

25  
2EJ



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

SITUACION ACTUAL DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA  
Y SU RELACION CON LOS PROVEEDORES NACIONALES  
DE INSUMOS, EN LA ZONA CENTRO DEL PAIS.

Seminario de Investigación Administrativa  
Que para obtener el Título de  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P r e s e n t a n

**GAINZAR CHAVEZ ARACELI**  
**HERNANDEZ DE LA PUENTE YOCASTA PAOLA**



DIRECTOR DEL SEMINARIO

L. E. JOSE SILVESTRE MENDEZ MORALES

MEXICO, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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 esta 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.

**A NUESTRA UNIVERSIDAD :**  
Por habernos abierto sus puertas y  
ser formadora de hombres y mujeres  
profesionales.

**A LA FACULTAD DE CONTADURIA  
Y ADMINISTRACION :**  
Por brindarnos los conocimientos  
y las armas necesarias para  
responder a la sociedad.

**AL L.E. JOSE SILVESTRE MENDEZ MORALES :**  
Por compartir con nosotras sus conocimientos  
además de brindarnos su tiempo y dedicación.

**PAOLA Y ARACELI**

A MIS PADRES, ENRIQUE Y CANDELARIA :  
Por el apoyo y comprensión incondicional  
que siempre me brindaron, y porque con  
su amor y cariño siempre me motivaron,  
haciendo posible el término de esta  
tesis, la cual representa también, el  
resultado de su esfuerzo.

A MIS HERMANOS, ENRIQUE Y RENE:  
Por haber confiado en mi y contribuir  
directa o indirectamente al logro de  
mi meta.

A MIS FAMILIARES:  
Por su apoyo, comprensión y confianza.

**A MIS AMIGOS:**

Por el apoyo y confianza que siempre  
me han brindado, compartiendo conmigo  
el interés por llegar al fin en la  
elaboración de esta tesis.

**A TI PAOLA:**

Por ser compañera y amiga  
incondicional en todo  
momento.

**GAINZAR CHAVEZ ARACELI**

**A MI PADRE:**

"Yo siempre estaré contigo,  
tengas la razón o no, yo  
siempre estaré contigo".

Al pilar y gran amor de mi  
vida. Por su infinito amor,  
paciencia, optimismo y apoyo  
eterno.

**A MI MADRE:**

Con profunda admiración, ejemplo de  
fuerza y sacrificio. Por sus  
cuidados, dedicación y gran amor.

**A MIS FAMILIARES Y HERMANOS:**

ALEJANDRA, IRAIS, ISRAEL, ALONDRA,  
IRINA Y CARLOS RAYMUNDO.

Porque hemos vivido juntos la felicidad  
y la tristeza haciéndonos cada día más  
amigos.

A TI ALONDRA:  
Mi agradecimiento y reconocimiento  
especial por tu apoyo incondicional.

A MIS GRANDES AMIGOS:  
Que siempre me han apoyado y  
contribuido a esta obra.

A TI ARACELI:  
Por tu trabajo, apoyo y comprensión.

HERNANDEZ DE LA PUENTE YOCASTA PAOLA

# I N D I C E

PAG.

## DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCION 1

## CAPITULO I. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
2. ANALISIS PRELIMINAR .....	7
3. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPOTESIS .....	9
4. INDICE TENTATIVO .....	10
5. DISEÑO DE LA MUESTRA .....	11
6. INSTRUMENTO DE RECOLECCION .....	14
7. PRUEBA DEL INSTRUMENTO .....	14
8. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS .....	20
9. TABULACION Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS .....	22
10. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION .....	23
11. REDACCION INICIAL Y MECANOGRAFIA DEL TRABAJO .....	23

## CAPITULO II. LAS MAQUILADORAS EN MEXICO

1. DEFINICION DE MAQUILADORAS .....	25
2. OBJETIVOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA .....	26
3. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO .....	27
4. EVOLUCION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA .....	28
5. REGULACION JURIDICA DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA ..	38
6. COMPRA DE INSUMOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA ....	41
7. FACTORES QUE AFECTAN LA INTEGRACION DE LOS PROVEEDORES NACIONALES DE INSUMOS CON LA INDUSTRIA MAQUILADORA .....	43
8. CONSECUENCIAS DE LA OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO .....	45

**CAPITULO III.  
LA FUNCION DE COMPRAS**

1. DEFINICION DE COMPRAS .....	49
2. IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE LAS COMPRAS .....	50
3. POLITICAS DE COMPRAS .....	51
4. CLASIFICACION DE LAS COMPRAS .....	52
5. FUNCIONES DE UNA OPERACION DE COMPRAS .....	52
6. COMPRAS NACIONALES E INTERNACIONALES .....	57
7. ELECCION DE PROVEEDORES .....	58
8. COMPRAS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA AL PROVEEDOR NACIONAL .....	59
9. LA CALIDAD TOTAL Y EL PROVEEDOR NACIONAL .....	61
10. EL JUSTO A TIEMPO Y EL PROVEEDOR NACIONAL .....	65

<b>CAPITULO IV. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO .....</b>	<b>73</b>
---	-----------

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>94</b>
---------------------	-----------

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>98</b>
------------------------	-----------

<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>101</b>
---------------------	------------

<b>HEMEROGRAFIA</b>	<b>103</b>
---------------------	------------

<b>ANEXO 1. ESTADISTICAS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO</b>	<b>105</b>
--	------------

<b>ANEXO 2. DECRETOS SOBRE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO</b>	<b>115</b>
---	------------

## INTRODUCCION

La presente tesis tiene como objetivo dar a conocer la situación actual de Los Proveedores Nacionales de Insumos de la Industria Maquiladora en la Zona Centro del País.

La importancia presente y futura que tiene la Inversión Extranjera Directa en México, se explica en que dicha inversión representa una ampliación directa del capital industrial y comercial del país al que llega y generalmente realiza por medio de empresas filiales de matrices que se encuentran en el extranjero, tal es el caso de la Industria Maquiladora, además contribuye al aumento de la producción y de la productividad constituyendo una ampliación del capital productivo del país.

En lo anterior, radica la importancia de la Industria Maquiladora en México y este hecho se debe a que ocupa el segundo lugar como generadora de divisas, y dado que el país enfrenta serios problemas en cuanto a su deuda externa, desempleo e inflación, las maquiladoras se presentan como un posible alivio a dichos problemas.

Desde su aparición a mediados de la década de los 60's, la Industria Maquiladora ha jugado un papel significativo en el desenvolvimiento económico nacional, debido a la importante contribución que, en un contexto macroeconómico desfavorable, ha realizado en terminos de generación de empleo y divisas para el país. La importancia de la Industria Maquiladora en el aspecto económico no se refleja únicamente en los estados fronterizos (en donde se localiza la mayor parte de esta industria), sino en todo el país.

Y aunque la teoría afirma que la operación de maquiladoras propicia el desarrollo de proveedores locales, la difusión de tecnología de punta, el desarrollo de mano de obra capacitada y el conocimiento de canales de comercialización en el exterior, en México, pese a algunos programas para el desarrollo de proveedores, los insumos nacionales sólo han llegado a representar un 2% del total de las materias primas e intermedias utilizadas por las maquiladoras. Es aquí donde cabe señalar, que en la práctica, la presencia e importancia del Licenciado en Administración dentro de las relaciones comerciales entre Industria Maquiladora y Proveedor Nacional, se fundamenta en su habilidad para lograr la mejor conjugación de los recursos con que cuenta la industria nacional, eliminando deficiencias y mejorando sus sistemas productivos.

Tratando con lo anterior, de convertir a la industria nacional en proveedores competitivos capaces de satisfacer los requerimientos de calidad, precio y servicio no sólo de la industria maquiladora sino de la industria en general.

Es por las razones mencionadas que el presente trabajo se enfoca primordialmente al punto de desarrollo de proveedores locales, por lo que hemos integrado la tesis de la siguiente manera:

La tesis se integra de cuatro capítulos; el primero: Metodología de la Investigación, se refiere a los pasos que se siguieron para la realización de la investigación e incluye el planteamiento del problema, objetivos, hipótesis, instrumentos de recopilación de información, cronograma y métodos de tabulación.

El segundo capítulo trata de las Maquiladoras en México, aspectos referentes a objetivos, antecedentes, evolución, regulación jurídica y consecuencias de la operación de esta industria en el país.

El tercer capítulo denominado La Función de Compras en donde se tratan aspectos tales como: importancia y objetivos, políticas de compras, funciones de una operación de compras, compras nacionales e internacionales, compras de la Industria Maquiladora y al final del capítulo se mencionan algunas técnicas que pudieran servir de herramientas al proveedor nacional para su desarrollo como son: La calidad total y el justo a tiempo.

En su cuarto capítulo se presentan los resultados de la investigación de campo, su análisis e interpretación y por último las conclusiones y recomendaciones de la misma.

**PAGINACION VARIA**

**COMPLETA LA INFORMACION**

CAPITULO 1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
  - A. CARRERA
  - B. AREA
  - C. TEMA GENERICO
  - D. TEMA ESPECIFICO
  - E. ESPECIFICACION DEL TEMA
  - F. JUSTIFICACION DEL TEMA
  - G. OBJETIVOS
  - H. PROBLEMAS A INVESTIGAR
2. ANALISIS PRELIMINAR
  - A. TIPO DE INVESTIGACION
  - B. ALCANCES Y LIMITACIONES
3. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPOTESIS
4. INDICE TENTATIVO
5. DISEÑO DE LA MUESTRA
6. INSTRUMENTO DE RECOLECCION
7. PRUEBA DEL INSTRUMENTO
8. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS
9. TABULACION Y PROCESAMIENTO DE DATOS
  - A. TABULACION DE DATOS
  - B. PROCESAMIENTO DE DATOS
10. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION
11. REDACCION INICIAL Y MECANOGRAFIA DEL TRABAJO

## CAPITULO I METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Para la realización de la presente tesis se siguieron los pasos metodológicos planteados por los profesores Santiago Zorrilla Arena y Miquel Torres Xammar (1), los cuales son:

1. Planteamiento del problema
2. Análisis documental preliminar
3. Planteamiento de hipótesis
4. Temario tentativo
5. Diseño de la muestra
6. Diseño del instrumento
7. Prueba del instrumento
8. Levantamiento de los datos
9. Tabulación y procesamiento de los datos
10. Análisis de la información
11. Redacción inicial
12. Mecanografía del trabajo
13. Impresión y presentación.

A continuación se presenta como se desarrolló la investigación en cada una de las etapas metodológicas señaladas.

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Cuando acudimos con nuestro asesor para iniciar la tesis teníamos ya la idea clara de elaborarla sobre el tema de Inversión Extranjera Directa, estábamos desorientadas en cuanto al tema específico de la misma, por lo que él nos indicó en primer lugar, leer los libros: Metodología de la Investigación de Santiago Zorrilla Arena y Guía para elaborar la tesis de Torres X., Miguel y Zorrilla A., Santiago, esto para que conociéramos los pasos a seguir en la elaboración de la tesis, de los cuales nos pidió la elaboración de un resumen.

Cuando le entregamos los resúmenes, nos pidió la planeación de la investigación, misma que nos rechazó posteriormente por considerarla totalmente económica; "si su carrera fuera economía estaría perfecto", por lo que nos indicó enfocar el tema de Inversión Extranjera Directa a la administración, sugiriendo temas como: Franquicias, Maquiladoras, Alianzas Estratégicas y Asociacionismo.

1. Zorrilla A., Santiago y Torres X., Miguel. Guía para Elaborar la Tesis. México, Mc. Graw Hill, 1993.

De sus sugerencias desechamos Franquicias por considerar que era un tema ya muy estudiado, Alianzas Estratégicas y Asociacionismo nos parecieron poco interesantes, pero en cambio Maquiladoras despertó fuertemente nuestro interés, así que comenzamos a documentarnos en cuanto al tema, llamándonos la atención el hecho de que si las empresas maquiladoras son promovidas en el país con el fin de integrarse a la industria nacional entonces, ¿ Por que los insumos nacionales consumidos por esa industria nunca han sobrepasado el 2% ?, esto nos decidió a investigar qué es lo que ocasiona que la industria maquiladora no adquiera más insumos nacionales, en qué está fallando el proveedor nacional y qué es lo que debe realizar para lograr incrementar las ventas de sus insumos. Es así como clasificamos el tema de la investigación de la siguiente manera:

A. C A R R E R A: LICENCIATURA EN ADMINISTRACION.

B. A R E A: ADMINISTRACION GENERAL

C. T E M A G E N E R I C O: EL PROCESO DE COMPRAS DE INSUMOS

El siguiente paso fué: en dónde aplicarla, pues la industria maquiladora ya operaba en el interior del país y en la frontera norte, en donde está el mayor número de éstas empresas. El asesor nos pidió delimitar la investigación, inicialmente pensábamos hacerlo en la frontera norte del país, pero después conforme continuábamos investigando decidimos aplicarla en la zona centro del país; tomando como tal al Distrito Federal y los Estados de México, Morelos, Puebla, Querétaro, Hidalgo y Tlaxcala. Así que la especificación del tema quedó de la siguiente forma:

D. TEMA ESPECIFICO: EL PROCESO DE COMPRAS DE INSUMOS EN LA INDUSTRIA MAQUILADORA.

E. ESPECIFICACION DEL TEMA: SITUACION ACTUAL DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA Y SU RELACION CON LOS PROVEEDORES NACIONALES DE INSUMOS, EN LA ZONA CENTRO DEL PAIS.

## F. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA:

Lo que nos movió a realizar la investigación es que: si analizamos el valor de los insumos que utilizó la industria maquiladora durante 1993, encontramos que de un total de 55 872.8 millones de nuevos pesos, 98.23% fueron importados y sólo 1.76% correspondieron a materiales de origen nacional(2); y si recordemos que uno de los objetivos de la promoción de esta industria es el de coadyuvar al desarrollo del país a través de la creación de empleos y la generación de divisas ( compra de insumos); entonces surge la interrogante ¿ Que esta pasando, que origina esta situación ?

Lo anterior también confirma la pobre percepción que la industria maquiladora tiene acerca de los proveedores mexicanos a quienes aconseja mejorar la competitividad de sus productos ofreciendo calidad y menores precios. Esto explica en parte, el porque sólo el 1.76% de los insumos que adquieren las maquiladoras para sus procesos sean de origen nacional, sin embargo, sólo abarca una parte de la problemática, pues también existe la percepción del proveedor nacional, quienes aseveran que la industria maquiladora exige " elevados estándares de calidad, incongruentes con el bajo precio que se les paga ".

Tal es la situación que enfrentan los proveedores nacionales de insumos de la industria maquiladora y ante el importante papel que juegan en el desarrollo económico del país; la presente investigación pretende servir de ayuda a los proveedores nacionales de insumos para identificar sus debilidades así como emitir algunas recomendaciones que les permitan fortalecerse y volverse competitivos. Por otra parte cabe mencionar que para lograr lo anterior es necesario identificar los criterios de evaluación que aplica la industria maquiladora en su proceso de selección de proveedores de insumos.

De la justificación del tema fueron planteados los objetivos de la presente investigación, los cuales son:

## G. O B J E T I V O S:

- Identificar los criterios de evaluación que aplica la industria maquiladora para la selección de sus proveedores de insumos.
- Identificar las características que evalúa la industria maquiladora en los proveedores nacionales de insumos.

2. Gonzalez A., Roberto, "Usaron maquiladoras 98.23% de insumos importados en 93: INEGI". en: La Jornada. Mexico, 20 de marzo de 1994, p. 46.

- Determinar ventajas y desventajas que ofrecen proveedores de insumos nacionales como extranjeros a la industria maquiladora.
- Analizar las circunstancias que originan que la industria maquiladora solo destine el 2% de sus compras a insumos nacionales.
- Identificar las debilidades de los proveedores nacionales de insumos respecto a los extranjeros.
- Proponer recomendaciones para fortalecer al proveedor nacional de insumos y hacerlo competitivo.
- Cumplir con el requisito de la parte escrita del examen profesional para obtener el título de Licenciado en Administración.

Una vez planteados los objetivos de la investigación se establecieron los problemas a investigar los cuales son:

#### H. PROBLEMAS A INVESTIGAR:

¿ Cuáles son los criterios que aplica la industria maquiladora para la selección de proveedores de insumos ?

¿ Cuáles son las características que evalúa la industria maquiladora en los proveedores nacionales de insumos ?

¿ Por que la industria maquiladora prefiere los insumos extranjeros y no los nacionales ?

¿ Existe apoyo por parte del gobierno que estimule al proveedor nacional para volverse competitivo y así satisfacer los requerimientos de insumos de la industria maquiladora ?

¿ Por que los proveedores nacionales no satisfacen los requerimientos de la industria maquiladora respecto a sus insumos ?

#### 2. ANÁLISIS DOCUMENTAL PRELIMINAR.

De acuerdo a los objetivos y problemas planteados en la investigación, primero se realizó una revisión del material documental existente: libros, revistas, periódicos, directorios, etc.

Por lo que el tipo de investigación fue:

#### A. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

- La investigación es mixta, es decir, documental y de campo.
- Se recurrió a fuentes directas e indirectas.
- Es una investigación de tipo descriptiva-propositiva, ya que se siguió y describió un procedimiento para luego hacer propuestas.
- Finalmente, se trató de crear un trabajo original que aportara conocimientos de interés y relevancia en relación al tema.

Los alcances y limitaciones fueron:

#### B. ALCANCES Y LIMITACIONES:

##### a) Alcances.

- La investigación aporta información que pueda ser útil al empresario mexicano que desee convertirse en proveedor de la industria maquiladora.
- Se hizo un análisis acerca de la visión que la industria maquiladora tiene sobre los proveedores nacionales.
- Se destacaron las fortalezas y debilidades de los proveedores nacionales; finalmente,
- Se pretende que los resultados obtenidos sean útiles a los proveedores nacionales de insumos de la industria maquiladora.

##### b) Limitaciones.

- Esta investigación despertó desconfianza en las empresas maquiladoras ya que se requirió de información que para algunas empresas era de carácter confidencial.
- Existen temas que por ser importantes y que afectan a la investigación sólo se estudiaron pero deberán ser objeto de otras investigaciones más profundas.
- Los resultados arrojados por esta investigación sólo infieren a los proveedores nacionales de la industria maquiladora de la zona centro y no podrán emplearse como referencia para otro tipo de industria.

- No se conto con suficiente material documental, lo que limito nuestra investigación, implicando mayor esfuerzo y tiempo.

Una vez planteado el tipo de investigación se establecieron las siguientes hipótesis:

### 3. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS.

#### a) Hipótesis de trabajo.

Si los proveedores nacionales de insumos de la industria maquiladora satisfacen los requerimientos de la misma, entonces aumentaran sus compras de insumos nacionales.

#### b) Hipótesis alternativa.

- El que los proveedores nacionales de insumos de la industria maquiladora satisfaga sus requerimientos hará que se incrementen sus compras de insumos nacionales.

#### c) Hipótesis nula.

- El que los proveedores nacionales de insumos de la industria maquiladora satisfaga sus requerimientos no significa que se incrementen sus compras de insumos nacionales.

### ELEMENTOS DE LAS HIPÓTESIS:

UNIDADES DE OBSERVACION. La Industria Maquiladora.

VARIABLE INDEPENDIENTE. Los Proveedores Nacionales de Insumos.

VARIABLE DEPENDIENTE. El Incremento en las Compras de Insumos Nacionales de la Industria Maquiladora.

El siguiente paso fue la elaboración de un temario tentativo que inicialmente fue:

#### 4. INDICE IENIATIVO

- Indice.

- Introducción.

CAP. I Metodología de la investigación.

- 1 Planeación de la investigación
- 2 Recolección de los datos
- 3 Procesamiento de los datos
- 4 Interpretación de los datos
- 5 Presentación de los resultados

CAP. II Las Maquiladoras en Mexico.

- 1 Definición
- 2 Antecedentes
- 3 Evolución
- 4 Regulación jurídica
- 5 Compra de insumos de la industria maquiladora
- 6 Problemas y demandas de la industria maquiladora respecto a insumos

CAP. III La función de compras.

- 1 Definición y función de compras
- 2 Tipos y principios básicos de las compras
- 3 Objetivos e importancia de las compras
- 4 Compras nacionales y al extranjero

CAP. IV Compra de insumos de la Industria Maquiladora en Mexico.

- 1 Situación actual
- 2 Propuesta

- Conclusiones y Recomendaciones.

- Bibliografía.

- Hemerografía.

- Anexos.

Pero, conforme avanzaba la investigación fue sufriendo modificaciones hasta llegar al temario actual que contiene la presente investigación.

Establecidos los objetivos, los problemas y las hipótesis, el siguiente paso fue llevar a cabo el diseño de la muestra:

## 5. DISEÑO DE LA MUESTRA.

En esta fase del método se establecieron las herramientas y la manera en que se llevo a cabo la investigación empezando con el método empleado en la investigación:

### A. METODO EMPLEADO EN LA INVESTIGACION.

**INDUCTIVO - DEDUCTIVO:** Porque analiza casos particulares para hacer la generalización. En éste caso se analizó un grupo de empresas maquiladoras de la zona centro con distinta actividad económica para determinar su proceso de compra con respecto a los proveedores nacionales. Para conocer el número de industrias que componen ese grupo, se diseño la muestra de la investigación:

### B. DISEÑO DE LA MUESTRA.

Para el diseño de la muestra se tomó como universo de la investigación a las empresas maquiladoras del Distrito Federal y de los Estados de México, Hidalgo, Puebla, Morelos, Querétaro y Tlaxcala.

Estos estados fueron seleccionados por encontrarse en la periferia del Distrito Federal, además, de ajustarse a nuestros recursos tanto económicos como de tiempo con los que contamos.

Para tal efecto, se tomó el número de empresas maquiladoras registradas en el Directorio de la Industria Maquiladora de Exportación (actualizado hasta agosto de 1992), que emite la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el cual señala que hay 124 empresas maquiladoras registradas y que se distribuyen de la forma que a continuación se presenta:

DISTRITO FEDERAL	13
HIDALGO	5
MEXICO	30
MORELOS	11
PUEBLA	40
QUERETARO	19
TLAXCALA	6

TOTAL 124

Para la determinación del tamaño de la muestra se aplico la fórmula para poblaciones finitas, puesto que se conoce el número total de empresas maquiladoras registradas en esos Estados.

Fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{\zeta^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \zeta^2 p q}$$

En donde:

- n = tamaño de la muestra.
- N = población
- p = probabilidad a favor
- q = probabilidad en contra
- e = error de estimación
- $\zeta^2$  = coeficiente de confianza (3)

Para la investigación se tomaron los siguientes datos:

Población: 124 empresas maquiladoras en la zona centro del país.

Probabilidad a favor: 50% debido a que no se conoce alguna investigación previa al respecto, es decir, no se tiene una certeza de la situación.

Probabilidad en contra: 50% por la razón mencionada.

Error de estimación: se utiliza para estimar la precisión de la investigación, es decir, la variación que existe entre la información obtenida de la investigación y la totalidad de empresas maquiladoras de la zona centro del país. De acuerdo a libros de estadística consultados, la variación máxima que puede ser aceptada es del 10%.

Coficiente de confianza: 95%, lo que significa que el 95% del promedio del universo caen dentro de la curva del área normal, por tanto son confiables. La curva del área normal se obtiene con la denominada gráfica de campana y su valor es equivalente a 1.96.

Sustituyendo valores, tenemos que:

$$n = \frac{(1.96)^2 124 (.50) (.50)}{(.10)^2 (124 - 1) + (1.96)^2 (.50) (.50)}$$

n = 54

3. Fischer, Laura, Investigación de Mercados, México, Mc. Graw Hill, 1991, p.59.

Al sustituir los valores se obtuvo una muestra de 54 empresas.  
La selección de las empresas se hizo de la siguiente forma:

1. Dado que el número de empresas maquiladoras es distinto en cada uno de los Estados, se decidió tomar el porcentaje que representa el número de empresas de cada Estado con respecto a la población.

	TOTAL DE EMPRESAS REGISTRADAS	% QUE REPRESENTA DE LA POBLACION
DISTRITO FEDERAL	13	10.48
HIDALGO	5	4.03
MEXICO	30	24.19
MORELOS	11	8.90
FUEBLA	40	32.25
QUERETARO	19	15.32
TLAXCALA	6	4.83
TOTAL	124	100.0

2. Obtenido el porcentaje que cada Estado representa de la población, se utilizó ese mismo porcentaje para seleccionar el número de empresas en cada Estado, con respecto al tamaño de la muestra.

	TOTAL DE EMPRESAS DE LA MUESTRA	% QUE REPRESENTA DE LA MUESTRA
DISTRITO FEDERAL	6	10.48
HIDALGO	2	4.03
MEXICO	13	24.19
MORELOS	5	8.90
FUEBLA	17	32.25
QUERETARO	8	15.32
TLAXCALA	3	4.83
TOTAL	54	100.00

3. Por último, se seleccionó a las empresas con base en una tabla de números aleatorios.

#### 6. INSTRUMENTO DE RECOLECCION.

**ENTREVISTA FORMAL Y ESTRUCTURADA:** Formal para dirigir la atención del entrevistado a partir del tema central y estructurada por que las preguntas se realizaron en un orden y con base en un formulario preparado, que en éste caso fué el cuestionario, por que facilita el analisis de los datos.

#### 7. PRUEBA DEL INSTRUMENTO.

En cuanto a la investigación de campo, la entrevista fué dirigida por medio de un cuestionario estructurado.

Para tal efecto primero se realizó una prueba piloto tomando al azar cinco empresas del D.F. para detectar posibles errores en el cuestionario, mismos que podrían ocasionar desviaciones en la información.

Al concluir la aplicación de la prueba piloto se detectaron algunas fallas en la redacción de las preguntas, mismas que se corrigieron para realizar el levantamiento de la información.

La elaboración del cuestionario se basó en los objetivos, problemas de la investigación y en las hipótesis de trabajo. El cuestionario consta de 17 preguntas, abiertas y cerradas; las cerradas fueron dicotómicas y de opción múltiple. El cuestionario fué el siguiente:



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION  
SEMINARIO DE INVESTIGACION  
DE LA  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION



Este cuestionario tiene por objeto obtener información para fines académicos, le agradecemos que sus respuestas sean sinceras. Toda la información obtenida será tratada con la mayor discreción. Por su colaboración **GRACIAS.**

DATOS DE LA EMPRESA.

NOMBRE: \_\_\_\_\_

RAMA DE ACTIVIDAD: \_\_\_\_\_

EMPRESA CON LA QUE TIENE CONTRATO DE MAQUILA :  
\_\_\_\_\_

PRODUCTO QUE MAQUILA : \_\_\_\_\_

DATOS DEL ENTREVISTADO

NOMBRE: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_ NACIONALIDAD : \_\_\_\_\_

ESCOLARIDAD : \_\_\_\_\_

PUESTO : \_\_\_\_\_

TIEMPO EN EL PUESTO : \_\_\_\_\_

1. ¿ Existe un Departamento de Compras ?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2. En caso de no existir, ¿ Qué área se encarga de realizar las compras ? \_\_\_\_\_

3. Las decisiones sobre las compras son tomadas por :

La propia empresa ( )

La empresa con la que tiene contrato de maquila ( )

Otra ( ) Especifique : \_\_\_\_\_

4. ¿ Cada cuándo realizan sus compras de insumos ?

Semanalmente ( )

Quincenalmente ( )

Mensualmente ( )

Otro ( ) Especifique : \_\_\_\_\_

5. La selección de proveedores de insumos se hace a través de :

Cuadro comparativo de proveedores ( Cotizaciones ) ( )

No hay un procedimiento de selección ( )

Ya están establecidos los proveedores ( )

¿ Qué área los estableció ? \_\_\_\_\_

¿ Tiempo que lleva su relación comercial con proveedores ? \_\_\_\_\_

Otros ( ) Especifique : \_\_\_\_\_

6. Realizan compras de insumos :

Nacionales ( ) (Pase a la pregunta número 12 )

Extranjeros ( ) (Pase a la siguiente pregunta )

Ambos ( ) (Pase a la pregunta número 10 )

7. ¿ Por qué no realizan compras de insumos nacionales ?

---

---

---

8. Tipo de insumos que adquiere :

---

---

---

9. Si los proveedores nacionales cumplieran con los requisitos que ustedes exigen, ¿ Estarían dispuestos a comprar insumos nacionales ?

SI ( )

NO ( )

¿ Por qué ?

---

---

---

( Pase a la pregunta número 16 )

10. ¿ Qué ventajas le ofrecen los proveedores extranjeros en relación con los nacionales ? Enumérelos.

---

---

---

---

11. ¿ Qué porcentaje de sus compras totales de insumos representan sus compras nacionales ?

---

12. Tipo de insumos nacionales que adquiere :

Materia prima ( )

Menciónelos: \_\_\_\_\_

Envases ( )

Empaques ( )

Energéticos ( )

Materiales de mantenimiento y limpieza ( )

Otros ( ) Especifique: \_\_\_\_\_

13. ¿ Cuáles son las características que evalúa en los proveedores nacionales de insumos? Enumérelos.

Calidad ( )

Condiciones de entrega ( )

Precio ( )

Fecha de entrega ( )

Condiciones de pago ( )

Utilización de tecnología de punta. ( )

14. Considera que la calidad de los productos que le ofrecen los proveedores nacionales de insumos es :

Muy Buena ( )

Mala ( )

Buena ( )

Pésima ( )

Regular ( )

15. En relación al precio de los insumos nacionales, considera que éstos son :

Altos ( )

Adecuados ( )

Bajos ( )

16. ¿ Ha asistido a eventos informativos ( Congresos, Muestras ) en donde se den a conocer los insumos que ofrece el proveedor nacional a la Industria Maquiladora ?

SI ( )

NO ( )

¿ Por qué ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

17. En su opinión, ¿ En que aspecto (s) debe mejorar el proveedor nacional ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Se solicitó a la Secretaría de Relaciones de la F.C.A. una carta de presentación en donde se indicara el propósito de la investigación, con el fin de acreditarlos y evitar la desconfianza.

Aún así hubo empresas que se negaron a cooperar en la investigación argumentando que:

- Se trataban de datos confidenciales
- Había que sacar cita para poder recibirnos
- No se encontraban las personas encargadas de las compras
- No tenían tiempo, por lo que dejamos algunos cuestionarios que tardaron en entregarlos.

No obstante en la mayoría de las empresas se mostraron sumamente accesibles y amables, nos proporcionaron toda la información, nos felicitaban por nuestro trabajo e interés y nos impulsaban a seguir adelante.

