, realizar promociones y publicidad de los artículos que comercializa, así como la constante participación en ferias y misiones comerciales.

Despacho de pedidos, cobranza y seguros: Las Empresas de Comercio Exterior se pueden hacer cargo de la expedición de pedidos, de organizar la distribución en el extranjero, de obtener los seguros de transporte y de conseguir que el cobro del pedido se lleve a cabo en la

forma en que se convenga.

Financiamiento de las exportaciones: Al conjuntar el esfuerzo de varias empresas pequeñas y medianas y por lo tanto mayores expectativas de exportación, las Empresas de Comercio Exterior son sujeto de crédito.

El cuadro 1 muestra las ECEX registradas hasta 1992, su nombre, registro, ubicación, tipo de producción y destino principal de sus exportaciones. De acuerdo al año de registro observamos 7 empresas (7.6%) que operan desde 1987; 11 (11.95%) desde 1988; 3 (3.3%) desde 1989; 25 (27.17%) desde 1990; 23 (25.0%) desde 1991; y, el mismo número desde 1992. Cuadro 1

EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
1.- 3. M GLOBAL TRADING DE MEXICO. S.A DE C.V.	724/90	D.F.	FENOL, ALCOHOL Y JUGUETES.	E.U.A.
2.- ALCATEL-INDETEL COMERCIO EXTERIOR. S.A. DE C.V.	610/90	D.F.	CONVERTIDORES, BOBINAS, SERVICIOS.	BARBADOS E.U.A. ITALIA BARBADOS
3.- ALRO EXPORTACIONES. S.A. DE C.V.	595/90	JALISCO	ARTESANIAS	E.U.A. CANADA AUSTRALIA.
4.- ARANCIA GRUINDEX. S.A. DE C.V.	118/87	JALISCO	QUIMICO Y ALIMENTOS	E.U.A.
5.- ART & CRAFTS EXPORT S.A. DE C.V.	997-92	D.F.	VIDRIO SOPLADO FIGURAS DE FIERRO PEWTER PESCADOS DE MADERA JOYERIA DE LATON	E.U.A. SUIZA CHILE ITALIA ALEMANIA
6.- BIOTECNOLOGIA DE COSMETICOS S.A. DE C.V.	883/91	D.F.	N.D.	N.D.
7.- C.T.C. (CONELEC TRADING COMPANY)	684/90	D.F.	ALAMBRO DE COBRE.	COSTA RICA HONDURAS EL SALVADOR GUATEMALA
8.- CALIFORNIA MEXICO EXPORTACIONES S.A. DE C.V.	649/90	D.F.	MUEBLES	E.U.A.
9.- CAPRICCIO DE MEXICO S.A. DE C.V.	944/92	YUCATAN	SOMBREROS, CERAMICA, ADORNOS DE MADERA, CAMISETAS Y CANASTAS	E.U.A.
10.- CEMEX INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	374/88	D.F.	CEMENTO HIDRAULICO	E.U.A.

Cuadro 1 (continuación)
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
11.- CIA. DE ALIMENTOS EL DELFIN S.A. DE C.V.	744/91	D.F.	JUGO CONCENTRADO DE PINA	E.U.A.
12.- CIA. DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR DEL EDO. DE SONORA S.A. DE C.V.	800/91	SONORA	GARBANZO, UVAS Y HORTALIZAS.	ESPAÑA E.U.A.
13.- CIA. EXPORTADORA GRUPO DIBOGA S.A. DE C.V.	384/88	BAJA CALIFORNIA	ROLLS DE PAPEL IMP.	E.U.A.
14.- COMERCIAL EXPORTADORA JASO S.A. DE C.V.	857/91	BAJA CALIFORNIA	REFRESCO, JABON DE TOCADOR.	E.U.A.
15.- COMERCIALIZADORA DE TEXTILES DE EXPORTACION S.A. DE C.V.	545/90	D.F.	HILADOS Y TELAS	E.U.A.
16.- COMERCIALIZADORA RETER S.A. DE C.V.	547/90	D.F.	MONOETILENGLICOL	E.U.A.
17.- COMERCIO INTERNACIONAL INTEGRADO S.A. DE C.V.	1000/92	D.F.	DULCES Y GALLETAS SEMILLAS, MANZANAS Y CHILES	HONDURAS NICARAGUA
18.- COMPLEX EXPORTADORA S.A. DE C.V.	749/91	NUEVO LEON	JABONES, DETERGENTES Y LICORES	E.U.A.
19.- CONDUTRADE INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	593/90	D.F.	CONDUCTORES ELECTRICOS	E.U.A. CANADA
20.- CONGELADOS Y DERIVADOS DEL MAR S.A. DE C.V.	825/91	SINALOA	CAMARON CONGELADO SIN CABEZA	E.U.A.
21.- CONSORCIO COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	345/88	NUEVO LEON	FLETES DE ACERO, LAMINA GALVANIZADA, BATERIAS AUTOMOTRICES, PANELES DE ACERO, ESCALERAS DE ALUMINIO, MUEBLES DE MADERA Y CLAVOS.	E.U.A.
22.- CONSORCIO INTERMEX S.A. DE C.V.	109/87	NUEVO LEON	PELICULA DE CELULOSA	E.U.A.
23.- CONSORCIO INTERNACIONAL DEL PACIFICO S.A. DE C.V.	723/90	D.F.	AGUACATE EN FRUTO	E.U.A.
24.- COREXCO S.A. DE C.V.	1007/92	D.F.	LICORES Y CERVEZA DE MALTA, FIBRA OPTICA, CIGARRROS Y AGUAS MINERALES Y EDULCORADAS	CHILE E.U.A.

