



Universidad Casallista
Benavente



Escuela de Ciencias Políticas y Administración Pública con
Estudios Incorporados a la
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO
Clave: 8793-46

IMPORTANCIA DE LOS PROGRAMAS DE
APOYO QUE OTORGA EL SECTOR
PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRACION
PUBLICA

P R E S E N T A :

Judith Ortega Casas

Asesor:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Lic. Ramón Tovar Cerritos

Celaya, Gto.

Mayo de 1999.



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.

... *IN MEMORIAM ROSARIO CASAS TREJO*

INDICE

Pag.

INTRODUCCION

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO.

1.1 Epoca proteccionista 1958-1982	1
1.2 Apertura comercial a partir de 1983	8
1.3 México como parte de organismos internacionales tendientes a liberalizar el comercio mundial	11
1.3.1 Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	11
1.3.2 Organización Mundial de Comercio (OMC)	14
1.3.3 Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)	17
1.3.4 Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)	20
1.4 Tratados comerciales suscritos por México	22
1.4.1 Acuerdo de Complementación Económica entre México y Chile	22
1.4.2 Tratado de Libre Comercio de América del Norte	25
1.4.3 Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres	29
1.4.4 Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica	32
1.4.5 Tratado de Libre Comercio entre Bolivia y México	35
Referencias Capítulo I	38

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 Comercio exterior, importación y exportación	44
2.2 La empresa	51
3.3 Teorías modernas de comercio internacional	57
2.4 Ley de la ventaja comparativa	64
2.5 La balanza de pagos	78
Referencias Capítulo II	84

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

3.1 Importancia de la micro, pequeña y mediana empresa	86
3.2 Problemática de la micro, pequeña y mediana empresa para lograr su internacionalización	89
3.3 Alianzas estratégicas, la nueva opción	96
Referencias Capítulo III	117

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1 Programas de fomento de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial	119
4.1.1 Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)	119
4.1.2 Empresa Altamente Exportadora (ALTEX)	122
4.1.3 Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (DRAWBACK)	124
4.1.4 Empresas de Comercio Exterior (ECEX)	127
4.1.5 Industria Maquiladora de Exportación	130
4.2 Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT)	133
4.3 Programa de Política Industrial y Comercio Exterior	142
4.4 Nacional Financiera, S.N.C. (NAFIN)	151

4.5 Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE)	159
4.6 Otros apoyos a las exportaciones	163
4.6.1 Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX)	163
4.6.2 Centro de Servicios al Comercio Exterior (CSCEX)	165
4.6.3 Programa Nacional de Eventos Internacionales	165
4.6.4 Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones (COMPEX)	166
4.6.5 Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX)	167
4.6.6 Premio Nacional de Exportación	168
4.6.7 Cuenta Aduanera	168
4.6.8 Programa de Asistencia Técnica (PAT)	169
 Referencias Capítulo IV	 171
 CONCLUSIONES	 175
 BIBLIOGRAFIA	 177

INTRODUCCION

En la década de los 90's la economía mexicana se encuentra inmersa en la tendencia mundial hacia la globalización económica; la que podemos observar indistintamente tanto en los países desarrollados como en los subdesarrollados, efectuándose no exclusivamente intercambio de mercancías, sino también de servicios y de flujo de capital, los cuales manifiestan un dinamismo ascendente.

La participación de México en el escenario económico mundial comenzó apenas a vislumbrarse a mediados del decenio anterior, siendo básicamente el agotamiento de la política de sustitución de importaciones y sus implicaciones, lo que orilló al gobierno mexicano a insertarse en el mecanismo económico internacional. A pesar de las propagandas proteccionistas que se manifestaron en nuestro país, el proceso de apertura sigue su marcha exitosa; en la búsqueda de mercados de exportación se han librado verdaderas batallas, ya que los productos mexicanos se encuentran en continua e intensa competencia con productos de otros países.

A fin de lograr y consolidar la presencia de los productos nacionales en el exterior a través de una estrategia de exportación, México además de aliarse a foros multilaterales de negociación, como la OMC, también signó pactos bilaterales y trilaterales para efectuar la apertura con mayor eficiencia, es por ello que el acuerdo de libre comercio firmado con Canada y Estados Unidos reviste tanta importancia, ya que constituye un instrumento que garantiza la entrada de nuestros productos al mercado regional más grande del mundo.

Consientes de la importancia del comercio exterior para nuestro país, el sector público integra la promoción de exportaciones como una actividad preponderante en su estrategia de desarrollo integral. Esquemas como el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), el de la Industria Maquiladora de Exportación y el de Empresa Altamente Exportadora

(ALTEX), de la SECOFI, por mencionar algunos, han desempeñado un papel fundamental en el proceso de exportación.

En el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior en su apartado dedicado a la promoción de exportaciones se plantea la necesidad de consolidar el desarrollo exportador, elevando el monto de los recursos para diversificar las actividades promocionales y otorgar el financiamiento necesario; considerando además, como reto a superar, la adecuada coordinación de las acciones de la SECOFI, así como de Bancomext y de Nafin, organismos dedicados a brindar promoción y financiamiento a las empresas exportadoras de México.

Cabe señalar que también a nivel entidad, el Gobierno del Estado de Guanajuato instrumentó la COFOCE, institución diseñada para otorgar capacitación, asesoría jurídica y promoción a la comunidad exportadora.

Las exportaciones deberán impulsar el desarrollo económico del país, y para ello es primordial aclarar el hecho de que la planta productiva mexicana esta representada en su gran mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas, a las que hay que brindar apoyos adecuados para lograr que se integren al conjunto de empresas que ya exportan.

El diseñar la estrategia que garantice la introducción, la permanencia y la expansión de la mercadería mexicana en el ámbito internacional constituye ahora una labor de trascendente importancia; hechos que particularmente me ocasionan gran inquietud, motivándome a plantear como tema de tesis:

**“IMPORTANCIA DE LOS PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA
EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES”**

BREVE EXPLICACION DE LOS CAPITULOS

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

El objetivo del presente capítulo, como su nombre lo indica, es mostrar un panorama general del desarrollo del comercio exterior en México.

Se inicia con un repaso de la estrategia comercial seguida a partir de 1958, cuando imperaba la política de substitución de importaciones, estrategia que no consiguió mantener un crecimiento económico estable y tampoco logro absorber la creciente oferta de mano de obra.

Posteriormente, se analizan las medidas adoptadas por nuestro país en 1983, en su intento por eliminar obstáculos al comercio internacional, comenzando con una gradual reducción en los aranceles y una eliminación a los permisos de importación, marcándose con ello el inicio del inminente proceso de apertura comercial.

La tendencia mundial hacia la liberalización económica, impulsa a que las naciones se unan, conformando organizaciones que les faciliten la eliminación de trabas y el libre intercambio de bienes y servicios, es por ello que México de adhiere a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) designado a partir de 1995 Organización Mundial de Comercio (OMC), a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), y al Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

México, en su esfuerzo por ampliar y diversificar el abanico de oportunidades económicas, ha suscrito a la fecha cinco tratados o acuerdos comerciales de libre comercio con Chile, con Canada y Estados Unidos, con

Venezuela y Colombia, con Bolivia y con Costa Rica; mismos que serán estudiados brevemente en éste capítulo.

CAPITULO II MARCO TEORICO

Este capítulo se diseña con el propósito de dar una explicación a los conceptos fundamentales que se incluyen en el vasto tema del comercio internacional.

En primer término, se analiza el concepto de comercio exterior, el cual esta intrínsecamente relacionado con los conceptos de importación y de exportación. Además, es necesario contar con una organización que ejecute toda una serie de operaciones tendientes al logro de estas importaciones y exportaciones, de ahí la importancia del concepto empresa para nuestro estudio.

También es de suma importancia realizar una remembranza de las teorías modernas del comercio internacional, comenzando con el "*Mercantilismo*", cuando el nacimiento de los estados nacionalistas durante el siglo XIV obligaron a la creación de un nuevo esquema de ideas y valores; posteriormente en el siglo XVIII se manifiesta una tendencia hacia el liberalismo, dando origen a nuevas ideas económicas que se aglutinaron en la llamada "*Escuela Clásica*".

A partir del último tercio del siglo XIX se vislumbran cambios en el pensamiento económico, aportando dos teorías del comercio internacional, destacando la "*Teoría Heckscher-Ohlin*", planteando fundamentalmente que el comercio internacional entre los países lo determina la diferente escasez relativa de los factores de producción en los distintos países.

Wassily W. Leontif en 1954 en un intento por efectuar la comprobación empírica del modelo Heckscher-Ohlin, descubrió que el resultado arrojado por su

investigación era contrario de lo que se estipula en el citado modelo, de donde se conoce como la "*Paradoja de Leontif*". En fechas posteriores, varios economistas han repetido la contrastación del mismo modelo, obteniendo similares resultados. De esta manera, la Paradoja de Leontif ha servido como un llamado a los economistas para que continúen el estudio del comercio internacional.

En el año de 1950 H. Singer y R. Prebisch, interesados en el desarrollo de los países, aportan una nueva teoría, la cual se denomina la tesis Singer-Prebisch, misma que constituye la esencia de la "*Escuela Heterodoxa*"

Indudablemente, uno de los postulados más importantes de la Escuela Clásica fue el planteamiento de la "*Ley de la Ventaja Comparativa*", aunque basándose erróneamente en la teoría del valor trabajo, sin embargo, desde la década de los 30's gracias a las investigaciones económicas de G. Haberler la Ley de la Ventaja Comparativa puede ser explicada haciendo uso de su teoría de los costos de oportunidad.

Para finalizar el capítulo se abordará el tema de la "*Balanza de Pagos*", ya que no se puede hablar del comercio internacional de un país sin hacer mención del papel fundamental que desempeña como registrador de las operaciones económicas que realiza con el resto del mundo.

CAPITULO III

PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y Nacional Financiera, reveló que en nuestro país de un conjunto de 1.3 millones de unidades productivas establecidas, la micro, pequeña y mediana empresa representa 98%; cabe señalar que el valor social de estas empresas, se origina precisamente en el uso intensivo de mano de obra que se requiere en sus procesos productivos.

Evidentemente, podemos afirmar que México es un país de micro y pequeñas empresas, no solamente en el giro industrial, sino en todos los rubros económicos, tales como servicios, comercios, transportes, agricultura y ganadera, etc.

La gran importancia de la micro, pequeña y mediana empresa en nuestro país, ligada estrechamente al nuevo contexto de apertura comercial, es lo que da origen al presente capítulo. Los cambios planteados por la globalización pusieron en un dilema a nuestras empresas: cambiar o desaparecer. La vieja economía proteccionista vivida por el país, le había heredado a las empresas innumerables problemas que implicaban irremediablemente tasas de crecimiento económico menores a las potenciales. De esta manera, los empresarios mexicanos debían afrontar el nuevo reto, tenían que cambiar para permanecer. Al inicio de la apertura hubo criterios encontrados acerca de la permanencia y competencia de la micro, pequeña y mediana empresa, por una parte, analistas indicaron que éstas desaparecerían a corto plazo, y por otro lado, otros afirmaban que estas empresas serían la clave para el futuro crecimiento económico.

Sin embargo, en un plano objetivo, podemos afirmar que las oportunidades y retos que ofrece ahora el nuevo entorno económico del país, sólo podrá ser aprovechado eficientemente por las unidades productivas que se transformen con oportunidad, adoptando estrategias de calidad, en sus objetivos a corto y largo plazo.

En este capítulo se pretende hacer un señalamiento de la importancia de la micro, pequeña y mediana empresa, así como de los problemas generales a los que se enfrentan estas empresas para lograr integrarse al conjunto de empresas mexicanas exportadoras.

La integración de dichas empresas a la comunidad exportadora requiere de empresarios que estén dispuestos a brindar el máximo de sus esfuerzos para el fortalecimiento de las mismas. La tarea no es fácil, pero tampoco imposible. Las

empresas necesitan dirigentes capaces y dispuestos a tomar una actitud empresarial diferente, novedosa, audaz y dinámica. El lograr estándares de calidad a nivel mundial también depende en gran medida del factor tecnología, ya que sin duda alguna, el paso de lo tradicional a la modernidad se relaciona con el uso de maquinaria actual en sus procesos productivos. Por otra parte, el hecho de que la mayor parte de las empresas de esta magnitud son establecimientos fundamentalmente familiares, la falta de financiamiento para éstas, es insignificante o nulo en muchas ocasiones, ya que no cuentan con un activo que les permita garantizar cabalmente el apoyo crediticio.

Asimismo, se requiere que la difusión de los programas de apoyo que brinda el sector público a los exportadores sea de alcance nacional, de tal manera que la micro, pequeña y mediana empresa conozcan realmente las ventajas que ofrecen los apoyos de las instituciones gubernamentales y que sea sencilla la tramitación para obtenerlos.

A fin de optimizar los recursos públicos destinados a apoyar el fortalecimiento de éstas empresas, se plantea como una alternativa la instrumentación de las llamadas *alianzas estratégicas* o *vinculaciones empresariales*, esquema que ha sido adoptado en algunos países con gran éxito, tema que también abordaremos en este capítulo.

CAPITULO IV

PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Las exportaciones revisten gran importancia como parte de la estrategia para impulsar el crecimiento económico de México. Las empresas mexicanas expanden su mercado en el extranjero con el propósito de incrementar el monto de sus ventas, ingresos que en última instancia aseguran la continuación del proceso de desarrollo económico integral del país. De ahí que sea vital crear las condiciones adecuadas para consolidar y ampliar el universo de mercados en el exterior. En el presente capítulo, en esencia, se analizarán los programas de

apoyo que promueven las exportaciones de los productos mexicanos en el resto del mundo.

Los Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), de Devolución de Impuestos de Importación a Exportadores (DRAWBACK), de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), de Empresas de Comercio Exterior (ECEX), de Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX) y el Programa de Empresas Maquiladoras de Exportación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, han brindado a las empresas del país apoyo invaluable para fortalecer el incremento de las exportaciones.

El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (Bancomext) otorga además de apoyo financiero oportuno y suficiente para realizar operaciones de exportación, la eficaz promoción y comercialización de los productos mexicanos en el exterior.

Como respuesta a ciertos objetivos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, se elaboró el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, dado a conocer en el Diario Oficial de la Federación el 31 de mayo de 1996. Este Programa considera principalmente a la promoción de exportaciones como una sólida base para alcanzar el crecimiento económico; contemplando a su vez, la importancia de unir los esfuerzos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. y de Nacional Financiera para en su conjunto representar un paquete de facilidades que permita a las empresas obtener la información y el soporte suficiente para efectuar la venta de sus productos en los mercados internacionales.