#### B. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS.

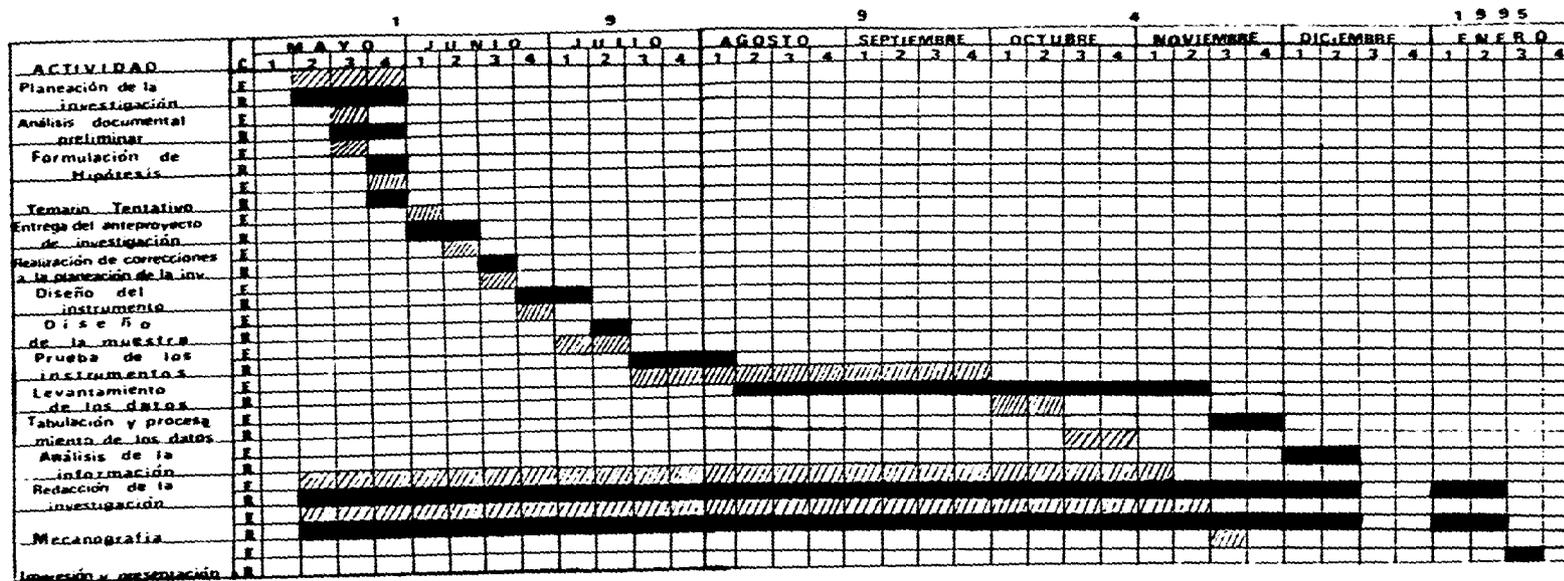
En cuanto al levantamientos de los datos, la investigación se llevó a cabo en un lapso de ocho meses dos semanas a partir de la segunda semana de mayo de 1994 a la tercera semana de enero de 1995.

La investigación de campo, abarcó a las empresas maquiladoras ubicadas en el Distrito Federal y a los Estados de México, Hidalgo, Morelos, Querétaro, Puebla y Tlaxcala, seleccionadas por muestreo aleatorio.

A continuación se presenta el cronograma de la investigación en el cual se pueden observar tanto tiempos reales como estimados.



## CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACION (GRAFICA DE GANTT)



C=CONTROL

E=TIEMPO ESTIMADO

R=REAL

FECHA DE INICIO: 9 DE MAYO DE 1994.

FECHA DE TERMINACION: 20 DE ENERO DE 1995.

En cuanto a la investigación documental, nos ocupamos de integrar toda la información necesaria para la elaboración del marco teórico ( que son los diversos capítulos) acudiendo a los siguientes lugares:

- Biblioteca y Hemeroteca de la F.C.A., U.N.A.M.
- Biblioteca y Hemeroteca Nacional.
- Biblioteca y Hemeroteca Mexico.
- Biblioteca de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
- Dirección General de la Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

En donde se consultaron libros y revistas especializados, informes, programas, estadísticas, periódicos, etc.; del mismo modo el asesor y amigos nos proporcionaron algunas revistas y periódicos. Todo el material consultado se presenta en la bibliografía y hemerografía al final de la tesis.

## 2. TABULACION Y PROCESAMIENTO DE DATOS.

A pesar de todos los obstáculos obtuvimos la información y el siguiente paso fue la tabulación y el procesamiento de la misma.

### A. TABULACION DE DATOS.

Para la tabulación de la información obtenida en el levantamiento de los cuestionarios se tomaron las siguientes escalas:

Para las preguntas cerradas SI: 1 NO: 2,  
Para las preguntas de opción múltiple a cada una se le tomó por separado y de la misma manera se tabuló SI: 1 NO: 2  
Las preguntas abiertas no se tabularon, sólo se tomaron en cuenta para la obtención de conclusiones.

Una vez tabulada la información se prosiguió al procesamiento de los datos

## B. PROCESAMIENTO DE DATOS.

El procesamiento de datos fue electrónico, debido a que la información se obtiene con mayor rapidez y precisión.

Para el procesamiento de la información obtenida en la investigación se utilizaron paquetes de cómputo como procesadores de palabras y gráficos.

El siguiente paso fue el análisis e interpretación de los datos

## 10. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION.

En esta etapa se analizó la información obtenida en la investigación bibliográfica tomando en cuenta los factores internos y externos que afectan a estas empresas, además, se realizó un análisis individual, es decir, se realizó un análisis con base en los porcentajes de cada pregunta, se expone la pregunta junto con sus alternativas de respuesta en números absolutos y porcentuales, se indican las diferencias significativas, se formulan supuestos que explican hallazgos y factores que determinan ciertas diferencias, finalmente se hacen observaciones de interés general para el manejo de la información.

Todo este análisis nos condujo a la aprobación o disprobación de la hipótesis de trabajo cuyo resultado se presenta en el capítulo de conclusiones que es el último paso de la metodología aplicada. Los resultados obtenidos en la investigación se presentan en todo este trabajo, pero en especial en el capítulo: Presentación de los resultados de la investigación de campo, a partir de lo cual se obtuvieron las conclusiones.

## 11. REDACCION INICIAL Y MECANOGRAFIA DEL TRABAJO.

En cuanto a la redacción inicial y mecanografía del trabajo se fueron realizando conforme se avanzaba en la investigación y según las correcciones sugeridas por el asesor así como por las actualizaciones y anexiones que se le realizaban.

## CAPITULO II. LAS MAQUILADORAS EN MEXICO

1. DEFINICION DE MAQUILADORAS
2. OBJETIVOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA
3. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA
4. EVOLUCION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA
5. REGULACION JURIDICA DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA
6. COMPRA DE INSUMOS DE LA INDUSTRIA
7. FACTORES QUE AFECTAN LA INTEGRACION DE LOS PROVEEDORES NACIONALES DE INSUMOS CON LA INDUSTRIA MAQUILADORA
8. CONSECUENCIAS DE LA OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO

## CAPITULO II LAS MAQUILADORAS EN MEXICO

El presente capítulo está dedicado al análisis de las Empresas Maquiladoras en México, el cual comprende desde su definición, objetivos, antecedentes, evolución, regulación jurídica, hasta los factores que afectan su integración con los proveedores nacionales de insumos y las consecuencias que traen al país el desarrollo de este tipo de empresas.

Cabe hacer mención que durante la presente investigación se tratará a los términos Empresas Maquiladoras e Industria Maquiladora (I.M.) como sinónimos, es decir, se les dará el mismo significado.

### 1. DEFINICION DE MAQUILADORAS.

Comenzamos definiendo lo que se entiende por Maquiladoras:

"El término Maquiladora define a una empresa que ensambla, manufactura, procesa o repara materiales temporalmente importados por el país receptor (México) para su eventual reexportación" (1)

"Se denomina Maquiladora a la empresa, persona física o moral, a la que en términos del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación le sea aprobado un Programa de Operación de Maquila y exporte su producción ..." (2)

De la anterior definición se hace necesario aclarar el término Operación de Maquila:

"Se denomina operación de maquila, al proceso industrial o de servicio destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas temporalmente para su exportación posterior, realizado por empresas maquiladoras o que se dediquen parcialmente a la exportación en los términos del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación ..." (3)

1. Alvarez Icaza Longoria, Pablo, "Marco Teórico de la Industria Maquiladora de Exportación", en, Comercio Exterior, No. 5. México, mayo de 1993, p. 415.

2. "Decreto que modifica al diverso para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación", en, Diario Oficial de la Federación, México, 24 de diciembre de 1993, p.29.

3. Ibid.

Ahora bien, tomando en cuenta las anteriores definiciones, podemos decir que el término Maquiladoras se define de la siguiente manera:

Maquiladoras son aquellas empresas establecidas en el país, que cuentan con capital extranjero y que realizan una fase específica de un proceso industrial con mercancías nacionales y extranjeras, para su posterior devolución al país de origen, exportación a un mercado extranjero o venta al mercado nacional.

## 2. OBJETIVOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA.

La Industria Maquiladora fue promovida con el objetivo de que contribuyera al desarrollo económico del país a través de:

- A) Generar empleos, así como capacitación y adiestramiento de la mano de obra.
- B) Impulsar el desarrollo regional.
- C) Coadyuvar a la desconcentración industrial y al aprovechamiento de los recursos nacionales existentes.
- D) Impulsar la exportación indirecta de los productos de la industria nacional.
- E) Ser un sector transmisor y generador de tecnología.
- F) Fortalecer la balanza comercial del país a través de una mayor aportación neta de divisas; y
- G) Coadyuvar a elevar la competitividad internacional de la industria nacional.

### 3. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO.

Una vez que han sido descritas las generalidades de la I.M. se procede a explicar el origen de esta industria.

Ante un panorama que exigía mayor productividad para hacer frente a una creciente competencia exterior, nace la necesidad de encontrar una alternativa de solución que se amolde a las necesidades prioritarias de las empresas y del mercado.

Así surge la Industria Maquiladora que se considera una estrategia de producción mundial que en un principio utilizaron las corporaciones de Estados Unidos para hacer frente a la creciente competencia del exterior, que obligaba a reducir costos y racionalizar técnicas de producción.

La primera reacción de las firmas estadounidenses fue la de importar todos aquellos componentes que producidos fuera de Estados Unidos, resultaban menos costosos menor que los norteamericanos. Pero luego, a principios de los años sesentas, algunas de estas grandes firmas decidieron establecer sus propias bases de operación en países con bajos salarios para producir ellas mismas, a costos menores los componentes, que antes importaban.

Para la realización de sus operaciones de ensamble en el exterior, las empresas norteamericanas contaron con las facilidades ofrecidas por los gobiernos de algunos países, los cuales con el fin de promover el desarrollo de actividades económicas que proporcionaran empleo a la mano de obra desocupada, no vacilaron en crear "zonas libres" destinadas al establecimiento de las plantas norteamericanas de maquila.

En épocas anteriores la forma de integración predominante del capital extranjero solía ser la horizontal, o sea la de introducirse y tratar de dominar una línea de producción determinada. En la actualidad tiene cada vez mayor importancia la integración vertical, o sea la inserción en procesos productivos más complejos y altamente internacionalizados, en que las filiales cubren sólo una fase de esos procesos que, por diferentes razones más convienen al consorcio en su conjunto.

Esta integración vertical se advierte claramente en la I.M., en la que con frecuencia sólo se traslada a nuestro país una fase específica del proceso industrial, en general la más sencilla y que requiere más mano de obra, para ensamblar o producir ciertos componentes que a menudo se destinan al país del que procede la inversión foránea o a otro mercado extranjero, para integrarse después en la producción final; siendo el proceso productivo el que se internacionaliza, con lo que los diversos momentos que lo integran, independientemente de su ubicación geográfica pasan de hecho a ser controlados por la casa matriz.

La maquila corresponde a un nuevo tipo de actividad de empresa transnacional que no se centra en el mercado local de cada uno de los países en los que actúa, si no que se dirige a abastecer el mercado mundial.

Los principales factores que pueden llevar a una empresa maquiladora a instalarse en determinado lugar son las diferencias de salarios vinculadas con los niveles de productividad relativos a las dificultades económicas o técnicas para la mecanización de los procesos efectuados. También pueden constituir elementos importantes en una decisión de este tipo: la presencia de determinados insumos en el lugar escogido, la estabilidad política, los tratamientos impositivos, la ubicación geográfica (particularmente la cercanía a mercados amplios) y las divergencias en las legislaciones y/o su aplicación en lo relativo a temas como la contaminación atmosférica. Además asegurar la existencia de una infraestructura altamente desarrollada y de una oferta adecuada de servicios industriales.

Las prácticas de la industria maquiladora muestran claramente que no les interesa integrarse con el resto de la rama y menos aún con la economía nacional en su conjunto sino con la matriz y las demás unidades del consorcio internacional del que forma parte y al cual está subordinada.

" El aceptar un patron de industrialización maquiladora implica el postergar e incluso vuelve imposible una verdadera integración nacional y convierte a buena parte de la industria que opera en el país en el eslabón de una cadena extranjera que se mueve y maneja a partir de decisiones en las que poco o nada interviene nuestro país. " (4)

El rápido desarrollo de la industria maquiladora en la faja fronteriza del norte del país es por sí solo un signo que acentúa nuestra dependencia hacia los Estados Unidos.

#### 4. EVOLUCION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA.

Se ha visto ya cuáles fueron los orígenes de la I.M. y su trascendental papel en los procesos productivos y en la economía; ahora veremos cómo ha evolucionado, es decir, el transitar de la Empresa Maquiladora en nuestro país.

---

4. Aquilar M., Alonso, Estrategia del Capital Extranjero en México, México, Nuestro Tiempo, 1990, p.98.

La instalación de maquiladoras en la frontera norte del país se inició cuando el entonces presidente Adolfo López Mateos creó el Programa Nacional Fronterizo, que tuvo por objeto atender los problemas generados en aquellas ciudades con la llegada de muchos mexicanos que regresaban a México después de finalizar el Programa de Braceros en Estados Unidos. Este convenio se estableció entre nuestro gobierno y el de Estados Unidos en momentos en que gran cantidad de ciudadanos norteamericanos se tuvieron que enlistar para la guerra.

Posteriormente, en 1966 se formalizó a nivel gubernamental el programa y las normas para el establecimiento y operación de plantas maquiladoras, orientadas a procesos de fabricación y ensamble para exportación; a través del Programa de Industrialización de la Frontera, en el que se invitaba a los empresarios norteamericanos a invertir en nuestro país, pero exclusivamente a lo largo de la línea fronteriza.

En 1970 había en México 64 empresas maquiladoras en operación, las cuales proporcionaban empleo a 22 425 personas, y una producción que representaba el 2.5 % de las importaciones totales de Estados Unidos de productos maquilados en todo el mundo. (5)

En 1973 el crecimiento en el número de empresas dedicadas a operaciones de maquila indujo al gobierno mexicano a extender las disposiciones reguladoras de este sector, con lo que se institucionalizó el régimen fiscal de las maquiladoras, permitiéndoseles instalarse en cualquier parte de la República, con la sola excepción de no hacerlo en zonas altamente industrializadas o contaminadas.

Entre 1970 y 1973 el número de establecimientos creció a una tasa media anual del 37%. Esta tendencia ascendente, sin embargo, se vio detenida a partir de 1974 pues prácticamente el número de empresas no aumentó debido a la crisis internacional de energéticos sobre la economía norteamericana, lo que significó una contracción en sus inversiones al exterior. (6)

Esta situación se mantuvo hasta 1978, cuando se presentó un nuevo repunte no como consecuencia de una recuperación de la economía norteamericana, sino como un reflejo del atractivo para invertir que ofrecía la economía mexicana y de la necesidad que tenían las empresas norteamericanas para abaratar sus costos y hacer frente a la competencia de Japón y los países del Sudeste Asiático.

En 1980 el número de plantas maquiladoras aumentó hasta llegar a 620, generando empleos para casi 120 000 personas. (7)

5. Rivera, M. Ángel, "El establecimiento y la operación de las maquiladoras en México", en Ejecutivos de Finanzas, México, septiembre de 1984, p. 31

6. Ibid.

7. Ibid.

C U A D R O 4.1

COMPORTAMIENTO DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO  
DE 1980 A 1994

(MILLONES DE DOLARES)

Año	No. de Empresas	Personal Ocupado	Valor Agregado	Insumos Consumidos Totales	Participacion de los insumos nacionales(%)
1980	620	119 546	772.5	1 777.8	1.7
1981	605	130 973	977.3	2 260.3	1.3
1982	588	122 493	811.0	1 920.3	1.3
1983	629	173 128	828.2	2 906.7	1.3
1984	722	202 078	1 160.9	3 801.6	1.3
1985	789	217 544	1 265.8	3 850.4	0.9
1986	987	268 388	1 294.5	4 351.3	1.2
1987	1 259	322 743	1 598.1	5 507.0	1.5
1988	1 396	369 489	2 337.4	7 808.3	1.7
1989	1 655	429 725	3 000.8	9 599.8	1.6
1990	1 938	460 293	3 551.2	10 675.2	1.8
1991	1 914	467 352	4 133.9	11 966.5	1.8
1992	2 075	505 053	4 808.5	14 462.8	2.0
1993	2 166	541 233	5 732.9	16 761.8	1.8
1994*	2 059	568 530	2 000.5	2 093.1	1.4

\* Datos hasta abril.

FUENTE: Mendiola, Gerardo, " Insumos Nacionales a la Baja", Informe Especial, en Expansión, No. 627, México, 27 de octubre de 1994, p. 113

El cuadro 4.1 nos muestra el comportamiento de la Industria Maquiladora en Mexico, durante el periodo de 1980 a 1994 (Ver Anexo 1). De su analisis observamos que:

- El lento proceso de recuperacion de la economia norteamericana y el inicio de una severa crisis financiera de la economia mexicana, a partir de 1981 produjeron una nueva tendencia descendente en esta actividad.
- En el transcurso de 1982 a 1988 fueron instaladas en el territorio nacional un promedio de casi tres maquiladoras por dia. (8)
- De 1983 al primer semestre de 1988 el numero de empresas extranjeras dedicadas a la maquila paso de 588 a 1 383 establecimientos lo que represento un aumento de 795 empresas de este tipo.
- El numero total de empleos en la I.M paso de 122 493 en diciembre de 1982 a 350 286 al cierre del primer semestre de 1988.

Las ramas economicas que mas contribuyeron a la generacion de valor agregado fueron las de materiales y accesorios electronicos y electricos y la dedicada a la reconstruccion y ensamble de equipo para transporte y sus accesorios.

La maquila de materiales electricos y electronicos concentraron el mayor numero de establecimientos con el 22.6% del total, equivalente a 313 empresas de este tipo y tambien alli laboro la mayor parte del personal empleado en la maquila de productos semiacabados, con el 26.3%, lo que representa a 91 125 trabajadores. (9)

En relacion con el porcentaje de insumos nacionales que tiene el producto terminado de las maquiladoras: 1.6% se mantuvo sin poder llegar siquiera al 2% desde 1975, con excepcion de 1976 que alcanzo 3% de insumos nacionales. (10)

La industria maquiladora se ha instalado en Mexico a traves de una excesiva concentracion. El 95% de las plantas se localizan en la frontera norte; en solo cuatro ciudades se ubican el 60% de las maquiladoras: Juarez, Chihuahua, Tijuana y Matamoros.

En Tijuana, Baja California se localiza el mayor numero de empresas maquiladoras mientras que en C.d. Juarez, Chihuahua se ubican las plantas mas grandes.

8. -----, " Se establecieron en Mexico tres maquiladoras diariamente durante este sexenio; SFF", en: Uno mas Uno, Mexico, 26 de septiembre de 1988, p.18.

9. Ibid.

10. Lizarraga R.,Rebeca,"Transformacion sutil en las maquiladoras", en:Uno mas Uno, Mexico, 26 de noviembre de 1988, p.13.

En los municipios del interior del país, el sector maquilador, se ha trasladado al Estado de México y al Distrito Federal, para Junio de 1988, 37 de estos establecimientos se localizaban en esas entidades y empleaban a 7 000 trabajadores equivalentes al 2% del total. (11)

C U A D R O 4.2

ORIGEN DE LA INVERSION EN LA INDUSTRIA MAQUILADORA HASTA 1989

PAIS	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
ESTADOS UNIDOS	64%
COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA (C.E.E.)	15%
JAPON	7%
CANADA	2%
OTROS	12%

FUENTE: Fuentes Vivar, Roberto, "Con mano de obra barata se subsidia a maquiladoras", en: La Jornada, México, 15 de marzo de 1990, p.23.

De acuerdo al cuadro 4.2 observamos que hasta 1989 el 56% del total de maquiladoras que operaban en México, eran de capital norteamericano, 38% de nacional (sobre todo las textiles); 3% de origen japonés; 2% mixto (Estados Unidos-México) y otro 2% correspondiente a otros países.

Una de las principales ventajas que ofrece México a las maquiladoras es que la mano de obra es, comparativamente con las de los países desarrollados una de las más baratas del mundo, pues aún los trabajadores mexicanos perciben menos ingresos por hora que los empleados en la misma rama en naciones como Taiwán, Corea, Japón o China.

11. Lizárraga R., Rebeca, "Transformación sutil en las maquiladoras", en: Uno más Uno, México, 26 de noviembre de 1988, p.13.

Para enero-octubre de 1990, había 1 929 establecimientos de maquila localizados básicamente en Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Jalisco, Estado de México, Distrito Federal, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas.

Del total de las adquisiciones, las compras de insumos nacionales representaron sólo el 1.7 % .

Durante los primeros seis meses de 1991 La industria maquiladora de exportación consumió materias primas, envases y empaques por 16 Billones 377 396 millones de pesos, de los cuales importó del extranjero, del mercado estadounidense 16 Billones 63 507 millones y sólo 313 889 millones de pesos en insumos de origen nacional, con lo que el mercado mexicano apenas y atiende 1.9% de sus requerimientos de insumos básicos para sus programas de producción y transformación. (12)

La plantilla laboral de la I.M. entre enero-junio de 1990 y enero-junio de 1991 descendió en 7 186 ( 1.5% ), al pasar de 456 276 a 449 090 puestos. Mientras las mujeres representaban en 1975 el 78% de la plantilla laboral en la I.M., para 1991 sólo significaron 67% a nivel nacional.

De acuerdo con los cálculos del INEGI, el valor de los insumos que utilizó la industria maquiladora mexicana en 1992 ascendió a 13 500 millones de dólares, de los cuales, 13 250 millones correspondieron a insumos importados y sólo 250 millones (1.8%) a insumos nacionales. (13)

Durante 1993 la industria maquiladora utilizó en sus procesos productivos insumos por un total de 55 872.8 millones de nuevos pesos, de los cuales 98.23 % fueron importados y solo 1.76% correspondieron a materiales de origen nacional.

El personal ocupado en el sector fue hasta diciembre de 1993 de 541 233 personas, que equivalen a 2.16 por ciento de la población económicamente activa.

Del cuadro 4.3 y 4.4 podemos observar que a pesar del incremento en el número de establecimientos, personal ocupado y márgenes de utilidad de la industria maquiladora no se reflejó en un mayor consumo de insumos producidos por la industria nacional, por lo cual en las regiones donde están asentadas no se genera mayor desarrollo.

En 1993 el mayor número de establecimientos se concentró en Baja California con 850, seguida de Chihuahua con 303 y por Tamaulipas, en donde están asentadas 292 industrias maquiladoras.

12. Elizalde, Triunfo, "Registro déficit la maquila de exportación", en: La Jornada, México, 29 de marzo de 1991, p.16.

13. Cárdenas, Lourdes, "Sólo 2% de insumos para maquiladoras son nacionales", en: La Jornada, México, 8 de enero de 1993, p.35.

C U A D R O 4 . 3

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE EMPRESAS MAQUILADORAS  
EN MEXICO (1991 - 1994)

PERIODO		TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS
ENERO	1991	1 818	1 549
FEBRERO		1 830	1 557
MARZO		1 848	1 572
ABRIL		1 857	1 577
MAYO		1 877	1 596
JUNIO		1 921	1 625
JULIO		1 943	1 632
AGOSTO		1 948	1 631
SEPTIEMBRE		1 959	1 638
OCTUBRE		1 970	1 647
NOVIEMBRE		1 988	1 659
DICIEMBRE		2 013	1 682
ENERO	1992	2 019	1 695
FEBRERO		2 028	1 707
MARZO		2 049	1 720
ABRIL		2 050	1 727
MAYO		2 063	1 735
JUNIO		2 069	1 743
JULIO		2 080	1 755
AGOSTO		2 085	1 757
SEPTIEMBRE		2 094	1 763
OCTUBRE		2 105	1 770
NOVIEMBRE		2 126	1 785
DICIEMBRE		2 129	1 789
ENERO	1993	2 078	1 749
FEBRERO		2 083	1 751
MARZO		2 096	1 768
ABRIL		2 104	1 768
MAYO		2 158	1 807
JUNIO		2 164	1 803
JULIO		2 173	1 807
AGOSTO		2 178	1 807
SEPTIEMBRE		2 182	1 807
OCTUBRE		2 187	1 811
NOVIEMBRE		2 191	1 813
DICIEMBRE		2 195	1 815
ENERO	1994	2 157	1 787
FEBRERO		2 122	1 765
MARZO		2 085	1 730
ABRIL		2 059	1 703

FUENTE: INEGI, Avance de Información Económica, Industria Maquiladora de Exportación, Mexico, INEGI, Julio de 1994, p.5.

CUADRO 4.4

MATERIAS PRIMAS, ENVASES Y EMPAQUES CONSUMIDOS POR LA I. M.  
( MILLONES DE NUEVOS PESOS)

PERIODO	TOTAL		NACIONAL	
	IMPORTACION	%	NACIONALES	%
ENERO 1991	2 463.3	98.4	39.1	1.6
ENE-FEB.	4 805.6	98.1	90.6	1.9
ENE-MARZO	7 256.0	98.0	147.7	2.0
ENE-ABRIL	10 708.2	98.2	201.2	1.8
ENE-MAYO	14 313.5	98.3	254.4	1.7
ENE-JUNIO	17 292.8	98.2	307.9	1.8
ENE-JULIO	20 362.9	98.2	365.2	1.8
ENE-AGOSTO	23 942.7	98.3	419.5	1.7
ENE-SEPTIEMBRE	27 163.1	98.3	473.0	1.7
ENE-OCTUBRE	30 918.7	98.3	535.7	1.7
ENE-NOVIEMBRE	34 333.7	98.3	606.1	1.7
ENE-DICIEMBRE	36 932.1	98.2	671.9	1.8
ENERO 1992	3 346.4	98.1	63.3	1.9
ENE-FEB.	6 744.1	98.2	124.1	1.8
ENE-MARZO	10 414.4	98.2	193.0	1.8
ENE-ABRIL	13 939.7	97.8	313.3	2.2
ENE-MAYO	17 359.3	97.9	376.1	2.1
ENE-JUNIO	21 461.3	97.9	446.3	2.1
ENE-JULIO	24 997.2	97.9	520.0	2.1
ENE-AGOSTO	28 699.2	98.0	590.0	2.0
ENE-SEPTIEMBRE	32 631.1	98.0	659.4	2.0
ENE-OCTUBRE	36 638.3	98.0	730.9	2.0
ENE-NOVIEMBRE	40 555.7	98.0	804.9	2.0
ENE-DICIEMBRE	43 748.2	98.0	886.1	2.0
ENERO 1993	4 044.1	98.3	68.2	1.7
ENE-FEB.	8 315.1	98.3	145.1	1.7
ENE-MARZO	12 983.9	98.2	228.3	1.8
ENE-ABRIL	17 314.8	98.2	310.1	1.8
ENE-MAYO	21 222.5	98.2	382.5	1.8
ENE-JUNIO	25 824.7	98.2	469.6	1.8
ENE-JULIO	30 124.0	98.2	561.9	1.8
ENE-AGOSTO	35 326.5	98.2	651.1	1.8
ENE-SEPTIEMBRE	40 378.5	98.2	732.3	1.8
ENE-OCTUBRE	45 485.3	98.2	811.4	1.8
ENE-NOVIEMBRE	50 685.3	98.2	907.7	1.8
ENE-DICIEMBRE	54 884.0	98.2	988.6	1.8
ENERO 1994	4 851.5	98.5	72.1	1.5
ENE-FEB.	10 054.4	98.6	138.2	1.4
ENE-MARZO	15 342.1	98.6	211.3	1.4
ENE-ABRIL	20 643.4	98.6	287.7	1.4

FUENTE: INEGI, Avance de Información Económica, Industria Maquiladora de Exportación, México, INEGI, Julio de 1994, p.12.

C U A D R O 4.5

CLASIFICACION DE LA I.M. POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA (1994)

RAMA DE ACTIVIDAD	No. DE ESTABLECIMIENTOS	%
SELECCION, PREPARACION, ENPAQUE Y ENLATADO DE ALIMENTOS	54	2.62
ENSAMBLE DE PRENDAS DE VESTIR Y OTROS PRODUCTOS TEXTILES	382	18.55
FABRICACION DE CALZADO E INDUSTRIA DEL CUERO	56	2.72
ENSAMBLE DE MUEBLES, SUS ACCESORIOS Y OTROS PRODUCTOS DE MADERA Y METAL	278	13.50
PRODUCTOS QUIMICOS	114	5.54
CONSTRUCCION, RECONSTRUCCION Y ENSAMBLE DE EQUIPO DE TRANSPORTE	166	8.06
ENSAMBLE Y REPARACION DE EQUIPO HERRAMIENTA Y SUS PARTES	43	2.09
ENSAMBLE DE MAQUINARIA, EQUIPO, APARATOS Y ARTICULOS ELECTRONICOS	115	5.59
MATERIALES Y ACCESORIOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS	401	19.48
ENSAMBLE DE JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS	39	1.89
OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	307	14.91
SERVICIOS	104	5.05
T O T A L N A C I O N A L	2 059	100.00

FUENTE: INEGI, Avance de Información Económica, Industria Maquiladora de Exportación, México, INEGI, Julio de 1994, pp. 23 a 26.

Para 1994, con la puesta en vigor del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, la Industria Maquiladora mostró un comportamiento favorable, pues el número de establecimientos hasta enero fue de 2 157, lo que significa un crecimiento anual de 3.8% respecto al número observado en el primer mes de 1993.

Durante el mes de abril de 1994, el número de establecimientos maquiladores registrados fue de 2 059 presentando con ello un crecimiento anual acumulado de 0.8 % respecto al número observado en el lapso enero-abril de 1993. Del cuadro 4.5 podemos destacar que:

Las principales actividades que concentraron mayor número de establecimientos fueron: materiales y accesorios eléctricos y electrónicos 401; ensamble de prendas de vestir y otros productos textiles 382; otras industrias manufactureras 307; ensamble de muebles sus accesorios y otros productos de madera y metal 278; construcción, reconstrucción y ensamble de equipo de transporte 166, actividades que concentraron el 74.5% del total de establecimientos maquiladores (14).

El personal ocupado alcanzó un total de 545 045 personas, lo cual representa un crecimiento anual de 5.8% respecto a lo observado en el primer mes de 1993; este resultado se debió a los incrementos presentados en la cantidad de obreros - mujeres.