Cuadro 1 (continuación)
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
25. CORPORACION DE EXPORTACIONES MEXICANAS S.A. DE C.V.	632/90	D.F.	PELICULA FOTOGRAFICA	E.U.A. ALEMANIA
26. CRISOL INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	707/91	D.F.	FIBRA ACRILICA, HILO ACRILICO	E.U.A.
27. DELCOMEX S.A. DE C.V.	1006/92	D.F.	CIGARRILLOS, LICORES Y CERVEZA DE MALTA FIBRA OPTICA, AGUAS MINERALES Y REDUCTORAS.	CANADA CHILE E.U.A.
28. DELTA COMERCIAL E IMPORTADORA S.A. DE C.V.	422/88	D.F.	ORO	E.U.A.
29. DINAMICA COMERCIAL DE HOME S.A. DE C.V.	986/92	SINALOA	TOMATE, SANDIA, CALABAZA Y CHILE	E.U.A.
30. DOMOS INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	810/91	NUEVO LEON	ART. MEXICANAS, PIEL Y JOYERIA	E.U.A.
31. EMPRESA UNIVERSAL DE COMERCIO EXTERIOR S.A. DE C.V.	989/92	BAJA CALIFORNIA	CHAMARRAS Y BOLSAS PARA DAMA	E.U.A.
32. EPN INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	694/90	D.F.	EQUIPO DE TELECO MUNICACIONES, INTERRUPTORES, PARARRAYOS Y FUSIBLES REFORMADOS Y TABLEROS	BOLIVIA EL SALVADOR COSTA RICA
33. EUREX S.A. DE C.V.	650/80	D.F.	MANUFACTURAS Y MATERIAS PRIMAS.	E.U.A.
34. EXIMLAT S.A. DE C.V.	424/88	D.F.	BROCOLI	E.U.A.
35. EXIMCOMER S.A. DE C.V.	696/90	D.F.	MATERIAL ELECTRICO	BRASIL
36. EXPOHAVRE S.A. DE C.V.	962/92	D.F.	N.D.	N.D.
37. EXPORMEX TRADING S.A. DE C.V.	943/92	EDO. DE MEXICO	POLIPASTOS, TEQUILA, MANGO, AGUACATE Y AJO.	ECUADOR REINO UNIDO FRANCIA
38. EXPORTACION ESTRATEGICA	826/91	D.F.	LICORES, TORNILLOS Y TEXTILES.	N.D.
39. EXPORTADORA CABRERA S.A. DE C.V.	407/88	JALISCO	GUANTES DE PIEL	E.U.A.
40. EXPORTADORA DE ARTICULOS MEXICANOS S.A. DE C.V.	801/91	D.F.	TABACO	ALEMANIA
41. EXPORTADORA DE PRODUCTOS HORTICOLAS VALLE-MEX. S.A. DE C.V.	879/91	BAJA CALIFORNIA	CEBOLLIN, PORO RADANOS Y QUELITES	E.U.A.
42. EXPOSANFER S.A. DE C.V.	991/92	D.F.	CAFE, ARROZ PULIDO Y AGUA MINERAL	BRASIL

Cuadro 1 (continuación)
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
43.- FOREVER-GREEN INTERTRADING S.A. DE C.V.	789/91	D.F.	CEMENTO PORTLAND Y PURIF DIESEL	ARABIA SAUDITA
44.- GRANOS LA MACARENA S.A. DE C.V.	800/91	SONORA	GARBANZO	E.U.A. ITALIA ESPAÑA
45.- GRUPO HOLCO S.A. DE C.V.	802/91	D.F.	N.D.	N.D.
46.- GRUPO INDUSTRIAL ACEVEDO EXPORTADORA S.A. DE C.V.	540/90	PAJA CALIFORNIA	MOLDURAS Y ACEROS DE MADERA	E.U.A.
47.- GRUPO INTERNACIONAL HHS MEXICO S.A. DE C.V.	606/90	EDO. DE MEXICO	ARTICULOS DE MADERA	SUIZA
48.- GRUPO IPO INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	801/91	D.F.	N.D.	N.D.
49.- GRUPO VESTIMEX S.A. DE C.V.	681/90	D.F.	ROPA	E.U.A.
50.- HANSA LLOYD DE MEXICO S.A. DE C.V.	1008/92	D.F.	MIEL DE ABEJA Y MOSCO ACUATICO SECO	ALEMANIA
51.- HEMI INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	251/87	CHIHUAHUA	ARTICULOS DE VIDRIO	E.U.A.
52.- HERMES COMERCIO EXTERIOR S.A. DE C.V.	391/88	D.F.	CONCENTRADO DE ZINC Y BARRAS DE ACERO.	E.U.A.
53.- IMPORTACIONES 2001 S.A. DE C.V.	964/92	D.F.	FIGURAS DE ONIX FIGURAS DE MARMOL PAPEL MACHE PAPEL MATE VIDRIO SOPLADO.	E.U.A. COREA ESPAÑA ALEMANIA FRANCIA
54.- IMPULSADORA Y EXPORTADORA NACIONAL S. DE R. L. DE C.V.	121/87	D.F.	CHICLE NATURAL, MIEL DE ABEJA, ACEITE ESENCIAL DE LIMON, JUGO DE LIMON, ACEITE DE CARTAMO Y AJONJOLI	E.U.A. ITALIA JAPON COREA ESPAÑA
55.- INTERCONTINENTAL DE NEGOCIOS S.A. DE C.V.	994/92	SINALOA	N.D.	ND.
56.- INTERCRISA S.A. DE C.V.	315/88	NUEVO LEON	ARTICULOS DE VIDRIO	E.U.A.
57.- INTERMEX EXPORTADORA S.A. DE C.V.	788/91	D.F.	ACEITE COMESTIBLE, SOYA Y GIRASOL	E.U.A.
58.- LANZAGORTA INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	115/87	D.F.	VALVULAS	E.U.A.