A su vez, el Gobierno del Estado de Guanajuato, preocupado por fortalecer el comercio exterior de la entidad, ha creado la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE) con la finalidad de ofrecer capacitación, análisis económico, asesoría legal y promoción necesaria para impulsar la internacionalización de la economía del Estado.

MODELO DE LA INVESTIGACION

CARACTER DE LA INVESTIGACION

- 1.- Monografía
- 2.- Cuadros estadísticos
- 3.- Cuadros de referencia
- 4.- Período de evolución del comercio exterior en México a partir de 1958
- 5.- Se refiere a la problemática actual que enfrenta la micro, pequeña y mediana empresa para integrarse a la comunidad de empresas exportadoras, ante un panorama de apertura comercial y a la importancia de los programas de apoyo que brinda el sector público a las exportaciones.

ETAPA No. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

* JUSTIFICACION

Desde una perspectiva histórica, podemos afirmar que la política de sustitución de importaciones que imperaba en el país, heredó un legado de incontables problemas a toda la planta productiva nacional, lo que inminentemente condujo al gobierno a establecer las acciones necesarias para insertarnos al mecanismo mundial de apertura comercial; de esta manera, a mediados de la década anterior, con la inclusión de México al GATT llamado ahora OMC, comienzan los profundos cambios estructurales en nuestro país. Consecuentemente y atendiendo al hecho de que la mayor parte de nuestras empresas corresponden a la clasificación de micro, pequeña y mediana, los empresarios mexicanos se enfrentan a nuevos retos, haciéndose necesaria la constante modernización de su planta productiva, cambiar para mejorar, y en este proceso de apertura, el sector público juega un papel fundamental en el sentido

de instrumentar y ofrecer una serie de apoyos a los empresarios mexicanos para competir en un mismo nivel con las grandes empresas extranjeras en la obtención

de mercados internacionales. En los programas de desarrollo económico, se plantea la importancia de las exportaciones como motor del crecimiento económico nacional, de lo cual se desprende la prioridad que se le deben dar a los programas de apoyo del gobierno encaminados a promocionar nuestras exportaciones.

* FORMULACION DEL PROBLEMA

La manera más viable para exponer un problema, de acuerdo al criterio del estudioso Kerlinger (R. Rojas Soriano, Guía para Realizar Investigaciones Sociales), es elaborando preguntas que a su vez desencadenaran otros cuestionamientos. Es entonces como se elaboran las siguientes interrogantes:

- 1.- ¿Qué es el comercio exterior?
- 2.- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos del comercio internacional?
- 3.- ¿Qué es una empresa?
- 4.- ¿Cómo ha evolucionado el comercio exterior en México a partir de 1958?
- 5.- ¿En qué consistió la apertura económica iniciada en los 80's?
- 6.- ¿A qué organismos multilaterales de negociación económica pertenece nuestro país?
- 7.- ¿Cuáles son los beneficios que México obtiene al firmar acuerdos de libre comercio con otros países?
- 8.- ¿Qué es la balanza de pagos?
- 9.- ¿Cuál es la problemática actual a la que se enfrenta la micro, pequeña y mediana empresa para integrarse a la comunidad de empresas exportadoras?
- 10.- ¿Qué beneficios otorgan los programas de apoyo de la SECOFI a las empresas exportadoras?
- 11.- ¿Cuál es el papel que desempeñan Bancomext y Nacional Financiera en la promoción de las exportaciones?

12.- ¿Cuáles son los retos que plantea el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior en cuanto a la promoción de exportaciones?

13.- ¿Qué beneficios otorga a los empresarios la COFOCE?

ETAPA No. 2 MARCO GENERAL DE REFERENCIA

Es apropiado mencionar que la política de proteccionismo que se implantó en nuestro país durante décadas, dejó todo un sin fin de problemas a la economía mexicana, lógicamente, las unidades productivas del país y más aún la micro, pequeña y mediana empresa, con un sistema propio para una política substitutiva de importaciones; la apertura comercial implicó entonces, un motivo para que éstas buscaran una transformación integral hacia la modernidad; pues con dicha apertura ya no únicamente iban a competir con las empresas nacionales, sino que tenían que enfrentar a las mejores empresas del mundo; y es aquí donde el sector público juega un papel importantísimo, el apoyar a estas empresas mediante programas de apoyo a las exportaciones acordes con sus necesidades, puede en gran medida determinar el éxito o el fracaso de éstas.

* LA TEORIA CENTRO-PERIFERIA Y EL SUBDESARROLLO

El centro-periferia ilustra la dualidad entre los países que han alcanzado el desarrollo integral y los que permanecen en el subdesarrollo; el centro conlleva toda una serie de avances en donde las actividades económicas están diversificadas y las tasas de productividad son muy elevadas; por otro lado la periferia son todos aquellos países que no han logrado desarrollar su economía en todos los sectores, se dice que tienen una estructura heterogénea, ya que en algunos sectores se obtiene un alto grado de productividad, mientras que dependen del centro para obtener tecnología de punta.

Ubicando a México como un país que pretende alcanzar el tan preciado desarrollo, nos damos cuenta que debemos aprovechar al máximo nuestro potencial exportador a través de la micro, pequeña y mediana empresa, para que logren consolidarse en el entorno del mercado internacional, obteniendo con ello

recursos para el país que ayudarán en última instancia a lograr una menor dependencia de los países avanzados.

ETAPA No. 3 LA HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

* INTRODUCCION

Los planes económicos estratégicos ya no ubican más al mercado interno como salvador de nuestro crecimiento económico, sino todo lo contrario, el motor del crecimiento económico se ubica en las exportaciones, gracias a las ventajas del libre comercio las empresas mexicanas tienen un amplísimo mercado para sus productos a todo alrededor del mundo, entonces el mercado existe, ahora el problema radica en que la planta productiva nacional está compuesta en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas, y es por lo tanto, el objetivo primordial el integrar a estas empresas al conjunto de éstas que ya exportan; detectar los problemas y encontrar la solución a todos ellos, para que estas empresas logren integrarse a las exportadoras, y es aquí donde el estado debe intervenir en ofrecer una serie de apoyos que se adapten a la problemática de éstas, y tratar de mejorar los apoyos que ya existen para las empresas exportadoras.

* JUSTIFICACION

La presente hipótesis relaciona dos variables, las que son:

- 1.- La problemática de la micro, pequeña y mediana empresa para integrarse a la comunidad de empresas exportadoras.
- 2.- La importancia de los programas de apoyo que otorga el sector público a las exportaciones.

* ELEMENTOS ESTRUCTURALES DE LA HIPOTESIS

1.- UNIDAD DE ANALISIS

La problemática de la micro, pequeña y mediana empresa para incluirse en el conjunto de empresas exportadoras y la importancia de los programas de apoyo que otorga el sector público a las exportaciones.

VARIABLES: Estas se definen como las características o propiedades cualitativas o cuantitativas que presentan las unidades de análisis, que en este caso son:

VARIABLE INDEPENDIENTE: (acción - origen) Programas de apoyo que otorga el sector público a las exportaciones.

VARIABLE DEPENDIENTE: (reacción - efecto) Problemática de la micro, pequeña y mediana empresa para integrarse a la comunidad de empresas exportadoras.

2.- ELEMENTOS LOGICOS

Es importante que la micro, pequeña y mediana empresa se fortalezcan para lograr integrarse a la comunidad de empresas exportadoras, y sean las exportaciones precisamente el motor del crecimiento económico del país, a su vez, el sector público requiere ofrecer una serie de apoyos a los exportadores acordes con sus necesidades.

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

1.1 ETAPA PROTECCIONISTA 1958 - 1982

En un sistema proteccionista, el comercio exterior se encuentra sujeto a las políticas adoptadas por el gobierno, medidas que van desde la fijación de precios oficiales, etc. Para los productores nacionales, la fijación de aranceles equivale a añadirles un impuesto a las exportaciones, los aranceles incrementan los precios que el consumidor paga al comprarlos, productos que substituyen a las importaciones. Igualmente las barreras no arancelarias propician la alza de los precios de los bienes que reemplazan a los bienes extranjeros. La política proteccionista favorece la creación de industrias poco competitivas, llegando a representar verdaderos oligopolios que les permite fijar sobrepuestos arriba de los costos de producción. La fijación de permisos previos, permite a los productores nacionales vender en un mercado prácticamente cerrado, en donde se ofrecen productos de menor calidad y a mayor precio que en los mercados internacionales.

Nuestro país, a partir de la década de los 20's adoptó como estrategia de desarrollo económico este entorno de protección con la finalidad de fomentar la producción nacional.(1)

La política substitutiva de importaciones, favorece la transferencia de los fondos públicos al sector industrial, en detrimento de los recursos designados a sectores como el agrícola, el minero y el de materias primas.(2) De 1958 a 1970, cuando se implementó el llamado "*Desarrollo estabilizador*", el estado jugó un papel de promotor clave mediante la asignación de los recursos públicos, orientándolos al sector industrial, sacrificando así los sectores agrícola y minero. De esta manera, los bienes y servicios producidos por el estado utilizados en la industria, como los energéticos, mantuvieron sus precios bajos.

Para proteger a la industria nacional, el gobierno recurrió a medidas tan drásticas como la fijación de altos aranceles, de precios oficiales y de permisos previos a la importación, tal como se demuestra en el Cuadro No. 1, en el que observamos que entre 1958 y 1971 el valor de las importaciones controladas, respecto al total de las importaciones, ascendió de un 42.5% a un 67.7%.(3)

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Cuadro No. 1
Licencias a la importación en México, 1956-1992*

Año	Valor total importaciones (MDD)	Valor total importaciones controladas (MDD)	Porcentaje
1956	1 071.6	189.7	35.10
1957	1 155.2	405.5	35.10
1958	1 128.6	479.1	42.50
1959	1 006.6	434.8	43.19
1960	1 186.4	448.4	37.80
1961	1 138.6	612.5	53.79
1962	1 143.0	600.0	52.49
1963	1 239.7	787.2	63.50
1964	1 492.9	977.8	65.50
1965	1 559.6	935.7	60.00
1966	1 602.0	993.2	62.00
1967	1 736.8	1 132.3	65.19
1968	1 917.3	1 234.7	64.40
1969	1 988.8	1 294.7	65.10
1970	2 328.3	1 590.2	68.30
1971	2 255.5	1 526.9	67.70
1972	2 762.1	1 831.2	66.30
1973	3 892.4	2 709.1	69.60
1974	6 148.6	5 041.8	82.00
1975	6 699.4	4 582.3	68.40
1976	6 299.9	5 695.1	90.40
1977	5 704.5	5 134.4	90.00
1978	7 917.5	6 041.1	76.30
1979	11 979.7	8 385.8	70.00
1980	18 896.6	11 337.9	60.00
1981	23 948.2	20 475.7	85.50
1982	14 437.0	14 437.0	100.00
1983	9 005.9	9 005.9	100.00
1984	11 254.3	9 397.3	83.50
1985	13 212.2	4 954.6	37.50
1986	11 432.4	3 532.6	30.90
1987	12 222.9	3 361.3	27.50
1988	18 777.0	3 699.0	19.70
1989	18 252.7	3 464.8	18.98
1990	22 283.7	2 926.4	13.13
1991	30 957.6	2 823.1	9.11
1992	39 877.2	4 248.2	10.65

* No incluye maquiladoras

Fuente: *Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1994, pp. 24,25

“Los ingresos públicos por vía fiscal sufrieron constante deterioro a lo largo del *Desarrollo estabilizar*, y su participación en el financiamiento del gasto público resultó cada vez menor”.(4) Ante la incapacidad de obtener recursos, y su

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

objetivo de mantener la estabilidad y la paridad cambiaria, el estado incrementó de manera dramática la deuda externa, pasando de 574.8 millones de pesos en 1958 a 3,762.4 en 1970.(5)

El incremento del ingreso nacional y de las tasas de interés en un ambiente de estabilidad de precios, propiciaron el ahorro interno y el dinamismo del sistema financiero, de esta forma la participación de sus activos aumento de un 20% del PIB a un 33% durante los sesenta.(6) En consecuencia, el estado aprovecho el ahorro interno para cubrir el déficit del sector público. Por su parte, los bancos canalizaban la mayoría de sus recursos a las unidades de más alta productividad industrial, desprotegiendo así a las que producían bienes de consumo generalizado y a las actividades agrícolas, generadoras de fuentes de empleo. Siendo precisamente las ramas industriales las más favorecidas, intensivas en uso de capital y escasamente de trabajo, el sistema proteccionista arrojó altas tasas de desempleo, alcanzando una cifra de 581 mil personas en 1970.(7) También “entre 1960 y 1970 la demanda de trabajo se incrementó a una tasa media anual de 2.3 por ciento, mientras que la oferta de trabajo crecía a un promedio mayor de 3 por ciento”.(8)

“Los indicadores sobre el comportamiento de la economía mexicana muestran un fuerte crecimiento del producto que pasó de 6.1% promedio anual de 1950-1960 a 7.1% en el período 1960-1970; notable estabilidad de precios, ya que la inflación se redujo del 9.9% promedio anual a 1.5% para esos mismos períodos; y un desequilibrio exterior creciente, ya que el déficit en cuenta corriente se multiplicó por 2.8 veces pasando de 420 millones de dólares en 1960 a 1,188 millones de dólares en 1970”.(9)

La estrategia de crecimiento económico llamada “*Desarrollo compartido*” durante 1973-1977 tuvo como objetivos mantener el crecimiento, aumentar las fuentes de empleo, mejorar la distribución del ingreso, mediante el incremento del gasto público, recursos que en ese momento, solo podían ser tomados por medio de la deuda externa.

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

El proteccionismo continuo su marcha ascendente, ya que del total de las importaciones, el valor de las importaciones sujetas a control pasó en 1970 de 68.3% a 90.4% en 1976 (véase el Cuadro No. 1). Respecto al decenio anterior, durante 1970-1976 el sector manufacturero decreció un 5.3% como promedio anual y las exportaciones del mismo sector bajaron de 27% en 1970 a 21% en 1976 del total de las exportaciones. Así mismo, este período se caracterizó por la incapacidad de absorción de la mano de obra, el aumento de la inflación y déficit fiscal.