Los principales estados que captaron al personal ocupado fueron: Chihuahua con 166 039; Baja California con 113 514; Tamaulipas con 99 853 y Sonora con 42 800, entidades que concentraron el 86.2% del total del personal ocupado en esta industria.

Debido a los recientes acontecimientos políticos en México, ( Levantamiento de armas en Chiapas por parte del Ejército Zapatista de Liberación Nacional EZLN; asesinato del candidato a la Presidencia de la República, del Partido Revolucionario Institucional -PRI-, Luis Donaldo Colosio Murrieta, etc), empresarios nacionales y extranjeros han frenado sus inversiones en esta rama productiva, por lo cual aproximadamente 3 mil millones de dólares están a la espera de mejores expectativas en la economía nacional, y podrían aplicarse hasta octubre de 1994. (15)

14. Instituto de Estadística Geografía e Informática, Avance de Información Económica, Industria Maquiladora de Exportación, México, INEGI, Julio de 1994, p.2.

15. Llanos Samaniego, Raúl, "Congelan maquiladoras 3 000 millones de dólares de inversión", en: La Jornada, México, 20 de abril de 1994, pp. 48,60.

## 5. REGULACION JURIDICA DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA.

Toda actividad necesita de una normatividad que regule su funcionamiento y garantice sus beneficios, la I.M. no es la excepción por lo que a continuación se trata su regulación jurídica.

Por más de 29 años, la Industria Maquiladora ha operado dentro de un régimen especial administrativo y legal que le ha permitido mantener importantes flujos de bienes y servicios, prácticamente sin traba alguna.

Durante este periodo la I.M. ha visto normada su actividad de la siguiente forma:

- En 1966 se emite el Programa de Industrialización de la Frontera.
- El 24 de agosto de 1972 se emitió un Acuerdo en el que se establecen las Bases de Operación de las Maquiladoras establecidas por la Comisión Intersecretarial.
- Para el 27 de octubre de 1977 se emite el Reglamento del Código Aduanero de los Estados Unidos Mexicanos para el Fomento de la Industria Maquiladora y,
- El 15 de agosto de 1983 se emite el Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, mismo que es abrogado el 22 de diciembre de 1989 por la emisión de un nuevo Decreto con el mismo nombre. (Ver anexo 2)
- A su vez, el 24 de diciembre de 1993, se publica en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que modifica al diverso para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación (Ver anexo 2); finalmente
- El 3 de agosto de 1994 se emite el Decreto que Promueve la Creación de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación. (Ver Anexo 2)

Este ha sido el transitar de la I.M.; de ser un programa de empleo regional con impactos también regionales, a un modelo industrial a seguir y con impacto nacional, lo cual nos indica que no se puede dejar de reconocer la importancia del marco jurídico en la conformación y desarrollo de la I.M.

El 22 de diciembre de 1989 se publica en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto para el Fomento y la Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, tomando en cuenta que los lineamientos de Política Nacional y Regional en el marco de integración del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, consideraban prioritario el fomento y promoción de la industria maquiladora de exportación; y que de conformidad con el proceso de apertura externa de nuestra economía, la industria maquiladora

por sus actividades orientadas hacia los mercados del exterior, contribuye a generar divisas para el país e impulsar la competitividad de la industria nacional.

Dicho Decreto tiene por objeto promover el establecimiento y regular la operación de empresas que se dediquen total o parcialmente a realizar actividades de maquila de exportación, mediante la aplicación de un mecanismo ágil y descentralizado que otorgue facilidades para la operación eficiente de dichas empresas.

Para efectos del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación se entiende por:

- Ley: A la Ley Aduanera.
- Reglamento: Al Reglamento de la Ley Aduanera.
- Secretaría: A la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
- Grupo de Trabajo: Al Grupo de Trabajo para la Industria Maquiladora de Exportación.

El Grupo de Trabajo estará integrado por:

1. El Subsecretario de Industria de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
2. Los Directores Generales de:
  - a) Desarrollo Urbano, y de Normatividad Ambiental de la Secretaría de Desarrollo Social.
  - b) Simplificación Administrativa de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.
  - c) La Industria Mediana, Pequeña y de Desarrollo Regional de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
  - d) Transporte Terrestre de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; y
  - e) Capacitación y Productividad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
3. La Administración General Jurídica de Ingresos y la Administración General de Aduanas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
4. El Secretario Técnico del Gabinete de Política Exterior.
5. Un Representante del Banco de México.
6. Un Representante del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
7. Un Representante de Nacional Financiera, S.N.C.
8. El Director General de Telecomunicaciones de México.
9. El Comisionado del Instituto Nacional de Migración de la Secretaría de Gobernación.
10. El Presidente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Como consecuencia de la desregulación comercial entre países y en el marco de los acuerdos paralelos del Tratado de Libre Comercio. El 24 de Diciembre de 1993, se emitió un Decreto que modifica al Diverso para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, en el cual se reforman los artículos 3o; 5o; 10; 12; 16; 20; 22; 26; 27; 28; 31; 32; 34; 35 y 37, se adicionan los artículos 12; 25; 32 y 34 y se deroga el artículo 24, modificando las reglas de operación de la Industria Maquiladora de Exportación a partir del 1o de enero de 1994.

Entre los cambios más significativos, se encuentran los hechos a los artículos 19, 20 y 22, por lo que a continuación se transcriben:

ARTICULO 19.- Las maquiladoras podrán destinar parte de su producción al mercado nacional conforme a lo siguiente:

- I. En 1994, hasta el 55% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- II. En 1995, hasta el 60% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- III. En 1996, hasta el 65% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- IV. En 1997, hasta el 70% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- V. En 1998, hasta el 75% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- VI. En 1999, hasta el 80% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- VII. En 2000, hasta el 85% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;

A partir de 2001, las ventas de las maquiladoras al mercado doméstico no estarán sujetas a ningún límite, por lo que podrán destinar la totalidad de su producción al mercado nacional.

ARTICULO 20.- Las maquiladoras deberán presentar bimestralmente en las unidades administrativas competentes de la Secretaría, un reporte de las ventas que realicen en el mercado nacional en el que señalen el monto y el valor total de las exportaciones, de las ventas al mercado nacional, así como el porcentaje que dichas ventas representan del valor total de las exportaciones anuales que hayan realizado el año anterior, conforme al formato que forma parte de este Decreto.

ARTICULO 22.- El pago del impuesto general de importación sobre los productos destinados a vender en el mercado nacional, se realizará aplicando el arancel correspondiente a las partes y componentes extranjeros. (16)

16. SECOFI, Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, en: Diario Oficial de la Federación, México, 14 de diciembre de 1993, p. 30.

Antes de las modificaciones al Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, las empresas maquiladoras adquirían materias primas (principalmente de Estados Unidos), las transformaban en México y las regresaban a su país de origen, pagando únicamente el arancel correspondiente al valor agregado en suelo mexicano. Para evitar que estas empresas compitieran deslealmente con los productores nacionales, tenían restringido colocar su producción en el mercado interno. Con las nuevas reglas en 1994 las maquiladoras podrán vender hasta 55% del valor total de sus exportaciones. Este porcentaje aumentará 5% anual, hasta alcanzar en el año 2000, 85% del total exportado y el primer año del nuevo milenio se iniciará sin restricciones.

Finalmente, aunque las ventas que realicen las maquiladoras en el mercado interno pagarán el arancel correspondiente a las partes y componentes extranjeros, también hay ventajas: la capacidad de producción y la tecnología que utilizan las sitúa a la cabeza de empresas del mismo ramo que tienen su base en México. (17)

#### 6. COMPRA DE INSUMOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA.

Si recordamos que uno de los objetivos de la regulación jurídica de la I.M. es el de dar los lineamientos a seguir por esta industria para que contribuya al bienestar económico del país, toca ahora tratar el proceso de compra de insumos de la I.M. a proveedores nacionales, para poder así entender el ambiente en el que éstos se desenvuelven y comprender la importancia de su papel dentro de la economía mexicana como fuente generadora de ingresos.

El 3 de agosto de 1994 se emitió el Decreto que Promueve la Creación de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación con el fin de favorecer la integración de materias primas nacionales en los procesos productivos del sector maquilador. Entre sus puntos principales encontramos que:

- El objetivo de promover la creación de empresas comercializadoras de insumos para la Industria Maquiladora de Exportación es el de realizar operaciones de abastecimiento de materia prima, partes y componentes al sector maquilador.

17. Castillo, Alejandro. " Industria Maquiladora: Piores Resultados ", en: Expansión, No. 636, México, 16 de marzo de 1994, pp. 29, 30.

- Las empresas maquiladoras de servicios que pretendan este beneficio deberán solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación cuya vigencia será indefinida.
- La Banca de Desarrollo apoyará financieramente la creación, operación, y desarrollo de estas empresas comercializadoras.

Para determinar las compras de insumos de la industria maquiladora, la Cámara Americana de Comercio (CAMCO), realizó una encuesta a 260 maquiladoras, la mayoría medianas y grandes de origen estadounidense (18), de las cuales los sectores industriales que manifestaron mayor utilización de insumos nacionales fueron:

- Selección, preparación, empaque y enlatado de alimentos;
- Fabricación de calzado e industria del cuero;
- Productos químicos, ensamble de muebles, sus accesorios y otros productos de madera y metal.

Los insumos que utiliza la industria maquiladora se clasifican en dos tipos:

- Insumos productivos o directos, aquellos que forman parte del producto; e
- Insumos no productivos o indirectos, materiales de mantenimiento, limpieza, equipo de oficina, etc.

Los resultados de la encuesta señalan que el porcentaje de utilización de los insumos nacionales no productivos (38.6%) en las empresas de la muestra es mucho mayor que el de los insumos productivos (6.7%), lo que se explica fundamentalmente por los controles de calidad que imponen las industrias para la adquisición de unos y otros.

Por otra parte, el 42% de las empresas opinó que los productores mexicanos se encuentran en la categoría de "apenas suficiente", lo que significa que los compradores no estarían dispuestos a adquirir los productos nacionales.

---

18. Cardenas, Lourdes, "Solo 2% de insumos para maquiladoras son mexicanos" en: La Jornada, México, 8 de enero de 1993, pp. 48, 67.

## 7. FACTORES QUE AFECTAN LA INTEGRACION DE LOS PROVEEDORES NACIONALES DE INSUMOS CON LA INDUSTRIA MAQUILADORA .

Una vez que se ha tratado la compra de insumos de la industria maquiladora en territorio nacional, toca ahora el análisis de los factores que intervienen desfavorablemente en el proceso de integración de los proveedores nacionales con la industria maquiladora mediante la compra de insumos.

Durante 1993, la industria maquiladora utilizó en sus procesos productivos insumos por un total de 55 872.8 millones de nuevos pesos de los cuales 98.23% fueron importados y sólo 1.76% correspondieron a materiales de origen nacional. (19)

Esto confirma que el sector maquilador exportador continúa dependiendo del abastecimiento externo ya que el mercado mexicano apenas si atiende una mínima parte de sus requerimientos de insumos básicos para sus programas de producción y transformación.

Quizá el fracaso de la manufactura nacional para vender insumos nacionales a la industria maquiladora, radique en que no ha logrado insertarse en las redes de producción de esta industria. Según un estudio titulado "La Incorporación de Insumos Nacionales a la Industria Maquiladora de Exportación", existen cinco aspectos que interactúan entre sí, generando una tipología de eslabonamientos industriales que permiten o inhiben la incorporación de insumos nacionales y son:

1. Relacionados con el producto y la producción; las principales barreras al abasto maquilador son los precios no competitivos, la falta de control de calidad y diseños, los tiempos de entrega inadecuados, la incapacidad para surtir grandes volúmenes y la falta de solvencia comercial.

2. Los Procedimientos Administrativos; estas barreras se dan tanto del lado de los demandantes como de los oferentes y constituyen una buena parte de los denominados "cuellos de botella". En los demandantes los rasgos más significativos son el desconocimiento del mercado, la falta de capacidad local de contratación y los requisitos de certificación de proveedores. Por el lado de los oferentes nacionales potenciales hay obstáculos como: el desconocimiento del mercado, la escasa experiencia internacional y flexibilidad administrativa, la incapacidad para manejar grandes volúmenes con entregas justo a tiempo, la falta de voluntad para aceptar riesgos para vender en mercados con márgenes reducidos de ganancias y el inadecuado control de calidad.

19. González Amador, Roberto, " Usaron maquiladoras 98.23% de insumos importados en 93: INEGI ", en: La Jornada, México, 20 de marzo de 1994, p. 46.

3. De Orden Reglamentario: desde el inicio del Programa Maquilador han existido condiciones desfavorables para el abasto interno por la estructura impositiva, en especial el manejo al Impuesto al Valor Agregado, el trato más desfavorable en términos administrativos a los insumos importados que a los nacionales, las dificultades para la exportación indirecta y la falta de flexibilidad en ese régimen de operación, entre otros.

4. La Infraestructura Industrial Nacional; las deficiencias en el transporte y la red de telecomunicaciones dificulta por una parte el abasto competitivo y la elaboración en México de componentes especializados, en tanto que la escasez de vivienda e infraestructura social dificulta la estabilidad de la fuerza de trabajo y aumenta el costo real de la vida, la falta de equipamiento urbano y de servicios públicos también dificultan la producción de componentes. Por último, el rezago en la educación media y superior también obstaculiza el desarrollo tecnológico.

5. La Estructura de los Mercados de Insumos, Factores y Bienes Finales: las empresas exportadoras operan en mercados altamente imperfectos, con estructura oligopólica, sujetos a una gran variedad de prácticas neoproteccionistas por parte de los países desarrollados. También las distorsiones de los precios relativos de los factores e insumos actúan como un impedimento para que se concrete ese abasto en países como México. (20)

Todos los obstáculos descritos contribuyen a explicar la escasa integración de insumos nacionales para la exportación. Sin embargo, no todos ellos tienen el mismo peso; lo que está en juego es la forma de inserción de los productores nacionales vis a vis los productores extranjeros ubicados en México y en otros países, en términos del abasto de empresas maquiladoras.

Pero más allá de esto, lo que parece claro es que la posibilidad de que la industria nacional y maquiladora den el salto cualitativo y que México consolide una planta industrial competitiva, no dependerá, como ha quedado demostrado en los últimos años, de las condiciones macroeconómicas o de la sensibilidad o no del equipo sexual. La sociedad mexicana deberá ser capaz de generar políticas consistentes, predecibles que se cumplan por las partes y no al arbitrio del funcionario en turno.

20. Mendiola, Gerardo, "La Industria Maquiladora de Exportación", en: Expansión. No. 577, México, 30 de Octubre de 1991, pp. 105-106.

## 8. CONSECUENCIAS DE LA OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADURA EN MEXICO.

Una vez descritos los factores que afectan la integración de los proveedores nacionales de insumos con la industria maquiladora, toca ahora el estudio de las consecuencias originadas por la operación de ésta industria en el país.

La figura 8.1 nos muestra la ubicación de la I.M. en el país, de ahí podemos observar que la mayor parte de la I.M. se concentra en la frontera norte, representando el 72% de los establecimientos ubicados en el país, situación que se explica fundamentalmente por la cercanía del mercado estadounidense a donde se canaliza principalmente la producción y al uso de la infraestructura y del transporte de carga existentes en esa zona.

La existencia de una frontera común que facilita el traslado de insumos disponibles en Estados Unidos, no favorece el desarrollo de proveedores nacionales, así como el hecho de que la mayor parte de la inversión en la I.M. provenga de Estados Unidos implica que la actividad de esta industria dependa en mucho del ciclo económico estadounidense lo que hace que cada vez se incremente más nuestra dependencia económica para con el país vecino del norte.

La industria maquiladora ha propiciado que industriales y comerciantes vean frenadas sus posibilidades de crecimiento ante la abundancia de productos extranjeros que tienen importantes facilidades de acceso, también han creado desequilibrios regionales, insuficiente infraestructura industrial y habitacional, deficientes redes de comunicación y transporte y una débil integración con las industrias locales de origen nacional.

Un peligro latente del incremento de las actividades de las maquiladoras es el aumento de la contaminación ambiental que provocan algunas de estas empresas a través de basureros tóxicos, transporte inadecuado, uso de sustancias peligrosas, descarga de explosivos químicos y fugas de gases.

Incremento del desempleo y subempleo, ya que este tipo de empresas utilizan tecnología avanzada que requiere de mano de obra calificada y especializada que muchas veces no se encuentra en el país. Hasta la fecha estas empresas no se han preocupado por implantar programas de capacitación y desarrollo que tanta falta hacen al país y que estaban previstos como objetivos de la creación de maquiladoras.

## 8. CONSECUENCIAS DE LA OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO.

Una vez descritos los factores que afectan la integración de los proveedores nacionales de insumos con la industria maquiladora, toca ahora el estudio de las consecuencias originadas por la operación de ésta industria en el país.

La figura 8.1 nos muestra la ubicación de la I.M. en el país, de ahí podemos observar que la mayor parte de la I.M. se concentra en la frontera norte, representando el 72% de los establecimientos ubicados en el país, situación que se explica fundamentalmente por la cercanía del mercado estadounidense a donde se canaliza principalmente la producción y al uso de la infraestructura y del transporte de carga existentes en esa zona.

La existencia de una frontera común que facilita el traslado de insumos disponibles en Estados Unidos, no favorece el desarrollo de proveedores nacionales, así como el hecho de que la mayor parte de la inversión en la I.M. provenga de Estados Unidos implica que la actividad de esta industria dependa en mucho del ciclo económico estadounidense lo que hace que cada vez se incremente más nuestra dependencia económica para con el país vecino del norte.

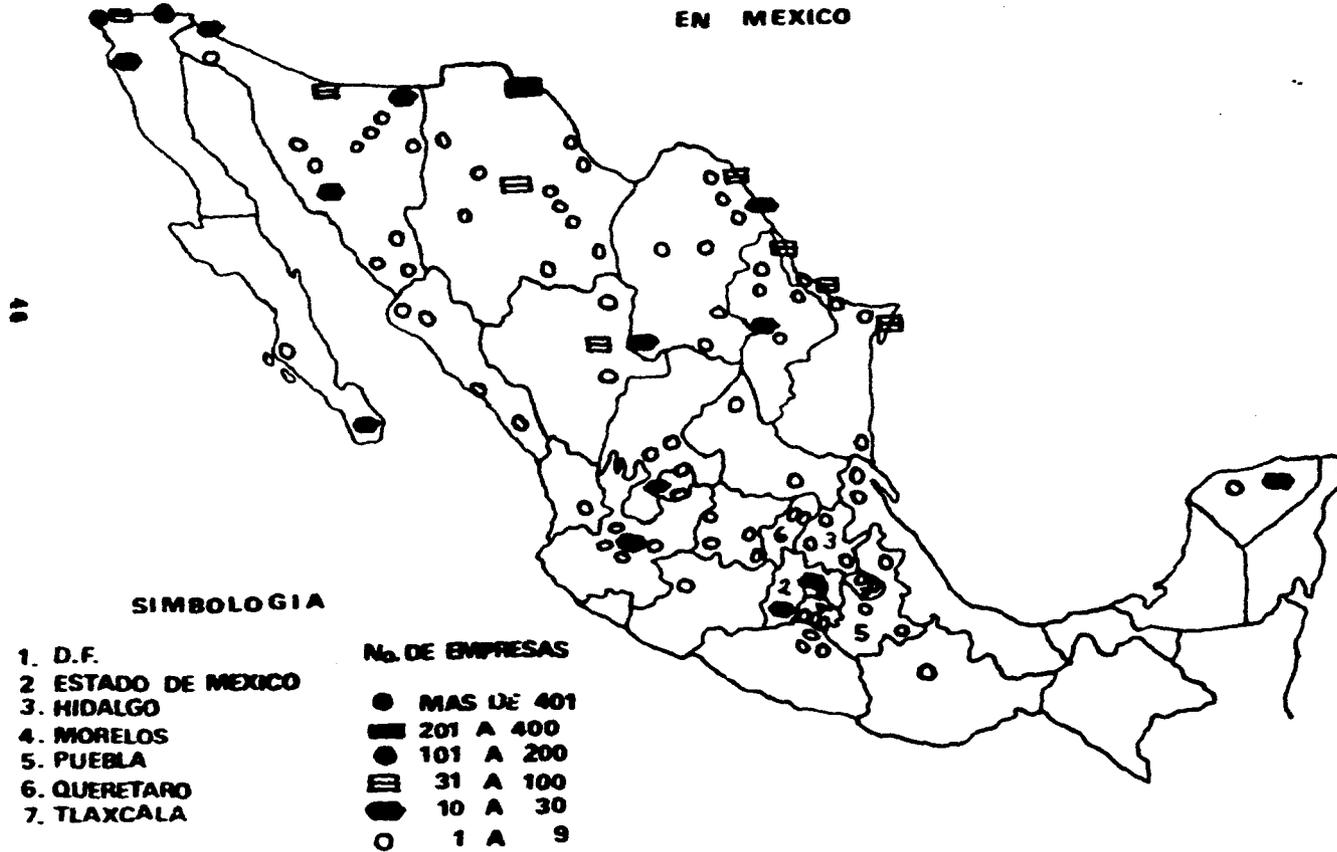
La industria maquiladora ha propiciado que industriales y comerciantes vean frenadas sus posibilidades de crecimiento ante la abundancia de productos extranjeros que tienen importantes facilidades de acceso, también han creado desequilibrios regionales, insuficiente infraestructura industrial y habitacional, deficientes redes de comunicación y transporte y una débil integración con las industrias locales de origen nacional.

Un peligro latente del incremento de las actividades de las maquiladoras es el aumento de la contaminación ambiental que provocan algunas de estas empresas a través de basureros tóxicos, transporte inadecuado, uso de sustancias peligrosas, descarga de explosivos químicos y fugas de gases.

Incremento del desempleo y subempleo, ya que este tipo de empresas utilizan tecnología avanzada que requiere de mano de obra calificada y especializada que muchas veces no se encuentra en el país. Hasta la fecha estas empresas no se han preocupado por implantar programas de capacitación y desarrollo que tanta falta hacen al país y que estaban previstos como objetivos de la creación de maquiladoras.

FIGURA 8.1

ZONAS GEOGRAFICAS DONDE SE CONCENTRA LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO



Para 1994, con la puesta en vigor del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, la industria maquiladora enfrenta algunas repercusiones como son:

- Mayor impulso debido a los beneficios arancelarios de las exportaciones que realicen y que provengan de los Estados Unidos y Canadá mediante el cumplimiento de las reglas de origen.
- Podrán participar otros países en la instalación de nuevas maquiladoras, especialmente las provenientes del Sudeste Asiático, incluidos Japón y Corea del Sur.
- Las empresas maquiladoras seguirán disfrutando de todos los programas de apoyo que otorga el gobierno federal a la exportación.

Finalmente, la necesidad de mejorar la competitividad de los productos mexicanos ofreciendo calidad y menores precios; implica que se deben revisar todos los procesos productivos con el fin de llevar a cabo ajustes que generen ventajas sustanciales con respecto a los productos importados.

Después de lo estudiado en este capítulo, podemos concluir que la I.M. no ha cumplido totalmente con su objetivo de contribuir al desarrollo económico del país, pues aunque si ha generado empleos y fortalecido la balanza comercial, no ha impulsado el desarrollo regional, ni la utilización de los recursos nacionales, además de que ha contribuido a acentuar más nuestra dependencia hacia los Estados Unidos.

### CAPITULO III. LA FUNCION DE COMPRAS.

1. DEFINICION DE COMPRAS
2. IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE LAS COMPRAS
3. POLITICAS DE COMPRAS
4. CLASIFICACION DE LAS COMPRAS
5. FUNCIONES DE UNA OPERACION DE COMPRAS
6. COMPRAS NACIONALES E INTERNACIONALES
7. ELECCION DE PROVEEDORES
8. COMPRAS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA  
AL PROVEEDOR NACIONAL
9. LA CALIDAD TOTAL Y EL PROVEEDOR NACIONAL
10. EL JUSTO A TIEMPO Y EL PROVEEDOR NACIONAL

### CAPITULO III LA FUNCION DE COMPRAS

En este capitulo se aborda el estudio de la funcion de compras, ya que es indiscutible que toda empresa dedicada a la produccion de satisfactores, tiene para su correcto funcionamiento necesariamente que proveerse en forma continua de materia prima, así como de otros materiales, para enfrentar sus necesidades y cumplir con los objetivos de la empresa.

Para tal fin dichas materias primas y demás materiales deben cumplir con los requisitos más elementales de una buena compra: precio, calidad, cantidad, condiciones de entrega y de pago, para asegurarse de que dentro de lo razonable, todo lo posible haya sido hecho para garantizar el máximo valor para la empresa por el dinero gastado.

En virtud de lo mencionado se ha conformado el capitulo de la siguiente forma: Definición de compras, Importancia y objetivos de las compras, Políticas de compras, Clasificación de las compras, Funciones de una operación de Compras, Compras nacionales e internacionales, Compras de la industria maquiladora al proveedor nacional, y La calidad total y el "Just in Time" en el proveedor nacional.

#### 1. DEFINICION DE COMPRAS

Empezamos definiendo lo que se entiende por Compras:

Michele Calimeri define a las compras como: "la operación que se propone suministra, en las mejores condiciones posibles, a los distintos sectores de la empresa los materiales (materia prima y productos semiacabados, accesorios, bienes de consumo, máquinas, servicios, etc.) que son necesarios para alcanzar los objetivos que la administración de la empresa ha definido".(1)

Por otra parte George Aljian W. define a las compras como: "obtener, al precio correcto, el material adecuado, en el momento preciso, de manera que el flujo de la producción no se interrumpa o se impida".(2)

Con base en las definiciones anteriores podemos decir que compras se define como:

La adquisición de materia prima o cualquier otro artículo con las características adecuadas, al precio correcto, en el momento preciso y del proveedor más adecuado, para que la empresa cumpla con sus objetivos.

1. Cruz Mecinas, Leonel, Principios Generales de Compras, México, CECSA, 1990, p.15.

2. Aljian W., George, Manual de Compras, México, Mc Graw Hill, 1990, p.16

## 2. IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE LAS COMPRAS.

A continuación se trata la importancia de las compras y sus objetivos. Se dice que las compras en la actualidad deben considerarse como una función vital, para el éxito de cualquier empresa. Para tal fin, toda empresa que se precie de ser moderna, tiene un Departamento de Compras, cuyo objetivo es el de adquirir las materias primas y artículos indispensables para la fabricación de los bienes que se dedica a comercializar, poniendo en juego todos los elementos necesarios para conseguirlos y de esta manera ayudar a producir más utilidades para la empresa.

El Departamento de Compras es el grupo de profesionales y especialistas expertos en la obtención de materiales, abastecimientos, herramientas y servicios requeridos por todos los demás grupos de la empresa en el proceso completo de agregar valor a un producto.

En resumen, podemos decir que la importancia de las compras radica en su contribución a la supervivencia y efectividad de la empresa.

Las actividades de compras, con el fin de realizar una contribución efectiva a la empresa de la que forman parte, deben estar orientadas hacia los objetivos generales de la organización. Sin embargo, la función de compras tiene objetivos de carácter más específico. En principio, las compras tienen esencialmente dos objetivos:

A) Controlar el flujo de dinero, a través de la reducción de costos y la obtención de utilidades, ya que las compras representan una inversión.

B) Servir eficazmente en la consecución de materia prima y artículos indispensables para la fabricación, a fin de mantener a la empresa competitivamente en operación.

Sin embargo, también tiene otros fines:

- a) Mantener la continuidad del abastecimiento de las materias primas para el departamento de producción.
- b) Realizar las compras con la inversión mínima, compatible con la seguridad y el provecho económico de la empresa.
- c) La provisión de información y asistencia en el campo especializado de las compras.
- d) Procurar las materias primas a los precios más bajos posibles, de acuerdo a la calidad requerida; y
- e) Mantener en posición competitiva la empresa, en lo que a costos de materiales se refiere.

### 3. POLITICAS DE COMPRAS.

Ya se han descrito los objetivos que persiguen las compras, toca ahora el estudio de los lineamientos que conforman la actuación de las compras.

Las políticas de compras son una herramienta administrativa que delimita la responsabilidad de compras y establece los criterios o lineamientos a seguir en la toma de decisiones concernientes a las compras de la empresa. Estas deben darse a conocer a todo el personal de compras, revisarse y actualizarse periódicamente.

Para su buen funcionamiento el departamento de compras, debe establecer sus políticas respecto al sistema de compras que empleará, ya que el mismo afectará a toda una serie de políticas internas, relativamente a la autoridad, procedimientos y relaciones interdepartamentales y definirá el alcance y responsabilidad del departamento.

Cabe mencionar, que también las relaciones con los proveedores se hallan sujetas a las políticas establecidas por la empresa, que son las que reflejan los objetivos y planes del departamento, las cuales deben ser flexibles, sencillas y claras, discretas y deben elaborarse por escrito.

Algunos ejemplos de políticas de compras son:

- Queda prohibido a los empleados del departamento de compras aceptar obsequios o gratificaciones por parte de los proveedores.
- Todas las adquisiciones de la empresa, deberán ser realizadas por el departamento de compras.
- El departamento de compras se reserva el derecho exclusivo, para objetar la calidad y tipo de materiales, a fin de proteger los intereses de la empresa.
- Las requisiciones deberán describir claramente las especificaciones y la fecha en que se requieran los materiales.
- Todas las compras superiores a cien mil nuevos pesos, deberán estar autorizadas por el Director General de la Empresa.

#### 4. CLASIFICACION DE LAS COMPRAS.

Una vez estudiadas las politicas de compras, veamos ahora la clasificacion que se hace de las compras.

Cruz Mecinas clasifica a las compras en dos grupos:

##### A. COMPRAS DE BIENES

a) Materia Prima o Materiales. Son aquellos de procedencia agricola, minera, o de otras industrias, por medio de las cuales tendran su primer grado de transformacion.

b) Mercancias. Son aquellos productos terminados, que se destinan a la venta de quienes los necesitan.

c) Suministros. Son los articulos de oficina que utiliza una empresa, para realizar adecuadamente sus labores ( papeleria, tinta, jabon, etc.).

Cabe mencionar, que los suministros en el sentido estricto, se refieren tambien a la materia prima o materiales que sirven para abastecer al departamento de produccion de una empresa.

##### B. COMPRAS DE SERVICIOS

a) Personales o Profesionales.

b) Financieros (bancos, seguros).

c) Transportes (terrestres, aereos y maritimos).

#### 5. FUNCIONES DE UNA OPERACION DE COMPRA.

Ya se ha estudiado a las compras y sus factores primordiales (importancia y objetivos, politicas y clasificacion), corresponde a continuacion la descripcion del proceso de compras en forma general, para poder asi, conocer los pasos a seguir y su secuencia durante dicho proceso.

El ciclo de funcionamiento de una empresa, comprende muchas funciones ademas de la compra, pero la funcion de compras esta llamada a tomar parte en cada paso. El grado de formalidad y los detalles del procedimiento de compras puede variar de empresa a empresa o incluso de acuerdo al tipo de producto que se desea adquirir.