Cuadro 1 (continuación)
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
59.- LECARO IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.A DE C.V.	603/90	D.F.	REFRESCOS Y GALLETAS	E.U.A.
60.- LYNX EXPORTADORA S.A DE C.V.	502/89	NUEVO LEON	LICORES Y TABACO LABRADOS	ALEMANIA
61.- MABE EXPORT S.A DE C.V.	972/92	D.F.	ESTUFAS Y REFRIGERADORES	E.U.A.
62.- MIZRACHI Y CIA. DE MEXICO S.A. DE C.V.	824/91	BAJA CALIFORNIA	RELOJES DE PULSO	E.U.A.
63.- MULTIPROMO S.A DE C.V.	743/90	D.F.	JABON PARA TOCADOR, PILAS, CEPILLOS DENTALES	CANADA AUSTRALIA
64.- MULTIVIA S.A DE C.V.	496/89	D.F.	FLORES	E.U.A.
65.- NEXCO S.A. DE C.V.	651/90	D.F.	MANUFACTURAS Y MATERIAS PRIMAS	E.U.A
66.- OPERADORA DE COMERCIO EXTERIOR UNIVERSAL S.A DE C.V.	892/92	EDO. DE MEXICO	REFRACTARIOS, APISONABLES, MOHNEROS Y PLASTICOS	EL SALVADOR
67.- ORGANIZACION JTS INTERNACIONAL S.A DE C.V.	951/92	D.F.	CHOCOLATE EXTRAFINO, NUEZ WESTEM TRAMPADA	CANADA E.U.A.
68.- PAT DIFUSION S.A. DE C.V.	945/92	D.F.	MANUFACTURAS DE PLATA	FRANCIA
69.- PONDÉREX S.A. DE C.V.	592/90	CHIHUAHUA	CARTONCILLO TRIPLAY Y TABLEROS	E.U.A.
70.- PRODUCTOS CONGELADOS DEL HUMAYA S.A. DE C.V.	897/91	SINALOA	CARNE DE JAIBA FRESCA Y CAMARON	E.U.A.
71.- PRODUCTOS EXPORTADOS S.A DE C.V.	314/88	NUEVO LEON	ENVASES DE VIRIO Y PLASTICO	E.U.A.
72.- PRODUCTOS NACOBRE S.A. DE C.V.	117/87	D.F.	TUBO DE COBRE	E.U.A.
73.- PROFINTER S.A DE C.V.	591/90	D.F.	ELETRODOMESTICOS, LLANTAS Y AUTOPARTES	E.U.A. COLOMBIA VENEZUELA
74.- PROMOTORA JUNGLA VERDE S.A DE C.V.	931/91	D.F.	MAHMOI, CANTERA Y VIDRIO	E.U.A
75.- PROMOTORES Y ASESORES EN COMERCIO EXT. S.A DE C.V.	663/90	D.F.	JUGUETES	CANADA
76.- PROPIEDADES ESMERALDA S.A. DE C.V.	745/91	NUEVO LEON	COBRE DE 1a, 2a y 3a	E.U.A.

Cuadro 1 (continuación)
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR 1992

EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR	REGISTRO ALTEX	UBICACION	PRODUCCION	DESTINO
77.- QUIMAN S.A. DE C.V.	571/90	EDO. DE MEXICO	ANETA SECA DE TIBURON SUERO FETAL BOVINO	CANADA ALEMANIA
78.- RIESTRA INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	992/92	D.F.	ROPA	E.U.A.
79.- ROBERTSON LESLIE MEXICO S.A. DE C.V.	812/92	CHIHUAHUA	CONCENTRADO DE ZINC, ORO Y PLOMO	REINO UNIDO
80.- RYLTEX S.A. DE C.V.	267/87	AGUASCALIENTES	COBERTORES Y COLCHAS	E.U.A.
81.- SAMSUN DE MEXICO S.A. DE C.V.	990/92	D.F.	FIBRA AGRICOLA EN MECHA	CHINA NACIO ALISTA
82.- SAN CARLOS WORLD TRADE MEXICO S.A. DE C.V.	014/91	D.F.	PLATANO	E.U.A.
83.- SELECTROMEX S.A. DE C.V.	685/90	EDO. DE MEXICO	ARTESANIAS	E.U.A.
84.- SOLTEC EXPO S.A. DE C.V.	423/88	D.F.	SOLDADURAS Y REFRACTORES	NICARAGUA
85.- SOMEXPORT S.A. DE C.V.	409/89	D.F.	ORO FINO EN LINGOTES Y ACERO	E.U.A.
86.- TABACOS DEL PACIFICO NORTE S.A. DE C.V.	959/92	NAYARIT	TABACO	E.U.A.
87.- TAMTRADE S.A. DE C.V.	544/90	D.F.	TUBERIA	E.U.A. INDONESIA
88.- TELAS OXFORD INTERNACIONAL TRADING S.A. DE C.V.	920/91	D.F.	TELAS SPUN	E.U.A.
89.- TEXTIL EXPORTA S.A. DE C.V.	331/88	D.F.	HILOS DE FIBRA ACRILICA	ITALIA REINO UNIDO ALEMANIA
90.- TEXTILES PALMEIRA S.A. DE C.V.	041/91	D.F.	BOLSAS Y ROPA PARA PLAYA	E.U.A.
91.- UNIVERSAL INTER-MARKETING S.A. DE C.V.	985/92	D.F.	BOMBAS PARA AGUA	E.U.A.
92.- YUCATAN EXPORTS & IMPORT S.A. DE C.V.	1005/92	YUCATAN	LIMON SIN SEMILLA, TORONJA, PLATANO TABASCO, CHILE JALAPENO, MELON CATALOPE.	E.U.A.