El *Desarrollo compartido* continuó con la desviación de recursos públicos del campo hacia el sector urbano, manteniendo subsidios al transporte y a insumos como el agua y los energéticos. Ocasionando con ello la disminución de un 0.5% en los índices de crecimiento agrícola en los años 1971 y 1976, a pesar de que la inversión pública destinada a este ramo se incrementó de 13.4% en 1970 a 17% en 1976.(10)

La administración iniciada en 1976 basa su proceso industrializador en la exploración, explotación, refinación y exportación del petróleo, actividad que llegó a considerarse como eje del crecimiento del país; (11) olvidándose de corregir ciertos desequilibrios que en ese momento eran de magnitud preocupante, como el enorme déficit fiscal y la deuda externa. Los bastos recursos obtenidos por las exportaciones petroleras permitieron aplazar estas irregularidades. Por su parte, el gasto público prosiguió su tendencia expansiva, recursos que fueron obtenidos del exterior al comprometer una proporción de los ingresos petroleros. Se continuó con el incremento de las importaciones bajo control, pasando de 90% del total de las importaciones en 1977 a 100% en 1982 (ver Cuadro No. 1). Así mismo, los precios de los energéticos, materias primas, alimentos y transporte se mantuvieron bajos, gracias a los subsidios otorgados por las empresas estatales.

Las exportaciones no petroleras durante 1977 a 1981 disminuyeron 10%. El tipo de cambio nominal permaneció casi fijo hasta los primeros meses de 1982 y la cuenta corriente dependía exclusivamente del petróleo. Las exportaciones petroleras representaban un 71.8% en 1983 del total de las exportaciones.(12) (Ver Cuadro No. 2)

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Cuadro No. 2
Exportaciones
(Porcentaje, excluye maquiladoras)

	Distribución (valor)					
	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Petroleras	15.40	22.31	30.73	45.08	67.31	72.50
No petroleras	84.60	77.69	69.27	54.92	32.69	27.50
Agrícolas	32.15	28.24	24.77	20.17	9.85	7.31
Extractivas	5.72	4.66	3.51	3.83	3.30	3.37
Manufactureras	46.73	44.79	40.99	30.92	19.54	16.77
	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Petroleras	77.61	71.79	68.61	68.16	39.34	41.78
No petroleras	22.39	28.21	31.39	31.84	60.66	58.22
Agrícolas	5.81	5.74	5.77	6.50	13.09	7.47
Extractivas	2.36	1.98	2.10	2.36	3.18	2.79
Manufactureras	14.21	20.49	23.52	22.98	44.39	47.96
	1988	1989	1990	1991	1992	
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
Petroleras	32.48	34.48	37.65	30.43	30.19	
No petroleras	67.52	65.52	62.35	70.62	69.81	
Agrícolas	8.09	7.68	8.06	8.84	7.68	
Extractivas	8.04	2.65	2.30	2.04	1.29	
Manufactureras	56.45	55.19	52.15	59.74	60.84	

Fuente: Herminio Blanco Mendoza, *Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1994, p.64

“En los años del auge petrolero (1978-1981) el PIB creció en promedio anual en 8.4%; la inversión 16% y el empleo 5.7%. Los sectores público y privado expandieron sus proyectos de inversión. Las inversiones fueron financiadas con crédito externo; entre 1976 y 1982, la deuda externa pública

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

creció casi tres veces pasando de 20,800 MDD a 58,100 MDD en 1982”(13) (Ver Cuadro No. 3)

Cuadro No. 3
Deuda Externa
(Millones de dólares)

Año	Pública	Privada	Total*	% del PIB
1976	20 800	4 900	27 300	39.73
1977	23 800	5 000	30 600	37.61
1978	26 400	5 200	33 600	32.66
1979	29 700	7 900	40 200	29.88
1980	33 800	11 800	50 700	27.59
1981	52 100	14 900	74 861	33.43
1982	58 100	18 000	91 544	93.61
1983	65 556	23 722	89 777	75.22
1984	69 378	24 840	94 618	63.17
1985	72 080	21 543	96 566	52.36
1986	75 351	21 904	101 283	77.85
1987	81 407	17 650	104 176	73.65
1988	81 003	15 995	101 784	58.66
1989	76 059	14 128	95 313	46.06
1990	77 770	20 051	104 329	42.67
1991	79 988	29 832	116 579	40.52
1992	75 755	35 850	117 562	35.65
1993	78 747	44 001	127 543	35.65
1994	85 436	47 168	136 464	35.65
1995	87 542	44 368	161 130	62.08

* Incluye otros deudores, como los bancos comerciales

Fuente: Arsenio Díaz Escalante, “Del Desarrollo Estabilizador a la Crisis de la Globalización”, en Ejecutivos de Finanzas, diciembre de 1996, Año XXV, No. 12, p.18

Con los ingresos obtenidos por el petróleo y la deuda externa, entre 1977 y 1981, se importaron bienes intermedios y de capital para continuar con el crecimiento económico (7.5% promedio anual). Pero a pesar de ello, se agravó el desequilibrio fiscal, comercial y de precios.(14)

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

En este entorno económico, durante el año 1982, es cuando se observa el inminente agotamiento de la política proteccionista en México.

1.2 APERTURA COMERCIAL A PARTIR DE 1983

En el ámbito internacional, dos fenómenos ocurridos repercutieron gravemente en nuestro país. Por un lado, el alza en las tasas de interés de los principales países prestadores de capitales, ésto, con la intención de controlar la tendencia inflacionaria; y por otro lado, el desplome del precio internacional del petróleo, pasando de 33.19 dólares por barril en 1981 a 28.69 en 1982.

Teniendo México una política económica basada en los ingresos percibidos por el petróleo, aunado al hecho de que el país se encontraba sumergido en la deuda externa, los cambios en el exterior obviamente afectaron nuestra economía, ya que los dividendos petrolíferos se habían comprometido para obtener los recursos extranjeros. Este debilitamiento ocasionó una fuerte fuga de capitales, la capacidad de endeudamiento del gobierno se agotó y fué imposible mantener la paridad del peso frente al dólar, devaluándose nuestra moneda al pasar de 26.23 por dólar en 1981 a 96.3 pesos por cada dólar para 1982. Además, hubo una caída en las reservas internacionales del Banco de México, descendiendo a solo 1,832 millones de dólares para agosto de 1982. En general, la economía atravesó por una fuerte crisis, expresándose también en una contracción del PIB (-0.55%) y alcanzando una inflación de 98.8% en ese mismo año.(15)

La apertura comercial se explica principalmente por la necesidad de hacer frente a los compromisos financieros pactados mediante el endeudamiento externo, y el apremio de rescatar nuestra economía en crisis.

Durante 1982 y 1988 el gobierno tuvo que realizar una fuerte transferencia de recursos netos al extranjero. Y como el financiamiento externo había desaparecido al registrarse el alza de las tasas de interés internacionales y la caída del precio del petróleo, la política proteccionista llevada como eje del crecimiento ya no fué coherente con la exigencia de divisas que requería el país.

“Los permisos previos, los aranceles y las demás medidas proteccionistas elevaban el costo de la transferencia de recursos al exterior; al

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

auspiciar una tendencia antiexportadora y reducir la eficiencia global de la economía, aumentaban la cantidad de recursos internos que hacia falta intercambiar para obtener determinado monto de divisas. La necesidad de generar divisas para hacer frente a los compromisos con el exterior hizo impostergables los ajustes al déficit fiscal, al comercial y a los precios públicos y privados.”(16) En este entorno, la economía mexicana da sus primeros pasos hacia la apertura comercial, comenzando en 1983 con una reducción de aranceles, aunque manteniendo los permisos de importación para los productos de todas las variedades.

Para 1982 el 21% del valor de las importaciones estaban exentas de arancel y para 1983 había aumentado al 42%. También en este período, las importaciones con arancel superior al 25% disminuyeron de 20 a 7%.

Retornando a los indicadores mostrados en el Cuadro No. 1, observamos que para 1984, las importaciones controladas se reducen a 83.5% del total. A partir de entonces, se registra año con año una tendencia hacia la eliminación de los permisos de importación. Asimismo, dada la importancia de los bienes de capital para México, se redujo el porcentaje de los mismos sujetos a control; a cambio de un alza en los niveles arancelarios.

En 1985, al presentarse una baja en el precio de los hidrocarburos, el sector público vió la necesidad de promover las exportaciones no petroleras; disminuyendo además, el valor de las importaciones controladas a 37.5%, aparejado con un respectivo aumento en los aranceles como medida de protección.

Este porcentaje de importaciones controladas se redujo aún más en el año siguiente, ya que para 1986 solamente el 30.9% de las importaciones se controlaron. En este mismo período, también se inició un acelerado cambio en la estructura de las exportaciones mexicanas; en el Cuadro No. 2 podemos advertir que en 1985 las exportaciones petroleras abarcaban un 68.16% y las no petroleras un 31.84; cantidades que para 1986 se revirtieron, pasando a un 39.34% las petroleras y las no petroleras 60.66%.(17) El abatimiento del sistema

proteccionista continuó a pesar de que se afectó gravemente la obtención del monto de divisas al desplomarse el precio del barril de petróleo (18) a 11.86 dólares, en el mismo 1986. Registrándose también una caída del PIB al llegar a -3.53% y una inflación de 105.7% en dicho año.(19)

Es en 1986 cuando México es incluido formalmente en el GATT “Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio”, llamado ahora OMC “Organización Mundial del Comercio”, asunto que más adelante profundizaremos en su estudio, comprometiéndose por esta vía, al seguimiento de la eliminación de los permisos de importación y a la reducción de los aranceles; además representaba para nuestro país el acceso seguro al mercado internacional y la confirmación de la política de apertura.

El crecimiento negativo de la economía y la creciente inflación fueron determinantes para que el gobierno creara un programa de ajuste económico en diciembre de 1987, designado “*Pacto de Solidaridad Económica*”, mediante el cual se aceleró el proceso de liberalización, estableciendo un arancel máximo de 20%; además coadyuvó al debilitamiento de los oligopolios en la fijación de los precios de los productos, al permitirse la importación de bienes con aranceles bajos.

La apertura comercial acabó con la protección de la que gozaban los productores nacionales; y las exportaciones elevaron su participación en el crecimiento económico (la contribución de las exportaciones en el PIB aumentó de 13.5% en 1982 a 18.2% en 1992) y en la generación de empleos, al ser las exportaciones mexicanas intensivas en mano de obra. De esta manera, se concluyó con la propensión del modelo substitutivo a la no generación de fuentes de trabajo, al abandonar la estrategia económica intensiva en capital y adoptar una intensiva en mano de obra.(20)

1.3 MEXICO COMO PARTE DE ORGANISMOS INTERNACIONALES TENDIENTES A LIBERALIZAR EL COMERCIO MUNDIAL

1.3.1 ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION (ALADI)

Como respuesta al proyecto de globalización comercial en América Latina, se crean agrupaciones de países con el propósito de promover el desarrollo económico equilibrado de la región. Uno de estos agrupamientos, integrado por Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela y por supuesto México, se reúnen en 1960 y mediante el Tratado de Montevideo se da origen a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC). La experiencia adquirida, y el deseo de continuar la integración, llevaron a que en 1980 los miembros de la ALALC, apoyaran la transformación del Tratado de Montevideo para crear la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), (21) estableciendo como meta a largo plazo la implantación de un mercado común latinoamericano. (22) Nuestro país mantiene un flujo más abundante de intercambios comerciales con Brasil, Argentina, Venezuela y Colombia, que con el resto de los participantes; sin embargo, sólo el 5% del comercio de México con el mundo, se efectúa con los integrantes de la ALADI.(23)

La ALADI crea tres mecanismos con la finalidad de otorgar preferencias económicas: Preferencia Arancelaria Regional (PAR), Acuerdos de Alcance Regional (AAR) y Acuerdos de Alcance Parcial (AAP).

* *Preferencia Arancelaria Regional (PAR)*

Es un mecanismo que permite a los once miembros del organismo otorgar un país a otro preferencias arancelarias promedio de 20% para casi todas las fracciones de las tarifas de importación, (24) es decir, cada país se compromete a realizar un descuento a su contraparte de determinado porcentaje, atendiendo el grado de desarrollo industrial particular. “Por lo tanto, los países miembros de la ALADI proporcionan una preferencia a todos los productos que importan en el marco de la ALADI; sin embargo, existe una *lista de excepciones* que cada país publica de productos que no tienen preferencias. Esto se hace por

considerar que afecta a una industria y por lo tanto es necesario revisar esta lista del país importador para saber si el producto a exportar se encuentra exceptuado de la preferencia; en caso contrario se aplica la PAR de la manera siguiente”: (25)

Cuadro No. 4
Preferencia que los países miembros de la ALADI dan
a los productos exportados en México dentro de la PAR

País	%
Argentina y Brasil	20
Colombia y Venezuela	12
Uruguay y Perú	12
Ecuador	8
Bolivia y Paraguay	8

Fuente: Guía Básica del Exportador, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., 4ta. Ed., México, diciembre de 1996, pp.69,79

El primer paso consistente hacia la liberalización comercial lo constituyen la PAR, pero la disparidad entre los miembros de la ALADI hace difícil su regular operación.

** Acuerdos de Alcance Regional (AAR)*

Estos acuerdos tienen como meta lograr una mayor liberación comercial de la que permite la PAR, a ciertos grupos de productos de todos los países participantes de la ALADI, o también les permite actuar conjuntamente en otras materias.(26)

Los AAR cubren aspectos tan diversos como: aspectos comerciales, de complementación económica, agropecuaria, promoción del comercio, cooperación

científica y tecnológica, promoción del turismo, preservación del medio ambiente, etc.(27)

** Acuerdos de Alcance Parcial (AAP)*

Este tipo de acuerdos puede cubrir áreas de naturaleza comercial, de complementación económica, agropecuarios, de promoción al comercio y de otros tipos.

En los AAP pueden participar desde dos hasta diez países integrantes de la ALADI y son viables para convenir “liberaciones comerciales profundas a nivel de sectores y productos específicos, así como para actuar en casi cualquier otra materia que deseen los países participantes.” (28) La flexibilidad con la que se puede operar en el marco de los AAP han determinado que sea el mecanismo más usado por los miembros de la ALADI.

Los postulados de la ALADI fomentan el modelo proteccionista que predominaba cuando se creó, ya que privilegia las relaciones entre los países integrantes, al reconocer su desigual desarrollo y sanciona a su vez las relaciones con países no miembros del organismo y más aún si éstos son desarrollados.