## PROCESO DE COMPRA:

### A) Consideración Original de la Compra.

Primero, debe existir la necesidad de un artículo por carencia, después se debe decidir si debe o no comprarse y, si esto es así, se decidirá específicamente qué es lo que debe comprarse. Compras tiene la responsabilidad de desarrollar precios, alternativas y otra información apropiada.

### B) Origen de la Requisición de Compras.

Cuando se ha decidido la compra, ésta es transmitida por medio de una requisición debidamente autorizada. Puede tomar una de las siguientes tres formas típicas: a) una tarjeta de reorden repetitiva, b) una forma de requisición de rutina, o c) un memorándum específico requiriendo algo no usual y para lo cual no se tiene un procedimiento de rutina.

Cualquiera que sea la forma, la requisición o solicitud de compra es la señal para proceder a comprar y estipula tres cosas esenciales: a) que la autoridad de compras haga el compromiso, b) la identidad, calidad y especificaciones de lo que deba comprarse y c) la fecha en la que se requiere el artículo.

La forma de la requisición proporciona usualmente cierta información adicional, sobre la conveniencia del subsecuente recibo y manejo de los artículos, así como para la contabilidad y los registros de control de costos.

### C) Determinación de las Fuentes Posibles.

Basado en los conocimientos y en la experiencia en cuanto a proveedores potenciales, compras determina a quién solicitarle que cotice. De acuerdo con las circunstancias y con su juicio, puede elegir telefonar, enviar por correo o fax su solicitud de cotización o invitar a los representantes de los proveedores para una discusión personal. Cuando el tiempo lo permita, es recomendable enviar una solicitud de cotización formal aun cuando se solicite cotización a un solo proveedor.

### D) Selección de la Fuente.

La negociación del compromiso es un aspecto importante de la responsabilidad de compras. Su objeto es determinar quien, a su juicio recto y objetivo, ofrece libremente el mayor valor final por el dinero, con los factores combinados de precio, servicio y calidad.

#### E) Tráfico y Rutas.

Consiste en la selección del método más económico de entrega y de envío, basada en el juicio experto del departamento de compras, consistente con la confiabilidad de la entrega dentro del tiempo tolerable para ello. La selección debe ser especificada, si se indica la necesidad o deseo de arreglos especiales o lineamientos de embarque con la agencia de transportes.

#### F) Emisión de la Orden de Compra.

Cuando se llega a un arreglo con el proveedor escogido, todas las provisiones pertinentes del arreglo son confirmadas formalmente preparando y emitiendo una orden de compra. Esta es una obligación que es legalmente, por lo que es esencial, que sea establecida en la orden de compra, clara y completamente.

Usualmente la orden de compra está impresa con las condiciones estándares en las que, la empresa desea llevar a cabo la transacción, y el arreglo de la compra en particular se establece sujeta a la aceptación del proveedor de esas condiciones. Las provisiones específicas negociadas para la orden en particular, incluyen la cantidad e identificación, especificaciones, precios, términos de entrega y descuentos, instrucciones de entrega, abarcando el tipo de transporte, ruta, destino y fecha de entrega (o de embarque) requerida, así como instrucciones especiales pertinentes, tales como las provisiones para inspección, certificación, empaque, muestras previas al embarque y notificación de embarque.

El propósito principal de la orden de compra es establecer el arreglo detallado al cual se ha llegado con el proveedor y autorizar la entrega del material comprado.

#### G) Rastreo.

El rastreo es el proceso o función de verificar con el proveedor, para asegurar el cumplimiento de su obligación de promesa de entrega. Rastreo se puede definir como el aceleramiento del esfuerzo para mejorar una entrega programada o prometida.

Compras, debe desarrollar procedimientos efectivos e integrales de rastreo y establecer políticas claramente entendibles requiriendo una actuación de entrega confiable y estableciendo sanciones para la no confiable.

#### H) Recepción e Inspección.

La función de recibir y manejar físicamente los materiales entregados, conjuntamente con la verificación de que las entregas correspondan exactamente al valor especificado en la orden de compra, la ejecuta usualmente un grupo especializado, en este caso el de almacenamiento y manejo de materiales; aunque compras también interviene en ello.

Las instrucciones para la inspección deben ser especificadas por compras, ya que es su responsabilidad ver que el aspecto de inspección no se omita o se descuide durante el proceso de entrega.

#### I) Verificación de Facturas y Paqos.

Es una función de contabilidad, generalmente reconocida, verificar la corrección de las facturas y sobre esto transmitir el pago al proveedor. Las facturas requieren de tres verificaciones: primero, verificar por comparación con los documentos de recibo, que el material facturado ha sido recibido completo y en condiciones apropiadas; segundo, verificar por comparación con la orden de compra, que los precios y términos están de acuerdo con el compromiso establecido por compras; tercero, la verificación mecánica de la factura en cuanto a la corrección aritmética.

Una operación efectiva de compras requiere de un control completo de las ordenes de compra, la notificación de los recibos de materiales, los pagos de facturas y la comparación de la factura y de los términos de la orden de compra. El proceso de verificar los recibos y las facturas con las obligaciones originales de compra, es una duplicación significativa del proceso de verificación de contabilidad.

#### J) Control de Material y de Inventarios.

La función de controlar la variedad y cantidad de materiales en existencia, puede ser ejecutada por compras o por personal especializado en el manejo o almacenamiento físico.

La función de control de materiales e inventarios es la de asegurar el abastecimiento suficiente, pero no excesivo, de todos los materiales y abastecimiento de la calidad apropiada esencial para el negocio. Los niveles de inventarios deben ser mantenidos entre un límite mínimo de existencia adecuado para asegurar la continuidad de las operaciones y un máximo determinado por las limitaciones de espacio, limitaciones de capital de trabajo, y las cantidades óptimas de compras, y gastos inconvenientes por el manejo físico en una excesiva frecuencia de las entregas.

#### K) Análisis de Valor e Investigación de Compras.

A menos que se pueda comprar al precio correcto, no se podrá vender al precio adecuado, por lo que compras, debe descubrir la "mejor forma" de procurar a la empresa de los materiales necesarios.

El análisis de compras empieza con la determinación de lo que se compra, su costo, por qué se compra y qué artículos o alternativas podrían ser usados, cómo se venden esos artículos alternativos y cuáles son los métodos óptimos de adquisición y, finalmente, cuál es la mejor manera para la empresa de obtener ese abastecimiento en particular.

Como en cualquier investigación, las cualidades que determinan el valor productivo del esfuerzo, son la penetración y la ingeniosidad; penetración al desarrollar todos los hechos pertinentes e ingeniosidad al generar ideas de mejores alternativas.

#### L) Administración de Compras.

La función administrativa es la de organizar y supervisar los esfuerzos del grupo para el cumplimiento de las responsabilidades de compras asignadas. Abarca el establecimiento de políticas que sirvan de guía de compras, definición de procedimientos, delegación de labores que deben ser ejecutadas, empleo y entrenamiento de personal y supervisión de las tareas asignadas.

#### M) Disposición de Sobrantes y Desperdicio.

Hay tres destinos principales para tal material: reutilización por algún otro sector de la empresa; devolución al proveedor original, para su almacenamiento; y venta a comerciantes de materiales usados u otros usuarios.

Compras, por la naturaleza de su función, está en una posición estratégica para dirigir los sobrantes hacia una nueva utilización o para tratar con el proveedor original para devolverse los y que los acredite.(3)

---

3. Aljian W., George, op. cit., pp. 35 a 39.

## 6. COMPRAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Las empresas buscan a los proveedores que reúnan todas las características por ellas requeridas, en ocasiones es necesario buscar a tales proveedores fuera de su localidad ya que dentro de ella no hay quienes satisfagan sus necesidades.

En virtud de esto, corresponde ahora la descripción de las compras nacionales e internacionales.

Las compras nacionales son aquellas que se efectúan dentro de las fronteras de un país, con arreglos a las leyes del mismo y pueden clasificarse en:

A) Locales. Aquellas que se realizan en la misma plaza.

B) Foráneas. Se realizan en plazas distintas pero dentro del mismo país.

Las compras internacionales son aquellas que se efectúan entre dos o más países y se rigen por las leyes de los países que las realizan (importaciones-exportaciones).

Cabe mencionar, que los proveedores extranjeros suelen utilizar en sus cotizaciones, las siguientes condiciones de entrega:

### Abreviaturas en inglés

F.O.B.

C.F.

C.I.F.

F.A.S.

### Abreviaturas en español

L.A.B. Libre a Bordo, término usado para manifestar que la mercancía debe ser entregada en cierto lugar, al precio pactado y libre de cualquier otro gasto.

C.F. Costo y Flete, en la compra está incluido el precio de la mercancía y el importe del flete hasta el lugar donde se haya pactado.

C.S.F. Costo, Seguro y Flete, la mercancía incluye el precio de la misma, la prima del seguro contra riesgos y el flete del lugar de origen, al puerto o frontera del país comprador.

L.C.B. Libre a costado del Buque, mercancía puesta en el puerto de destino y al costado del buque que la transportó.

## 7. ELECCION DE PROVEEDORES.

Ya que uno de los elementos que ocupan esta tesis, lo constituyen los proveedores, a continuación se hace referencia a ellos. Comenzamos, definiendo el término proveedor.

Proveedor. Persona que tiene a su cargo la función de proveer o abastecer de todo lo necesario a otra para alcanzar un fin. (4)

Proveedor. Persona física o moral que suministra materia prima, envases, empaques u otros productos a una empresa para que ésta pueda producir bienes o servicios y después venderlos para su consumo. (5)

De las dos definiciones anteriores y tomando elementos en común nosotras definimos al proveedor como: aquella persona física o moral encargada de proveer de todo lo necesario a una empresa para que ésta pueda cumplir con el fin para el cual fue creada.

Ya que hemos definido al proveedor veamos ahora como se lleva a cabo la elección de éstos.

La elección de proveedores debe ser considerada de acuerdo a los siguientes puntos:

- a) Su capacidad financiera, es decir, investigar la confiabilidad que pueda ofrecer en el caso de que se hayan de conceder anticipos. La situación financiera desfavorable, puede limitar sensiblemente la posibilidad de abastecimiento por parte de una empresa.
- b) Su capacidad técnica. Esta es importante cuando se trata de materiales que exigen especificaciones técnicas o de calidad.
- c) Su capacidad de producción. Esta es esencial ya que nos permite conocer si la empresa tiene disposición, y es capaz de enfrentarse con sus obligaciones de producir materiales en determinado tiempo.

En este renglón, pudiéramos considerar características del inmueble, maquinaria y equipo funcionando, capacidad productiva global, disponibilidad de equipos especiales, número de empleados, etc. (6)

Después de que el departamento de compras ha elaborado su cuadro comparativo, es decir, ha analizado detenidamente a cada uno de los proveedores que están en posibilidades de surtir el material requerido; toca al jefe de compras decidir o elegir quién debe surtir la mercancía y, lógicamente tomara en consideración a aquél que ofrezca mejores condiciones de calidad, precio y servicio.

4. Suárez S., Andres S., Diccionario Económico de la Empresa, España, Pirámide, 1990, p.186.

5. Rosenberg, J.M., Diccionario de Administración y Finanzas, España, Océano, 1992, p. 98.

6. Cruz Mecinas, Leonel, Principios Generales de Compras, Mexico, CECSA, 1990, p. 62.

## B. COMPRAS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA AL PROVEEDOR NACIONAL.

Dado que esta investigación se centra en la compra de insumos que la I.M. realiza al proveedor nacional, toca ahora estudiar el transitar de las relaciones comerciales de nuestros proveedores con respecto a las empresas maquiladoras ubicadas en el país.

" La industria maquiladora del país es la principal fuente generadora de divisas para México, hasta agosto de 1994 este sector participa con 55 por ciento del total de las exportaciones que México realiza ...

Más aún, la demanda de insumos, envases y empaques de las maquilas superará este año los 20 mil millones de dólares y al final de la década sus necesidades en materias primas llegarían hasta 50 mil millones de dólares, lo que constituye un mercado potencial para la industria nacional. " Afirmó Fernando Sánchez Ugarte subsecretario de Industria de la Secretaría de Comercio y Fomento industrial (SECOFI) al clausurar la Primera Muestra de Insumos a la Industria Maquiladora de Exportación. (7)

Fernando Sánchez Ugarte explicó que la industria nacional no aprovecha la demanda de las maquiladoras en cuanto a materias primas se refiere, ya que las adquisiciones que ha realizado la industria maquiladora - es decir, la demanda de insumos - en los últimos seis años ha crecido a una tasa anual de 22.2 por ciento. Ninguna demanda, en ningún sector del país ha crecido a este ritmo. Las compras brutas que realiza la maquiladora son del orden de 17 mil 600 millones de dólares.

No obstante, el mercado potencial que esta industria representa es desaprovechado por la planta fabril doméstica, pues hay un gran desconocimiento de la maquila que no solo realiza labores simples de ensamble, sino que cada vez lleva a cabo procesos complejos de manufactura de bienes y efectúa procesos de integración vertical.

La incorporación de insumos nacionales es menor a dos por ciento, debido, principalmente, a que los productos nacionales no cumplen con las especificaciones técnicas o con los requisitos de calidad, los precios o los volúmenes de producción; los sistemas de entrega justo a tiempo. Influye también en esta mínima adquisición de materias primas nacionales que muchas de las decisiones de compras se toman directamente en la matriz y no en el establecimiento ubicado en el país.

Pero sobre todo, insistió, existe un desconocimiento de los requerimientos de insumos que tiene la maquiladora nacional y, al mismo tiempo, de la oferta nacional de insumos y productos de la planta fabril doméstica. También refirió que la integración nacional del sector maquilador varía mucho por región y por sector, por ejemplo, los establecimientos de la frontera norte, representan 72 por ciento de los ubicados en el país, y sin embargo, su integración nacional es mínima, contra seis por ciento de integración que registran las empresas ubicadas en el resto del territorio nacional, cuyo número es menor. (8)

7.Extraída de: González Pérez, Lourdes, "Maquiladoras, Principal Fuente de Ingresos para México: SECOFI".en: *El Financiero*, México, 12 de agosto de 1994, p. 16.

8. Ibid.

A continuación, el cuadro 8.1 nos muestra el incremento que han sufrido las importaciones de insumos de la Industria Maquiladora por actividad económica desde 1986 hasta 1990.

C U A D R O 8.1

INSUMOS IMPORTADOS POR LA INDUSTRIA MAQUILADORA/PRODUCTO PROCESADO  
( MILLONES DE DOLARES)

	1986	1987	1988	1989	1990
TOTAL NACIONAL	4 351.3	5 507.0	7 808.3	9 447.8	10 488.7
PRODUCTOS					
ALIMENTICIOS	32.5	28.3	33.2	38.7	55.7
PRODUCTOS TEXTILES	276.9	308.1	340.3	384.1	456.6
CALZADO Y PRODUCTOS DE CUERO	49.8	58.1	73.3	114.0	84.1
MUEBLES DE MADERA Y DE METAL	90.5	176.8	288.3	416.8	461.5
PRODUCTOS QUIMICOS	1.1	8.0	20.0	32.7	93.3
EQUIPO DE TRANSPORTE	1 313.9	1 704.5	2 253.5	2 664.2	2 989.2
EQUIPO Y HERRAMIENTAS NO ELECTRICAS	48.1	87.4	131.2	137.5	153.9
MAQUINARIA Y APARATOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS	995.5	1 025.1	1 312.3	1 619.1	1 514.9
MATERIALES Y ACCESORIOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS	1 082.1	1 453.6	2 290.8	2 276.8	3 261.0
JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS	94.2	107.7	197.1	236.1	187.1
OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	332.9	489.6	803.8	962.5	1 085.2
SERVICIOS	33.8	59.7	64.7	115.4	146.1

FUENTE: Seguros de Mexico, S.A., Reseña Anual de la Industria Maquiladora, CANACINTRA, Mexico, 1991.

A pesar de que el cuadro anterior nos muestra que la importación de insumos se ha incrementado, existen sectores que se han integrado en mayor medida a la economía, como el alimenticio, cuyo grado de integración es de 42.4 por ciento; del cuero y calzado de ocho por ciento; el de productos químicos, de poco más de seis por ciento, y muebles y productos de madera y metal de 3.5 por ciento.

Los sectores en los que más avances hay en el proceso de integración vertical son: fabricación de computadoras, de equipos eléctricos como autoestereos, televisores y otros aparatos de sonido, así como las áreas de telecomunicaciones y telefonía.

Sin embargo, los esfuerzos que realiza el gobierno mexicano por implantar medidas de fomento destinadas a aumentar la integración de la producción de las maquiladoras con insumos nacionales, se encuentran en desventaja y chocan con los estímulos y facilidades que da Estados Unidos con su programa para promover la instalación de maquiladoras en el extranjero. De acuerdo con ese programa, las maquiladoras sólo podrán acceder a sus beneficios e ingresar a su mercado, si utilizan componentes de la industria estadounidense. Tal vez esa sea la razón por la cual, independientemente de la calidad y oportunidad que puedan alcanzar los proveedores nacionales, las materias primas, envases y empaques producidos en México representan menos de 2% del total consumido por la industria maquiladora.

Según analistas internacionales, el programa de maquiladoras promovido por Estados Unidos ha demostrado que gracias al uso de sus insumos en la elaboración de productos finales más allá de sus fronteras se ha logrado aumentar la capacidad utilizada y el empleo dentro de su propia industria. Así, aun cuando se logre una actitud más flexible de parte de las autoridades del país vecino para adquirir productos con un mayor grado de integración mexicana, es de suponer que las autoridades estadounidenses continuarán con su objetivo de promover la utilización de sus insumos. (9)

## 9. LA CALIDAD TOTAL Y EL PROVEEDOR NACIONAL.

Ya estudiados los problemas a los que se enfrenta el proveedor nacional y la situación en que se encuentra, podemos ahora analizar un sistema que se presenta como una buena alternativa de solución al apremiante problema de la falta de calidad en los insumos nacionales: La Calidad Total.

---

9. Castillo, Alejandro, "Los peros de la maquila", en: *Expansión*, México, Mayo de 1990, p.p. 19,20.

El concepto de calidad nace desde la década de los 60's en el oriente. Las condiciones de la posguerra obligaron a los japoneses a racionalizar su producción, a prepararse para competir en el mercado externo. Ahí es donde se configuró la idea de que es conveniente hacer más eficientes los procesos de producción y la prestación de los servicios desde el diseño de los mismos y aún antes, desde los proveedores, hasta el servicio y garantía posteriores a la venta. Asimismo, se concibe la idea de que el cliente es quien debe determinar las características que debe reunir el producto o servicio por el cual paga. Es el consumidor el que fija entonces los parámetros y estándares de calidad, y esto es así porque ya desde entonces la encarnizada competencia obliga a las empresas a idear mecanismos para atraer y aún retener a sus clientes. (10)

A continuación, definimos a la calidad total como:

El hacer bien las cosas a la primera vez, satisfaciendo la necesidad del cliente al menor costo posible.

La calidad total empieza por la gente, no por las cosas, pues se logra a través de la gente y se muestra en las cosas.

Según Crosby, el proceso de la calidad total sigue 4 principios absolutos (11):

1. La calidad se define como cumplir los requisitos, no como la excelencia, es decir, entregar al cliente lo que se le prometió.

2. El sistema para lograr la calidad es prevenir, no corregir después de los hechos, implantando actividades orientadas hacia la prevención.

3. La norma personal de realización es "cero defectos", NO "así está bastante bien, ahí se va". Esto implica un cambio en la mentalidad del personal para cumplir siempre con todos los requisitos a través de:

- Hacer las cosas bien desde la primera vez y,
- No descansar hasta encontrar la causa de la falla real o potencial y remediarla.

4. La calidad se mide con el precio del incumplimiento, es decir, lo que cuesta el hacer las cosas mal.

Para acceder a la calidad total, se requiere modificar las formas de operación tradicionales en toda la empresa. El cambio de enfoque hacia la calidad total requiere de estructuras más funcionales, sin burocracia, donde las ideas fluyan desde el operario hasta la alta dirección. Esto implica un estilo participativo de mando, un cambio en el enfoque del liderazgo.

10. Laviella, Briseida y Aguilar, Carmen, "La calidad en las empresas mexicanas", en: Expansión, México, Noviembre de 1992, p.6.

11. Crosby, Philip. "La Calidad Total" en: UNAM, FCA, Conferencia, México, 18 de febrero de 1992.

Los procesos de calidad, antes de ser implantados, deben ser planeados y aún cuando se ejecuten los planes, deben existir ajustes y corrección del rumbo.

La selección de quienes proveerán materiales y servicios a una empresa cobra especial importancia debido a que para la elaboración de un producto de alta calidad se requiere, entre otros elementos insumos de calidad. Esto obedece no tan sólo a los requerimientos de calidad de los insumos que habrán de suministrarse en un momento dado, sino también porque las empresas necesitan mantener un estándar que entre otras cosas, evite incurrir en costos de desperdicios. Además, requiere regularidad en los tiempos de entrega de los suministros y un precio adecuado.

Acentuada la competencia en el mercado exterior, la Industria Maquiladora requiere mejorar la calidad de sus productos como vía para aumentar su productividad y competir más eficazmente en el exterior. Asimismo, los proveedores nacionales que suministran a esta industria o que aspiran a hacerlo, deben incrementar su calidad para poder hacer frente a los competidores del exterior.

Ishikawa menciona diez principios de Control de Calidad con el fin de lograr la Calidad Total y eliminar las insatisfactorias condiciones existentes entre el cliente y el proveedor.

Los diez principios son:

Introducción: entre comprador y proveedor debe existir mutua confianza y cooperación, y la decisión de vivir y dejar vivir basada en la responsabilidad que las empresas tienen respecto del público. Con este espíritu, ambas partes deben practicar sinceramente los diez principios siguientes.

Principio 1: tanto el comprador como el proveedor son totalmente responsables por la aplicación del control de calidad, con recíproca comprensión y cooperación entre sus sistemas de control de calidad.

Principio 2: el comprador y el proveedor deben ser independientes el uno del otro y respetar esa independencia recíprocamente.

Principio 3: el comprador tiene la responsabilidad de suministrarle al proveedor información clara y adecuada sobre lo que se requiere, de modo que el proveedor sepa con toda precisión qué es lo que debe fabricar.

**Principio 4:** antes de entrar en transacciones de negocios, el comprador y el proveedor deben celebrar un contrato racional en cuanto a calidad, cantidad, precio, condiciones de entrega y forma de pago.

**Principio 5:** el proveedor tiene la responsabilidad de garantizar una calidad que sea satisfactoria para el comprador, y también tiene la obligación de presentar datos necesarios y actualizados a solicitud del comprador.

**Principio 6:** el comprador y el proveedor deben acordar previamente un método de evaluación de diversos artículos, que sea aceptable y satisfactorio para ambas partes.

**Principio 7:** el comprador y el proveedor deben incluir en su contrato sistemas y procedimientos que les permitan solucionar amistosamente las posibles discrepancias cuando surja cualquier problema.

**Principio 8:** el comprador y el proveedor, teniendo en cuenta el punto de vista de la otra parte, deben intercambiar la información necesaria para ejecutar un mejor control de calidad.

**Principio 9:** el comprador y el proveedor deben siempre controlar eficientemente las actividades comerciales, tales como pedidos, planeación de la producción y de los inventarios, trabajos de oficina, y de sistemas, de manera que sus relaciones se mantengan sobre una base amistosa y satisfactoria.

**Principio 10:** el comprador y el proveedor, en el desarrollo de sus transacciones comerciales, deben prestar siempre la debida atención a los intereses del consumidor. (12)

Un hecho aparentemente elemental que coadyuvaría a resolver el problema de la calidad de los suministros sería el de compartir información técnica con los proveedores, es decir, mejorar la comunicación transversal cliente - proveedor. No hay que olvidar que la calidad total es una apuesta a largo plazo. Es un enfoque que puede permitir a los proveedores racionalizar su que hacer así como aumentar su nivel competitivo, finalmente cabe mencionar que lo anterior no constituye la varita mágica que resolverá todos los males.

---

12. Ishikawa, Kaoru, ¿Qué es el control total de calidad?, Colombia, Norma, 1991, p.153.

## 10. EL JUSTO A TIEMPO Y EL PROVEEDOR NACIONAL.

" ... los principales tropiezos de las empresas en la relación con sus proveedores tienen que ver precisamente con la falta de oportunidad del suministro, la inconstancia en la calidad, los precios, la poca orientación al servicio y al atraso tecnológico de los proveedores. " (13)

Así, ya estudiada la Filosofía de Calidad Total, toca ahora el análisis del sistema " Justo a Tiempo" (Just in Time) por considerarlo una posible solución para el proveedor nacional a sus problemas en los retrasos de entrega de los suministros y la reducción de los costos de inventarios.

A través de la creciente competencia mundial, las maquiladoras ya no sólo buscan mano de obra barata, sino conjuntar esa mano de obra con una infraestructura de transporte y la excelencia en los proveedores con respecto a obtener insumos con mayor calidad, en menor tiempo y costo.

Dado que las compras de la I.M. son a largo plazo, y no de una sola vez, el industrial mexicano que desee convertirse en proveedor de estas empresas, tendrá que implementar un plan de producción y de ventas a mediano plazo, de fechas fijas de entrega, y de rígidas especificaciones para no estar por debajo de sus estándares establecidos.

Por lo anterior, es que se explica que la filosofía del Justo a Tiempo se ha desarrollado en países con larga tradición maquiladora.

El Justo a Tiempo es un sistema de producción que consiste en que la entrega de insumos y materias primas se realice en el momento preciso, para que sean procesados de inmediato; elimina todo desperdicio e implica que el producto final se entregue a tiempo, y a la vez evita la acumulación de insumos o de productos en el inventario.

Este sistema productivo preconiza menos proveedores, que entreguen productos de alta calidad, en cantidades pequeñas y de manera oportuna, lo que requiere de relaciones estrechas con los proveedores para que le brinden pronósticos precisos y soporte técnico.

El Justo a Tiempo preconiza la reducción del número de proveedores con el fin de tener una relación más cercana con un número menor de ellos y una vez que el proceso se inicia, el fabricante no tendrá un inventario de seguridad para hacer la cobertura en caso de problemas de entregas y de calidad; por lo que el costo de llevar inventarios se verá reducido.

13. Laviella, Briseida, "Los proveedores y la calidad", Informe Exclusivo, en: *Expansión*, México, Junio de 1994, p. 28.

Una vez que el proveedor este en el programa justo a tiempo, el cliente puede reducir sus inventarios y eliminar toda inspección posible de las partes, requiere que el proveedor surta partes de calidad excelente y que sus entregas sean consistentes.

La idea es, pues, coordinar la entrega de partes con los ritmos de consumo en el proceso.

El Justo a tiempo obliga a la organización a poner de relieve los problemas de calidad tan pronto como ocurren, pues de lo contrario, ninguna línea continuaria con la producción. Las partes de baja calidad se hacen muy evidentes en un proceso que se rige según los principios del Justo a tiempo, pues no existen partes suplementarias para sustituir a las defectuosas.

La utilización del Justo a tiempo obliga a implantar un sistema de Control Total de Calidad (CTC). También implica una reducción en los tiempos de espera del proveedor, esto permite que el cliente programe las salidas de materiales a los ritmos de consumo reales en la planta. Luego, reduce el tiempo de espera con el objeto de obtener una disminución sustancial del inventario.

Un programa de abastecimiento justo a tiempo requiere una cuidadosa planeación y ejecución. La meta es instituir un sistema que simplifique el abastecimiento de partes a la planta y que de beneficios a ambas partes.

Programa de salidas y ritmo de entregas.

El proceso de salida y de programación puede dividirse en cinco etapas:

1. Hacer un compromiso de compras a largo plazo con los proveedores. Este acuerdo a largo plazo asegurara el compromiso entre el proveedor y el fabricante y le permitira a este obtener un descuento en el precio por volumen. El contrato debe tener una duracion de dieciocho a veinticuatro meses.
2. Dar al proveedor un pronostico mensual para un periodo movil de seis meses . El proveedor utilizara este pronostico para pronosticos de planeacion de materiales. El pronostico se puede modificar dentro de los tiempos de espera acordados.
3. Dar al proveedor una salida mensual en firme para el siguiente mes de produccion.
4. Establecer con el proveedor el ritmo al cual seran entregados los productos en la planta (por ejemplo, por hora, dia o semana).
5. Establecer un acuerdo con el proveedor sobre la politica para cambiar las tasas de entrega. Esta politica debe ser muy clara e incluir por igual incrementos y disminuciones. (14)

14. Hernández, Arnaldo, Manufactura Justo a tiempo. Un enfoque práctico, México, CECSA, 1992, p.117.

Al implantar un proveedor el Justo a Tiempo enviara sus productos en contenedores estándar con mayor frecuencia, y en lotes mas pequeños; entonces habra un incremento en la calidad y una disminucion en la documentación.

Algunas de las características principales de un sistema tradicional de compras y las de un programa justo a tiempo con proveedores son:

#### SISTEMA DE COMPRAS TRADICIONAL

- Entregas por semana/mes
- Inventarios auxiliares
- Rechazos de calidad aceptables
- Tiempos de espera largos
- Entregas tempranas/tardias
- Entregas en grandes lotes
- Inspección para recepción
  
- Expeditación extensiva
  
- Empaque inconsistente
- Proveedores de segunda fuente
- Gran base de proveedores
- No hay restricciones en cuanto a la distancia física
- Salidas fuertes a corto plazo con órdenes de compra
  
- Relaciones contenciosas con proveedores
- Retroalimentación aleatoria respecto a la calidad
- Visitas poco frecuentes a proveedores

#### SISTEMA DE COMPRAS JUSTO A TIEMPO

- Entregas por hora/día/semana
- Sin inventarios auxiliares
- Control Total de Calidad y cero defectos
- Tiempos de espera cortos
- Entregas a tiempo
- Entregas en lotes pequeños
- No hay inspección en recepción
- Relativamente poca expeditación
- Empaque estándar
- Proveedores de primera fuente
- Pequeña base de proveedores
- Proveedores cercanos
  
- Compromisos a largo plazo y pronósticos y salidas a corto plazo
- Relaciones de sociedad con proveedores
- Retroalimentación continua respecto a la calidad
- Visitas frecuentes a proveedores

#### PROGRAMA JUSTO A TIEMPO CON PROVEEDORES.

En los pasos necesarios para iniciar un programa justo a tiempo con proveedores. Primero es preciso definir que cuando un proveedor esta en el programa sucede lo siguiente:

\* El proveedor se compromete a entregar los productos de acuerdo con un programa repetitivo de lotes pequeños. De acuerdo al volumen, las entregas pueden ser por hora, día o semana.

\* El proveedor se puede comprometer a mantener un inventario de seguridad de partes de tiempos de espera largos, con el objeto de reducir tanto sus propios tiempos de espera como estar de acuerdo con las políticas de reprogramación. El tamaño del colchón del inventario dependerá de los pronósticos semestrales vigentes.