FUENTE: SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL. DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS AL COMERCIO EXTERIOR, 1992
ND.- No disponible.

3. Procedimiento básico en el trámite de las exportaciones.

3.1 Procedimiento

Entre las ventajas que como señalé en el apartado 2, tienen los productores al exportar a través de una Empresa de Comercio Exterior se encuentra la de confiar en personas con experiencia la realización del procedimiento de exportación.

Los pasos básicos que se deben realizar en el proceso de exportación, atendidos principalmente por egresados de la disciplina Relaciones Internacionales, son: captación de pedidos, órdenes de compra a proveedores, recepción de mercancía, empaque, documentación, medios de transporte, seguimiento y arribo de mercancía a destino.

A continuación trataré de explicar en qué consiste cada uno de los pasos y cómo se realiza la actividad en cuestión, de acuerdo a mi experiencia laboral profesional en una Empresa de Comercio Exterior, Grupo LPO Internacional, S.A. de C.V., la cual comercializa artesanía mexicana.³⁶

a) Captación de pedidos:

Es la forma en que los clientes extranjeros (importadores) demandan algún producto a la Empresa de Comercio Exterior.

- *Visita a la sala de exhibición permanente:* Grupo LPO cuenta con una sala de exhibición permanente, decorada profesionalmente para hacer atractivos los productos que ahí se muestran, en ésta se encuentran reunidas piezas muestra de la oferta exportable que maneja, en este lugar se pueden observar los productos de más de 20

³⁶Castillo N. Gabriela y Cervantes M. Adriana. Procedimiento de exportación. Grupo LPO Internacional. Documento Interno. 1991. 30pp.

productores mexicanos quienes realizan su producción en diferentes estados de la República Mexicana. El comprador entonces, puede tener una clara idea de la oferta exportable ofrecida y levantar ahí mismo su pedido, lo cual le reduce inversión de tiempo ya que de otra manera tendría que visitar a cada uno de estos productores hasta encontrar el artículo idóneo que busca.

- *Desarrollo de productos sobre diseño:* En muchas ocasiones el comprador se dirige a Grupo LPO ya con uno o varios diseños en mente, con el fin de que la Empresa de Comercio Exterior encuentre al productor para que lo realice.

- *Asistencia a Ferias Comerciales de Promoción:* En la participación en este tipo de eventos, es posible la captación de pedidos importantes Grupo LPO participa en las ferias comerciales donde se presentan artículos de su ramo específico, artículos decorativos (artesanías y muebles), en estos eventos exhibe los artículos que comercializa de los diferentes productores, es decir, es como una extensión de la sala de exhibición que la empresa tiene en su planta, de este modo se obtiene el mismo resultado que en la sala de exhibición, con la ventaja de que en las Ferias Comerciales³⁷ se encuentran reunidos importantes compradores que asisten a estos sitios en busca del producto específico que les interesa.

- *Visita a clientes en el extranjero:* En algunas ocasiones, los clientes no pueden viajar a México, por lo cual solicitan les sean llevadas

³⁷ Véase H.B.G. Montgomery et al, Participación en ferias comerciales. Centro de Comercio Internacional. Ginebra. 1989. 97 pp.

muestras de algun(os) producto(s) en particular o de algunas líneas de productos, entonces son visitados por algún representante de la empresa con el fin de mostrarles los que les interesan físicamente o en catálogo.

b) Ordenes de compra a proveedores

Una vez que se ha levantado el pedido, se procede a levantar una orden de compra al productor que realiza el artículo que solicitó el cliente. Al elaborar esta orden de compra es importante anotar quién remite o solicita, darle un número al pedido u orden de compra, clave de referencia de las piezas solicitadas, cantidad de piezas y fecha de entrega.

c) Recepción de mercancía

Una vez que el proveedor (productor) recibió la orden de compra, elabora el producto solicitado y se dirige a la Empresa de Comercio Exterior a entregar su mercancía, ésta, a su vez la recibe y procede a inspeccionarla para determinar si cumple con el control de calidad debido. Esto es muy importante ya que de éste dependen ventas futuras, así como la imagen que los productos mexicanos dan al mundo.