Es prioridad de la ALADI la creación de un Mercado Común Latinoamericano gradualmente y a largo plazo, mediante la creación de un área de preferencias económicas, sin embargo, no incluye una calendarización de metas. Otro de sus inconvenientes es considerar únicamente al arancel, olvidándose de las múltiples y obscuras barreras no arancelarias.

Como ya se menciona, los AAP son el mecanismo más flexible en cuanto a su operación, desafortunadamente, su objetivo de integrador no ha sido cabalmente cumplido, ya que las trabas administrativas obstaculizan el aprovechamiento de las preferencias convenidas por los países miembros.(29)

1.3.2 ORGANIZACION MUNDIAL DE COMERCIO (OMC)

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio "GATT" fué creado en 1947 por un conjunto de países (30) con la finalidad de instaurar un foro comercial multilateral para reducir las barreras arancelarias y no arancelarias del comercio entre los países integrantes, incluyendo entre sus funciones la de mediador entre los países para resolver sus diferencias comerciales y regido por principios y normas. "Su finalidad es liberalizar el comercio mundial y garantizar un entorno comercial internacional estable, previsible y no discriminatorio, donde puedan prosperar las inversiones, la creación de empleo y el comercio."(31)

Con el firme deseo de insertarse en el mecanismo globalizador, México en 1986 se adhiere al GATT, hecho que obligó a nuestro país a pactar una serie de acuerdos para reducir los aranceles.(32) La conveniencia de unirse al foro se puede deducir de su gran número de integrantes, ya que para el mes de noviembre de 1996 se contaba con la participación de 125 países. (33) Como toda corporación en continua transformación, durante la Ronda Uruguay se acordó que a partir del 1o. de enero de 1995 el organismo dejaría de llamarse GATT para adoptar el nombre de Organización Mundial de Comercio "OMC", conservando sus principios rectores, los cuales consisten en los siguientes:

A) Nación más favorecida: se indica que los beneficios arancelarios y no arancelarios deberán otorgarse a todos los países miembros sin distinción alguna.

B) Trato no discriminatorio: se refiere a que los bienes importados deberán tener el mismo trato que los nacionales.

C) Consolidación arancelaria: ésto es que cada país se compromete a no exceder de un determinado porcentaje su arancel, elaborándose de esta manera, una lista de "aranceles consolidados".

D) Protección arancelaria: cuando en circunstancias excepcionales un país requiera protección para determinado sector, podrá incrementar su tasa arancelaria, pero no podrá imponer barreras como cuotas y permisos, a menos que la medida se justifique.

E) Eliminación de restricciones cuantitativas: consiste en la prohibición de las cuotas y licencias de importación. Sin embargo, para los países en desarrollo existen restricciones en los sectores agropecuario y textil. También algunos países mantienen este tipo de restricciones, ya que al momento de adherirse al organismo, su legislación ya contemplaba dichas medidas.

F) Solución de diferencias: cuando se de el caso de que un país sienta agraviados sus derechos comerciales, puede recurrir a la organización; primero se dialoga bilateralmente, sino se llega aun acuerdo, se reúne un panel para hacer recomendaciones, y si el infractor no las acepta, el perjudicado pide anuencia a la OMC para tomar represalias.

G) Salvaguardias: se refiere a que cualquier país miembro puede temporalmente incrementar su arancel consolidado o imponer cuotas para proteger su producción nacional, cuando aprecie un desmedido aumento de importaciones.

H) Acuerdos comerciales regionales: este principio permite la integración comercial de los países miembros, ya sea mediante unión aduanera o zona de libre comercio. Destacando que éstas no deben ser un obstáculo para las negociaciones comerciales con los demás países participantes y constituyen una excepción al principio de la nación más favorecida.

Además, México al igual que los países miembros en desarrollo, goza de los beneficios contenidos en la Cláusula de Habilitación, la cual concede trato diferente y más favorable a los países en vías de desarrollo, otorgándoles preferencias arancelarias por parte de los países desarrollados y sin exigir reciprocidad de la contraparte. Asimismo, las naciones desarrolladas pueden acordar entre ellas, determinadas preferencias arancelarias, sin estar obligados a extenderlas a los demás miembros de la OMC.

Nuestro país en su calidad de nación en desarrollo, es acreedor de los siguientes beneficios: 1) obtener concesiones arancelarias de parte de los países miembros, 2) desarrollarse en un entorno comercial transparente y seguro, 3) tener a la mano mecanismos para solucionar posibles controversias, 4) tener acceso a asistencia técnica y capacitación respecto al funcionamiento de la OMC y 5) gozar de un trato favorable por ser país en desarrollo, como ya se había mencionado.

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Las Rondas de Negociación de la OMC son espacios de negociación para ampliar la liberalización del comercio a escala mundial. La última ronda llamada Uruguay ha sido la más larga en duración (7 años), surgiendo de ella importantes acuerdos, que para México se traducen en los siguientes beneficios:

A) Obtener reducciones arancelarias de 38% en promedio, por parte de los países desarrollados.

B) Contar con el establecimiento de reglas más claras para el comercio a nivel mundial, lo que dará mayor certidumbre y transparencia a nuestras negociaciones comerciales.

C) Ampliar nuestras exportaciones agrícolas, debido a la reducción de subsidios internos y de exportación de otros países en el mercado internacional.

D) Nos beneficiaremos de la implantación de un marco normativo a nivel mundial para la regulación de la prestación de servicios.

E) Tener la facilidad de acceder a mecanismos más eficientes para la solución de controversias.

F) Asegurar el acceso de nuestros productos a más de una centena de mercados distribuidos en todo el mundo.(34)

1.3.3 ORGANIZACION PARA LA COOPERACION Y DESARROLLO ECONOMICOS (OCDE)

En 1961 fué fundada la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos “OCDE”, para establecer un foro de consulta y coordinación entre gobiernos, con el objetivo de discutir y analizar las políticas relacionadas con la economía, las finanzas, el comercio y el medio ambiente, entre otras. En 1994 se adhirió México a los 24 países que integraban entonces al organismo (Ver Cuadro No. 5)

Cuadro No. 5
Países que integran la OCDE

América		Europa	Asia y Oceanía
Canada	Alemania	Irlanda	Australia
Estados Unidos	Austria	Islandia	Nueva Zelanda
México	Belgica	Italia	Japón
	Dinamarca	Luxemburgo	
	España	Noruega	
	Finlandia	Portugal	
	Francia	Reino Unido	
	Grecia	Suecia	
	Holanda	Suiza	
	Turquia		

Fuente: Secofi, ¿Qué es la OCDE?, México, septiembre de 1994, p.5

Entre los principales objetivos de la OCDE se encuentran expandir la economía y el empleo, promover el bienestar económico y social mediante la coordinación de las políticas de los estados miembros, y estimular y armonizar los esfuerzos en favor del desarrollo de otros países.

Durante su trayectoria de más de treinta años, los estados participantes han adoptado diferentes reglas y disciplinas, principalmente en materia de política económica. Se han establecido reglas relacionadas con el intercambio de

servicios, de transferencia de capitales, de inversión internacional y de protección al sector ambiental.(35)

El órgano rector de la OCDE es el Consejo, formado por un representante permanente de cada país miembro, y es administrada por un Secretario General, que realiza reuniones cada semana en París, sede de la Organización. La función principal del Consejo es emitir dos tipos de deliberaciones: las Decisiones y las Recomendaciones, que conforman el conjunto de disposiciones legales del organismo, siendo las segundas de menor carácter obligatorio para los países miembros que las primeras. Entre las más importantes Decisiones que se han acordado, destacan las Decisiones de 1976, el Código de Liberalización de Operaciones Invisibles y el de Liberalización de Movimientos de Capital, que son los compromisos de mayor relevancia adoptados por los integrantes de la OCDE.

Las Decisiones de 1976, llamadas también Decisiones sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, comprende los siguientes instrumentos relacionados entre sí:

1) Instrumentos de Trato Nacional: se refiere a que los países miembros darán trato igual a las empresas propiedad de otros países integrantes cuando operen en sus territorios, salvo por razones de seguridad nacional y de orden público, mismas que deberán ser notificadas al organismo.

2) Lineamientos para Empresas Multinacionales: consiste en una serie de recomendaciones que los países miembros hacen a las empresas multinacionales que operan en sus territorios, funcionando como marco normativo para estas empresas y abarca cuestiones como el derecho de los trabajadores a reunirse en sindicatos, al cierre de empresas multinacionales, y a la protección del medio ambiente, entre otros.

3) Incentivos y Desincentivos a la Inversión Extranjera: éste instrumento tiene como misión cuidar los intereses de los países integrantes que pudieran ser afectados por la adopción de incentivos o desincentivos a la inversión. Para la OCDE los incentivos son aquellas disposiciones gubernamentales diseñadas para influir en la decisión de invertir, o de incrementar

la ganancia del inversionista, o bien de disminuir los riesgos de su inversión, contrariamente los desincentivos son medidas que pretenden reducir la ganancia o aumentar el riesgo de la inversión.

4) Requisitos Conflictuales: son preceptos legales de un país que, al tener alcance extraterritorial, interfieren con la legislación de otros estados, vulnerando las operaciones de las empresas multinacionales. Este instrumento tiene como objetivo limitar la aplicación extraterritorial de las leyes de los países miembros, basándose en el respeto de la soberanía nacional.

Por otra parte, el objetivo de los Códigos de Liberalización es que los residentes de cada uno de los países miembros puedan efectuar negociaciones entre ellos mismos, como lo harían los residentes de un mismo país, facilitando de esta manera los movimientos de comercio e inversión entre los países miembros.(36)

Desde su ingreso a la OCDE, México tiene la posibilidad de participar activamente en todas las actividades de la organización. Entre los principales beneficios que obtiene nuestro país al ingresar a la OCDE se encuentran los siguientes:

1) Participar en un foro donde se diseñan y coordinan las políticas económicas y sociales a nivel mundial, manteniendo de esta manera una estrecha comunicación y cooperación con los países más desarrollados.

2) La captación de importantes flujos de capital, lo cual se traduce en un incremento de fuentes de empleo y en la obtención de tecnología de punta para el país.

3) Al considerarse México como un país de menor riesgo por ser miembro de la OCDE, puede incrementar su captación de financiamiento internacional en condiciones preferenciales.

4) Además, México tiene acceso al conjunto de información generada por la OCDE, y a foros de investigación donde se analiza el proceso de liberalización económica mundial.(37)

1.3.4 MECANISMO DE COOPERACION ECONOMICA ASIA-PACIFICO (APEC)

El Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico “APEC” se estableció en 1989, a partir de 1993 México fue invitado a ingresar como miembro en pleno derecho (38) y actualmente cuenta con la participación de 18 economías.(39) (Ver Cuadro No. 6)

Cuadro No. 6
Países integrantes del APEC

México	Filipinas	Australia
Estados Unidos	Corea	Nueva Zelanda
Canada	Taiwán	China
Chile	Japón	Hong Kong
Indonesia	Malasia	Nueva Guinea
Singapur	Tailandia	Brunei

Fuente: Renato Davalos, “Eliminar Aranceles, Pide EZP a Corea, Taiwán China y Japón”, en *Excelsior*, (México, D.F.), 25 de noviembre de 1996, pp. 1,10,13-A

El objetivo primordial del mecanismo es promocionar el incremento en los flujos de capital, bienes, servicios y tecnología entre los participantes de la región Asia-Pacífico. La importancia del organismo la podemos apreciar en los datos mostrados por los indicadores económicos, ya que las 18 economías integrantes de la APEC generan el 50% del PIB mundial y 40% del comercio global. (40) Además “significan un mercado de dos mil millones de consumidores”.(41)

“En el marco del Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico y en el contexto de internacionalización de la economía, México busca las

oportunidades para lograr la diversificación de sus exportaciones, aumentar los flujos de inversión procedentes de otros países y concertar acciones específicas para acceder a tecnologías que contribuyan al enriquecimiento y fortaleza del país.”(42)

Con el fin de lograr el abatimiento de las barreras que impiden el libre comercio entre las economías participantes, en 1994 los jefes de gobierno signaron la Declaración de Bogor, en la lejana Indonesia, en donde convinieron crear en un futuro un sistema libre y abierto para el intercambio en materia comercial y de inversión entre ellos; las economías industrializadas tendrán hasta el 2010 de plazo para lograr la plena liberalización, mientras que las economías en desarrollo tendrán hasta el año 2020.(43)

La participación de nuestro país en este tipo de foros “permite un contacto directo y un mejor conocimiento de los cambios económicos en la zona, principalmente en materia de inversión, tecnología y comercio, lo que abre oportunidades para México en la ampliación de su base tecnológica y productiva, en la exportación a los mercados de Oriente y en la atracción de nuevas inversiones.”(44)

1.4 TRATADOS COMERCIALES SUSCRITOS POR MEXICO

1.4.1 ACUERDO DE COMPLEMENTACION ECONOMICA ENTRE MEXICO Y CHILE

En 1991 se suscribió el Acuerdo de Complementación Económica entre México y Chile, para entrar en vigor desde el 1o. de enero de 1992, (45) con el objetivo de incrementar el comercio de bienes y servicios y de fomentar el movimiento de flujos de inversión entre ellos; (46) sustituyendo de esta manera los acuerdos que habían convenido ambos países en el marco de negociaciones de la ALADI, pero conservando las preferencias pactadas hasta que estas sean superadas por la aplicación del programa de desgravación del Acuerdo.(47)

Las principales características del programa de liberalización acordadas entre México y Chile son las siguientes:

1) Desgravación Arancelaria.

A partir del 1o. de enero de 1992 se inició esta desgravación, sobre la base de un arancel máximo común de 10% de ad-valorem, conviniendo la liberalización total para la gran mayoría de los productos en enero de 1996. Y para un limitado número de éstos, se acordó una desgravación más lenta que concluyó en enero de 1998.

Por convenir a intereses de estado, únicamente un reducido número de bienes no se incluyó en el programa de liberalización, tales como petróleo y sus derivados, algunos productos de los sectores marino y agropecuario, aceites vegetales, leche en polvo y ropa usada.

2) Sector Automotriz.

Se establece una liberación total de aranceles y restricciones no arancelarias a partir del 1o. de enero de 1996, pero aplicando una regla de origen de un mínimo de 32% de integración nacional. También se convino la exportación de vehículos con un contenido nacional menor (16%) pero sujeto a cuotas anuales.