\* El fabricante se compromete a largo plazo con el proveedor para motivar la aceptación del plan por parte de este. Con base en el ciclo de vida del producto del fabricante, sería ideal establecer un compromiso de entre dieciocho y veinticuatro meses.

\* Es necesario que se lleve a cabo un programa de CTC con el proveedor. Los objetivos del programa son dos: 1) Elevar la calidad del proveedor hasta que, de manera consistente, entregue partes de alta calidad y 2) Eliminar la necesidad de inspecciones de recepción en los embarques del proveedor. Luego que cesan las inspecciones el empleado de recepción enviará las partes directamente al proceso, haciendo a un lado al almacén. Un sistema de calidad y retroalimentación debe estar en operación.

\* El proveedor recibe reportes periódicos sobre la calidad y confiabilidad del desempeño de su producto en nuestro proceso y en el campo.

\* La inspección de la fuente del proveedor solo es aceptable como una base de transición del programa justo a tiempo.

\* Daremos crédito al proveedor que pertenezca a un programa justo a tiempo. Esto requiere de algún tipo de certificación para los proveedores y un programa de premios y reconocimientos.

Los pasos para la implantación de un programa justo a tiempo con los proveedores son nueve; sin embargo cada empresa debe adaptar el programa justo a tiempo para proveedores a su propio producto y sus requerimientos operacionales.

#### 1. Seleccionar a los proveedores para el programa.

La manera más eficaz de seleccionar a los proveedores para un programa justo a tiempo es ordenarlos por su importancia económica y de acuerdo a la importancia para las necesidades de producción del fabricante.

La lista de candidatos deberá contener el doble de los que serán seleccionados dejando un margen para los que abandonen.

El siguiente paso es hacer una tabla en donde se hallen reunidos todos los candidatos a proveedor. De cada uno, la tabla debe contener el volumen de las partes que la empresa adquiere de él, los tiempos de espera, los niveles de calidad, el registro de seguimiento de entregas, los programas vigentes de entregas y cualquier problema pendiente con su desempeño.

2. Instituir el programa de educación Justo a tiempo - Control total de calidad para proveedores.

Es muy importante que todo el mundo dentro del equipo tenga una idea clara de los principios y las metas de un programa con los proveedores. Todo gerente e incluso los altos directivos deben estar comprometidos en el apoyo del esfuerzo. La manera más sencilla de entrenar a los empleados es enviarlos a uno de los muchos seminarios que se imparten.

3. Realizar el contrato Justo a tiempo.

En la firma del acuerdo con cada uno de los proveedores, se debe describir los acuerdos operativos pactados para la recepción de los embarques justo a tiempo, incluyendo, compromisos a largo plazo, pronósticos vigentes, salidas mensuales, programas de tasas de entrega, compromisos con los tiempos de espera, niveles de calidad, precios y horizontes de tiempo para negociaciones en los precios y compromisos de fuentes únicas de abastecimientos.

4. Implementar los programas Control Total de Calidad.

- \* Programa de mejoramiento de la calidad
- \* Programa de mejoramiento del proceso
- \* Programa de reducción de tiempos de espera

Aquí se debe poner por escrito una descripción del programa justo a tiempo para proveedores. Este documento debe enunciar con claridad las metas del programa y ayudar al seguimiento de los progresos y a concentrar los esfuerzos en las áreas problemáticas.

5. Certificar a proveedores Justo a tiempo - Control total de calidad.

6. Instituir un Día del Proveedor.

Una vez que se ha elegido al grupo de proveedores que entrarán al programa, se les debe notificar, por escrito, sus intenciones e invitarlos al Día del Proveedor para darles una explicación del alcance del programa y los pasos que se requieren para su implantación.

7. Eliminar las inspecciones a la recepción.

8. Iniciar entregas frecuentes en lotes pequeños bajo un sistema Justo a tiempo - Jalon.

9. Evaluar el desempeño del programa Justo a tiempo y hacer los cambios necesarios.

## EXPECTATIVAS CON UN PROGRAMA JUSTO A TIEMPO CON PROVEEDORES.

1. Lo que los proveedores deben esperar del fabricante:
  - Sociedad a largo plazo
  - Trato justo
  - Utilidades justas
  - Fuente única
  - Satisfacción del cliente
  - Recuperación justa de la inversión
  - Tiempo suficiente para planear el futuro
  - Pronósticos actuales y precisos
  - Especificaciones de partes emitidas correctamente
  - Partes diseñadas para estar acordes con el proceso del fabricante
  - Salida fluida de órdenes
  - Cambios mínimos en órdenes
  - Pago puntual de facturas
  - Retroalimentación rápida en problemas de calidad
  - Buen soporte técnico para resolver problemas de calidad o proceso
  - Comunicación frecuente.
  
2. Lo que el fabricante debe de esperar de los proveedores:
  - Partes de alta calidad para cumplir consistentemente con requerimientos
  - Embarques a tiempo
  - Entregas por hora/día/semana
  - Tiempos de espera cortos
  - Abastecimiento con todos los servicios
  - Rápida retroalimentación en problemas y reparaciones
  - Trato justo
  - Asociación de negocios a largo plazo
  - Control excelente del proceso para asegurar niveles de calidad
  - Calidad suficiente de las partes para evitar que se realicen inspecciones en inventarios auxiliares
  - Reducciones de costos y ahorros en la curva de aprendizaje pasados al fabricante
  - Partes empacadas y embarcadas en cantidades adecuadas y en empaques idóneos
  - Comunicación frecuente
  - Canales abiertos para soporte técnico en el caso de problemas de calidad. (15)

---

15. Hernández, Arnaldo, op. cit., pp.124 a 130.

Para finalizar podemos decir que los sistemas de "Calidad total" y "Justo a tiempo" se presentan como dos buenas alternativas para el proveedor nacional que desee incrementar su calidad, disminuir sus costos y mejorar sus fechas y condiciones de entrega, recordando que dichos sistemas, deben adaptarse a las necesidades y circunstancias en las que se encuentre cada una de estas empresas, asimismo debemos estar conscientes de la naturaleza competitiva de los mercados industriales en la actualidad, por lo que se hace imperativo que las empresas modifiquen sus planes, o inclusive los replanteen a fin de adaptarlos mejor a las oportunidades que ofrecen tanto el Justo a tiempo como la Calidad Total.

Entre éstas destacan: oportunidad de mejorar notablemente la calidad de los productos elaborados, reducir el tiempo de respuesta al mercado hasta en un 90 por ciento, reducir a la mitad el tiempo necesario para lanzar al mercado productos nuevos o modificados de acuerdo con la petición de la clientela y recortar en forma drástica, o inclusive eliminar, los inventarios.

**C A P I T U L O    I V**

**P R E S E N T A C I O N   D E   L O S   R E S U L T A D O S  
D E   L A   I N V E S T I G A C I O N    D E   C A M P O**

**( A N A L I S I S   E   I N T E R P R E T A C I O N   D E   L A   I N F O R M A C I O N )**

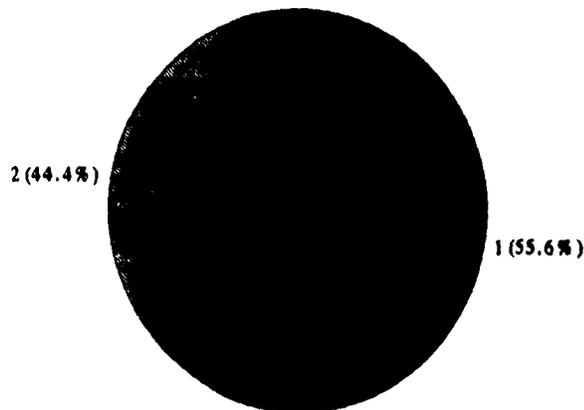
## CAPITULO IV

### PRESENTACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

Después de estudiada la parte teórica de la investigación, toca ahora tratar en este capítulo la presentación y el análisis de los resultados obtenidos durante la investigación de campo.

Para tal fin se presenta, primero, cada pregunta del cuestionario individualmente, seguida de la presentación de sus resultados a través de una gráfica circular y, por último una interpretación de los datos arrojados.

1.- ¿Existe un departamento de compras?

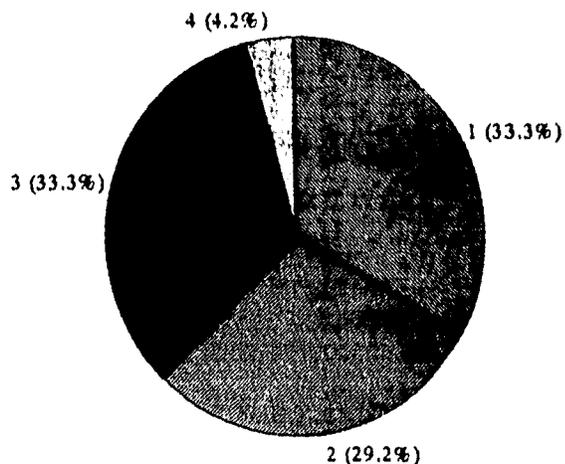


1.- SI

2.- NO

De las 54 empresas maquiladoras visitadas 30 contaban con un departamento de compras estructurado para encargarse de todas las operaciones relacionadas con las compras representando el 55.56%, mientras tanto el 44.44% de las empresas, lo que representa 24 de ellas no cuentan con un departamento de compras, encargando tal función a otras áreas.

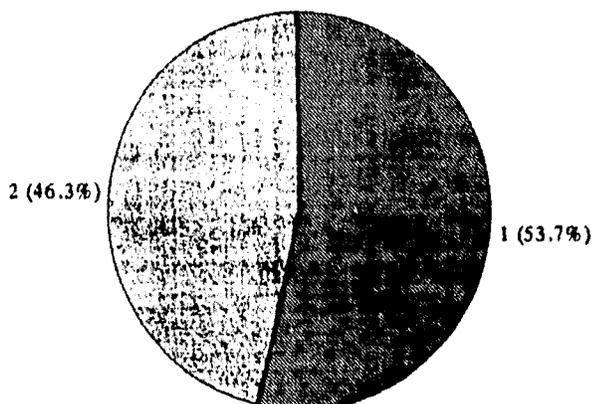
2.- En caso de no existir ¿Qué área se encarga de realizar las compras?



- 1.- Gerencia General
- 2.- Gerencia de Producción
- 3.- Administración
- 4.- Contador

De las 24 empresas maquiladoras que no tienen un departamento de compras 8 de ellas manifestaron que la Gerencia General es la encargada de realizar las operaciones concernientes a la compra de los insumos, otras 8 dijeron que la Administración es la responsable de las mismas representando el 33.33% de la muestra. En 7 empresas es Producción la encargada de las compras, representando el 29.17%. Estas respuestas se obtuvieron de empresas maquiladoras pequeñas y medianas. Y sólo una empresa encarga sus funciones de compras al contador, ésta empresa trabaja en la rama textil.

3.- Las decisiones sobre las compras son tomadas por:

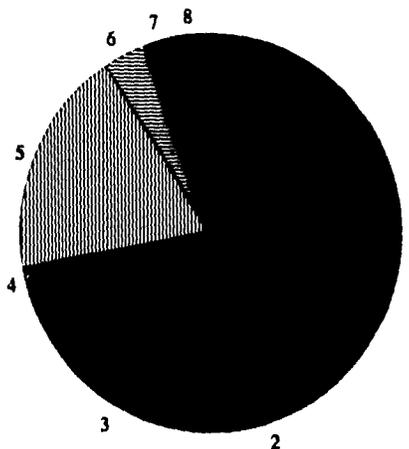


- 1.- La propia empresa
- 2.- El cliente envía parte de los insumos y el resto lo compra la empresa.

Veintinueve empresas maquiladoras manifestaron decidir ellas mismas sobre sus compras representando el 53.70% de la muestra. Este hecho se manifestó en empresas por más de cinco años de funcionamiento y en su mayoría pertenecientes a la rama textil y automotriz.

El resto, 24 empresas que representan el 46.30% expresaron que el cliente o la empresa maquiladora con la que tienen contrato envía parte de la materia prima o toda, por lo tanto ellas sólo adquieren los insumos que no le son enviados. También se manifestó en varios casos que el cliente "sugiere" o dice cual es la materia prima que desea utilice la empresa que le quiere maquilar, en caso de no cumplir con esta "sugerencia" pues no se realiza el contrato de maquila.

4.- ¿Cada cuánto realiza sus compras de insumos?



1.- 44.44% Semanal

2.- 18.52% Quincenal

3.- 24.08% Mensual

4.- 1.85% Bimestral

5.- 3.70% Trimestral

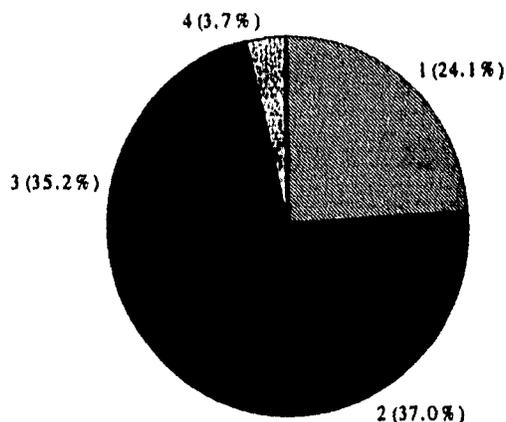
6.- 1.85% Semestral

7.- 3.70% Cada tres días

8.- 1.85% Diario

La periodicidad con que se efectúan las compras de los insumos es muy variada pero en promedio podemos hablar de compras realizadas semanal, quincenal y mensualmente según lo manifestado por 24, 10 y 13 empresas maquiladoras respectivamente, lo que representa el 44.44%, 18.52% y 24.08%. El resto de las empresas varía sus compras, bimestral, trimestral, a diario, cada tercer día y semestralmente. Esta variabilidad se debe a que los insumos son comprados sólo cuando se van a necesitar y regularmente no suelen almacenarse, además cuando los clientes envían los insumos tampoco hay necesidad de almacenar pues solo envían lo necesario sin excedentes.

5.- La selección de proveedores de insumos se hace a través de:



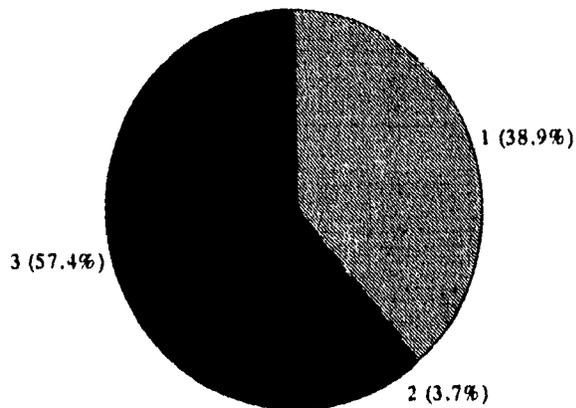
- 1.- Cotizaciones
- 2.- Ya están establecidos
- 3.- Ya están establecidos y con cotizaciones
- 4.- No existe un procedimiento de selección

Trece empresas maquiladoras realizan cuadros comparativos de proveedores (cotizaciones) para seleccionar a sus proveedores, representando el 24.08%, este hecho se da en empresas que no tienen proveedores con antigüedad, es decir, que constantemente están cambiando y no mantienen una relación duradera por no satisfacer plenamente sus especificaciones en los insumos. Y el 37.01% lo que son 20 empresas tienen ya establecidos a sus proveedores desde el inicio de sus operaciones, teniendo un promedio de 10 años de

relaciones comerciales y fueron establecidos por la Gerencia General, por Compras y por Producción. 19 empresas tienen ya establecidos a algunos proveedores y a otros los seleccionan a través de cotizaciones, con lo que 35.18 utilizan los dos métodos. Y sólo dos empresas, el 3.70% no utilizan un procedimiento de selección y compran según sea la oferta del proveedor que los visite.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

6.- Realiza compras de insumos:



- 1.- Nacionales
- 2.- Extranjeros
- 3.- Ambos

El 38.89% de las empresas maquiladoras manifestaron realizar solamente la compra de insumos nacionales lo que representa a 21 empresas, mientras que 31 empresas, el 57.41% dijeron realizar tanto compra de insumos nacionales como extranjeros y solamente el 3.70% de empresas expresaron realizar compra de insumos extranjeros, es decir, importan los mismos que requieren para maquilar.

## **COMPRAS EXTRANJERAS**

**7.- ¿Por qué no realizan compras de insumos nacionales?**

Los dos empresas que realizan compras extranjeras las efectúan por necesidad ya que los insumos que requieren para su actividad de maquila no los encuentran en el mercado nacional. Estas empresas se desarrollan dentro de la rama textil y la de turbinas y convertidores.

**8.- Tipos de insumos que adquiere:**

La materia prima que adquieren en el extranjero se trata de la básica es decir, el principal insumo dentro de su actividad. Así tenemos que la empresa maquiladora de turbinas y convertidores compra roles, rondanas, baleros, cuellos de muelles, etc.

Y la Maquiladora de la rama textil compra hilo que no se encuentra en el país así como tela y refacciones.

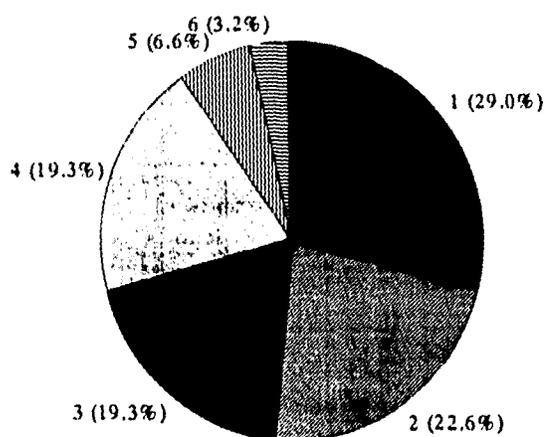
**9.- Si los proveedores nacionales cumplieran con los requisitos que ustedes exigen ¿Estarían dispuestos a comprar insumos nacionales?**

Ambas empresas contestaron que sí comprarían sus insumos al proveedor nacional siempre y cuando llenaran los requisitos solicitados por ellas. Además agregaron que el proveedor nacional es competitivo.

## COMPRA DE INSUMOS NACIONALES Y EXTRANJEROS

10.- ¿Qué ventajas le ofrecen los proveedores extranjeros en relación con los nacionales?

Enumérelas.

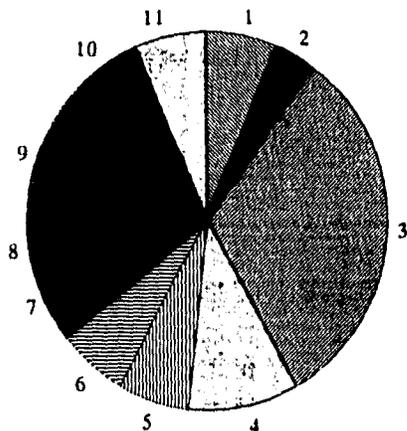


- |                                |                           |
|--------------------------------|---------------------------|
| 1.- Calidad y precio           | 4.- Inexistencia nacional |
| 2.- Calidad, precio y servicio | 5.- Precio                |
| 3.- Calidad                    | 6.- Tecnología avanzada   |

De las 31 empresas maquiladoras que realizan compra de insumos nacionales y extranjeros, nueve empresas expresan que los proveedores extranjeros les brindan mayor calidad y precio representando el 29.03%. Calidad, Precio y Servicio son las ventajas que hacen que 7 empresas que representan el 22.58% elijan proveedores extranjeros, mientras que 6

empresas buscan la calidad que les brindan los insumos importados y otras 6 empresas los adquieren por no existir esos insumos en el mercado nacional, representando el 14.35%. Y sólo dos empresas manifestaron que los insumos extranjeros tienen un precio menor y sólo una empresa ve la utilización de tecnología de punta por parte del proveedor extranjero como una ventaja.

11.- ¿Qué porcentaje de sus compras totales de insumos representan sus compras nacionales?



1.-	6.45%	95%	7.-	6.45%	40%
2.-	3.22%	90%	8.-	3.22%	35%
3.-	32.26%	80%	9.-	12.90%	30%
4.-	9.68%	70%	10.-	6.45%	25%
5.-	6.45%	60%	11.-	6.45%	10%
6.-	6.45%	50%			

Como se ve, son solamente diez empresas las que compran insumos nacionales en un 80% en relación a sus compras totales, representando el 32.26% de la muestra, de ahí las cifras decrecen a sólo 2 y 1 empresas que adquieren insumos nacionales en un 95% y 90% respectivamente.

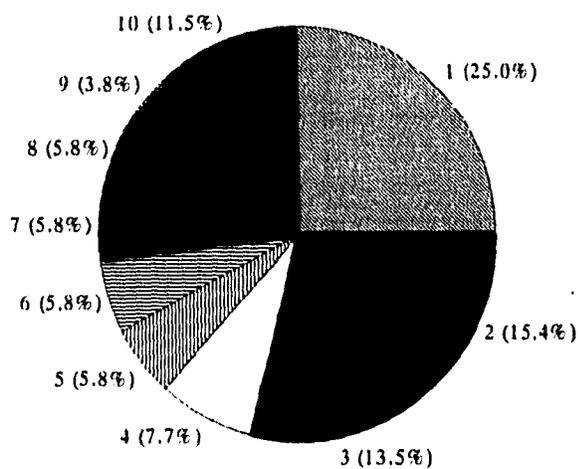
De ocho empresas, dos de ellas adquieren insumos nacionales en un 70%, dos en un 60%, dos en un 50% y 2 en un 40%, representando el 6.45% de la muestra.

Una empresa adquiere insumos nacionales en un 35% y cuatro lo hacen en un 30%.

Finalmente, dos empresas realizan compras de insumos nacionales en un 25% y dos más lo hacen sólo en un 10%.

Estas cifras muestran que las compras nacionales no representan un porcentaje significativo lo que corrobora que importan más insumos que lo que adquieren en el país. Lo anterior se explica si recordamos que a 25 empresas el cliente les envía total o parcialmente los insumos que habrán de utilizar en el proceso de maquila.

12.- Tipo de insumos nacionales que adquiere

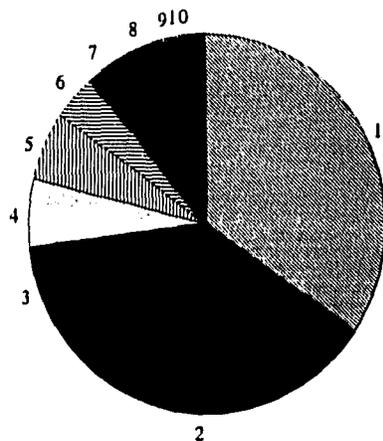


- 1.- Materia prima (M.P.)
- 2.- Materia prima, material de mantenimiento y limpieza (M.M.L.)
- 3.- M.P y empaques
- 4.- M.P. M.M.L. y refacciones
- 5.- M.P. envases, energéticos y M.M.L.
- 6.- M.P. envases, empaques, energéticos y M.M.L.
- 7.- M.P. empaques y refacciones
- 8.- M.P. envases y empaques
- 9.- Energéticos, refacciones y M.M.L.
- 10.- Otros

La materia prima es el principal insumo que compran 13 empresas maquiladoras lo que representa el 25% de la muestra, sin embargo se trata de la materia prima secundaria como hilo,

botones, ganchos, etc. Además de la materia prima otras empresas utilizan materiales de mantenimiento y limpieza en un 15.38%. Y así observando la gráfica vemos que la materia prima es el insumo que en mayor o menor grado todas las empresas adquieren (salvo dos de ellas) pero no es la básica para su actividad, sus demás adquisiciones son menores y no ayudan a la integración nacional, pues constan de refacciones, material de mantenimiento y limpieza, energéticos, envases y empaques. Estos dos últimos insumos tienen mayor demanda que las demás. Esta situación también obedece a que en 25 empresas es el cliente quien envía la materia prima básica, por lo que sólo lo faltante es lo que se adquiere del proveedor nacional.

13.- ¿Cuáles son las características que evalúa en los proveedores nacionales de insumos?



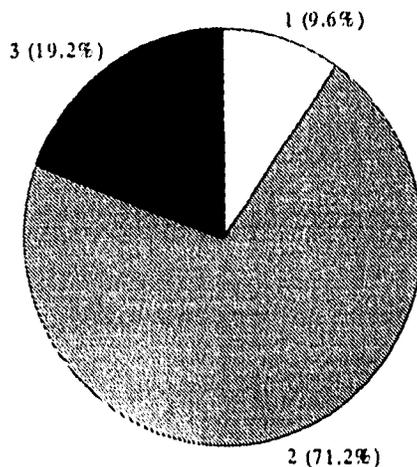
- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1.- 34.61% C.P. S. T. | 6.- 3.84% S.C.P.     |
| 2.- 30.77% C.P. y S.  | 7.- 3.84% Calidad    |
| 3.- 7.69% P.C.S.      | 8.- 3.84% T.C.P.S.   |
| 4.- 5.77% C.S.P.      | 9.- 1.92% C. y P.    |
| 5.- 5.77% C. y S.     | 10.- 1.92% C.P. y T. |

- C. Calidad
- P. Precio
- S. Servicio
- T. Utilización de Tecnología de Punta

Para 18 empresas maquiladoras las características que deben reunir sus proveedores son: por prioridad calidad, precio, servicio y la utilización de tecnología de punta, 16 empresas buscan calidad, precio y servicio. Básicamente éstas tres características son las que todas las

**empresas desean encontrar en sus proveedores nacionales y lo que varía es la importancia que les conceden por ejemplo, un 7.69% prefiere un costo más bajo a una mayor calidad, un 3.84% prefiere un buen servicio y precio a la calidad y otro 3.84% busca la calidad en los insumos sin importar el precio y servicio.**

14.- Considera que la calidad de los productos que le ofrecen los proveedores nacionales de insumos es:

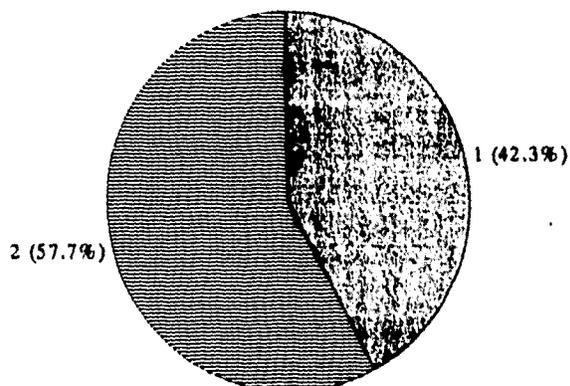


- 1.- Muy buena
- 2.- Buena
- 3.- Regular

Para 5 empresas, que representan el 9.62% de la muestra la calidad de los insumos nacionales es muy buena. Para 37 empresas la calidad de estos se considera como buena y 10 empresas la consideran regular.

El 71.2% de las empresas que consideran la calidad de los insumos nacionales buena se clasifican en su gran mayoría dentro de la rama textil. Además cabe recordar que aunque es un número importante de empresas las que consideran buena la calidad del insumo nacional estas cifras no se ven respaldadas por una cantidad significativa en la compra de estos insumos.

15.- En relación al precio de los insumos nacionales, considera que éstos son:

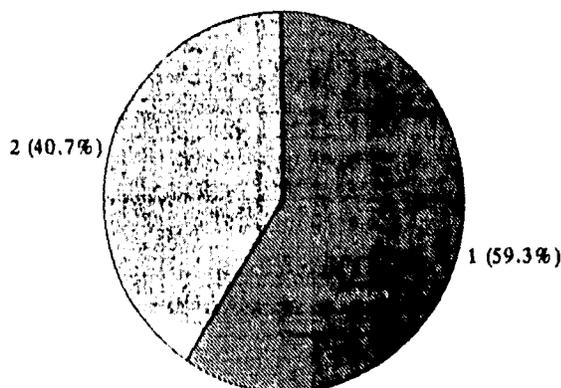


- 1.- Altos
- 2.- Adecuados

Para 30 empresas maquiladoras el precio de los insumos nacionales es el adecuado representando el 57.70% o sea, más de la mitad de la muestra. Sin embargo el número de empresas que consideran elevado el precio de los insumos es de 22 representando el 42.30% lo que también es un número significativo. Relacionando estos resultados con los de la calidad de los insumos nacionales podemos decir que para varias empresas la calidad de los insumos es buena sin embargo su precio es alto.

## COMPRAS NACIONALES, EXTRANJERAS Y AMBAS

16.- ¿Ha asistido a eventos informativos en donde se den a conocer los insumos que ofrece el proveedor nacional a la industria maquiladora?



- 1.- SI
- 2.- NO

Para el 59.30% de las empresas que representa el 32 de ellas es importante asistir a eventos informativos como los son congresos, muestras, etc. en donde se dan a conocer los insumos que el proveedor nacional ofrece. La asistencia a estos eventos se debe a un interés por actualizarse y seguir conociendo el mercado. Para 22 empresas no es importante asistir por, tratarse su rama de una especialización, como es el caso de la automotriz, a otras no les interesa y algunas por falta de tiempo no asisten. sin embargo en ambas respuestas se dejó ver que existe muy poca información que promueva tales eventos, generalmente es el interés propio el que los mueve a buscar información

17.- En su opinión ¿en qué aspectos debe mejorar el proveedor nacional?

- Las repuestas obtenidas en ésta pregunta se pueden resumir en dos:

- \* El proveedor nacional debe mejorar su calidad precio y servicio, y;
- \* Debe utilizar tecnología de punta en la elaboración de sus productos.

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

**Y**

**R E C O M E N D A C I O N E S**

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

Después de realizar la investigación podemos concluir que:

- La hipótesis de trabajo y alternativa se rechazan y se acepta la hipótesis nula, la cual enuncia :

El que los proveedores nacionales de insumos de la Industria Maquiladora satisfaga sus requerimientos no significa que se incrementen sus compras de insumos nacionales.

Esta situación se explica debido a que el incremento en las compras nacionales que realiza la Industria Maquiladora no depende tan sólo de que el proveedor nacional satisfaga plenamente sus requerimientos, sino que existen otros factores importantes y más determinantes en este aspecto como son:

- A muchas de las Empresas Maquiladoras no les interesa conocer la oferta nacional de insumos debido a que sólo son filiales, lo que significa que generalmente la empresa matriz ( que está en el extranjero) es quien decide sobre las compras, dicha empresa ya tiene establecidos de antemano a sus proveedores, los cuales también se encuentran en el extranjero y son ellos quienes se encargan de proveer a sus empresas maquiladoras instaladas en el país.

- La gran mayoría de las Empresas Maquiladoras son de capital estadounidense total o parcialmente, lo que significa que se rigen bajo los programas norteamericanos y dichos programas estipulan que, para que los productos que elaboran las empresas maquiladoras puedan ingresar a su mercado deben incluir en su elaboración insumos estadounidenses; lo que significa que Estados Unidos promueve y estimula la compra de sus insumos lo cual obstaculiza los estímulos que el gobierno mexicano promueve con la finalidad de incrementar la compra de insumos nacionales y ayudar así a una mayor integración a la economía nacional. Lo anterior se debe también a la existencia de una frontera común que facilita el traslado de insumos disponibles en Estados Unidos.