Es necesario llevar un control de la mercancía recibida mediante inventarios, regularmente la cantidad de piezas es grande, por lo que los productores no pueden entregar la cantidad total del artículo por no contar con espacio en sus empresas para almacenar y por lo tanto hacen entregas parciales, con la ayuda de los inventarios podemos determinar el momento en que los pedidos son entregados en su

totalidad.

d) Empaque

La exportación requiere que los productos sean colocados en su destino final, la manera para que la mercancía llegue en estado óptimo es colocándola en un buen empaque. Grupo LPO utiliza en el proceso de empaque materiales como: periódico, plástico burbuja, cartón y unisel para proteger las piezas.

El personal de empaque debe recibir una orden de empaque, para saber qué productos deben recibir este tratamiento.

Regularmente se empacan piezas de diferentes clientes y diferentes pedidos, por lo que la orden de empaque debe especificar el nombre del cliente, número de piezas a empacar, clave y descripción de la mercancía y nombre del empacador. Una vez que se empaca la mercancía, se debe tener mucha precaución para que no sea confundida con la mercancía de otros clientes, para ello se procede a etiquetar inmediatamente cada caja. La etiqueta contiene: nombre del remitente, nombre del destinatario, número de piezas, clave, descripción del producto (en inglés y español), número de caja, número de pedido y peso (en kilogramos). Estas referencias también son importantes para el cliente, pues así es muy fácil identificar el contenido de una caja determinada. Al etiquetar cada caja se cumple con la ley de normalización y metodología en cuanto a la regularización de productos mediante la información al consumidor avalado por el GATT a través del Código de Obstáculos técnicos al comercio exterior que México suscribió el 20 de abril de 1988.

Simultáneamente al numerar cada etiqueta se deberá elaborar la lista de empaque, ésta es parte de la documentación que se deberá entregar en su momento al agente aduanal y al cliente. Los datos que debe contener son: remitente, número de embarque o de pedido, número de caja, descripción, clave de referencia, descripción del producto (en inglés y español), número de piezas por caja, número de piezas totales, peso por caja, peso total, volumen por caja, volumen total y número de contenedor. La lista de empaque es parte de la eficiencia en el proceso de exportación y es de gran beneficio tanto para el importador como para los agentes aduanales, para el importador es muy importante que al arribo de su mercancía puede identificar el contenido de cada paquete de acuerdo al número de caja otorgado en la lista de empaque; para los agentes aduanales, el trámite de despacho se facilita al poder conocer el número de cajas, su contenido y las cajas específicas que se están transportando en cada contenedor en el caso de que se estén enviando más de un contenedor para el mismo importador.

e) **Seguimiento:** Una vez que ya parte el embarque hacia su destino, es muy recomendable que se mantenga comunicación con los agentes aduanales, para verificar que el embarque ya les haya sido entregado y no tenga problemas en el despacho aduanal.

Una vez que ya fue despachado en las aduanas correspondientes se debe seguir el tránsito de la mercancía hasta cerciorarse que ésta llegó sin problemas al importador.

3.2 Documentación.

La documentación que debe prepararse para los agentes aduanales es: factura, carta de instrucciones, listas de empaque y certificado de origen.

a) **Factura** En la mayoría de los pedidos recibidos por Grupo LPO son solicitadas gran variedad de artículos, los cuales no podrían plasmarse en una sola página de la factura, por lo que éstas las elaboramos de la siguiente manera:

La factura membretada es llenada normalmente con fecha, cliente, dirección, número de pedido, condiciones, etc. En la parte correspondiente al número de piezas, descripción, precio unitario y precio total se procede a globalizar el total de piezas facturadas, monto total de las piezas, monto total por el empaque y se remite a ver el anexo. Es muy importante mencionar el origen de la mercancía y que estas son, en el caso de la mercancía que comercializa Grupo LPO, artesanías 100% hechas a mano. En el anexo se factura toda la mercancía detalladamente, es decir indicando clave, descripción (en inglés y español), precio unitario, porcentaje de empaque y precio total. Lo anterior se formula así para que todo lo facturado sea amparado por una sola factura, pues los agentes aduanales perciben sus honorarios por cada factura, lo que incrementaría al cliente los gastos finales en la exportación y haría menos competitivos los precios de nuestros productos.

Este documento es indispensable para realizar la exportación, ya que de acuerdo a éste es otorgado el pedimento de exportación

correspondiente, con el cual se comprueba la exportación de los productos amparados por la misma.³⁹

b) **Cartas de instrucciones** Deben entregarse tanto al agente aduanal mexicano como al del país importador. En ellas se informa el nombre del remitente, nombre del destinatario, dirección, número de embarque, número de factura, medio de transporte utilizado, número de contenedor, contenido del embarque e instrucciones en general para que la mercancía llegue correctamente a su destino.

c) **Lista de empaque** Este documento debe incluirse en la documentación que se hace llegar a los agentes aduanales y al cliente.

d) **Certificados de origen** Tienen como propósito posibilitar a las empresas exportadoras el aprovechamiento de concesiones y preferencias establecidas por otros países a los productos mexicanos.

Las normas de origen que rigen tales concesiones y preferencias arancelarias exigen que el producto cumpla con determinado grado de transformación en el país exportador, se transporte directamente al país importador y se acompañe cada embarque por un certificado de origen.

Esta validación oficial no es necesaria para exportaciones a los Estados Unidos de América, ya que desde julio de 1986 las propias empresas que exportan a ese mercado están facultadas para expedir los certificados de origen que requieran.