3) *Restricciones no Arancelarias.*

A partir del 1o. de enero de 1992 ambos países se comprometieron a eliminar todas las restricciones no arancelarias de los bienes incluidos en el programa de liberación, con excepción de las comprendidas en el Artículo 50 del Tratado de Montevideo de 1980, que se refieren a cuestiones de protección a la salud, sanidad vegetal y animal, seguridad nacional y a la preservación del patrimonio histórico, artístico y arqueológico. Además, se comprometieron a no incluir en el futuro medidas de este tipo en el comercio bilateral.

Por otro lado, con la finalidad de lograr un intercambio más transparente, se acordó el cumplimiento de reglas de origen en las mercancías, para lo cual el Acuerdo señala un 50% de contenido nacional a fin de que puedan beneficiarse del programa de liberación. Para evitar la utilización de restricciones proteccionistas y preveer los problemas que pudieran presentarse al aplicarse el mencionado programa de liberación, el Acuerdo incluyó cláusulas de salvaguarda transparentes, temporales y no discriminatorias; además, se diseñó un mecanismo neutral para solucionar las posibles diferencias.

En el Acuerdo, ambos países condenaron cualquier práctica desleal de comercio, como el dumping y el otorgamiento de subvenciones a las exportaciones y otros subsidios internos de similar efecto. En caso de que alguna situación de esta naturaleza llegara a presentarse, los países pueden aplicar su propia legislación sobre la materia, y también se prevee el intercambio de información, para agilizar las expediciones de las resoluciones definitivas. En materia de impuestos internos, ambas naciones se comprometieron a otorgar a las importaciones de la contraparte, el mismo trato que se da a los productos nacionales análogos.

Por lo que se refiere a transportes, se convino establecer el libre paso a las cargas marítimas de comercio exterior de ambos países; así mismo, se les otorga permiso a las empresas de aviación de los dos países para la prestación de sus servicios regulares y no regulares para puntos que no estén más allá de la capital de México y Santiago de Chile.

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Es importante mencionar que ambos países se comprometieron a fomentar el incremento del comercio entre ellos, mediante exposiciones, ferias y otros eventos similares, para acercar los productos importados a los consumidores nacionales.

En el marco del Acuerdo, para alcanzar un mejor funcionamiento, se acordó la creación de una Comisión Administradora, formada por los organismos nacionales competentes, cuya misión es velar por el cumplimiento de los compromisos pactados.

La firma del Acuerdo representa un mercado potencial de cerca de 13 millones de personas, y la posibilidad de diversificar el destino de nuestras exportaciones.(48)

“Como resultado de la entrada en vigor de este acuerdo, entre 1991 y 1995 el comercio bilateral se incrementó 470 por ciento”, (49) cifra que nos muestra la magnitud de la importancia de haber suscrito un acuerdo comercial con Chile.

1.4.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE “TLCAN”

La cercanía geográfica y la estrecha relación comercial de nuestro país con Estados Unidos y Canada, hicieron natural la concertación de un acuerdo trilateral de libre comercio que entró en vigor el 1o. de enero de 1994. Enseguida se presentan los puntos más relevantes del citado Tratado.

Objetivos del TLCAN

Los objetivos primordiales del TLCAN son los siguientes:

- “a) eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y de servicios entre los territorios de las Partes;
- b) promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio;
- c) aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes;
- d) proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en territorio de cada una de las partes;
- e) crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias;
- y
- f) establecer lineamientos para la ulterior cooperación trilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado.”(50)

Actividades reservadas al Estado Mexicano

Al efectuar las negociaciones, México se aseguró de incluir en el texto oficial una lista de actividades reservadas al Estado Mexicano, de esta manera se garantiza que no entrarán empresas extranjeras a comerciar directamente el petróleo, el gas y los petroquímicos básicos, tampoco en sectores como electricidad, energía nuclear y tratamiento de minerales radioactivos y comunicación vía satélite; así como los servicios de telégrafos, radiotelegrafía,

servicio postal, ferrocarriles; reservando también el control, inspección y vigilancia de los puertos marítimos y terrestres y de los aeropuertos y helipuertos; así como la emisión de billetes y acuñación de monedas.(51)

Proceso de Desgravación Arancelaria

Desde la firma del acuerdo, se aseguró para los exportadores mexicanos un trato arancelario preferencial inmediatamente para casi la totalidad del universo de los productos vendidos a Estados Unidos y Canada.

De esta manera, a partir del 1o. de enero de 1994 quedaron libres de arancel el 79.9% de los productos mexicanos enviados a Estados Unidos, (52) tales como automóviles, refrigeradores domésticos, televisores y computadoras, entre otros.(53) Para 1999 se eliminará el 12.5% adicional de mercancías (54) como cerveza, camiones de carga y tejidos de algodón, (55) y un 6.3% más a partir del año 2004, (56) tales como botas y zapatos de cuero, sanitarios de cerámica y penicilina; (57) y para el año 2008 el 100% de las mercancías exportadas al mercado estadounidense quedara exento de arancel.

En lo que se refiere a las exportaciones mexicanas enviadas a Canada, se pactó la siguiente calendarización: se desgravó inmediatamente más del 70% de mercancías, (58) incluyendo entre otros bienes cerveza, parabrisas y mármol. (59) Para 1999 se añade otro tanto por ciento (60) como televisores, calentadores y cristalería, (61) y otro más en el 2004 (62) con productos como juguetes, pantalones de algodón y calzado, (63) y finalmente el menos del 2% restante para el 2008.(64)

Por otra parte, México protege su industria nacional al pactar una desgravación más lenta a las importaciones de Estados Unidos y Canada. De esta manera, nuestro país eliminó inmediatamente los impuestos para aquellos productos que no se fabrican aquí; de Estados Unidos entran aviones, teléfonos celulares y fotocopiadoras, por mencionar algunos (inmediatamente se desgravó el 43% de lo que compramos en Estados Unidos), y de Canada ingresaron inmediatamente sin aranceles los equipos de telecomunicaciones. Para 1999

México eliminará los impuestos a computadoras, llantas y televisores, entre otros provenientes de Estados Unidos, así como aparatos eléctricos, hornos industriales y papel de Canada. En el 2004 se importarán libremente de Estados Unidos los refrigeradores y lavadoras, y de Canada tractocamiones, champús y pañales.

Así mismo, se garantiza la protección durante quince años al maíz, frijol y leche en polvo; ya que hasta el 2009 podrán entrar exentos de impuestos estos productos a nuestro país.(65)

Reglas de Origen

Las reglas de origen son una serie de procedimientos que sirven para determinar si un producto se puede beneficiar del TLCAN. Tienen como objetivo evitar la “triangulación” de mercancías, es decir, que un bien originario de otro país distinto a los socios del tratado sea vendido en la zona de libre comercio aprovechando los beneficios otorgados por dicho acuerdo.

Si un producto esta fabricado enteramente en la región (México, Estados Unidos y Canada), o bien con partes producidas en cualquiera de los tres países, no tiene ningún problema para intercambiarse y venderse en México, Estados Unidos o Canada gozando de las preferencias arancelarias. En el caso de los bienes que contienen partes fabricadas fuera de la región de América de Norte, se requiere determinar este valor para que puedan ser negociados libres de impuestos en la zona. Los productos que fueron elaborados fuera de los tres países y que solo contienen un mínimo de partes fabricadas en la región, no podrán gozar de las ventajas del TLCAN si se quieren vender en México, Estados Unidos y Canada.(66)

Disposiciones Generales

Con objeto de evitar la utilización de normas como impedimento al libre acceso de productos de los países del tratado, las tres partes convinieron en crear el Comité de Normas y Regulaciones Técnicas de América del Norte para

ocuparse de: 1) las definiciones científicas de las normas, 2) hacer compatibles las disposiciones de los tres países y 3) vigilar la aplicación y cumplimiento de dichas normas.(67)

Los países signatarios definieron claramente los términos y parámetros que regirán las compras gubernamentales; México, por su parte, se aseguró que porcentajes especiales de los insumos requeridos por PEMEX y la CFE se comprarán a productores nacionales; e igualmente se reserva a los nacionales las ventas de los medicamentos básicos requeridos por el ISSSTE y el IMSS.(68)

Se rechazan firmemente en el acuerdo las prácticas desleales al comercio, en caso de que se detecte el dumping, el país afectado podrá sancionar al agresor mediante la imposición de un impuesto adicional. Además, en el supuesto caso de que alguno de los tres países considere que una de sus actividades productivas se encuentra significativamente dañada debido a la liberación comercial, puede recurrir temporalmente a una medida de salvaguarda mientras dicha actividad se recupera, siempre y cuando el país que utilice la salvaguarda otorgue otros beneficios que compensen al país exportador.(69)

Finalmente, cabe mencionar que en el tratado se prevee una serie de mecanismos para solucionar de la manera más sencilla y eficaz las controversias que pudieran surgir entre las partes al efectuar intercambios de productos.(70)

De esta manera, el acuerdo plantea mecanismos concretos para lograr negociaciones comerciales claras y transparentes, lo que se traduce en un mejor aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el tratado para los productores de la región.

1.4.3 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DEL GRUPO DE LOS TRES

Los esfuerzos de México, Colombia y Venezuela por lograr un comercio exterior entre ellos más libre y eficiente, los llevó a realizar una serie de negociaciones que se concretaron finalmente en la firma de un acuerdo llamado “Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres”, el cual entró en vigor a partir del 1o. de enero de 1995.

El Grupo de los Tres convino un programa de eliminación de aranceles para el 100 por ciento de las mercancías originarias de los tres países; contemplando una excepción en el caso de Venezuela, que excluyó el sector textil temporalmente.(71)

“Para el año 2005, Venezuela y Colombia permitirán el acceso libre de aranceles a 75 y 73 por ciento, respectivamente, de los productos mexicanos a esos mercados. En el año 2010 se añadirá 22 y 26 por ciento. De esta manera sólo 3 y 1 por ciento de las exportaciones a esos mercados quedarán excluidos del trato preferencial”.(72)

En lo que se refiere al sector agrícola, se pactó un programa general de desgravación de 10 años, que contiene una lista de excepciones temporales para cada uno de los tres países, comprometiéndose a revisarla anualmente. De esta manera, durante los primeros diez años se prevee la aplicación de una salvaguarda especial, tipo arancel-cuota entre México y Venezuela para productos como pepinillos, pepinos, pimientos, ajos frescos, aguacates, naranjas frescas o secas, mangos, guayabas; lo mismo que para las preparaciones para sopas, cerveza, ron y harina de carne.(73)

Así mismo, el acuerdo contiene disposiciones para asegurar que la aplicación de las medidas internas tendientes a proteger la salud y la vida humana, animal y vegetal, así como del medio ambiente y del consumidor, no se conviertan en una especie de obstáculos innecesarios al comercio.

También plantea disciplinas para impedir las prácticas desleales al comercio y establece un mecanismo para la solución de controversias que pudieran surgir entre las partes al realizar negociaciones comerciales.

El tratado establece medidas innovadoras respecto a otros acuerdos de libre comercio ya suscritos en la región, al incluirse una serie de reglas para promover las inversiones, el comercio de servicios y la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Además el tratado incorporó una cláusula de adhesión que permite la inclusión a este acuerdo de libre comercio de otras naciones latinoamericanas.(74)

Cuadro No. 7

Principales productos exportados al G-3

Acidos policarboxílicos
Coches
Computadoras
Tubos de hierro o acero
Medicamentos
Conductores eléctricos

Principales productos importados del G-3

Aluminio en bruto
Fueloil y gasolina
Eter
Libros y otros impresos
Herbicidas, insecticidas, etc.

Fuente: Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.) 31 de mayo de 1996, p.111

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Para concluir el presente tema, es importante mencionar que la vinculación comercial de México, Colombia y Venezuela significa la creación de un mercado de más de 150 millones de consumidores potenciales.(75)

1.4.4 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y COSTA RICA

La entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica a partir del 1o. de enero de 1995 marca el inicio de una nueva etapa en las relaciones económicas entre ambos países.

Acceso de bienes

En el tratado se contempla el principio de trato nacional, el cual garantiza que los bienes importados recibirán el mismo trato que los de origen nacional.

El calendario de desgravación pactado establece que el 70% de las exportaciones mexicanas a Costa Rica quedarán libres de arancel a partir de la entrada en vigor del tratado; el 20% concluirá su desgravación el 1o. de enero de 1999 y el 10% restante en el 2004. El 75% de las exportaciones de Costa Rica a nuestro país quedaron exentas de arancel inmediatamente, el 15% se desgravará en 1999 y el 10% restante en el año 2004. Reconociendo el desigual desarrollo de las dos economías, México aceptó iniciar la liberación comercial a partir de un arancel máximo de 9% y Costa Rica a partir de entre 6 y 20% para la gran mayoría de los productos. Ambos países acordaron formular excepciones a la desgravación, en sectores sensibles como el textil, agropecuario y automotriz.

Los dos países acordaron la eliminación de las llamadas barreras no arancelarias; de esta manera, se convino la eliminación de los permisos de exportación e importación, salvo los necesarios para garantizar la seguridad nacional y la salud humana, animal o vegetal, también se eliminarán los derechos de trámite aduanero a partir del 1o. de julio de 1999. En concordancia con sus legislaciones, ambas partes se reservan el derecho de imponer restricciones al comercio de hidrocarburos, así como el de autos y prendas de vestir usadas.

Reglas de origen

Los bienes comerciados se considerarán como originarios de México o Costa Rica siempre y cuando sean producidos enteramente en cualquiera de ambos países, o cuando cumplan con la condición de valor de contenido regional. En el caso de que a un bien destinado a la exportación se le incorporen materiales originarios de otros países, el bien deberá cumplir con el requisito de “salto arancelario”.

Para realizar el cálculo del valor de contenido regional existen dos métodos: 1) el valor de transacción, basado en el precio de la factura del bien terminado y de los materiales no originarios, y 2) el de costo neto, que parte de la estructura de costos de la empresa, excluyendo las regalías, los costos de promoción, de embarque y reempaque, limitando a su vez el monto de los intereses que puedan ser incluidos en el costo neto del producto.

Disposiciones generales

Nuestra nación excluyó del acuerdo todas las actividades reservadas al Estado Mexicano, es decir, se mantiene un respeto total a lo dispuesto en nuestra Carta Magna.

El acuerdo contiene disposiciones y principios que reglamentan la totalidad del comercio de servicios, abarcando actividades tan diversas como la construcción, la computación, transporte terrestre y marítimo, servicios profesionales, los aéreos especializados, así como los de reparación y mantenimiento; exceptuándose los prestados por el sector gubernamental, los servicios aéreos comerciales y los servicios financieros.