- El proveedor nacional si ofrece insumos de buena calidad y un precio adecuado, lo que lo hace competitivo, sin embargo las empresas maquiladoras tienen ya una idea estereotipada del proveedor nacional, y no creen fácilmente que este pueda mejorar, por lo que hace falta una nueva educación que

cambie la mentalidad de la Industria Maquiladora hacia el proveedor nacional y despierte un sincero interés por el desarrollo y la integración del país.

- La Industria Maquiladora del país utiliza como criterios de selección para los proveedores de insumos; calidad, precio y servicio, mismos que aplica al proveedor nacional el cual asevera que las empresas maquiladoras exigen un estándar de calidad elevado incongruente con el bajo precio que están dispuestos a pagar.

- En su mayoría las empresas maquiladoras consideran buena, es decir aceptable, la calidad de los insumos nacionales, sin embargo no están de acuerdo con su precio, ni con el servicio que brindan; por lo que no consideran al proveedor totalmente eficiente.

- Algunos insumos extranjeros ofrecen una mayor calidad, un precio menor y un buen servicio (en lo que se refiere a condiciones y fechas de entrega) con respecto a los insumos nacionales ocasionando que la compra de estos insumos sea menor.

- A muchas empresas maquiladoras les envían total o parcialmente los insumos que necesitan para su actividad del extranjero.

- La Industria Maquiladora ubicada en el interior del país es la que adquiere mayor cantidad de insumos nacionales contribuyendo así a una mayor integración nacional a pesar de constituirse en un número mucho menor de establecimientos con respecto al gran número de empresas maquiladoras instaladas en la frontera norte del país, cuya contribución a la integración nacional es inferior.

- La cercanía con el país vecino del norte ocasiona que la industria maquiladora localizada en la frontera norte del país prefiera comprar los insumos estadounidenses, los cuales encuentra más accesibles en cuanto a tiempos de entrega aunado a una mayor calidad y un menor costo.

- Hay empresas maquiladoras que en la actualidad venden el total de su producción al mercado nacional, no exportan nada, por lo que no están cumpliendo con las disposiciones reglamentarias que establecen que en 1994 las empresas maquiladoras solo podrán destinar al mercado nacional el 55% del valor total de sus

exportaciones anuales del año anterior, aumentando esta cifra el 5% cada año hasta llegar a 100% en el año 2001. Además esta acción se ha practicado desde años atrás y no es sólo de ahora.

- Existen empresas registradas como maquiladoras que no caen dentro de la definición de empresa maquiladora que hace la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, es decir, que no cumplen con todas las disposiciones que se establecen y sin embargo, sí gozan de todos los beneficios que se les otorgan a este tipo de empresas. Por ejemplo, según la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial una empresa maquiladora es aquella que importa mercancías temporalmente, para realizar sólo una fase del proceso productivo y cuya producción regresa a su país de origen para ser vendido o reexportado. Sin embargo, esta situación en la práctica no es del todo obedecida ya que existen empresas maquiladoras que no exportan nada de su producción, pero que importan materia prima del extranjero y realizan su producción en fases, por lo que optamos en clasificar dos tipos de empresas maquiladoras; las empresas maquiladoras que caen dentro de la definición que establece la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y que cumplen con las disposiciones que ésta establece y las empresas maquiladoras que en ocasiones importan su materia prima, pero que no exportan nada de su producción ya que la destinan para su venta al mercado nacional, y que realizan una o varias fases de un proceso que se lleva a cabo dentro del país, por lo que optamos por llamarlas empresas maquiladoras por proceso productivo.

- El gobierno mexicano ha promovido desde tiempo atrás, una serie de estímulos para la instalación de empresas maquiladoras en el país, que va desde facilidades en trámites administrativos hasta llegar a una libertad de regulación que incluye exenciones fiscales y menores barreras arancelarias, sin embargo durante la pasada administración, la promoción de la Inversión Extranjera Directa se vio debilitada, por la importancia que se mostró hacia la Inversión Indirecta, lo anterior se fundamenta en lo siguiente:

En 1989, la SECOFI contrató a la empresa de imagen Fleishman Hillard ( Agencia de Comunicaciones Independiente en Estados Unidos y la quinta más importante en el mundo ) a la cual se le encargó una campaña para llevar inversión directa a México, dicha empresa contribuyó a un cambio importante en la imagen del país en el exterior, hasta que en 1991, se cortó el financiamiento a este programa; con lo que fué evidente que se había optado por promover únicamente la inversión indirecta, de portafolio.

- Cabe reconocer que la industria maquiladora es una fuente generadora de empleos, sin embargo no contribuye a la integración ni al desarrollo económico del país, pero sí requiere de infraestructura adecuada a su alrededor, con lo que se logra cierto grado de desarrollo regional, además su interés está basado en el lucro (en las ganancias que pueda obtener), sin interesar el bienestar del país.

Para finalizar queremos remarcar que a pesar de los estímulos y programas que implante el gobierno mexicano con la finalidad de impulsar la compra de insumos nacionales, éstos no alcanzarán un porcentaje mayor al de los insumos importados, pues a las empresas maquiladoras instaladas en el país no les interesa aumentar dicho porcentaje, aunque esto no debe ser un impedimento para que los proveedores nacionales busquen mejoras continuas en sus procesos productivos y de esta manera lleguen a alcanzar un mayor grado de competitividad en el mercado.

## RECOMENDACIONES

Como consecuencia de los resultados obtenidos y de las observaciones que realizamos, nos permitimos hacer las siguientes recomendaciones:

- El actual gobierno mexicano debe promover y reconocer abiertamente la importancia de la inversión extranjera directa en los sectores y ramas económicos y no solo preocuparse por fomentar la inversión indirecta que a la larga trae consigo graves consecuencias. Un ejemplo de lo anterior lo encontramos en la pasada administración salinista, la cual suspendió la promoción del país en el exterior como sitio atractivo para la inversión directa y se conformó con conseguir inversión indirecta, la cual llegó a constituir el 80 % del total de la participación foránea. Es importante recalcar que será muy difícil pretender, entrar, sin promoción, a un mercado de inversión tan competido, sin embargo aunque una estrategia de comunicación y la promoción en busca de la inversión directa no resolverá del todo nuestro problema, si constituye un buen principio.
- Además, se debe realizar una campaña por parte del gobierno destinada a la industria maquiladora que incluya programas y actividades de difusión sobre la calidad de los insumos nacionales, la importancia de su aportación a la integración nacional, los beneficios que obtienen al instalarse en el país como empresa maquiladora y los cambios positivos que se han operado en los proveedores nacionales los cuales, los hacen competitivos. Todo esto con la finalidad de borrar la errónea idea que se tiene sobre las enormes deficiencias de los proveedores nacionales y de sus insumos.
- Establecer una estrecha relación entre empresa maquiladora y proveedor nacional que garantice un intercambio mutuo de información que permita a la empresa maquiladora obtener un proveedor estable, que reúna sus especificaciones en las fechas requeridas, es decir, un proveedor que le garantice la calidad, el precio y el servicio. Y por parte del proveedor, este puede obtener asesoría de la empresa maquiladora que le permita conocer y superar sus deficiencias y a la vez le de la garantía de un contrato a largo plazo, es decir, de forma estable y no temporal.

- Hacer una amplia difusión y promoción de eventos tales como congresos, muestras, exposiciones, etc. en donde se de a conocer la oferta del proveedor nacional a la industria maquiladora no sólo en el país, sino también en el extranjero ya que es allá donde se encuentran las empresas matrices de las maquiladoras que operan en México, además de informar a través de las respectivas cámaras de la rama de actividad a la que pertenezcan los distintos proveedores de esta industria, por medio de invitaciones, folletos, cárteles, etc., de este tipo de eventos, para que sus socios se den a conocer.

- Destacar en dichos eventos la importancia que tienen tanto las sugerencias como opiniones que emita la industria maquiladora respecto al proveedor nacional. Poner en contacto a proveedores y maquiladores.

- Concientizar a la industria maquiladora de que debe establecer un proceso de retroalimentación de información entre proveedor y empresa, en donde los dos puedan definir sus fuerzas y debilidades para lograr un desarrollo mutuo.

- Hacer cumplir la legislación, exigiendo mayor contenido de insumo nacional.

- Es necesario que el proveedor nacional implante un sistema de calidad total que le permita mejorar la calidad de sus productos, eliminando errores y disminuyendo sus costos de producción. Para obtener productos de calidad a un costo menor que satisfagan los requerimientos de la industria maquiladora y así lograr un nivel más competitivo. De la misma manera y como consecuencia de lo anterior, debe establecer un sistema de producción "justo a tiempo" que se adecúe a sus condiciones de operación y a sus posibilidades existentes con el fin de eliminar las deficiencias que se pudieran encontrar, tanto en la calidad de sus productos como en sus fechas de entrega.

- El gobierno debe ayudar a promover este tipo de sistemas en todas las empresas, cualquiera que sea su tamaño o giro, que se encuentren en el país a través de incentivos y apoyos, lo cual no sólo contribuirá al desarrollo del proveedor nacional sino también al desarrollo económico del país.

- Finalmente, proponemos la formulación de un catálogo de proveedores nacionales de insumos de la Industria Maquiladora, actualizado, que se de a conocer en todo el país.

**BIBLIOGRAFIA**

## B I B L I O G R A F I A

AGUILAR M., Alonso. Estrategia del Capital Extranjero en Mexico. Mexico. Nuestro Tiempo, 1990.

ALJIAN W., George. Manual de Compras. Mexico, Mc. Graw Hill, 1990.

CROSBY, Philip B. La Calidad no cuesta. Mexico, CECSA, 1992.

CRUZ Mecinas, Leonel. Principios Generales de Compras. Mexico, CECSA, 1990.

FISHER, Laura. Investigación de Mercados. Mexico, Mc. Graw Hill, 1991.

HAY, Edward J. Justo a Tiempo (Just in Time). Colombia, Norma, 1991.

HERNANDEZ, Arnaldo. Manufactura Justo a Tiempo, un enfoque práctico. México, CECSA, 1992.

ISHIKAWA, Kauro. ¿Que es el control total de calidad?. Colombia, Norma, 1991.

MERCADO H., Salvador. Compras, principios y aplicaciones. Mexico, Limusa, 1991.

TORRES X., Miguel y Zorrilla A., Santiago. Guía para Elaborar la Tesis. México, Mc. Graw Hill, 1993.

ZORILLA A., Santiago. Introducción a la Metodología de la Investigación. Mexico, Aguilar León y Cal Editores, 1990.

1950

**H E M E R O G R A F I A**

## HEMEROGRAFIA

BARRANCO, Alberto. " El mito de las maquiladoras", en: La Jornada, México, 14 de junio de 1989.

CASTILLO, Alejandro. "Los peros de la maquila", en: Expansión, México, mayo de 1990.

CHRISTMAN, John H., " Maquiladoras y el T.L.C.", Informe Exclusivo, en: Expansión, No. 602, México, 28 de octubre de 1992.

GONZALEZ Amador, Roberto, "Usaron maquiladores 98.23% de insumos importados en 93: INEGI", en: La Jornada, México, 20 de marzo de 1994.

GONZALEZ Pérez, Lourdes. "Maquiladoras, principal fuente de ingresos para México: SECOFI", en: El Financiero, México, 12 de agosto de 1994.

ICAZA Longoria, Pablo Alvarez, "Marco teórico de la Industria Maquiladora de Exportación" en: Comercio Exterior, No. 5, México, mayo de 1993, p. 415.

INEGI, Avance de Información Económica, Industria Maquiladora de Exportación, México, INEGI, Julio de 1994.

KOWARZYK W., Stanislaw. "El establecimiento y operación de las maquiladoras en México", en: Ejecutivos de Finanzas, México, septiembre de 1984.

LAVIELLA, Briseida y Aquilar, Carmen. "La calidad en las empresas mexicanas", en: Expansión, México, noviembre de 1992.

LAVIELLA Briseida. "Los proveedores y la calidad", Informe Exclusivo, en: Expansión, México, junio de 1994.

LOVERA, Sara. "Las maquiladoras serán el modelo laboral del país", en: La Jornada, México, 25 de octubre de 1991.

MARQUEZ, Alfredo. "En la frontera norte se concentra el 95% de la industria maquiladora del país", en: El Financiero, México, 14 de mayo de 1989.

MENDIOLA, Gerardo. "Insumos nacionales a la baja", Informe Exclusivo, en: Expansión, No. 627, México, 27 de octubre de 1993.

MENDIOLA, Gerardo. "La Industria Maquiladora de Exportación", Informe Exclusivo, en: Expansión, No. 577, México, 30 de octubre de 1991.

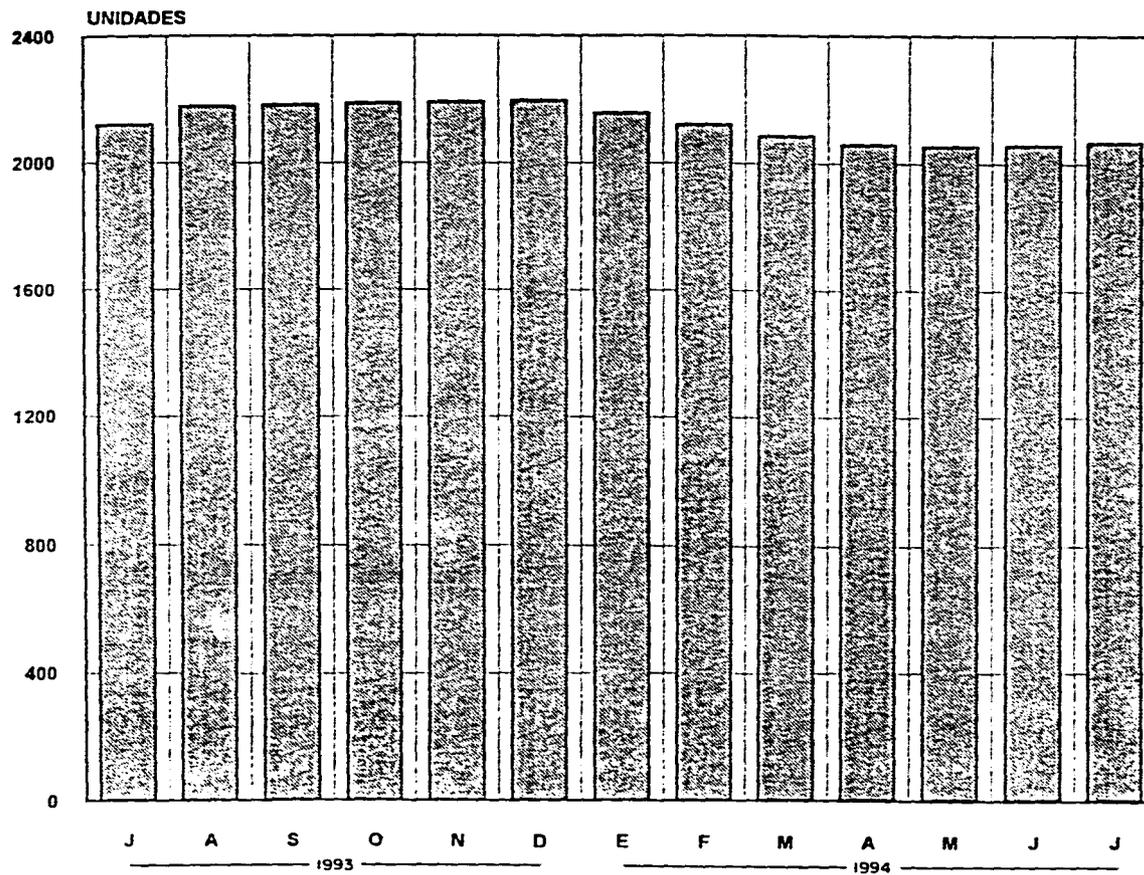
NAVARRO, Alberto. "Ocupan las maquiladoras el segundo lugar en la generación de divisas", en: Gaceta, UNAM, México, 31 de agosto de 1989.

**A N E X O 1**

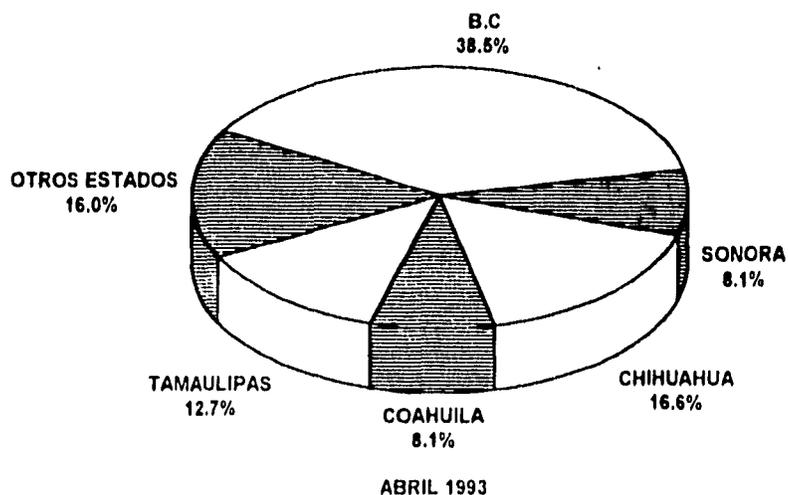
**ESTADISTICAS DE LA INDUSTRIA**

**MAQUILADORA EN MEXICO**

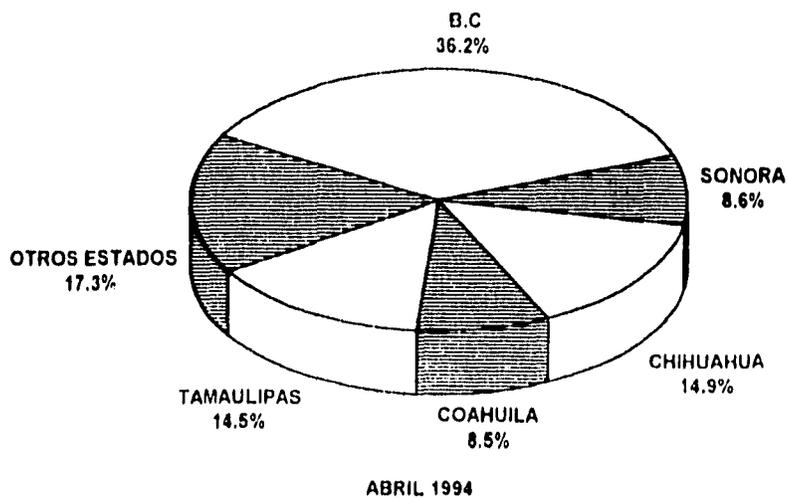
# NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA



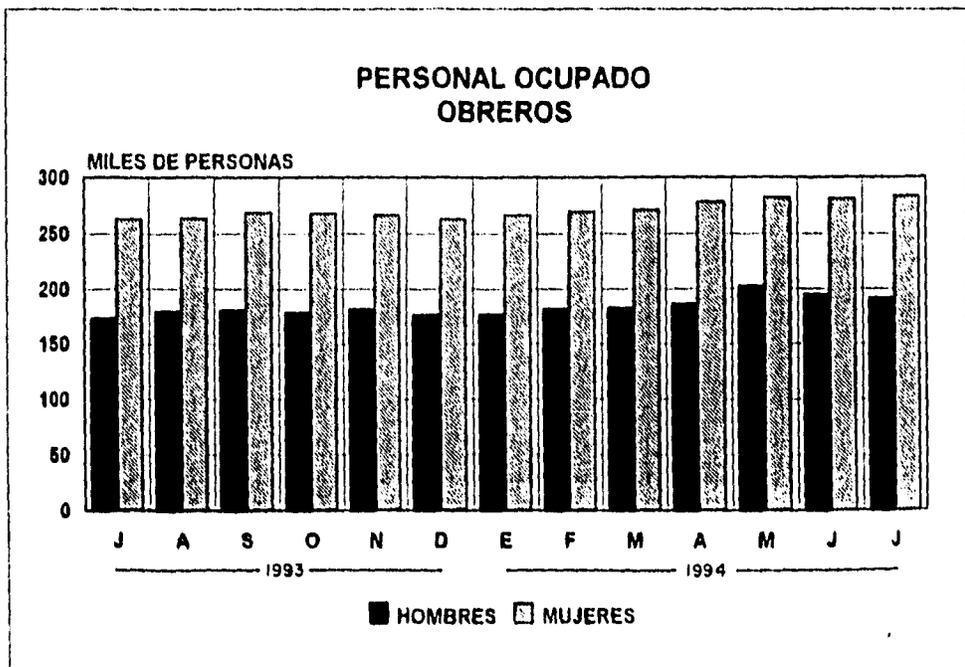
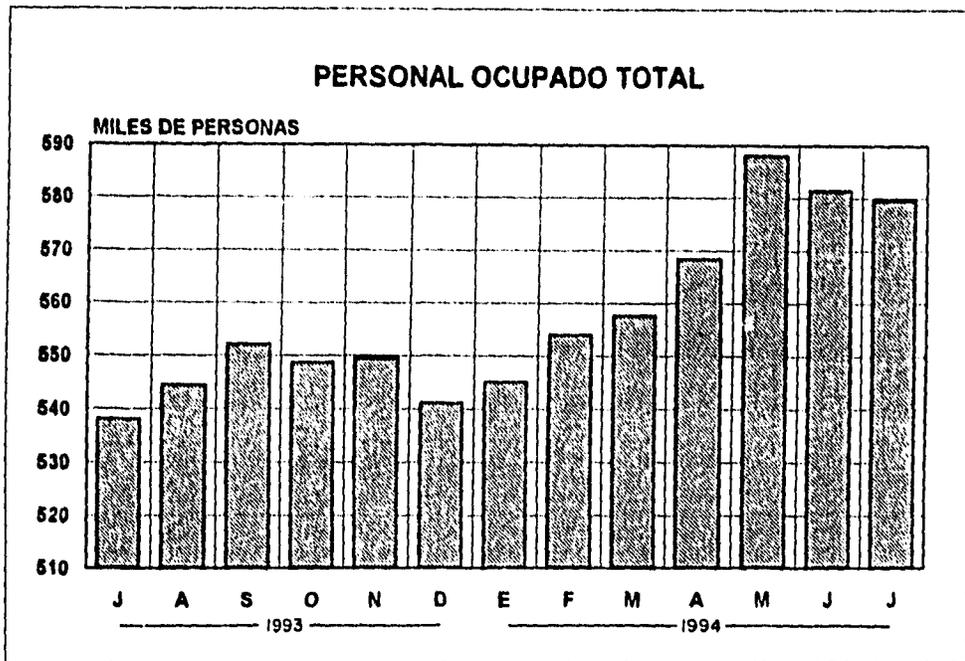
**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS POR ENTIDAD FEDERATIVA**



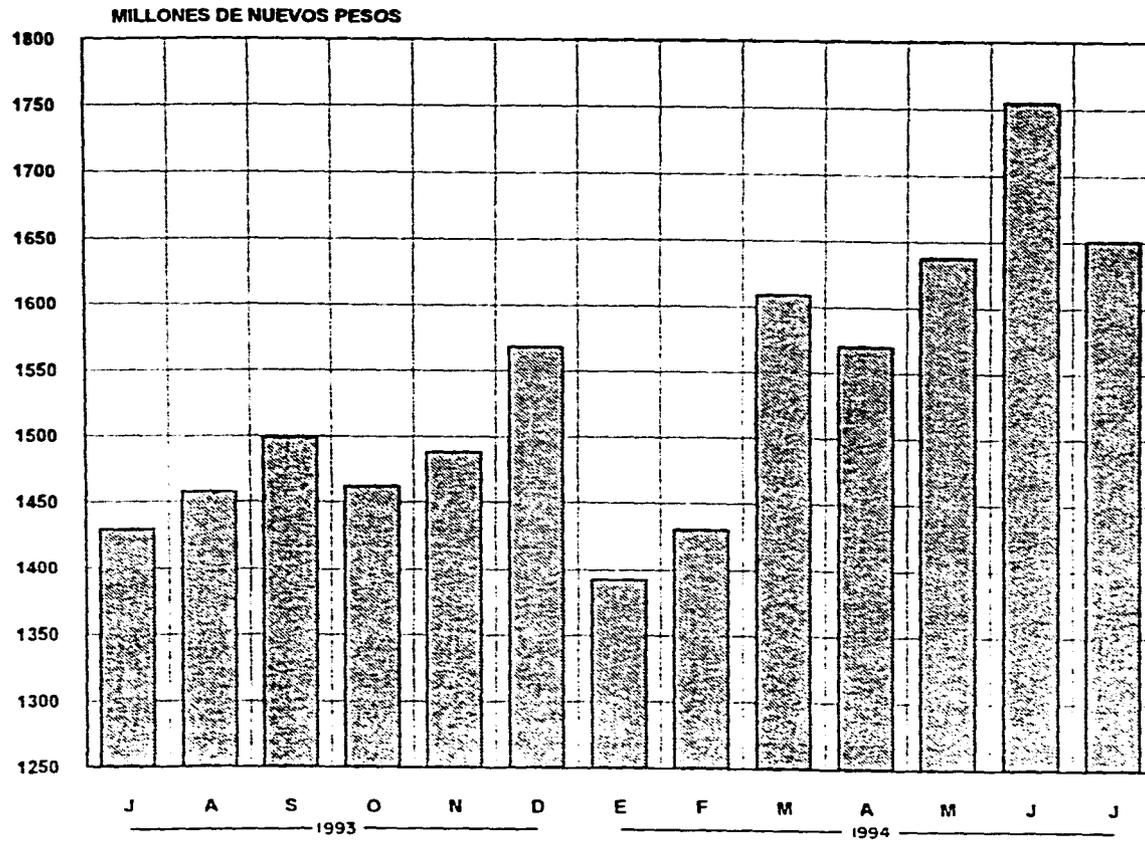
**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS POR ENTIDAD FEDERATIVA**



## PERSONAL OCUPADO POR LA INDUSTRIA MAQUILADORA



# VALOR AGREGADO DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA



PRINCIPALES CONCEPTOS QUE INTEGRAN EL RUBRO DE VALOR AGREGADO  
(MILES DE NUEVEOS PESOS)

PERIODO	VALOR AGREGADO_1/		SUELDOS, SAL. Y PREST.		MAT. PRIMAS Y EMPAQUES		GASTOS DIVERSOS_2/		UTILIDADES Y OTROS	
	TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS	TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS	TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS	TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS	TOTAL NACIONAL	ESTADOS FRONTERIZOS
1991										
ENERO	839 697	729 813	433 029	354 844	39 079	19 589	222 347	190 687	145 242	124 693
FEBRERO	823 307	770 221	464 799	424 917	51 491	30 760	238 896	202 838	128 121	111 576
MARZO	961 888	831 030	498 352	454 154	57 110	33 599	259 846	217 526	146 580	125 712
ABRIL	984 130	842 783	499 599	451 034	53 503	25 818	256 955	217 201	174 063	147 730
MAYO	1 021 052	881 316	519 838	478 968	53 194	29 169	271 971	227 899	176 049	145 260
JUNIO	1 028 976	865 818	533 925	484 751	53 557	26 125	277 534	231 256	163 960	123 686
JULIO	1 035 007	871 775	516 806	466 616	57 283	26 951	284 673	238 795	176 245	139 413
AGOSTO	1 087 606	925 471	544 955	494 331	54 283	25 638	288 345	243 770	200 013	161 732
SEPTIEMBRE	1 099 003	935 223	560 073	507 442	53 482	25 153	299 322	250 474	186 126	151 154
OCTUBRE	1 208 848	1 034 102	539 371	543 193	62 746	28 041	308 293	257 032	238 468	205 836
NOVIEMBRE	1 150 397	985 870	582 323	525 876	70 350	34 622	295 597	248 055	201 127	175 315
DICIEMBRE	1 305 857	1 126 528	679 253	612 031	65 816	29 794	395 516	337 357	175 260	147 346
1992_P										
ENERO	1 055 517	887 544	563 503	506 594	63 316	27 924	259 411	223 973	159 287	129 453
FEBRERO	1 093 055	922 225	604 795	545 700	60 735	27 360	294 664	244 520	182 661	144 546
MARZO	1 202 585	1 010 590	649 892	585 148	68 921	31 444	313 235	257 012	170 537	136 995
ABRIL	1 269 429	1 076 616	671 342	606 043	120 361	67 197	313 755	262 110	163 971	120 696
MAYO	1 249 104	1 044 811	682 305	611 696	62 789	28 047	315 090	256 063	188 930	149 015
JUNIO	1 261 910	1 061 162	681 954	613 422	70 139	34 873	325 671	276 276	174 135	136 590
JULIO	1 235 851	1 038 379	678 167	607 585	73 713	34 798	339 883	278 744	145 089	117 252
AGOSTO	1 280 534	1 083 969	696 985	599 255	70 302	38 334	352 968	295 633	190 579	150 746
SEPTIEMBRE	1 297 255	1 112 559	717 142	647 721	69 434	35 676	344 535	290 949	166 144	138 215
OCTUBRE	1 321 425	1 125 614	702 656	631 644	71 484	35 532	343 348	284 139	203 938	173 995
NOVIEMBRE	1 301 655	1 102 311	689 549	629 330	73 972	40 993	338 738	281 550	189 006	151 433
DICIEMBRE	1 422 348	1 219 841	853 957	773 157	81 242	49 399	369 751	311 131	117 378	86 154
1993										
ENERO	1 180 698	998 221	655 873	593 644	68 195	39 261	287 602	240 076	157 828	125 840
FEBRERO	1 302 131	1 102 681	724 710	647 090	76 918	45 315	319 978	272 317	180 525	137 469
MARZO	1 473 083	1 239 185	804 757	718 272	83 228	47 752	363 794	303 342	221 314	168 819
ABRIL	1 461 374	1 225 477	788 526	702 338	81 798	42 781	371 826	308 053	219 224	172 305
MAYO	1 415 810	1 193 852	797 636	708 269	74 713	42 418	396 179	304 103	177 282	139 052
JUNIO	1 518 076	1 278 229	821 496	726 876	78 622	45 274	351 924	326 279	225 834	178 800
JULIO	1 428 938	1 221 903	794 579	702 511	80 353	50 483	376 424	313 176	177 582	155 733
AGOSTO	1 457 423	1 228 378	790 456	695 062	89 213	48 496	372 375	310 795	205 379	174 025
SEPTIEMBRE	1 498 819	1 260 200	837 792	740 128	81 165	42 492	381 912	316 125	197 950	161 455
OCTUBRE	1 462 176	1 236 680	819 049	723 967	79 057	45 846	382 040	320 816	181 990	146 051
NOVIEMBRE	1 488 175	1 264 712	815 184	722 061	96 381	63 833	373 695	313 029	202 915	165 809
DICIEMBRE	1 567 554	1 339 572	912 027	814 115	80 811	47 289	409 896	349 098	164 830	129 170
1994										
ENERO	1 392 440	1 166 615	803 649	709 277	72 051	36 110	349 607	291 970	167 123	129 258
FEBRERO	1 430 671	1 219 137	830 618	740 362	66 146	35 506	360 693	303 165	173 214	140 104
MARZO	1 608 993	1 388 179	925 539	832 458	73 098	40 900	401 169	340 143	208 187	174 578
ABRIL	1 569 526	1 348 891	887 921	792 248	76 407	42 036	399 940	339 546	205 258	175 061
MAYO	1 637 958	1 406 905	928 056	831 403	80 489	45 562	406 347	344 812	221 066	185 128
JUNIO	1 754 747	1 492 102	992 175	885 955	85 892	48 685	447 353	378 856	229 327	178 606
JULIO	1 650 787	1 393 764	937 958	823 629	81 247	44 950	437 063	370 927	200 499	154 258

NOTA DEBIDO AL CAMBIO EN LA UNIDAD MONETARIA VICENTE A PARTIR DEL 1o DE ENERO DE 1993 TODA LA SERIE HISTORICA SE DIVIDIO ENTRE 1000, ASI EL PUNTO DECIMAL SE RECORRIO TRES DIGITOS A LA IZQUIERDA ESTADOS FRONTERIZOS BAJA CALIFORNIA, SONORA, CHIHUAHUA, COAHUILA Y TAMAULIPAS

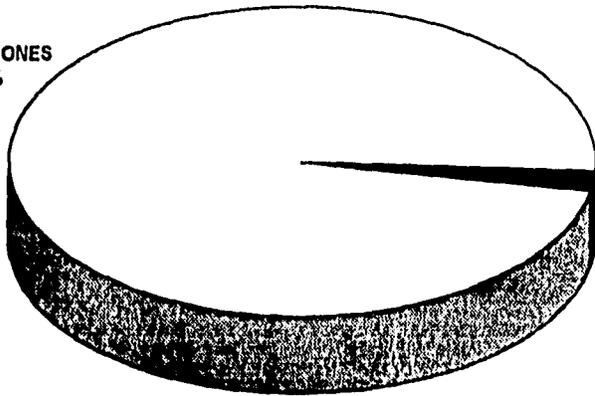
1/ EL VALOR AGREGADO SE DEFINE COMO LA SUMA DE MATERIAS PRIMAS Y EMPAQUES; SUELDOS, SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES, GASTOS DIVERSOS Y UTILIDADES

2/ GASTOS DIVERSOS SE COMPONE DE ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO, RENTA DE EDIFICIOS Y TERRENOS, ENERGIA ELECTRICA, TELEFONO, TELEGRAFO Y TELEY, TRAMITES ADUANALES, FLETES Y CARGUEOS, MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS Y MAQUINARIA Y OTROS GASTOS.