Los países industrializados otorgan preferencias y concesiones

³⁹ V. Artículos 25 en: Ley Aduanera y Reglamento. México, Ediciones Fiscales, 1994. pp. 11-12. V. Artículos 86,87, 88, 89 y 90 en: Reglamento de la Ley Aduanera. México, Ediciones Fiscales, 1994.

arancelarias a México son los que han establecido sistemas generalizados de preferencias (SGP), y los miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), a través del Acuerdo de Alcance Parcial.

Los certificados de origen son necesarios para obtener estas preferencias y en general deben ser emitidos por Secofi.

En todos los casos, debe cumplirse con las normas de origen establecidas por cada país otorgante, las cuales se refieren a tres aspectos básicos: criterios de origen, condiciones de expedición y requisitos documentales:

a) Los criterios de origen señalan las características de elaboración o de transformación que las mercancías deben cumplir para ser acreedoras a las preferencias o concesiones, y establecen en su caso los mínimos de integración nacional que deben tener los productos elegibles.

En algunos casos este grado de transformación se califica en función de la clasificación arancelaria que tenga el producto terminado, en comparación con el que se aplica a los insumos, en otros casos se han establecido determinados porcentajes de integración.

b) Las condiciones de expedición se refieren al transporte y envío que deben tener los productos, ya que en la mayor parte de los casos es requisito que los productos beneficiarios se transporten directamente del país productor al país de destino.

c) Los requisitos documentales, señalan los formularios que deben presentarse en el país importador para obtener las preferencias. Estos

formularios son los certificados de origen.³⁹

Secofi expide certificados de origen tanto en la Ciudad de México, como en las delegaciones federales en el interior del país, en un plazo máximo de 48 horas.

Las empresas para obtener los certificados de origen autorizados por Secofi deben presentar anualmente un cuestionario en el que se especifican los grados de integración de sus productos de exportación.

Con base en el cuestionario, se expiden los certificados de origen. Después de haber sido aprobado, cada vez que se quiera obtener la autorización de un certificado de origen se debe presentar una copia de la factura comercial que ampara la exportación y el anexo estadístico.

Las exportaciones mexicanas pueden obtener la eliminación o reducción de aranceles en los países de destino de las mercancías, en función de diversos acuerdos o convenios internacionales, lo que puede propiciar una mayor competitividad de nuestros productos frente a los proveedores alternativos.

Para otorgar estas preferencias y concesiones arancelarias, los países importadores exigen la presentación de estos certificados de origen, los cuales acreditan que los productos que están importando han sido extraídos, cosechados o fabricados en los países beneficiarios, conforme a las normas de origen establecidas.⁴⁰

³⁹Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Dirección General de Servicios al Comercio Exterior. Certificados de origen para productos de exportación, una oportunidad de lograr mayor competitividad internacional. México, s/f. tráfico

⁴⁰ Los certificados de origen, al ser elaborados no deben presentar enmendaduras o correcciones, pues la autoridad correspondiente, SECOFI, lo rechaza automáticamente.

Para el caso de Estados Unidos, Canadá y México, socios comerciales en el Tratado de Libre Comercio para América del Norte (TLC), se ha establecido un proceso de certificación de origen común para los tres países. Sobre la base de este certificado que es expedido por el exportador, los importadores deben declarar que los bienes son susceptibles de preferencia arancelaria. Los certificados de origen podrán amparar un solo embarque o todos los que se realicen en un periodo de un año. Esta opción reduce la carga administrativa a los importadores y exportadores habituales. No se requiere la presentación de certificados de origen para importaciones cuyo valor sea inferior a mil dólares estadounidenses.

Con el fin de dar certidumbre y seguridad jurídica al proceso exportador, la aduana del país importador puede expedir dictámenes anticipados sobre el origen de los bienes y la metodología utilizada en su determinación.

Existe un mecanismo de cooperación aduanera para asegurar la interpretación y aplicación uniforme de las reglas de origen, intercambiar información estadística y crear un esquema de consultas y solución de diferencias. De esta manera el proceso de modernización aduanera constituye un apoyo para los operadores del comercio exterior.

3.3 Transportes

“La realización óptima de una transacción comercial externa culmina con la movilización física de la mercancía (carga) hasta el lugar acordado entre el vendedor (exportador) y el comprador

(importador), según las exigencias y necesidades de costo, tiempo y calidad de los servicios y del mercado objetivo, para el cumplimiento del pedido recibido *justo a tiempo* (JAT). Los deberes y obligaciones recíprocos entre el vendedor y comprador, que tienen como base los elementos de costo, riesgo y documentación en los *incoterms*, son la opción más apropiada y universalmente adaptada como términos internacionales de comercio.⁴¹

El desplazamiento de la carga (producto) es el aspecto más importante de la Distribución Física Internacional (DFI), por lo cual el Transporte Internacional de Carga (TIC) constituye su componente principal.

La meta final de la distribución física de las mercancías es la satisfacción del consumidor mediante la conjugación de *justo a tiempo* (JAT) con *calidad total* (CT).⁴²

Para que una ECEX, o cualquier empresa que realice actividades propias del comercio exterior sea eficiente, se requiere contar con un sistema integral de transporte, el cual debe ser un transporte que atienda los requerimientos del desarrollo económico de un país abierto al comercio internacional y que reconozca en la competitividad de su aparato productivo al elemento clave para un crecimiento económico sostenido, debe estar integrado a los tres niveles siguientes:⁴³

- Integración del transporte con el aparato comercial y productivo

⁴¹ Mejoramiento de la rentabilidad empresarial de exportación e importación con la gestión de la Distribución Física Internacional (DFI). CEPAL, Año XV, No. 92, Diciembre 1991 p.2

⁴² *Idem*. p. 2

⁴³ Buen Richkarday, Oscar de. La integración del transporte de carga como elemento de competitividad nacional y empresarial. Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Qro, Mex. 1990. p. 25

(integración logística del transporte.