En el tratado se prevee que durante el período de desgravación alguna rama industrial pueda afrontar situaciones que le impidan competir con su contraparte, por ello se acordó la posibilidad de aplicar salvaguardas para limitar las importaciones temporalmente, cuando un aumento de éstas dañe considerablemente a las plantas productivas nacionales.

Se incluyó un capítulo que prevee disposiciones para acabar con las prácticas desleales del comercio, como el dumping y el otorgamiento de subvenciones a las exportaciones por parte del gobierno. También contienen reglas que promueven la transparencia en la elaboración, adopción y aplicación de medidas de normalización y metrología, con el fin de que no constituyan barreras al libre comercio. Además, se establece un procedimiento para solucionar las controversias que resulten entre los países.

Entre otros asuntos, el tratado cubre también temas como procedimientos aduaneros, sector agropecuario, medidas fitozoosanitarias, entrada temporal de personas de negocios, compras del sector público, inversión y propiedad intelectual.(76)

Cuadro No. 8

Principales productos exportados a Costa Rica

Medicamentos
Gas propano-butano
Artículos de plástico para envasado
Poliétileno y poliésteres
Libros y otros impresos

Fuente: Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior", Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 31 de mayo de 1996, p.112

La firma del acuerdo representa un gran esfuerzo encaminado a fortalecer el proceso de integración económica a nivel tanto regional como continental, así como la culminación de los ánimos de cooperación que han manifestado México y Costa Rica en el marco de la globalización económica.

1.4.5 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE BOLIVIA Y MEXICO

El tratado de libre comercio firmado por Bolivia y México se encuentra vigente desde el 1o. de enero de 1995, y establece una rápida apertura al comercio de bienes. Por consiguiente, a partir de su entrada en vigor se eliminó el 99 por ciento de los productos bolivianos exportados a nuestro país, (77) y también quedaron exentas de arancel el 97% de las exportaciones mexicanas a Bolivia, contándose entre otros bienes: tractocamiones, autobuses, camiones, autopartes, electrodomésticos, equipo de cómputo, televisiones, productos fotográficos, acero, petroquímicos y fibras sintéticas.

Se convino que el plazo máximo de desgravación para el resto de los productos industriales es de 12 años partiendo de una tasa arancelaria máxima de 10 por ciento.

Algunos productos del ramo agrícola y agroindustrial quedaron libres de arancel como: mezclas de legumbres y hortalizas, espárragos, aguacate, fresa, cerveza, tequila, mezcal, leche evaporada, pimientos, cebolla, melón, sandía, nopales, cacahuates, jugos de cítricos, de papaya, manzana y durazno, entre otros productos.

El plazo máximo de desgravación arancelaria es de 15 años, incluyéndose en esta categoría el maíz y el frijol. Así mismo, quedaron excluidos temporalmente del acuerdo la carne de bovino, y porcino en canal, los productos avícolas, la leche en polvo y el azúcar.

Los códigos de desgravación aplicables a la gran mayoría de las fracciones arancelarias son los siguientes:

1) Código A: este renglón significa una eliminación completa del arancel a partir del 1o. de enero de 1995.

2) Código C10: se desgravan en 10 etapas anuales a partir del 1o. de enero de 1995 y quedarán libres de arancel el 1o. de enero del 2004.

3) Código CX: se desgravan en 15 etapas anuales a partir del 1o. de enero de 1995 y quedarán libres de arancel el 1o. de enero del 2009.(78)

Las negociaciones incluyeron temas como: trato nacional y acceso de bienes al mercado, agricultura y medidas zoosanitarias y fitosanitarias, procedimientos aduaneros, medidas de salvaguarda, prácticas desleales, comercio de servicios, telecomunicaciones, entrada temporal de personas de negocios, servicios financieros, medidas de normalización, compras gubernamentales, inversiones, propiedad intelectual, solución de controversias y reglas de origen.(79)

Los criterios que establece el acuerdo de libre comercio signado por Bolivia y México para conferir origen a un bien son:

1) Que el bien se produzca totalmente en el territorio de alguno de los dos países; es decir, que no se le hayan incorporado materiales o partes producidas en otras naciones.

2) Que el bien cumpla con las “reglas específicas” de origen previstas en el acuerdo. Estas se basan en los criterios de “salto arancelario” y “valor de contenido regional”.(80)

Cuadro No. 9

Principales productos exportados a Bolivia

Fibras acrílicas
Coches
Helicópteros y aviones
Libros, folletos y otros impresos
Hilados de poliéster

Fuente: Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F), 31 de mayo de 1996, p.112

La dinámica del libre comercio que prevalece a nivel mundial requiere que las naciones se organicen, en este sentido, el tratado de libre comercio entre México y Bolivia constituye un gran esfuerzo para eficientar el comercio entre ambos.

REFERENCIAS CAPITULO I

- (1) Herminio Blanco Mendoza, Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1994, pp. 22,33,35
- (2) Isaac Katz, “Exportaciones y crecimiento económico. Evidencia para la industria manufacturera n México”, en Comercio Exterior, febrero de 1996, Vol. 46, Num. 2, p. 110
- (3) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 22,23
- (4) Luis Angeles, Crisis y Coyuntura de la Economía Mexicana, Ediciones el Caballito, México, p. 23
- (5) Ibid, p. 24
- (6) Ibid, p. 24
- (7) Ibid, p. 30
- (8) Ibid, p. 31
- (9) Arsenio Díaz Escalante, “Del Desarrollo Estabilizador a la Crisis de la Globalización”, en Ejecutivos de Finanzas, diciembre de 1996, Año XXV, No. 12, p. 14
- (10) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 28,29
- (11) J. Silvestre Méndez M. Problemas Económicos de México, 3a. Ed. Mc Graw Hill, México, 1995, p. 142
- (12) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 32

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

- (13) Arsenio Díaz Escalante, Opus cit, p. 18
- (14) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 32
- (15) Arsenio Díaz Escalante, Opus cit, pp. 19,10
- (16) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 38,39
- (17) Ibid, pp. 38,39,44
- (18) Ibid, pp. 44,45
- (19) Arsenio Díaz Escalante, Opus cit, pp. 19,20
- (20) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 45,46,62,63,66
- (21) Ibid, pp. 116,117
- (22) Ramón Tamames, Estructura Económica Internacional, Ed. Alianza, México, 1991, p. 289
- (23) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 115
- (24) Ibid, p. 117
- (25) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Guía Básica del Exportador, 4ta. Ed., México, diciembre de 1996, p. 69
- (26) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 117,118
- (27) Ramón Tamames, Opus cit, p. 291
- (28) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 118

- (29) Ibid, pp. 118,119
- (30) Secofi, México, el GATT y la nueva organización mundial de comercio, México, septiembre de 1994, p. 2
- (31) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 87
- (32) Ibid, p. 89
- (33) Reuter, “Debate la OMC reglas comerciales”, en Excelsior, México, D.F.), 29 de noviembre de 1996, p. 3-F
- (34) Secofi, Opus cit, pp. 4,5,8,9,10,13,14
- (35) Secofi, ¿Qué es la OCDE?, México, septiembre de 1994, pp. 2,3,5,11
- (36) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, pp. 103-107
- (37) Secofi, Opus cit, pp. 13-15
- (38) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 31 de mayo de 1996, p. 105
- (39) Renato Davalos “Eliminar Aranceles, Pide EZP a Corea, Taiwán, China y Japón”, Excelsior, (México, D.F.), 25 de noviembre de 1996, p. 1-A
- (40) Secofi, Ibid.
- (41) Renato Davalos, Ibid.
- (42) Secofi, Informe de Labores 1995-1996, Talleres gráficos de México, México, 1996, p. 33

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

- (43) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Opus cit, p. 105
- (44) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 155
- (45) Ibid, p. 129
- (46) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Opus cit, p. 106
- (47) Herminio Blanco Mendoza, Opus cit, p. 129
- (48) Secofi, Tratado de Libre Comercio entre México y Chile, México, 1991, pp. 7-11,13
- (49) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Opus cit, p. 106
- (50) Secofi, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Texto Oficial, Ed. Miguel Angel Porrúa, México, 1993, p. 7
- (51) Ibid, pp. 997-1000
- (52) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (53) Secofi, El ABC del TLC, México, 1993, p. 7
- (54) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (55) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, p. 7
- (56) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (57) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, p. 8

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

- (58) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (59) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, p. 7
- (60) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (61) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, p. 7
- (62) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (63) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, p. 8
- (64) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 62
- (65) Secofi, El ABC del TLC, Opus cit, pp. 9,17
- (66) Ibid, p. 6
- (67) Ibid, p. 25
- (68) Ibid, p. 27
- (69) Ibid, p. 28
- (70) Ibid, p. 30
- (71) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 66
- (72) Ibid, p. 66
- (73) Ibid, p. 66
- (74) Secofi, Tratado de Libre Comercio de G-3, México, 1994, p. 8

CAPITULO I EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

(75) Ibid, p. 7

(76) Secofi, Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica, México, 1994, pp. 21,23,24,25,33,37,39,41,45,59

(77) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Opus cit, p. 112

(78) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 66,67

(79) Secofi, Tratado de Libre Comercio entre Bolivia y México, México, 1994, p. 9

(80) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 68

2.1 COMERCIO EXTERIOR, IMPORTACION Y EXPORTACION

Comenzaremos este capítulo confirmando la importancia que tiene para los individuos el intercambio de bienes y servicios, el cual es realizado tanto por residentes de un mismo país, como de diferentes países; lo que nos conlleva a analizar los términos de importación y exportación.

DEFINICION DE COMERCIO EXTERIOR

Desde las sociedades primitivas, las personas intercambiaban entre sí los escasos recursos que obtenían por una razón obvia: a través de esta colaboración se cuenta con una mayor cantidad de bienes. En nuestra sociedad actual, el alto grado de especialización se explica por el hecho mismo de que la especialización contribuye al incremento del nivel de vida, al poner a disposición un mayor número de bienes y servicios para el consumo de las personas. Esta especialización necesariamente implica al comercio y no puede ocurrir sin él. Los productores utilizan sólo una pequeña parte o ninguna, de lo que fabrican, para su consumo personal, e intercambian el excedente por bienes y servicios de otros productores; y precisamente este intercambio de bienes y servicios entre productores especializados es exactamente lo que constituye el comercio. Cuando dicho intercambio se realiza entre residentes de un mismo país se denomina comercio doméstico, pero cuando se realiza entre residentes de diferentes países estamos hablando de *comercio internacional* o *comercio exterior*.

Al igual que los individuos, los países no pueden sobrevivir de manera aislada; por lo contrario, lo que observamos es que cada país tiende a especializarse en la producción de aquellos bienes y servicios que pueda ofrecer a un precio más bajo que los otros países, para intercambiar después sus excedentes por los de otras naciones. Proceso que origina una gran división internacional del trabajo, haciendo posible que todos los países puedan consumir una mayor cantidad de bienes y servicios de los que consumirían en ausencia de tal especialización. (1) Este intercambio conlleva al análisis de dos figuras importantes: la *importación* y la *exportación*. Dado que el concepto de

CAPITULO II MARCO TEORICO

exportación es de mayor relevancia para el presente estudio, se realizará un análisis más profundo de éste, que del concepto importación.

IMPORTACION

Importación es la adquisición de bienes y servicios fuera de las fronteras del país. Los bienes que importa un país se pueden dividir en dos categorías: 1) los bienes que otros países producen a un costo menor que el país importador y 2) los bienes que el país importador en definitiva no puede producir. Por ejemplo, Estados Unidos le compra textiles a Taiwán porque Taiwán produce textiles más baratos que los Estados , no porque Estados Unidos sea incapaz de producir textiles domésticamente. En contraste, Japón importa petróleo de Arabia Saudita porque para Japón es imposible obtenerlo, ya que no cuenta con campos petrolíferos en su territorio.(2)

EXPORTACION

Exportación es la venta de bienes y servicios que se realiza más allá de las fronteras, entonces, exportar no es más que vender, pero teniendo en cuenta otros factores además de los que deberían considerarse para realizar una venta interna, factores tales como las barreras impuestas por la administración de un país con quien se desea negociar, técnicas de venta como diseño, embalaje, transporte, etc.

A) El beneficio de exportar

El mercado internacional representa una demanda mayor que el mercado interno, ya que el número de consumidores potenciales se incrementa considerablemente y en consecuencia, las empresas tienen mayores posibilidades de realizar buenos negocios y aumentar sus ventas.

En primer término, la exportación se traduce en beneficios resultantes del incremento de las ventas, es decir, más utilidades a corto plazo como

consecuencia del propio incremento de sus operaciones; una importante reducción en costos de producción y operación, gracias a un volumen más alto en las compras de materias primas, partes, etc., y de un uso más intensivo tanto de recursos técnicos, humanos y materiales, como de la capacidad instalada de la empresa.

B) Causas de la exportación

La realización de exportaciones se debe a diversos motivos. Como ya se menciono anteriormente, la exportación se deriva de la división internacional del trabajo, ya que ningún país se encuentra en condiciones de producir el universo de bienes que necesita, y se concentra en fabricar aquellos bienes en los que obtiene ventaja, adquiriendo los que le son de más difícil o más costosa producción. Sin embargo, en este momento, la causa primordial de la exportación la constituye la creciente evolución tecnológica.

Los empresarios modernos deben apartarse de la idea de que la causa de la exportación es que el estado obtenga divisas, ni tampoco pensar que exportando se adhieren a un grupo de gentes que están de moda.

Es sello distintivo del empresario eficaz el uso de tecnología avanzada, tecnología no sólo como cuestiones de procedimientos de fabricación, es decir, mejores máquinas, sino también de dirección, pues de lo contrario se vería amenazado su sitio en el mercado interno. El utilizar tecnología de punta permite la ampliación de las series de producción, rebajando generalmente los costos y los precios; sin embargo, al incrementarse la producción se requiere forzosamente un mercado más amplio en donde distribuir los bienes. Y es aquí la razón de exportar, porque se utiliza tecnología que obliga a la producción de grandes series.

En cualquier sector industrial podemos encontrar ejemplos que demuestren que esta causa obliga a exportar y a ampliar el mercado. Es indudable que existen otros motivos para exportar, pero éste es el principal. Una empresa competente, que cuente con tecnología moderna, esta obligada a exportar, por el

contrario, las empresas que utilizan una tecnología caduca corren el riesgo de perder su presencia incluso en el mercado nacional.