CIIFRAS PRELIMINARES A PARTIR DE LA FECHA EN QUE SE INDICA. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, GEOGRAFIA E INFORMATICA, "ESTADISTICA DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION".

**MATERIAS PRIMAS, ENVASES Y EMPAQUES  
CONSUMIDAS SEGUN SU PROCEDENCIA  
(TOTAL NACIONAL)**

**IMPORTACIONES  
98.3%**

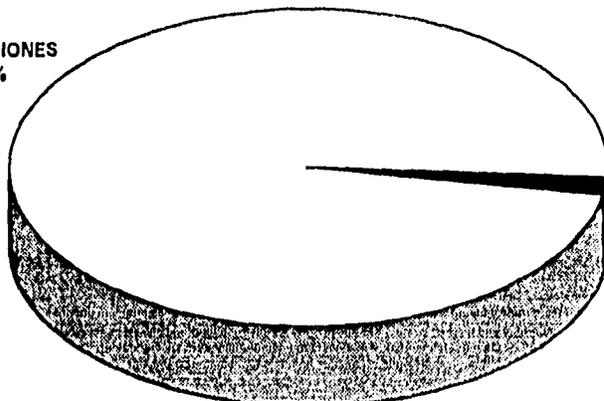


**NACIONALES  
1.7%**

**JULIO 1993**

**MATERIAS PRIMAS, ENVASES Y EMPAQUES  
CONSUMIDAS SEGUN SU PROCEDENCIA  
(TOTAL NACIONAL)**

**IMPORTACIONES  
98.6%**



**NACIONALES  
1.4%**

**JULIO 1994**

PRINCIPALES INDICADORES DE LAS PLANTAS MAQUILADORAS DE EXPORTACION POR GRUPOS DE ACTIVIDAD ECONOMICA

PERIODO	TOTAL NACIONAL			SELECCION, PREPARACION, EMPAQUE Y ENLATADO DE ALIMENTOS			ENSAMBLE DE PRENDAS DE VESTIR Y OTROS PRODUCTOS TEXTILES _1/			FABRICACION DE CALZADO E INDUSTRIA DEL CUERO			ENSAMBLE DE MUEBLES, SUS ACCESORIOS Y OTROS PROD. DE MADERA Y METAL			
	NUMERO DE ESTABLEC.	PERSONAL OCUPADO	VALOR AGREGADO _M/	NUMERO DE ESTABLEC. _M/	PERSONAL OCUPADO _M/	% EN EL VAL. AGRE. GADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _M/	PERSONAL OCUPADO _M/	% EN EL VAL. AGRE. GADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _M/	PERSONAL OCUPADO _M/	% EN EL VAL. AGRE. GADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _M/	PERSONAL OCUPADO _M/	% EN EL VAL. AGRE. GADO TOTAL	
1991																
ENERO	1 818	431 694	839 697	48	8 868	2.4	295	40 386	5.6	50	7 202	1.4	242	23 147	6.2	
FEBRERO	1 830	442 694	883 307	48	9 285	2.6	296	44 138	6.3	51	7 315	1.2	245	23 888	6.0	
MARZO	1 848	445 752	961 888	50	8 595	2.9	301	44 374	6.0	51	7 198	1.3	248	24 544	5.9	
ABRIL	1 857	449 802	984 130	51	9 758	2.9	302	44 379	6.1	51	7 100	1.3	249	24 775	5.6	
MAYO	1 877	451 505	1 021 052	50	9 198	2.6	306	44 428	6.2	51	7 109	1.2	256	25 278	5.8	
JUNIO	1 921	465 944	1 028 976	53	8 729	2.5	314	47 119	6.3	53	7 387	1.3	259	26 403	5.8	
JULIO	1 943	474 957	1 035 007	53	8 363	2.1	329	47 144	6.3	53	7 434	1.3	259	26 334	5.8	
AGOSTO	1 948	476 534	1 087 604	51	8 132	1.8	334	47 999	6.4	53	7 488	1.3	261	28 544	6.3	
SEPTIEMBRE	1 959	490 615	1 059 003	50	7 540	1.7	339	48 247	6.1	54	7 554	1.2	263	29 127	6.4	
OCTUBRE	1 970	498 019	1 208 845	50	8 378	1.8	344	49 181	6.2	54	7 692	1.3	263	29 250	6.2	
NOVIEMBRE	1 988	494 557	1 150 397	51	9 102	2.6	347	49 736	6.4	54	7 576	1.3	265	28 642	5.9	
DICIEMBRE	2 013	486 146	1 305 857	53	9 516	2.4	350	49 759	5.9	56	7 638	1.4	269	27 951	5.2	
1992_P1																
ENERO	2 019	485 205	1 055 517	55	9 712	2.9	350	49 444	6.4	54	7 363	1.3	271	26 275	5.9	
FEBRERO	2 028	493 733	1 093 055	56	10 039	2.7	351	50 086	6.6	54	7 271	1.2	277	27 133	6.0	
MARZO	2 049	495 951	1 202 585	58	10 010	2.7	361	51 103	6.8	54	7 143	1.2	279	28 082	6.1	
ABRIL	2 050	497 762	1 269 429	58	9 829	2.4	359	50 315	6.5	54	7 156	1.2	280	27 965	5.8	
MAYO	2 063	500 920	1 249 104	59	10 243	2.6	368	52 090	6.5	59	7 386	1.6	278	28 131	6.3	
JUNIO	2 069	510 162	1 261 910	58	10 244	2.4	371	54 497	6.8	60	7 366	1.6	280	29 005	6.0	
JULIO	2 080	509 031	1 236 851	59	9 195	2.2	376	54 636	7.3	60	7 267	1.5	285	29 450	6.5	
AGOSTO	2 085	512 761	1 280 534	59	9 324	2.7	374	54 022	6.9	59	7 290	1.3	288	29 948	6.2	
SEPTIEMBRE	2 094	511 751	1 297 255	59	9 827	2.4	380	55 473	7.0	59	7 388	1.4	289	29 868	6.3	
OCTUBRE	2 105	520 805	1 321 426	59	10 687	2.4	384	56 770	7.3	59	7 386	1.3	291	31 096	6.3	
NOVIEMBRE	2 126	520 260	1 301 665	59	10 663	3.2	391	58 337	7.6	62	7 727	1.1	293	30 151	5.9	
DICIEMBRE	2 129	510 035	1 422 348	57	10 054	2.9	393	57 972	7.1	62	7 666	1.3	293	28 905	5.8	
1993																
ENERO	2 078	514 988	1 180 698	56	9 811	3.2	382	58 382	7.4	64	7 210	1.1	281	30 091	6.2	
FEBRERO	2 083	535 727	1 302 131	59	16 824	3.2	381	60 297	7.5	63	7 434	1.1	285	31 208	5.8	
MARZO	2 096	543 381	1 473 083	58	15 922	3.4	382	60 491	7.4	63	7 375	1.1	289	31 386	5.9	
ABRIL	2 104	546 702	1 461 374	59	14 220	3.9	388	60 760	6.9	61	7 112	1.1	289	32 176	5.7	
MAYO	2 106	547 305	1 415 810	59	12 472	3.2	392	63 816	7.3	60	7 090	1.1	287	31 421	6.0	
JUNIO	2 112	537 929	1 518 076	59	8 111	2.2	393	65 586	8.0	59	7 122	1.0	293	32 176	5.9	
JULIO	2 121	528 069	1 428 938	59	7 226	2.0	398	67 033	8.0	58	7 287	1.3	296	32 300	6.5	
AGOSTO	2 178	544 476	1 457 423	60	11 266	3.0	408	67 209	8.3	57	7 452	1.2	308	31 853	6.1	
SEPTIEMBRE	2 182	557 078	1 498 819	60	11 280	2.5	410	67 727	7.8	57	7 543	1.2	307	33 671	6.5	
OCTUBRE	2 187	548 695	1 462 176	60	7 764	1.9	411	68 328	8.0	56	7 439	1.2	307	33 982	6.5	
NOVIEMBRE	2 193	549 545	1 488 175	60	7 895	2.1	410	67 594	7.8	56	7 414	1.2	308	34 318	6.4	
DICIEMBRE	2 195	541 233	1 567 564	61	7 852	1.8	411	67 115	7.8	57	7 574	1.4	307	34 546	6.4	
1994																
ENERO	2 157	545 054	1 392 440	61	7 657	1.9	401	67 078	7.9	57	7 369	1.2	299	35 680	7.1	
FEBRERO	2 122	554 006	1 430 671	56	7 115	1.9	395	69 189	8.1	58	7 360	1.1	288	33 959	6.7	
MARZO	2 085	557 656	1 608 993	54	7 000	1.6	387	67 336	7.9	57	7 195	1.2	281	34 593	6.4	
ABRIL	2 059	568 530	1 569 526	54	7 428	1.8	382	69 426	8.1	56	7 211	1.1	278	34 615	6.3	
MAYO	2 053	588 117	1 637 956	53	7 264	1.7	378	70 234	7.8	57	7 392	1.1	279	35 890	6.4	
JUNIO	2 056	581 451	1 754 747	52	6 622	1.5	381	72 147	7.9	57	7 480	1.0	278	35 652	6.1	
JULIO	2 065	579 619	1 650 787	54	6 747	1.6	396	75 053	8.5	56	7 575	1.1	274	33 538	6.0	

PRINCIPALES INDICADORES DE LAS PLANTAS MAQUILADORAS DE EXPORTACION POR GRUPOS DE ACTIVIDAD ECONOMICA

PERIODO	PRODUCTOS QUIMICOS			CONSTRUCCION, RECONSTRUCCION Y ENSAMBLE DE EQUIPO DE TRANSPORTE _2/			ENSAMBLE Y REPARACION DE EQUIPO HERRAMIENTA Y SUS PARTES _3/			ENSAMBLE DE MAQUINARIA, EQUIPO, APARATOS Y ARTICULOS ELECTRICOS _4/			MATERIALES Y ACCESORIOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS		
	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGREGADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGREGADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGREGADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGREGADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGREGADO TOTAL
1991															
ENERO	84	7 079	1.8	163	103 591	27.0	41	4 645	1.4	104	48 896	12.3	381	110 083	26.2
FEBRERO	84	7 417	1.9	163	103 557	26.8	41	4 655	1.3	105	48 579	11.6	385	112 624	25.6
MARZO	86	7 381	2.0	165	106 623	26.9	42	5 017	1.3	105	48 266	11.5	385	111 985	25.2
ABRIL	90	7 818	2.1	165	107 372	26.7	42	4 924	1.3	107	48 615	11.4	385	112 348	25.2
MAYO	92	7 964	2.1	165	110 444	28.3	42	4 913	1.2	111	49 155	10.9	387	111 350	24.3
JUNIO	96	8 039	1.9	168	115 911	25.7	43	5 224	1.5	112	50 890	12.3	394	112 710	25.8
JULIO	97	7 765	2.1	168	117 306	26.9	43	5 139	1.5	111	55 800	10.3	395	114 188	25.8
AGOSTO	97	7 843	1.9	166	119 727	28.1	43	5 122	1.3	112	49 960	9.3	396	116 111	24.4
SEPTIEMBRE	98	7 315	1.4	167	127 123	28.9	43	5 165	1.3	112	51 095	10.9	398	117 519	24.9
OCTUBRE	99	7 773	1.8	166	131 701	29.5	44	5 575	1.3	112	51 477	10.6	398	118 628	24.8
NOVIEMBRE	99	7 718	2.0	168	129 291	28.7	45	5 417	1.2	114	51 109	11.2	398	118 329	24.5
DICIEMBRE	106	7 943	1.8	168	126 538	28.4	45	5 146	1.2	114	49 473	9.8	401	118 421	27.7
1992															
ENERO	106	8 167	2.1	170	127 407	29.7	46	5 175	1.3	115	50 248	10.3	400	115 127	23.5
FEBRERO	108	8 612	2.1	167	123 360	28.2	46	5 346	1.4	116	53 190	10.7	403	119 750	24.5
MARZO	110	8 800	2.1	165	122 313	27.4	46	5 394	1.4	117	52 679	11.9	408	121 367	24.3
ABRIL	114	8 930	2.0	165	125 496	32.0	46	5 308	1.3	117	52 882	11.5	411	120 906	22.6
MAYO	114	9 051	2.2	165	125 632	28.0	46	5 035	1.1	117	53 626	12.7	412	121 804	24.1
JUNIO	114	9 335	2.1	164	126 289	27.4	44	5 012	1.5	119	53 538	11.5	413	125 823	25.0
JULIO	116	9 539	2.2	166	125 550	26.6	44	5 028	1.4	118	54 243	10.5	413	126 000	25.2
AGOSTO	119	10 060	2.1	164	123 280	28.6	45	5 090	1.3	118	54 948	10.5	410	125 279	24.8
SEPTIEMBRE	119	9 909	2.1	162	123 149	26.6	45	5 001	1.5	116	53 218	11.8	410	125 848	24.9
OCTUBRE	120	9 989	2.2	164	122 972	27.4	45	5 149	1.4	117	57 561	11.4	410	127 441	24.6
NOVIEMBRE	121	10 079	2.3	165	122 314	28.4	45	5 236	1.4	117	57 261	11.3	414	127 382	22.9
DICIEMBRE	121	9 590	2.6	165	122 543	27.2	46	5 187	1.2	115	56 611	12.3	416	123 911	24.0
1993															
ENERO	119	9 672	2.2	165	126 098	27.8	46	5 109	1.2	114	55 681	11.0	403	124 704	24.2
FEBRERO	120	10 329	2.1	167	130 454	29.0	45	5 127	1.2	114	56 610	11.0	401	125 933	23.6
MARZO	124	11 667	2.4	167	131 024	29.3	45	5 073	1.2	114	56 128	10.5	406	130 579	23.2
ABRIL	121	11 726	2.2	171	133 775	30.9	44	5 132	1.2	114	57 044	10.0	409	132 708	22.5
MAYO	124	11 780	2.5	172	134 077	30.1	44	5 351	1.3	115	58 478	11.0	410	130 630	22.6
JUNIO	124	11 922	2.3	170	124 918	27.7	44	5 291	1.2	115	57 854	10.7	409	132 493	26.1
JULIO	126	12 362	2.5	171	122 064	26.0	45	5 391	1.3	114	58 535	10.9	411	132 760	25.3
AGOSTO	128	12 254	2.3	170	121 818	26.4	45	5 512	1.3	115	58 700	10.8	428	133 832	24.8
SEPTIEMBRE	128	12 384	2.4	170	124 258	26.3	45	5 540	1.4	115	58 808	10.8	427	134 703	25.6
OCTUBRE	127	12 858	2.5	168	122 559	26.8	45	5 560	1.3	116	59 098	10.6	425	134 130	25.0
NOVIEMBRE	126	12 710	2.4	171	124 207	26.6	45	5 612	1.3	118	59 697	11.7	427	134 579	25.4
DICIEMBRE	125	12 599	2.6	171	124 539	27.5	45	5 332	1.3	118	57 712	10.9	430	131 813	24.5
1994															
ENERO	123	12 426	2.4	171	125 826	28.5	45	5 379	1.2	118	59 107	11.1	418	131 806	23.4
FEBRERO	119	12 431	2.4	170	127 400	27.4	44	5 439	1.3	117	58 928	10.9	411	135 479	24.2
MARZO	115	12 071	2.3	171	128 585	28.3	44	5 522	1.3	116	60 720	11.1	405	137 575	24.1
ABRIL	114	12 778	2.4	166	130 850	28.0	43	5 465	1.2	115	61 795	11.3	401	141 157	24.1
MAYO	113	12 698	2.3	162	143 223	28.6	43	5 607	1.4	115	62 707	10.8	398	143 810	24.1
JUNIO	113	12 491	2.3	162	131 001	26.3	43	5 552	1.5	117	63 922	12.0	396	145 809	24.1
JULIO	113	12 411	2.2	162	128 548	25.6	42	5 552	1.5	118	64 731	11.8	395	147 673	24.1

PRINCIPALES INDICADORES DE LAS PLANTAS MAQUILADORAS DE EXPORTACION POR GRUPOS DE ACTIVIDAD ECONOMICA

PERIODO	ENSAMBLE DE JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS			OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS			SERVICIOS		
	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGRE- GADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGRE- GADO TOTAL	NUMERO DE ESTABLEC. _b/	PERSONAL OCUPADO _b/	% EN EL VAL. AGRE- GADO TOTAL
1991									
ENERO	32	7 201	1.8	291	48 043	10.5	87	22 553	3.4
FEBRERO	33	7 619	2.5	290	49 743	11.0	89	23 864	3.2
MARZO	34	7 890	2.2	292	49 308	11.3	89	24 571	3.5
ABRIL	34	8 204	2.3	291	49 530	11.9	90	24 919	3.2
MAYO	34	7 932	2.3	293	49 404	11.9	90	24 330	3.2
JUNIO	34	8 447	2.0	300	50 317	12.0	95	24 768	3.0
JULIO	34	8 233	2.1	305	50 521	12.5	96	24 725	3.3
AGOSTO	35	8 648	2.2	305	52 395	14.3	95	24 374	2.7
SEPTIEMBRE	36	8 499	2.1	304	54 465	12.3	95	27 056	2.8
OCTUBRE	35	8 378	2.1	305	55 508	11.7	97	24 478	2.7
NOVIEMBRE	36	8 180	2.3	310	53 708	10.7	101	25 749	3.2
DICIEMBRE	36	7 103	1.6	313	54 220	11.2	102	25 438	3.4
1992_P/									
ENERO	35	7 636	2.5	314	52 376	10.7	102	26 275	3.4
FEBRERO	36	8 018	2.3	310	54 533	10.9	104	26 395	3.4
MARZO	36	8 102	2.0	311	54 095	10.7	104	26 863	3.4
ABRIL	36	8 055	1.7	306	53 985	9.8	104	27 025	3.2
MAYO	38	8 000	1.8	305	53 759	10.0	101	26 163	3.1
JUNIO	38	7 842	1.8	305	53 908	10.6	103	27 305	3.4
JULIO	38	8 421	1.8	303	53 616	11.2	102	26 086	3.4
AGOSTO	38	8 953	1.7	304	56 953	10.3	107	27 617	3.6
SEPTIEMBRE	40	9 129	1.6	307	55 856	10.8	108	27 082	3.6
OCTUBRE	40	8 891	1.5	308	55 601	10.8	108	27 052	3.4
NOVIEMBRE	40	8 479	1.8	310	54 837	10.5	109	27 294	3.6
DICIEMBRE	39	7 446	1.3	313	53 569	10.6	109	26 581	3.7
1993									
ENERO	38	8 174	1.5	304	53 326	10.5	106	26 730	3.7
FEBRERO	38	8 841	1.8	303	55 119	10.3	107	27 641	3.4
MARZO	37	8 979	1.3	301	56 855	10.7	110	27 902	3.6
ABRIL	37	8 853	1.4	297	55 365	10.6	109	27 831	3.6
MAYO	37	9 070	1.5	297	55 247	9.8	109	27 923	3.6
JUNIO	38	9 433	1.4	296	55 180	9.9	112	27 846	3.6
JULIO	38	9 811	2.3	293	54 998	9.7	112	28 302	4.2
AGOSTO	39	10 124	2.3	305	56 280	9.8	114	28 376	3.7
SEPTIEMBRE	39	9 919	1.7	309	57 436	10.0	115	28 796	3.8
OCTUBRE	40	9 442	1.9	316	58 957	10.5	116	28 568	3.8
NOVIEMBRE	40	8 907	1.4	314	58 457	10.2	116	28 155	3.5
DICIEMBRE	42	7 859	1.6	315	57 678	10.5	113	26 604	3.7
1994									
ENERO	43	8 605	1.3	311	57 746	10.4	110	26 375	3.5
FEBRERO	41	8 978	1.5	316	61 431	10.6	107	26 299	3.5
MARZO	40	9 147	1.9	311	62 183	10.2	104	25 731	3.6
ABRIL	39	8 960	1.5	307	63 262	10.4	104	25 583	3.3
MAYO	39	9 312	1.6	312	65 016	10.5	104	24 954	3.4
JUNIO	41	8 942	1.6	313	65 624	10.5	103	25 206	3.4
JULIO	40	8 557	1.5	313	63 058	10.5	102	26 166	3.4

-1/ SE REFIERE A OTROS PRODUCTOS CONFECCIONADOS CON TEXTILES Y OTROS MATERIALES

-2/ INCLUYE ACCESORIOS 3 EXCEPTO ELECTRICOS 4 INCLUYE ELECTRONICOS

-b/ MILES DE NUEVOS PESOS d/ PROMEDIOS

-p/ CIFRAS PRELIMINARES A PARTIR DE LA FECHA EN QUE SE INDICA.

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, GEOGRAFIA E INFORMATICA, "ESTADISTICA DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION".

**A N E X O 2**

**DECRETOS SOBRE LA INDUSTRIA**

**MAQUILADORA EN MEXICO**

## SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

DECRETO para el fomento y operación de la Industria Maquiladora de Exportación.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

CARLOS SALINAS DE GORTARI, *Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos*, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 21, 27, 31, 32, 32 Bis, 34, 36, 37 y 40 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y 63, 73 al 81, 84 al 89, 110 y 116 de la Ley Aduanera, y

### CONSIDERANDO

Que los lineamientos de Política Nacional y Regional en el marco de integración del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, consideran prioritario el fomento y promoción de la industria maquiladora de exportación;

Que de conformidad con el proceso de apertura externa de nuestra economía, la industria maquiladora por sus actividades orientadas hacia los mercados del exterior, es un importante sector generador de divisas para el país, que contribuye además, a elevar la competitividad de la industria nacional;

Que la industria maquiladora es una importante fuente generadora de empleo, así como de capacitación y adiestramiento de la mano de obra que contribuye al fortalecimiento de la actividad económica nacional;

Que esta industria es un factor relevante de impulso al desarrollo regional, que coadyuva a la desconcentración industrial y al aprovechamiento de los recursos nacionales existentes y que es una plataforma para la exportación indirecta de los productos de la industria nacional,

Que la industria maquiladora a través de sus diversas actividades es de manera creciente un sector transmisor y generador de tecnología;

Que es necesario establecer lineamientos de promoción y fomento ágiles, descentralizados, claros y estables que permitan satisfacer las necesidades actuales de operación y desarrollo de sus actividades, he tenido a bien expedir el siguiente

### DECRETO PARA EL FOMENTO Y OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION

#### CAPITULO I

#### DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1o.—El presente Decreto tiene por objeto promover el establecimiento y regular la operación de empresas que se dediquen total o parcialmente a realizar actividades de maquila o exportación, mediante la aplicación de un mecanismo ágil y descentralizado que otorgue facilidades para la operación eficiente de dichas empresas.

ARTICULO 2o.—Las empresas maquiladoras de exportación deberán atender a las siguientes prioridades nacionales:

- I.—Crear fuentes de empleo;
- II.—Fortalecer la balanza comercial del país a través de una mayor apertura neta de divisas;
- III.—Contribuir a una mayor integración interindustrial y coadyuvar a elevar la competitividad internacional de la industria nacional, y
- IV.—Elevar la capacitación de los trabajadores e impulsar el desarrollo y la transferencia de tecnología en el país.

ARTICULO 3o.—Para los efectos del presente Decreto se entiende por:

- I.—Ley, a la Ley Aduanera;
- II.—Reglamento, al Reglamento de la Ley Aduanera;
- III.—Secretaría, a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial;
- IV.—Grupo de Trabajo, al Grupo de Trabajo para la Industria Maquiladora de Exportación;
- V.—Operación de Maquila, al proceso industrial o de servicio destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas temporalmente para su exportación posterior, realizada por empresas maquiladoras o que se dediquen parcialmente a la exportación en los términos de este Decreto. Asimismo, aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación o apoyar a esta,

VI.—Maquiladora o la empresa, persona física o moral, a la que en los términos del presente ordenamiento le sea aprobado un programa de operación de maquila y exporte la totalidad de su producción, sin perjuicio de la excepción prevista en el artículo 19 de este ordenamiento;

VII.—Maquiladora por capacidad ociosa, a la empresa, persona física o moral, que establecida y orientada a la producción para el mercado nacional, le sea aprobado en los términos del presente ordenamiento, un programa de maquila para la exportación,

VIII.—Ventanilla única, a la que establezca la Secretaría para estandar en favor de las empresas a que se refiere este Decreto, que formulen su solicitud a través del formato único que se les proporcionen, los siguientes actos y trámites:

- a) Aprobación de los programas;
- b) Inscripción en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora;
- c) Registro ante la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, en su caso;
- d) Registro ante la Secretaría de Relaciones Exteriores;
- e) Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- f) Inscripción ante el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, y
- g) Entrega de los formularios y guías correspondientes para la inscripción en el Instituto Mexicano del Seguro Social, y

IX.—Programa, a la declaración de actividades de operación de maquila de acuerdo al formato único en el que se especificara:

- a) Datos de la empresa;
- b) Descripción del proceso;
- c) Características del producto o servicio;
- d) Lista de bienes que se propone importar temporalmente, para ser utilizados en la operación de maquila, y
- e) Los demás requisitos que sean exigidos por la Secretaría.

ARTICULO 4a.—Las empresas acogidas a este Decreto serán beneficiadas por el sistema simplificado de despacho aduanero.

## CAPITULO II

### DE LOS PROGRAMAS DE MAQUILA DE EXPORTACION

ARTICULO 5a.—La Secretaría a través de la ventanilla única, podrá autorizar los programas a las personas físicas que acrediten su nacionalidad mexicana o a las personas morales que demuestren estar debidamente constituidas en los términos de la legislación nacional, y que además de cumplir con los otros requisitos previstos en este Decreto exporten la totalidad de su producción, o se trate de maquiladoras por capacidad ociosa.

ARTICULO 6a.—Con el objeto de promover el desarrollo regional equilibrado y apoyar la descentralización industrial, la Secretaría autorizará, en su caso, la ubicación de las maquiladoras de nueva creación o las ampliaciones de las ya existentes, en cualquier zona del territorio nacional destinada al desarrollo industrial y de conformidad con los programas nacional, estatales y municipales de desarrollo urbano.

ARTICULO 7a.—Al aprobar el programa la Secretaría asignará a cada empresa la clave que le corresponda dentro del Registro Nacional de la Industria Maquiladora, la que deberá ser utilizada en todos los trámites que se realicen ante las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, sin perjuicio de otros registros que aquéllas requieran.

La vigencia de los programas será indefinida sin necesidad de actualizaciones periódicas, debiendo verificar la Secretaría el cumplimiento de las condiciones establecidas en dichos programas.

ARTICULO 8a.—Los interesados en que se les apruebe o amplie un programa, deberán presentar ante la ventanilla única la solicitud de aprobación o ampliación, en las formas que para el efecto se establezcan.

ARTICULO 9a.—La Secretaría comunicará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público los términos en los que fue aprobado el programa o la ampliación del mismo, en un plazo que no excederá de tres días hábiles a partir de su aprobación.

ARTICULO 10.—A quien se apruebe o amplie un programa podrá importar temporalmente, en los términos del mismo y conforme a la Ley y el Reglamento, las siguientes mercancías:

I.—Materias primas y auxiliares, así como envases, material de empaque, etiquetas y folletos necesarios para complementar la producción base del programa;

II.—Herramienta, equipos y accesorios de producción, de seguridad industrial y productos necesarios para la higiene, asepsia, y para la prevención y control de la contaminación ambiental de la planta productiva, manuales de trabajo y planos industriales, así como equipo de telecomunicación y cómputo;

III.—Maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, equipo de laboratorio, de medición y de prueba de sus productos y los requeridos para el control de calidad, para capacitación de su personal, así como equipo para el desarrollo administrativo de la empresa, y

IV.—Cajas de trailers y contenedores.

Tratándose de los bienes a que se refiere la fracción I de este artículo, se autorizará su importación temporal con vigencia máxima de un año. Una vez importados, su permanencia en el país no deberá exceder de seis meses, contados a partir de la fecha en que se importen; dicho plazo podrá prorrogarse por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, siempre y cuando no se rebase la vigencia máxima, debiendo notificarse dicha prórroga a la Secretaría.

Los demás bienes a que se refiere este artículo, podrán permanecer en el país en tanto continúen operando los programas para los que fueron autorizados, a excepción de las cajas de trailers y conte-

nedores cuya permanencia máxima será de tres meses, conforme al artículo 139 del Reglamento.