- Integración de los diferentes modos de transporte disponibles (integración intermodal del transporte); una variante es la integración al interior de cada modo (integración intermodal del transporte).

- Integración multinacional del transporte.

La prestación de servicios de transporte de alta calidad, integrados a los sistemas logísticos de las empresas, es el objetivo fundamental del transporte de un país que aspire ser competitivo a nivel internacional. En la evolución y la búsqueda de optimizar el transporte, "... surgen empresas de transporte integrado, capaces de atender todos los eslabones de una cadena desde la puerta del remitente hasta la del destinatario. En los casos más espectaculares, se trata de empresas con división naviera, ferrocarrilera y autotransportista, además de cubrir áreas especializadas en servicios logísticos, informática y otras actividades conexas."⁴

El mercado principal para Grupo LPO es Estados Unidos y puesto que la mercancía que comercializamos no es perecedera podemos utilizar transportes de todo tipo.

a) *Terrestre*: Existen varios tamaños de cajas-contenedor y éstas son solicitadas según las necesidades del volumen de mercancía a transportar. Las cajas que más solicitamos son las de 28 pies cúbicos y 48 pies cúbicos.

El tiempo de travesía desde que sale de la Ciudad de México hasta destino, por ejemplo Carolina del Norte en Estados Unidos, es entre

⁴ Idem. p. 73

10 y 12 días.

b) *Marítimo*: Para el caso de Europa o Sudamérica se utiliza el transporte marítimo. La compañía marítima realiza el trámite para obtener el contenedor donde se colocará la mercancía y es posicionado en el lugar que previamente se solicitó mediante una carta.

El contenedor es transportado del puerto al lugar donde será cargado, una vez que se ha puesto la mercancía dentro del mismo, es arrastrado nuevamente al puerto de donde partirá a su destino. En el puerto es manejado por grúas mecánicas que lo colocan dentro del barco en que será transportado. En este caso también se solicita el contenedor del tamaño que se requiera, los más comunes son los de 20 pies cúbicos y 40 pies cúbicos de capacidad.

c) *Aéreo*: Este transporte es recomendable cuando es urgente que lleguen las piezas en poco tiempo a su destino, sin embargo tiene el inconveniente del costo tan elevado de sus tarifas. La mayor parte de las líneas aéreas cuentan con servicio de carga internacional.

d) *Mensajería*. Existen algunas empresas profesionales que prestan el servicio de mensajería, este es el caso de UPS, ⁴³ que cuenta con servicio de entrega de documentos y paquetes a todo el mundo. En entregas internacionales manejan dos tiempos de entregas vía aérea *express* en 24 horas y *rápido* en 3 días. Con la entrada en vigor del TLC, ofrece 3 tipos de tiempos de entrega para Estados Unidos, los dos mencionados de vía aérea y el correspondiente a vía terrestre *standard* de 10 a 14 días. ⁴⁶

⁴³ United Parcel Service

⁴⁶ Manual de entregas internacionales programadas. México, UPS. Noviembre 1993. 75pp.

Las ventajas que tiene este servicio es que se pueden realizar entregas pequeñas parciales o post-ventas para reponer las piezas que los clientes han estado vendiendo, sin necesidad de tener que contratar contenedores que no se llenarían y por lo tanto no sería redituable. La tarifa que ofrece incluye trámites aduanales. UPS otorga tarifas preferenciales por altos volúmenes de carga, por ejemplo, Grupo LPO tiene 50% de descuento en todos los envíos que realice.

Conclusiones.

Los principales países exportadores en el mundo como Japón, Corea, y Taiwán, entre otros deben su éxito a que sus respectivos gobiernos han mantenido políticas eficaces de promoción a las exportaciones, creando una estructura interna y externa con el objetivo de participar activamente en el mercado internacional. Dentro de esas políticas de apoyo al comercio exterior estos países crean y apoyan a las Empresas de Comercio Exterior o *trading companies*, empresas especializadas en la comercialización internacional de manera profesional.

Estas surgen y se desarrollan entre 1960 y 1970, mientras México se encontraba inmerso en una política interna conocida como sustitución de importaciones, la cual fue una de las principales causas de la fuerte crisis que maduró en 1982, agudizada por desajustes económicos y financieros. El problema del endeudamiento del país, el neoproteccionismo internacional y la urgencia de inducir la creación de un sector productivo más eficiente y competitivo a nivel internacional fueron factores decisivos para instrumentar una política de reconversión industrial y de apoyo a las exportaciones en 1983.

Esta política comercial enfocada al neoliberalismo, continúa en aplicación y manifiesta el libre comercio como uno de los pilares básicos de industrialización y por ello se postula la necesidad de eliminar las barreras arancelarias de los productos provenientes del exterior, para que la planta industrial se vea en la necesidad de ser más competitiva, aunque esto ha provocado el desquebrajamiento de

una cantidad considerable de empresas medianas.