Además de las causas mencionadas para exportar, también existen otras motivaciones y finalidades, la empresa exportadora diversifica riesgos, experimenta en el mercado internacional las variaciones del gusto de los consumidores y las novedades de los productos ofrecidos por la competencia, aprendiendo en la escuela real del comercio internacional sistemas para ampliar las ventas, mejorar sus bienes y obtener una serie de ventajas que van desde la localización de posibles fuentes de financiamiento hasta una mejor imagen en su propio mercado nacional.

C) Finalidad de la exportación

El proceso de exportación es una venta, y en la economía de mercado su principal objetivo es alcanzar beneficios para la empresa que realiza ventas de exportación; incrementar las utilidades es la motivación principal para efectuar exportaciones.

En este momento, cuando en el contexto internacional prevalecen los continuos cambios y la amenaza de caer en lo obsoleto, la empresa tiene que exportar para llegar a tal punto de competencia que le sea posible defenderse en su propio mercado de las importaciones extranjeras.

La tendencia mundial, explicada por el avance de la tecnología más que por principios filosóficos, nos empuja a un entorno de total interdependencia y liberalización comercial.

Las empresas que tienen capacidad de exportar en forma continua a diversos mercados, obteniendo los apoyos normales del sector público de su país, no deben temer la introducción de la competencia extranjera en su mercado. Las unidades exportadoras que han demostrado que pueden superar la competencia externa en los mercados internacionales, con mayor facilidad podrán defenderse de ella en su propio mercado interno. En este sentido, la exportación es la clave

para asegurar el futuro de la empresa, siendo además, un seguro de vida contra la amenaza continua de cambio.(3)

REQUERIMIENTOS BASICOS PARA REALIZAR UNA EXPORTACION

En este apartado se indicaran los documentos básicos para efectuar una exportación, aclarando que el proceso de exportación de cada producto requiere de diferentes requisitos y documentos, dependiendo más que nada de la naturaleza del mismo.

En caso de desconocer completamente la mecánica de la exportación, se deberá iniciar por conocer la fracción arancelaria del producto. La fracción arancelaria consiste en un código numérico implantado a nivel mundial en base al *sistema armonizado de designación y codificación de mercancías* (utilizado para clasificar las mercancías que se comercian internacionalmente, a fin de facilitar las operaciones, tanto a las autoridades aduaneras, como a los importadores y exportadores); en México, consta de seis dígitos cuando el producto se destina a la exportación, y de ocho cuando el bien se va a importar. La fracción arancelaria la proporciona un agente aduanal, ya que es la persona autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para clasificar el producto.

Mediante la fracción arancelaria se conocerán los requisitos arancelarios y no arancelarios que se deberán cubrir para exportar el producto, además de la documentación básica.

Documentos para exportar

Entre los documentos indispensables para realizar una exportación, se encuentran los siguientes:

A) Factura comercial. Es el comprobante de la operación de compra-venta, la que debe indicar claramente el comprador, vendedor, lugar, fecha, descripción de la mercancía, valor comercial, divisa utilizada, aduana de

CAPITULO II MARCO TEORICO

salida, etc. Se debe presentar en original y 6 copias con firma autógrafa. Pudiendo estar escrita en español o inglés.

B) Lista de empaque. Se refiere a la relación de la mercancía enviada, por lo que deberán hacerse metódicamente y coincidir con la factura; tiene como objetivo identificar el contenido del embarque, conocer de que esta integrado cada bulto o caja, etc. Se expide también en original y 6 copias.

C) Documento de transporte. Es el documento expedido por la compañía transportista, mediante el cual se hace constar el destino de la mercancía embarcada, así como la condición en que se encuentra. Tratándose de traslado terrestre, a éste documento se le conoce como *carta de porte*; *guía aérea* cuando se trata de transporte aéreo, o *conocimiento de embarque* si es marítimo.

D) Certificado de origen. Es un formato oficial por el cual el exportador del bien o una autoridad certifica que el bien es originario de la región por haber cumplido con las *reglas de origen* establecidas. Este documento se exige en el país de destino con el objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de aplicarles los gravámenes arancelarios que procedan, o bien para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias.

Adicionalmente, se requiere de: 1) copia del *registro federal del contribuyente* (RFC) con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa y 2) Carta de instrucciones (al agente aduanal y/o al transportista). Además, si la naturaleza de la mercancía lo requiere, deberán presentarse ante la aduana los respectivos permisos o autorizaciones y certificados de análisis químicos.

Factores importantes a considerar

A) Pensar que para ser competitivo se necesita de un producto de calidad, un precio adecuado, un volumen solicitado y manejar un eficiente servicio post-venta de ser necesario.

CAPITULO II MARCO TEORICO

B) Determinar con precisión la oferta exportable de la empresa, para poder satisfacer los pedidos.

C) Conocer los requisitos arancelarios (impuestos) y no arancelarios (impuestos adicionales, permisos de importación o exportación, cuotas, regulaciones sanitarias, fitosanitarias, de toxicidad, ecológicas, requisitos de etiquetado, marcas de origen, normas de calidad, normas técnicas, etc.) para la salida del producto del territorio mexicano y su entrada al país del destino.

D) Pactar claramente con el comprador los tiempos de entrega, especificaciones de calidad, precios, forma de pago, punto de entrega, etc.

E) Analizar las opciones de INCOTERMS: International Commerce Terms (conjunto de términos y sus reglas, aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compra-venta internacional.

F) Contar con espacios reservados para efectuar el embarque, especialmente cuando se trate de transportación marítima. Además de establecer contacto con un agente aduanal, ya que él es la pieza clave en la mecánica de exportación.

G) Manejar el empaque adecuado al tipo de producto que se desea exportar.

H) Tener presentes las características geográficas, políticas, sociales, demográficas y de consumo del mercado meta.(4)

CAPITULO II MARCO TEORICO

TEMA 2.2 LA EMPRESA

DEFINICION DE EMPRESA

El estudioso Isaac Guzmán Valdivia, dice que la empresa “es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa.”(5)

Es cierto que podemos encontrar en diversos tratados, una infinidad de definiciones de lo que es una empresa, sin embargo, la expresada por Guzmán Valdivia es citada por prestigiados investigadores del tema, tales como Salvador Mercado y José Antonio Fernández.(6) Agustín Reyes Ponce, otro importante autor dice que “la empresa la integran bienes materiales, hombres y sistemas. Agrega que se puede estudiar en los siguientes aspectos: económico, jurídico, administrativo, sociológico y de conjunto.”(7)

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los fines o las metas que se pretenden lograr, constituyen los objetivos de la empresa, pudiendo ser objetivos de la empresa en general, o bien objetivos de departamento o de alguna sección. Los objetivos deben plantearse de manera razonable, considerando que las empresas tienen múltiples metas, y que al elaborar cada una de ellas, se deben tener en cuenta a las demás. Generalmente, los objetivos de la empresa se clasifican en: 1) de servicio, 2) social y 3) económico.(8)

1) Objetivo de servicio.

El objetivo de servicio consiste en facilitar a los consumidores productos, y a los usuarios servicios. Todas las personas necesitamos una serie de productos y de servicios que satisfagan nuestras necesidades, las empresas generan productos y servicios que logran solventar éstas.

CAPITULO II MARCO TEORICO

Para lograr ofrecer servicios y productos óptimos a los usuarios, deberán ser de calidad, a precio razonable y estar disponibles en el tiempo oportuno; con lo que además se fomenta el éxito de la empresa y se contribuye de alguna manera al desarrollo social y económico de la sociedad.

a) Demandas de los consumidores. La existencia de varias empresas del mismo ramo fomenta la competencia entre ellas, creando así mercados más perfectos. Tanto los monopolios como los oligopolios alteran las leyes de la oferta y la demanda, afectando a los consumidores en cuanto a precio, calidad o volumen de los productos.(9) Por lo anterior, el objetivo de servicio a los consumidores se refiere a que las empresas ofrezcan a los consumidores y usuarios buenas ofertas que satisfagan sus necesidades.(10)

b) Demandas de los usuarios. El sector de servicios, también llamado sector terciario en la economía, presenta un importante crecimiento actualmente, y más aún en los países desarrollados. Este ramo comprende los servicios de educación, salud, comercio, financieros, entre otros. Los usuarios de servicios procuran satisfacer sus necesidades de manera eficaz por lo que día a día se observa una exigencia de calidad mayor.

2) Objetivo social.

El objetivo social se orienta a los grupos de personas que integran la empresa, a las autoridades gubernamentales, y a la comunidad en general. La evolución de la humanidad hasta el punto en donde nos ubicamos, no permite más a los empresarios actitudes egoistas que consideren únicamente el factor económico; por otro lado tampoco es aceptable el alza de los impuestos hasta el punto de hacer quebrar a los negocios.

a) Demandas del gobierno. El sector gubernamental, en su faceta de promotor de bienestar común de la sociedad, requiere para solventar sus gastos el cumplimiento del pago de los impuestos por parte de los empresarios, incluidas las cuotas al Instituto Mexicano del Seguro Social, organismo que ayuda a los

negocios para que la familia del trabajador sea participe del objetivo social de la empresa.

b) Demandas de los colaboradores. Ejecutivos, empleados y trabajadores conforman el conjunto de colaboradores de una empresa. La organización debe atender diversas necesidades que demandan satisfacción, ya que el pago del salario no es la única necesidad, sino que existen otras tan prioritarias como la misma capacitación, que le permitirá al colaborador mejorar su preparación para el desempeño de sus labores.

c) Demandas de la comunidad. El objetivo social respecto a la comunidad se encauza en el sentido primordial de respeto mutuo. La empresa esta obligada con los vecinos del lugar a respetar reglas ecológicas como el uso apropiado del suelo, el control de desechos gaseosos, emisiones de ruidos, etc., medidas que permiten conservar un ambiente agradable.

3) Objetivo económico.

El tercer objetivo de la empresa se relaciona con el fin de la organización en cuanto a su misión de creadora de riqueza en la comunidad donde se desenvuelve.

a) Demandas de la institución. Se hace necesario que la empresa cuente con amplios recursos económicos para su sostenimiento y su expansión. La forma común de financiamiento la constituyen las llamadas depreciaciones y amortizaciones de los activos en la organización, además las fuertes sumas que prepresentan la reinversión de sus utilidades.

b) Demandas de los acreedores. Como respuesta a su participación en las finanzas de la empresa, los acreedores esperan el pago puntual de los intereses generados por sus aportaciones, así como el cumplimiento de las condiciones convenidas para la liquidación de capitales.

CAPITULO II MARCO TEORICO

c) Demandas de los inversionistas. Los inversionistas proporcionan sumas de dinero que hacen posible la creación de las empresas, en contraparte, esperan recibir dividendos razonables que justifiquen el riesgo asumido.(11)

RECURSOS DE LA EMPRESA Y SU IMPORTANCIA

Los objetivos de toda empresa deben estar coordinados de manera armónica con los también importantes recursos, a fin de que la organización funcione adecuadamente. Dichos recursos se clasifican de la siguiente manera:

a) Humanos. Son de vital importancia para la permanencia de los grupos sociales, ya que de las acciones de las personas depende el éxito o el fracaso de las empresas.

b) Materiales. Se refiere a los bienes tangibles que son propiedad de la empresa, tales como edificios, instalaciones, maquinaria, equipo, herramientas, materias primas, productos terminados, etc.

c) Técnicos. Estos recursos facilitan la coordinación de los otros elementos, como por ejemplo sistemas de producción, tales como fórmulas o patentes, sistemas de administración, etc.

d) Financieros. Es el elemento monetario del que puede disponer la empresa, bien sea propio o ajeno.(12)

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS POR SU MAGNITUD

Existen diversas opiniones en cuanto al problema de clasificar por su tamaño a las empresas, sin embargo, en la práctica generalmente se aceptan cuatro tipos de empresas en relación a su magnitud: micro, pequeña, mediana y grande.

CAPITULO II MARCO TEORICO

A) Gran empresa.

Así se le denomina a la unidad económica que durante su ejercicio fiscal inmediato anterior, que deberá comprender un lapso mínimo de nueve meses, haya ocupado más de 250 personas, y haya percibido ingresos por ventas netas anuales superiores a 20 millones de pesos.

B) Mediana empresa.

Se refiere a la unidad económica que durante su ejercicio fiscal inmediato anterior, que deberá comprender un período mínimo de nueve meses, haya ocupado entre 101 y 250 personas, y cuyos ingresos por concepto de ventas netas anuales no hayan sobrepasado la suma de 20 millones de pesos.

C) Pequeña empresa.

Se designa de esta manera a la unidad económica que durante su ejercicio fiscal inmediato anterior, que deberá constar de un período mínimo de nueve meses, haya ocupado desde 16 hasta 100 personas, y haya percibido ingresos por ventas anuales no superiores a los 9 millones de pesos.

D) Micro empresa.

Se le llama así a la unidad económica que durante su ejercicio fiscal inmediato anterior, que deberá comprender un lapso mínimo de nueve meses, haya ocupado hasta 15 personas y cuyos ingresos por ventas netas anuales hayan rebasado los 900 mil pesos.(13)

CARACTERISTICAS GENERALES DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Podemos observar las siguientes características similares en éstas empresas:

- Del total de éstas ubicadas en el país, aproximadamente el 60% se dedica al comercio, el 30% a servicios y el 10% restante a la manufactura de bienes.

CAPITULO II MARCO TEORICO

- La forma de propiedad es mayoritariamente del propietario único.
- Un alto porcentaje de los locales en donde están establecidos son rentados.
- Más del 50% de éstas empresas tienen una antigüedad mayor de 5 años.
- Casi un tercio de ellas ocupa entre 1 y 2 empleados.
- Casi la mitad de las empresas obtiene sus recursos económicos de familiares.
- Un alto porcentaje de sus clientes son consumidores de su misma localidad.(14)
- El crecimiento de la empresa se deriva primordialmente de la reinversión de las mismas utilidades del negocio.
- Tiende a permanecer en el mismo lugar donde inicio sus operaciones.
- Se administra empíricamente.
- En su mayoría, la contabilidad es llevada por el dueño de la empresa, o en algunos casos, se auxilian de un contador.(15)

2.3 TEORIAS MODERNAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Al realizar un balance histórico de las teorías del comercio internacional, podemos apreciar que los cambios sociales y los intereses en juego determinan el abandono de determinados principios para renovarlos por criterios más acordes con la realidad.

A continuación haremos algunas reflexiones sobre las principales corrientes de pensamiento económico que han aportado conocimientos en materia de comercio exterior.