**ARTÍCULO 11.**—Las empresas deberán realizar sus importaciones temporales iniciales, dentro del plazo de un año contado a partir de la fecha de aprobación del programa. El término podrá ser ampliado por una sola vez con un plazo de 3 meses, en cuyo caso, previa conformidad de la Secretaría, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público otorgará dicha ampliación; vencido este último plazo, las empresas deberán obtener una nueva autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para la importación, previa conformidad de la Secretaría.

En caso de que la empresa requiera de instalaciones especializadas, el plazo ampliado podrá ser prorrogado previa conformidad de la Secretaría, a solicitud de la interesada. La empresa deberá demostrar el avance en sus instalaciones.

Para las importaciones subsiguientes de los productos mencionados en las fracciones I y II del artículo anterior, los interesados deberán presentar en los formatos que para el efecto se establezcan su solicitud ante la Secretaría, la que de acuerdo al propio programa emitirá su previa conformidad a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para que ésta otorgue la autorización correspondiente.

Las conformidades de importación temporal que emita la Secretaría serán expresadas en moneda nacional y en dólares americanos, precisando la fecha y el tipo de cambio utilizado.

**ARTÍCULO 12.**—Cuando por circunstancias especiales los bienes objeto de la operación de maquila se encuentren sujetos a cuotas específicas de exportación, la Secretaría aprobará los programas, de acuerdo a las políticas de asignación de los montos disponibles entre las empresas interesadas.

**ARTÍCULO 13.**—Se otorgarán las facilidades administrativas que prevé el presente ordenamiento a las empresas que desarrollen programas de albergue, entendiendo por éstos a los programas que sirven para realizar proyectos de exportación por parte de empresas extranjeras que facilitan la tecnología y el material productivo sin operar directamente dichos proyectos.

**ARTÍCULO 14.**—Las solicitudes presentadas al amparo del presente Decreto relacionadas con proyectos agroindustriales, así como aquéllas dirigidas a la utilización de recursos minerales, pesqueros y forestales, se analizarán conforme a la legislación y los programas del Gobierno Federal para dichos sectores, y las de preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente. Las dependencias involucradas en estos proyectos, responderán en 10 días hábiles a las consultas que sobre el particular efectúe la Secretaría.

**ARTÍCULO 15.**—Para los fines del programa, se entiende por mermas los efectos que se contienen en el desarrollo de los procesos productivos y cuya integración al producto que retorna al exterior no pueda comprobarse y, por desperdicios, los residuos de los bienes después del proceso al que sean sometidos. Ambos serán deducidos de las cantidades importadas.

Dentro de los desperdicios podrá incluirse el material que ya manufacturado en el país sea rechazado por los controles de calidad de la empresa, siempre y cuando la Secretaría determine que tales rechazos pueden estimarse como normales; los envases y material de empaque de las mercancías importadas temporalmente, tendrán igual tratamiento que los desperdicios. Los desperdicios que no constituyan residuos peligrosos en los términos de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, podrán ser retornados al país de origen o destruidos de conformidad a las disposiciones legales aplicables, o en su caso, donados a las instituciones de beneficencia o educativas, previo cumplimiento de dichas disposiciones.

En el caso de que la empresa desee vender en el mercado nacional los desperdicios obtenidos en su proceso productivo, a los que se alude en el párrafo anterior, deberá solicitar la conformidad de la Secretaría, especificando el tipo, cantidad, valor y destinatario, además de cumplir con los requisitos vigentes para su importación definitiva. La Secretaría notificará, en caso de proceder, su conformidad a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la que emitirá la autorización correspondiente.

Cuando del proceso productivo se deriven desperdicios que constituyan residuos peligrosos, se procederá de acuerdo a lo que se establece en la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y demás disposiciones de la materia.

**ARTÍCULO 16.**—Las empresas a las que se apruebe un programa se comprometerán a observar lo siguiente:

- I.—Cumplir con los términos establecidos en el programa que le fue autorizado;
- II.—Destinar los bienes importados, al amparo de su programa, a los fines específicos para los

que fueron autorizadas y en su caso, usar debidamente las cuotas de exportación que se le asignen conforme al artículo 12 de este Decreto;

III.—Contratar y capacitar al personal en cada uno de los niveles que corresponda, en los términos que establezcan las disposiciones legales vigentes en la materia;

IV.—Estar al corriente de las obligaciones fiscales y laborales que les correspondan, así como cumplir con las disposiciones vigentes en materia de control de cambios, y

V.—En el caso de suspensión de actividades, notificarla a la Secretaría, en un término que no excederá de diez días naturales contados a partir de la fecha en que suspenda sus operaciones.

ARTÍCULO 17.—Los beneficiarios del presente Decreto quedarán obligados a proporcionar la información que les soliciten la Secretaría y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dentro del plazo que para tal efecto les señalen y darán las facilidades que se requieran al personal de dichas dependencias, para que efectúen las revisiones necesarias sobre el cumplimiento del programa.

ARTÍCULO 18.—Todo programa deberá cumplir con los requerimientos en materia de ecología y de protección del medio ambiente, conforme a las disposiciones vigentes.

ARTÍCULO 19.—La Secretaría determinará los casos en que las empresas sujetas a un programa podrán ser autorizadas a vender en el mercado nacional parte de su producción. Dicha autorización será por dos años, con revisión anual del cumplimiento de los compromisos para vender en el mercado nacional, e indicará las cuotas en volumen y valor de dicha venta, la que deberá ser adicional a las cantidades que exporte la empresa.

ARTÍCULO 20.—Se autorizará a las maquiladoras a participar en el mercado nacional, hasta con el 50% adicional del valor de las exportaciones anuales que hayan realizado, siempre y cuando cumplan con un presupuesto de divisas equilibrado, con base en la generación de las mismas los doce meses anteriores al momento de realizar la solicitud y los gastos en divisas que ocasionen las mercancías que se importen definitivamente para venderse en el mercado nacional.

Se entiende por presupuesto de divisas equilibrado a la diferencia positiva entre las divisas ingresadas por la actividad exportadora de la maquiladora y las divisas egresadas por la importación definitiva de las mercancías incorporadas en los productos autorizados para la venta en el mercado nacional.

ARTÍCULO 21.—Las ventas en el mercado nacional, quedarán sujetas a que los productos finales estén exentos del requisito de permiso previo de importación. Tratándose de productos que no satisfagan esta condición, se deberá obtener el permiso de importación respectivo.

ARTÍCULO 22.—El pago del impuesto general de importación sobre los productos autorizados a vender en el mercado nacional, se realizará sobre el contenido extranjero incorporado con base al arancel del producto terminado.

La maquiladora podrá optar por pagar el impuesto aplicando el arancel correspondiente a las partes y componentes extranjeras, siempre y cuando demuestre cumplir con el siguiente grado de integración nacional a costo de partes:

- a) 2% o más durante el primer año;
- b) 3% o más durante el segundo año, y
- c) 4% o más durante el tercer año y en adelante.

ARTÍCULO 23.—Las maquiladoras que deseen realizar ventas en el mercado nacional deberán cumplir además con los siguientes requisitos:

I.—Mantener el mismo control y normas de calidad que aplican para sus productos de exportación, así como sujetarse a las que se encuentran vigentes en el país, de conformidad con la legislación en la materia y cumplir con las normas que para el efecto ha establecido la Secretaría;

II.—Pagar el impuesto general de importación de acuerdo a los criterios establecidos en el artículo anterior, y

III.—Cumplir con los demás requisitos establecidos por las disposiciones legales aplicables en la materia

ARTÍCULO 24.—Las maquiladoras que cuenten con autorización de la Secretaría para vender en el mercado nacional, podrán optar por la exportación virtual de sus productos terminados bajo las condiciones que la Secretaría y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público determinen en cada caso.

ARTÍCULO 25.—La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para que ésta autorice qué persona distinta a las empresas que cuenten con programa retornen las mercancías importadas temporalmente.

La autorización que expida la Secretaría de Hacienda y Crédito Público tendrá un término hasta de un año, renovable, siempre y cuando esté vigente el programa de maquila respectivo.

**ARTICULO 26.**—Para emitir opinión sobre la operación a que se refiere el artículo anterior, la Secretaría tomará en cuenta los siguientes criterios:

I.—La empresa que cuente con el programa deberá estar al corriente de sus reportes de venta de divisas, así como cumplir con las demás obligaciones a que se comprometió en el propio programa;

II.—La operación de transferencia deberá considerarse como una exportación indirecta, por lo tanto, el pago que se haga a las empresas con programa para dicha operación, deberá realizarse en dólares americanos o en cualquier otra moneda extranjera, y

III.—Quedan excluidas de este tratamiento la transferencia entre maquiladoras textiles y de confección de prendas de vestir.

**ARTICULO 27.**—La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para que ésta otorgue su autorización respecto de los siguientes casos:

I.—Transferencia de maquinaria, herramienta y equipo entre empresas con programa debidamente autorizado, y

II.—Transferencia de maquinaria y equipo por parte de las maquiladoras a los productores nacionales que sean sus proveedores.

Las transferencias a que se refiere el presente artículo podrán realizarse a través de comodato, arrendamiento o compraventa.

**ARTICULO 28.**—La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, sobre las operaciones de submaquila, cuando se trate de un complemento del proceso productivo de la actividad objeto del programa, para posteriormente reintegrarlo a la maquiladora que contrató el servicio y que realizará el acabado final al producto para su exportación. Esta producción puede ser llevada a cabo entre empresas beneficiadas con el Decreto, o también entre una de éstas y una empresa sin programa, sujetándose a los siguientes requisitos:

I.—Encontrarse la maquiladora al corriente de su reporte de divisas;

II.—La autorización tendrá una duración hasta de un año, siempre y cuando esté vigente el programa, y

III.—Que no se trate de submaquila de la rama textil.

**ARTICULO 29.**—La Secretaría de Gobernación, de conformidad con las leyes aplicables en la materia podrá autorizar la internación del personal extranjero administrativo y técnico para el funcionamiento de empresas maquiladoras. Los permisos correspondientes se emitirán en las Delegaciones de Servicios Migratorios establecidas en el país, o por conducto del servicio exterior mexicano en el extranjero.

**ARTICULO 30.**—Cuando una empresa decida dar por terminado su programa deberá solicitar a la Secretaría con treinta días de anticipación, la cancelación de programa y de registro.

La Secretaría autorizará la cancelación del registro, siempre que el interesado haya demostrado estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones laborales y en materia aduanal.

**ARTICULO 31.**—Las facultades de la Secretaría a que se refieren los artículos 7o al 11, 15, 20, 25, 27, 28, 30 y 32 de este Decreto podrán ser ejercidas por sus Delegaciones Coordinadoras Regionales y Federales.

**ARTICULO 32.**—En caso de incumplimiento o lo establecido en este ordenamiento y a lo dispuesto en el programa autorizado, las empresas serán sancionadas según la gravedad de la falta con la suspensión temporal de la vigencia del mismo o la cancelación definitiva de su registro, sin perjuicio de las sanciones que procedan conforme a las demás disposiciones aplicables.

La reincidencia en un hecho u omisión que hubiere motivado una suspensión temporal, será motivo suficiente para la cancelación definitiva. La Secretaría comunicará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, cualquier sanción que imponga a una empresa, para los efectos correspondientes.

Previamente a la aplicación de las sanciones, se otorgará un plazo de quince días hábiles a los interesados para que manifiesten ante la Secretaría lo que a su derecho convenga, citando las pruebas que consideren convenientes, hecho lo cual, éste resolverá lo conducente.

## CAPITULO III

DEL GRUPO DE TRABAJO PARA LA INDUSTRIA  
MAQUILADORA DE EXPORTACION

ARTICULO 33.—En apoyo al cumplimiento del presente Decreto y para coordinar las acciones de las diversas dependencias de la Administración Pública Federal que deben intervenir en la aplicación del mismo, se establece el Grupo de Trabajo para la Industria Maquiladora de Exportación.

ARTICULO 34.—El grupo de Trabajo estará integrado por:

- I.—El Subsecretario de Industria e Inversión Extranjera de la Secretaría;
- II.—Por los Directores Generales de las dependencias que enseguida se indican:
  - a) De la Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional, y de Asuntos Fronterizos de la Secretaría;
  - b) De Política de Ingresos, y de Aduanas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
  - c) De Servicios Migratorios de la Secretaría de Gobernación;
  - d) De Transporte Terrestre de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
  - e) De Desarrollo Urbano, y de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología;
  - f) De Simplificación Administrativa de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación,
- Y
- g) De Capacitación y Productividad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social;
- III.—El Secretario Técnico del Gabinete de Política Exterior;
- IV.—Un representante del Banco de México;
- V.—Un representante del Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C.;
- VI.—Un representante de Nacional Financiera S.N.C.;
- VII.—El Director General de Telecomunicaciones de México, y
- VIII.—El Presidente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática órgano desconcentrado de la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Cada uno de los integrantes del Grupo de Trabajo podrá nombrar un suplente.

ARTICULO 35.—El Grupo de Trabajo será presidido por el Subsecretario de Industria e Inversión Extranjera de la Secretaría y su Secretariado Técnico estará a cargo del Director General de la Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional de la misma dependencia, a quien le corresponderá elaborar estudios, recabar información y realizar las demás acciones que requiera el Grupo de Trabajo para cumplir con sus objetivos.

El Grupo de Trabajo celebrará sesiones ordinarias en forma semestral, pudiendo su presidente convocar a sesión extraordinaria cuando lo estime pertinente o a petición por escrito de cualquiera de sus integrantes.

ARTICULO 36.—Serán funciones del Grupo de Trabajo:

- I.—Formular y evaluar los lineamientos generales y por ramas de política para el fomento y operación de la industria maquiladora;
- II.—Establecer los mecanismos de coordinación que garanticen el cumplimiento de las disposiciones contenidas en este Decreto y la agilización de trámites administrativos;
- III.—Proponer políticas para que las diferentes dependencias que lo integren en la esfera de su competencia, coadyuven al fomento de la industria maquiladora, y
- IV.—Presentar programas para desarrollar la infraestructura física y servicios urbanos de la industria maquiladora, así como determinar las medidas necesarias para el cumplimiento de los mismos.

ARTICULO 37.—El Comité Consultivo de la Industria Maquiladora de Exportación será un órgano de consulta y concertación para el fomento de dicha industria, y se integrará por:

- I.—Un representante de cada una de las dependencias que integran el Grupo de Trabajo, siendo presidido por el representante de la Secretaría, y
- II.—A invitación de su Presidente, por:
  - a) Un representante del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación, y
  - b) Un representante de las asociaciones locales de empresas maquiladoras.

ARTICULO 38.—El Comité Consultivo de la Industria Maquiladora de Exportación se reunirá por

lo menos una vez cada seis meses, pudiendo ser convocado por el Grupo de Trabajo cuando lo juzgue conveniente.

**ARTICULO 39.**—El Grupo de Trabajo y el Comité Consultivo de la Industria Maquiladora de Exportación podrán invitar a sus sesiones a representantes de otras dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, así como a representantes estatales o municipales o de instituciones u organismos del sector privado o social, cuando lo consideren de interés para el mejor cumplimiento de sus objetivos.

#### TRANSITORIOS

**ARTICULO PRIMERO.**—El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**ARTICULO SEGUNDO.**—Se abroga el Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación de fecha 9 de agosto de 1983, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 del mismo mes y año, y se derogan las demás disposiciones que se opongan a este Decreto.

**ARTICULO TERCERO.**—Las maquiladoras que al momento en que entre en vigor el presente Decreto tengan registro de maquiladora podrán mantenerlo hasta la terminación de su vigencia o bien, solicitar el registro con vigencia indefinida.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los veinte días del mes de diciembre de mil novecientos ochenta y nueve. **Carlos Salinas de Gortari.**—Rúbrica.— El Secretario de Gobernación, **Fernando Gutiérrez Barrios.**—Rúbrica.— El Secretario de Hacienda y Crédito Público, **Pedro Aspe Armella.**—Rúbrica.— El Secretario de Programación y Presupuesto, **Ernesto Zedillo Ponce de León.**—Rúbrica.— La Secretaria de la Contraloría General de la Federación, **María Elena Vázquez Nava.**—Rúbrica.— El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, **Jaime Serra Pucho.**—Rúbrica.— El Secretario de Comunicaciones y Transportes, **Andrés Casa Lombardo.**—Rúbrica.— El Secretario de Desarrollo Urbano y Ecología, **Patricia Chirinos Calero.**—Rúbrica.— El Secretario del Trabajo y Previsión Social, **Arsenio Farrell Cubillas.**—Rúbrica.

**SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL**

**DECRETO que modifica al diverso para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice Estados Unidos Mexicanos - Presidencia de la Republica

**CARLOS SALINAS DE GORTARI**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 21, 27, 31, 32, 32 Bis, 34, 36 y 40 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y 63, 75 a 81, y 84 a 87 de la Ley Aduanera, y

**CONSIDERANDO**

Que el 22 de diciembre de 1989 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación con el objeto de promover el establecimiento y regular la operación de empresas que se dediquen total o parcialmente a realizar actividades de maquila de exportación, mediante la aplicación de un mecanismo ágil y descentralizado que otorgue facilidades para la operación eficiente de dichas empresas

Que en función de los términos negociados en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte entre Canadá, Estados Unidos de América y México es necesario adecuar el Decreto para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación he tenido a bien expedir el siguiente

**DECRETO QUE MODIFICA AL DIVERSO PARA EL FOMENTO Y OPERACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION**

**ARTICULO UNICO.-** Se reforman los artículos 3o., fracciones V y VI, 5o., 10, penúltimo y último párrafos, 12, 16, fracción IV; 19; 20; 22; 26, 27, fracción I, 28, 31, 32, tercer párrafo; 34, fracciones I a VIII, 35 primer párrafo, y 37, fracción II; se adicionan los artículos 12 con un segundo párrafo, 25 con un segundo párrafo, pasando el actual segundo a ser tercero, 32 con un cuarto párrafo, y 34 con las fracciones IX y X, y se deroga el artículo 24 del Decreto para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1989, para quedar como sigue.

**ARTICULO 3o.-...**

I a IV.-...

V.- Operación de Maquila, el proceso industrial o de servicio destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas temporalmente para su exportación posterior, restizado por

empresas maquiladoras o que se dediquen parcialmente a la exportación en los términos de este Decreto. Asimismo, aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación o apoyar a ésta, estas actividades de servicio podrán ser también hacia empresas maquiladoras o hacia empresas con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación.

VI.- Maquiladora, a la empresa, persona física o moral, a la que en los términos del presente ordenamiento le sea aprobado un programa de operación de maquila y exporte su producción, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 19 de este Decreto:

VII a IX.-...

**ARTICULO 5o.-** La Secretaría a través de la ventanilla única, autorizará los programas, así como los trámites subsecuentes, a las personas físicas que acrediten su nacionalidad mexicana o a las personas morales que demuestren estar debidamente constituidas en los términos de la legislación nacional, y que además de cumplir con los requisitos previstos en este Decreto, se trate de maquiladoras por capacidad ociosa o de servicios.

**ARTICULO 10.-...**

I a IV.-...

Tratándose de los bienes a que se refiere la fracción I de este artículo, se autorizará su importación temporal con vigencia máxima de un año. Una vez efectuada la importación, su permanencia en el país no deberá exceder de un plazo de un año, contado a partir de la fecha en que se importen.

Las autorizaciones de importación temporal de los demás bienes a que se refieren las fracciones II y III de este artículo se otorgarán con una vigencia de dos años, y podrán permanecer en el país en tanto continúen vigentes los programas para los que fueron autorizados. Los bienes a que se refiere la fracción IV podrán permanecer mientras continúen vigentes los programas para los que fueron autorizados, sin que su permanencia pueda exceder de 20 años.

**ARTICULO 12.-** Cuando por circunstancias especiales los bienes objeto de la operación de maquila se encuentren sujetos a cuotas específicas de exportación, la Secretaría aprobará los programas de acuerdo a las políticas de asignación de los montos disponibles.

La asignación de las cuotas de exportación será otorgada por las delegaciones y subdelegaciones federales de la Secretaría, previa autorización de la unidad administrativa competente.

**ARTICULO 16.-.....**

I a III.-...

IV.- Estar al corriente de las obligaciones fiscales y laborales que les correspondan, y

V....

**ARTICULO 19.-** Las maquiladoras podrán destinar parte de su producción al mercado nacional conforme a lo siguiente:

I.- En 1994, hasta el 55% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior,

II.- En 1995, hasta el 60% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior,

III.- En 1996, hasta el 65% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior,

IV.- En 1997, hasta el 70% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;

V.- En 1998, hasta el 75% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior,

VI.- En 1999, hasta el 80% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior, y

VII.- En 2000 hasta el 85% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.

A partir de 2001, las ventas de las maquiladoras al mercado doméstico no estarán sujetas a ningún límite, por lo que podrán destinar la totalidad de su producción al mercado nacional.

**ARTICULO 20.-** Las maquiladoras deberán presentar bimestralmente en las unidades administrativas competentes de la Secretaría un reporte de las ventas que realicen en el mercado nacional, en el que señalen el monto y valor total de las exportaciones, de las ventas al mercado nacional, así como del porcentaje que dichas ventas representan del valor total de las exportaciones anuales que hayan realizado el año anterior, conforme al formato que forma parte de este Decreto como anexo I.

**ARTICULO 22.-** El pago del impuesto general de importación sobre los productos destinados a vender en el mercado nacional, se realizará aplicando el arancel correspondiente a las partes y componentes extranjeros.

**ARTICULO 24.-** Derogado.

**ARTICULO 25.-**...

Aquellas empresas que utilicen cuotas de exportación y requieran realizar operaciones de transferencia, deberán contar con la autorización de la Secretaría.

...

**ARTICULO 26.-** La operación de transferencia señalada en el artículo anterior deberá considerarse como una exportación indirecta.

**ARTICULO 27.-**...

I.- Transferencia de maquinaria, herramienta y equipo entre empresas con programa debidamente

autorizado, y entre éstas y empresas que cuenten con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación

II....

...

**ARTICULO 28.-** La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, sobre las operaciones de submaquila, cuando se trate de un complemento del proceso productivo de la actividad objeto del programa, para posteriormente reintegrar el producto a la maquiladora que contrato el servicio y que realizará el acabado final de dicho producto para su exportación.

Esta submaquila puede ser llevada a cabo entre maquiladoras acogidas al Decreto o también entre una de éstas y una empresa sin programa

La autorización tendrá una duración hasta de un año, siempre y cuando esté vigente el programa

**ARTICULO 31.-** Las facultades de la Secretaría a que se refieren los artículos 7o. al 11, 15, 25, 27, 28, 30 y 32 de este Decreto podrán ser ejercidas por sus delegaciones y subdelegaciones federales

**ARTICULO 32.-**...

...

La Secretaría previa petición debidamente fundada de alguna dependencia de la Administración Pública Federal, podrá cancelar el registro de maquila de exportación

Previamente a la aplicación de las sanciones se otorgará un plazo de 45 días hábiles a los interesados para que manifiesten ante la Secretaría lo que a su derecho convenga, ofreciendo las pruebas que consideren convenientes hecho lo cual, ésta resolverá lo conducente

**ARTICULO 34.-**...

I.- El Subsecretario de Industria de la Secretaría;

II.- Los directores generales de:

a) Desarrollo Urbano, y de Normatividad Ambiental de la Secretaría de Desarrollo Social;

b) Simplificación Administrativa de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación;

c) La Industria Mediana, Pequeña y de Desarrollo Regional de la Secretaría;

d) Transporte Terrestre de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; y

e) Capacitación y Productividad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social;

III.- La Administración General Jurídica de Ingresos y la Administración General de Aduanas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

IV.- El Secretario Técnico del Gabinete de Política Exterior.

V.- Un representante del Banco de México;

VI.- Un representante del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.;

VII.- Un representante de Nacional Financiera, S.N.C.

VIII.- El Director General de Telecomunicaciones de México;

IX.- El Comisionado del Instituto Nacional de Migración de la Secretaría de Gobernación, y

X.- El Presidente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

ARTICULO 35.- El Grupo de Trabajo será presidido por el Subsecretario de Industria de la Secretaría y su Secretariado Técnico estará a cargo del Director General de la Industria Mediana, Pequeña y de Desarrollo Regional de la misma dependencia a quien le corresponderá elaborar estudios, recabar información y realizar las demás acciones que requiera el Grupo de Trabajo para cumplir con sus objetivos

ARTICULO 37.-...

I.-...

II.- La mesa directiva del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación y los Consejeros Nacionales representando a las asociaciones locales de maquiladoras afiliadas al Consejo Nacional.

TRANSITORIO

UNICO.- El presente decreto entrará en vigor el 1o de enero de 1994.

Dado en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los veintitrés días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y tres.- Carlos Salinas de Gortari.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Patrocinio González Blanco Garrido.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Pedro Aspe.- Rúbrica.- El Secretario de Desarrollo Social, Carlos Rojas Gutiérrez.- Rúbrica.- La Secretaría de la Contraloría General de la Federación, María Elena Vázquez Nava.- Rúbrica.- El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Jaime Serra Puche.- Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Gamboa Patrón.- Rúbrica.- El Secretario del Trabajo y Previsión Social, Arsenio Farrell Cubillas.- Rúbrica.

ANEXO I

REPORTE BIMESTRAL DE VENTAS AL MERCADO NACIONAL

- 1) NOMBRE DE LA EMPRESA
- 2) NUMERO DE CLAVE EN EL REGISTRO NACIONAL DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA Y FECHA DEL OFICIO DE ASIGNACION DEL MISMO
- 3) NOMBRE (S) DEL (LOS) PRODUCTO (S) QUE VENDIO EN MEXICO, CONFORME A LA NOMENCLATURA DE LA TARIFA DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACION.
- 4) USOS ESPECIFICOS
- 5) MONTO Y VALOR TOTAL DE LAS EXPORTACIONES REALIZADAS DURANTE LOS ULTIMOS 12 MESES
- 6) MONTO Y VALOR DE LAS VENTAS AL MERCADO NACIONAL
- 7) PORCENTAJE QUE DICHAS VENTAS AL MERCADO NACIONAL REPRESENTAN DEL VALOR TOTAL DE SUS EXPORTACIONES.
- 8) EMPRESA (S) A LA (S) CUAL (ES) VENDE SUS PRODUCTOS
- 9) FRACCION ARANCELARIA DE LA TARIFA DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACION DE LOS PRODUCTOS

BAJO FORMAL PROTESTA DE DECIR VERDAD, MANIFIESTO QUE LOS DATOS ASENTADOS EN EL PRESENTE REPORTE SON CIERTOS Y VERIFICABLES EN CUALQUIER MOMENTO POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES

LUGAR Y FECHA

NOMBRE Y FIRMA DEL EMPRESARIO  
O DEL REPRESENTANTE.

**DECRETO que promueve la creación de empresas comercializadoras de insumos para la industria maquiladora de exportación.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República

**CARLOS SALINAS DE GORTARI**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en los artículos 31 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 63, 64, 75 al 81 y 84 al 87, de la Ley Aduanera, y

**CONSIDERANDO**

Que el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 señala entre sus objetivos que el mejoramiento productivo de la estructura económica nacional debe adaptarse a las modalidades de integración y competencia internacionales;

Que el Programa Nacional de Modernización Industrial y de Comercio Exterior 1990-1994 señala como prioritaria la incorporación de insumos nacionales en los procesos productivos de las empresas maquiladoras de exportación;

Que las acciones de política industrial y de comercio exterior requieren de un proceso de actualización constante de los mecanismos de promoción de las exportaciones a través de la desregulación de trámites y de procedimientos administrativos;

Que el establecimiento de empresas comercializadoras de insumos a la industria maquiladora de exportación es un mecanismo que favorecerá la integración de materias primas nacionales en los procesos productivos del sector maquilador, he tenido a bien expedir el siguiente

**DECRETO QUE PROMUEVE LA CREACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE INSUMOS PARA LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION.**

**ARTICULO 1o.-** El presente Decreto tiene como objeto promover la creación de empresas comercializadoras de insumos para la industria maquiladora de exportación cuyo propósito sea realizar operaciones de abastecimiento de materias primas, partes y componentes al sector maquilador, así como la realización de estudios de mercado y promoción de conversiones dirigidos al abastecimiento de insumos nacionales a dicha industria, a través de un esquema administrativo ágil y simplificado.

**ARTICULO 2o.-** Las empresas que pretendan acogerse a los beneficios que otorga el presente Decreto deberán estar registradas ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial como empresas maquiladoras de servicios al amparo del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación y sus reformas, publicados en el Diario Oficial de la Federación los días 22 de diciembre de 1989 y 24 de diciembre de 1993, respectivamente, y solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación, que se crea, el cual estará a cargo de la Dirección General de la Industria Mediana, Pequeña y de Desarrollo Regional de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

**ARTICULO 3o.-** Para obtener su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación, las empresas deberán tener personalidad jurídica conforme a la legislación vigente y que su objeto social sea el abastecimiento de materias primas, partes y componentes a la industria maquiladora de exportación, así como a empresas con programas de importación temporal para producir artículos de exportación. El registro tendrá una vigencia indefinida.

**ARTICULO 4o.-** Las empresas que se acojan a lo dispuesto en el presente Decreto podrán realizar importaciones temporales, conforme a los artículos 79, 84 y 87 de la Ley Aduanera, de materias primas, partes y componentes que se incorporen a artículos de exportación de las empresas maquiladoras o a través de programas de importación temporal para producir artículos de exportación.

Los trámites relativos a las importaciones temporales y exportaciones definitivas que realicen, los podrán efectuar a través de apoderado aduanal debidamente autorizado.

**ARTICULO 5o.-** Las empresas comercializadoras de insumos para la industria maquiladora de exportación, calcularán el impuesto al valor agregado conforme a lo dispuesto por el artículo 29 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

**ARTICULO 6o.-** La banca de desarrollo a través del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., y de Nacional Financiera, S.N.C., por medio de sus programas apoyará financieramente la creación, operación y desarrollo de las empresas comercializadoras de insumos para la industria maquiladora de exportación

**ARTICULO 7o.-** Para efectos estadísticos, las empresas inscritas en el Registro Nacional de Empresas Comercializadoras de Insumos para la Industria Maquiladora de Exportación, deberán reportar sus operaciones de comercio exterior durante los meses de junio y diciembre de cada año, en los formatos que expida la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Asimismo, deberán presentar semestralmente la declaración a que se refiere el primer párrafo del artículo 85 de la Ley Aduanera en el formato autorizado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**ARTICULO 8o.-** La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial cancelará el registro correspondiente a aquellas empresas que así lo soliciten, o, previa audiencia, cuando no cumplan con lo dispuesto en el presente Decreto, sin perjuicio de las sanciones que procedan conforme a las disposiciones jurídicas aplicables.

#### TRANSITORIO

**UNICO.-** El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Dado en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, el primero del mes de agosto del año de mil novecientos noventa y cuatro.- Carlos Salinas de Gortari.- Rúbrica - El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Pedro Aspe.- Rúbrica - El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, Jaime Serra Puche.- Rúbrica.