Dentro de esta política de apertura comercial iniciada en 1982 y que continúa hasta la fecha más enérgica que nunca, basada en el Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988 y 1989-1994, en el Programa Nacional de Modernización Industrial y de Comercio Exterior y en el Programa de Fomento Integral a las Exportaciones, surgen en México las ECEX en 1986, sin embargo no se les ha dado el apoyo necesario como se les ha dado en otros países, p. ej. Japón, que realiza el 50% de su oferta exportable a través de empresas de este tipo (*Sogo Shoshas*), mientras que México sólo exporta el 6% a través de este tipo de empresas.

Es muy difícil que México obtenga éxito mediante las empresas de comercio exterior, si no se realiza una reestructuración interna de crear una conciencia y cultura exportadora a todos los niveles y consolidar oferta exportable real, con una producción adecuada, precios competitivos y calidad en la misma. El objetivo de las ECEX de exportar productos de la micro, pequeña y mediana industria se ha perdido, pues muchas de estas industrias no se interesan por la exportación, como consecuencia de la falta de conocimiento del proceso de exportación y por la falta de difusión que han tenido las ECEX para penetrar en todos los niveles de la industria, así como la desarticulación y falta de cooperación entre empresas.

El comercio exterior de México es realizado prácticamente por grandes empresas transnacionales, como VITRO y CEMMEX, que cuentan con recursos y por ende con grandes canales de comercialización.

Las ECEX realizan actividades de integración y consolidación de oferta exportable; identificación, promoción e incremento de la demanda de productos mexicanos en el exterior; establecimiento y desarrollo de canales de comercialización internacional; integración y consolidación de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías de exportación; promoción de mercancías de empresas pequeñas y medianas en el mercado internacional; así como la realización del proceso de exportación.

Como respuesta a este llamado a crear conciencia exportadora a todos los niveles para obtener resultados favorables en esta dinámica económica internacional es importante la formación de profesionales en esta área que cuenten con conocimientos teórico-prácticos en el procedimiento de exportación.

Bibliohemerografía:

1. Buen Richkarday, Oscar de. La integración del transporte de carga como elemento de competitividad nacional y empresarial. Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Qro, Mex. 1990. 81pp.
2. Brown, Lyndon, Comercialización y análisis del mercado. Buenos Aires, Selección Contable 1959. 525 pp.
3. Cortés, Juan Pablo. Trading Companies. F.C.E. 1990, 120 pp.
4. Castillo N. Gabriela y Cervantes M. Adriana. Procedimiento de exportación. Grupo LPO Internacional. Documento Interno. 1991. 30pp.
5. Diario Oficial de la Federación. Organó del gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. México, agosto 28 de 1975.
6. Diario Oficial de la Federación. Organó del gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. México, noviembre 14 de 1986.
7. Diario Oficial de la Federación. Organó del gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. México, mayo 3 de 1990.
8. Empresas de comercio exterior. Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo. México, 1991. 26 pp.
9. Empresas de comercio exterior. Bancomext. México, s/f, s/resp. 85 pp.
10. Evaluación de las empresas de comercio exterior en México. Bancomext. México, febrero 199, Dirección general de Servicios al Comercio Exterior. 75 pp.
11. H.B.G. Montgomery et al, Participación en ferias comerciales. Centro de comercio Internacional, Ginebra 97 pp.
12. Kindleberger, Charles. Comercio exterior y economía nacional. García de López, Diego (Trad.) Madrid, Aguilar. 235 pp.
Las empresas de comercio exterior en México. Bancomext. México. s/f. s/resp. 15 pp.

13. Ley aduanera y reglamento. México, Ediciones Fiscales. 1994. 217 pp.
14. Ley de comercio exterior. México, Ediciones Fiscales. 1994. 80pp.
15. Manual de entregas internacionales programadas. México, UPS. Noviembre 1993. 75pp.
16. Mejoramiento de la rentabilidad empresarial de exportación e importación con la gestión de la Distribución Física Internacional (DFI). CEPAL, Año XV. No. 92, Diciembre 1991 p.2
17. Ochoa Hernández María Eleonora. Las Empresas de Comercio exterior de México en la economía internacional 1982-1992. Tesis profesional. UNAM. México. 1994. 137 pp.
18. Programa de apoyo a las empresas de comercio exterior. Bancomext. México. septiembre 30 de 1990. s/resp. 5pp.
19. Relaciones Internacionales. UNAM., F.C.P.y S. No. 59
20. Servicios de Apoyo al Comercio Exterior. Secofi, México. 47 pp.
21. Tratado de Libre Comercio de América del Norte. La industria micro, pequeña y mediana. Secofi, México. 31 pp.
22. Varios autores, El comercio exterior de México. Tomo III. México, S.XXI 1982. 584pp.
23. Varios autores Comercio internacional y políticas de desarrollo económico. Selección de French Davis, Ricardo. México, F.C.E. 1966. 320 pp.
24. Varios autores, Ensayos sobre la modernidad nacional. México. Diana 1989. 473pp.
25. Varios autores, Intercambio y desarrollo. Tomo 38. México. F.C.E. 1981. 411 pp.
26. Varios autores, México: reto y compromiso. Cd. Juárez, Chih., IEPES. PRI, agosto 11 de 1987. 311 pp.

27. Villarreal René. Industrialización, deuda y desequilibrio interno en México. "Un enfoque neoestructuralista" (1929-1988). F.C.E. México, 1988 616 pp.