EL MERCANTILISMO

El nacimiento de los Estados nacionales modernos -España, Francia e Inglaterra- y los grandes descubrimientos geográficos -Indias orientales y occidentales- y técnicos -imprensa, navegación- del siglo XV fueron los acontecimientos más importantes que atestiguaron el surgimiento del mercantilismo, corriente del pensamiento económico que predominó hasta la publicación en el año de 1776 de la obra de Adan Smith *La riqueza de las naciones*. Los mercantilistas básicamente se concentraron en solucionar la principal preocupación económica de las recientes monarquías absolutistas: ¿Cómo enriquecer y fortalecer el poderío del Estado, dentro y fuera de sus fronteras?.

En el ámbito del comercio exterior plantearon dos importantes cuestiones: 1) la teoría del superávit de la balanza comercial y 2) la política proteccionista.

Considerando que la acumulación del volumen de oro y plata era el mejor medio de enriquecer el poder económico del Estado. Los países que no disponían de minas de estos metales, excepto España, veían en el comercio exterior una buena manera de obtenerlos, siempre y cuando el valor de las exportaciones superara al de las importaciones (superávit de la balanza

CAPITULO II MARCO TEORICO

comercial); imponiendo también restricciones a las importaciones mediante la inclusión de aranceles (política proteccionista).

Si bien la doctrina del superávit de la balanza comercial y los medios que se adoptaron para conseguirlo (intervencionismo del Estado para fomentar las exportaciones y obstaculizar las importaciones), y particularmente, la confusión del atesoramiento con riqueza, se han considerado por muchos autores como una visión errónea del proceso económico; sin embargo, otros investigadores precisan que los principios mercantilistas realmente armonizaban con la realidad, ya que el ingreso de metales preciosos les garantizaba a los nuevos Estados el financiamiento para continuar las guerras permanentes y conquistas territoriales. Asimismo, no hay que olvidar el hecho de que el superávit comercial (es decir, exceso de exportaciones, respecto a importaciones), estimula la producción y el crecimiento del ingreso nacional.

LA ESCUELA CLASICA

En el siglo XVIII cuando Europa deja detrás la economía artesanal para dar paso a la economía industrial, se van afianzando las ideas liberales, la concepción del Estado todopoderoso va siendo reemplazado por la defensa de los derechos del individuo y una repentina valoración de la libertad. Como ya se había mencionado, la obra *La riqueza de las naciones* cierra el ciclo del mercantilismo y supone el surgimiento del liberalismo y de la corriente que predominó durante un siglo: la *escuela clásica*.

La doctrina clásica basa sus principios fundamentales en las aportaciones de tres grandes economistas británicos: *Adam Smit*, *David Ricardo* y *John Stuart Mill*. El primero aporta la teoría del valor y el principio de la especialización internacional del trabajo; el segundo, la teoría de las ventajas comparativas; y el tercero, la teoría de la demanda recíproca.(16)

Las tesis más importantes de los clásicos que contrastaron con las ideas mercantilistas fueron: 1) situaron al egoísmo individual como eje impulsor de la

CAPITULO II MARCO TEORICO

economía en sustitución del intervencionismo estatal, 2) aconsejaron la libertad de empresa tanto en el comercio interno como en el externo, 3) atribuyeron al trabajo ser la única fuente generadora de riqueza, y 4) lograron hacer una distinción entre riqueza y atesoramiento, al relegar a los metales preciosos a sus funciones específicas.

Además es importante recalcar su idea de que la riqueza es producto de un proceso continuo, gracias al trabajo social que es fuente de abastecimiento de todos los bienes que contribuyen al progreso de la sociedad.(17)

ESCUELA NEOCLASICA

La etapa de consolidación del capitalismo europeo y el ascenso del imperialismo en el último tercio del siglo XIX sirvió de marco para la aparición de la llamada *escuela neoclásica*, sentando bases que llegan hasta nuestros días.

La corriente neoclásica desarrolló dos teorías del comercio internacional. Una de ellas consiste en el replanteamiento de la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo con otra de la teoría de la demanda recíproca de Mill. La reformulación de la teoría ricardiana la desarrollaron: Barone (1908), Lerner (1932), Leontief (1933) y Haberler (1936). Y Meade (1952) replanteó en equilibrio general la teoría de la demanda recíproca de Mill. La otra teoría explica la diferencia de precios relativos, llamada *teoría Heckscher-Ohlin*, que lleva el nombre de los dos economistas que la desarrollaron.

Reformulación neoclásica de la teoría de Ricardo

Este planteamiento conlleva el análisis de dos puntos:

1) Las condiciones de la oferta quedan alteradas en dos aspectos. Primeramente, además de contemplar el factor trabajo -único considerado por Ricardo- se le agrega el factor capital, y se abandona la teoría del valor trabajo, por la *teoría del valor-utilidad* (el valor de un bien depende de su utilidad).

Segundo, se sustituye el supuesto de productividad constante por el de *productividad marginal decreciente*. La productividad marginal decreciente de un factor, en la fabricación de un bien, significa que la aplicación de unidades sucesivas de ese factor, manteniendo constante la cantidad aplicada del otro, permite obtener cantidades decrecientes del bien. Estas modificaciones determinan un nuevo sistema de fijación de los costos relativos, que consiste en establecer el costo de una unidad de un bien por la cantidad del otro bien al que hay que renunciar para producir aquella.

2) La inclusión de la demanda, completa el nuevo modelo, englobando de esta forma las dos caras del proceso económico: la oferta (producción) y la demanda (consumo). El precio relativo ya no se fija exclusivamente por el *costo relativo* (costo de oportunidad), sino en conjunción con la demanda de los dos bienes. Por lo tanto, puede haber muchos precios relativos diferentes, sin embargo, uno solo maximizará el valor de la producción y el consumo simultáneamente: es el llamado *precio de equilibrio*.

El modelo Heckscher-Ohlin

En 1919, al estudiar los efectos del comercio internacional sobre el precio de los factores de producción (tierra, trabajo y capital) Heckscher proclamó la propuesta básica de su modelo: lo que determina el comercio exterior es la diferente escasez relativa de los factores de producción de unos y otros países. Argumentan que los distintos precios relativos de los factores, resultan de las distintas dotaciones de los mismos. En las naciones donde el capital es abundante (factor relativamente barato) los bienes que lo utilizan en mayor proporción serán más baratos -en relación a otros países- y los que utilizan mayor proporción de trabajo serán más caros.

De esta teoría se desprende, que a través del comercio exterior los países intercambian sus factores abundantes por los escasos, hecho que conlleva a una igualación a medio plazo de las dotaciones relativas de los factores entre los

países que comercian e igualándose en consecuencia, las probabilidades de desarrollarse económicamente.

LA CONTRASTACION EMPIRICA DE LOS MODELOS DE RICARDO Y HECKSCHER-OHLIN, Y LAS NUEVAS TEORIAS NEOCLASICAS

La aparición en 1936 de la obra de Keynes, tuvo una gran influencia en la teoría neoclásica macroeconómica, modelo que pronto algunos economistas contrastaron con la realidad; en la microeconomía marco del comercio internacional, tuvo una influencia indirecta, pero impulsó a investigadores como Mac Dougall y Leontief a que realizaran las primeras verificaciones empíricas de las teorías de Ricardo y H-O, respectivamente.

Mc Dougall realizó la comprobación empírica de la teoría de la ventaja comparativa utilizando datos de Gran Bretaña y de Estados Unidos en 1937. Los resultados arrojados por dicho estudio efectivamente confirmaron la validez del teorema de Ricardo.

Leontief realizó su análisis tomando como base indicadores económicos de 1947. Sin embargo, la contrastación de Leontief no corrió con la misma suerte que la de Mac Dougall, ya que la investigación generó un resultado contrario al esperado según el principio H-O. De ahí la designación de *paradoja de Leontief*.

En países como Japón, la India y Canada, diversos autores hicieron la contrastación del modelo H-O, usando métodos similares al empleado por Leontief, repitiéndose la paradoja varias veces.

La paradoja de Leontief ha servido como detonador para intensificar las investigaciones en el área del comercio exterior, surgiendo así varios argumentos que tratan de aclarar la paradoja.

De esta manera, recientemente han aparecido nuevas teorías del comercio internacional. En este proceso, cabe distinguir dos fases diferenciadas.

CAPITULO II MARCO TEORICO

En la primera etapa, hasta los años ochenta, los nuevos modelos se derivan de una atenta observación de las características del comercio exterior y del olvido de algunos supuestos de la escuela neoclásica. Muestras de éstas tesis la constituyen la *teoría de la demanda representativa* de Linder, la cual se centra en la explicación del comercio intraindustrial, principalmente entre países en vías de desarrollo; así como la *teoría del ciclo del producto* de Vernon, que busca determinar la localización geográfica de los nuevos productos, resultantes de los avances tecnológicos.

En la segunda fase, desde inicios de los ochentas, se va erigiendo una nueva escuela del comercio exterior agrupada en torno a P. Krugman, explicando sus modelos a partir del supuesto de economías de escala y de competencia imperfecta.

LA ESCUELA HETERODOXA

En 1950, dos economistas de la ONU, H. Singer y R. Prebisch, realizaron investigaciones con el propósito de aclarar las relaciones de intercambio comercial entre los países en desarrollo y los industrializados.

Tomando como referencia los resultados de un estudio sobre la evolución del precio relativo productos primarios/productos industriales en el período comprendido de 1870 a 1948, elaborado por la ONU en 1949; los dos autores crearon una teoría -conocida como la *tesis Singer-Prebisch*- la cual constituye el fundamento de la corriente heterodoxa. En el estudio de la ONU, se analizó el cociente entre los índices de precios de los productos primarios (exportados por los países en vías de desarrollo) e industriales (exportados por los países ya desarrollados), es decir, la relación real de intercambio de bienes entre grupos de países. Con lo que se demostró que históricamente el precio de los productos industriales aumentaba más que el precio de los productos primarios. Por lo que la *relación real de intercambio (RRI)* era desfavorable para los países en vías de desarrollo y favorable para los países industrializados.

CAPITULO II MARCO TEORICO

Singer y Prebisch argumentan que el reparto de los beneficios del comercio entre los países desarrollados (que denominan centro) y los países subdesarrollados (periferia) es asimétrico; ya que este intercambio favorece más al grupo de países desarrollados porque impulsa el crecimiento de su economía en mayor medida que al otro grupo.

Singer y Prebisch hacen tres recomendaciones a los países en vías de desarrollo: 1) fomentar su industrialización a través de una política proteccionista selectiva, 2) impulsar el comercio intraregional entre países en vías de desarrollo, así como crear bloques de integración económica, y 3) presionar a los países industrializados para que incrementen su ayuda e inversión y eliminen las barreras a las importaciones de productos primarios.(18)

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.4 LEY DE LA VENTAJA COMPARATIVA

Sin duda alguna, el planteamiento de la Ley de la ventaja comparativa o costo comparativo es uno de los logros más destacados de la escuela clásica. El contenido de esta ley es muy simple: todas las naciones del mundo pueden beneficiarse de la especialización internacional y del libre comercio; poniendo además al descubierto muchas de las falacias utilizadas en la propaganda del proteccionismo.

En este apartado, comenzaremos apuntando brevemente los alcances del *mercantilismo*, doctrina económica que predominó desde el siglo XVII hasta 1776, año en el que se publicó *La riqueza de las naciones* por Adam Smith. Enseguida se presenta la Teoría de la ventaja absoluta, formulada por el mismo Smith, para continuar con la Teoría de la ventaja comparativa, que quizá se debe a Robert Torrens, pero que generalmente se asocia con David Ricardo. Ambas teorías se sustentan en la teoría del valor trabajo, modificada en la década de los 30's por Haberler al desarrollar su teoría de los costos de oportunidad.

TESIS MERCANTILISTAS SOBRE EL COMERCIO

La corriente mercantilista se preocupó por acumular grandes cantidades de metales preciosos. Pensaron que los países que no tuvieran minas de oro de su propiedad, podrían aumentar sus reservas obteniéndolo de otros países. Por lo que, fomentaban las exportaciones para obtener ingresos de metales; en contraste, pensaban que las importaciones eran perjudiciales, ya que generaban la salida de oro o plata. Por consiguiente, los mercantilistas abocaban por una política de proteccionismo: fomentaban las exportaciones por medio de subsidios y restringían las importaciones a través de aranceles.

TEORIA CLASICA

Adam Smith argumentó que los mercantilistas no hicieron distinción entre riqueza y atesoramiento. Al identificar riqueza con atesoramiento, los

CAPITULO II MARCO TEORICO

mercantilistas concluyeron que una nación sólo podría ser poderosa en la medida que acumulara cantidades elevadas de metales preciosos.

La teoría clásica del comercio internacional (asociada con Adam Smith, David Ricardo, Robert Torrens y John Stuart Mill) centra sus investigaciones en responder las siguientes tres preguntas: 1.- ¿Cuáles son las ganancias del comercio?, 2.- ¿Cuál es la estructura (o dirección o patrón) del comercio?, y 3.- ¿Cuáles son los términos de intercambio?.

VENTAJA ABSOLUTA

Adam Smith recalcó la importancia del libre comercio para incrementar la riqueza de todos los países comerciantes. Además apuntó que el comercio mutuamente beneficioso se basa en el principio de la *ventaja absoluta*, declaró que los países al igual que los jefes de familia nunca deberán tratar de producir internamente lo que les costaría más fabricar que comprar.

Ventaja absoluta y las ganancias del comercio

Smith argumentó lo siguiente: un país puede ser más eficiente que otro en la fabricación de algunos bienes y menos eficiente que otro en la producción de otros bienes. Independientemente de las causas que originan la diferencia en los niveles de eficiencia, ambos países pueden beneficiarse si cada uno se especializa en la producción de aquel bien que puede hacer más eficientemente que el otro país. Por ejemplo Estados Unidos es más eficiente que Brasil en la producción de computadoras, mientras que Brasil es más eficiente que Estados Unidos produciendo café. Estados Unidos debería especializarse, por lo tanto, en la producción de computadoras y Brasil en la de café. Entonces, Estados Unidos puede exportar a Brasil su excedente de computadoras, a cambio del excedente brasileño en la producción de café. Este modelo de *especialización e intercambio internacional* (o *división internacional del trabajo*) es eficaz y conlleva una mayor producción tanto de computadoras como de café. En esto consiste la esencia de las ganancias del comercio: logrando una mayor producción de ambos bienes, los dos países pueden alcanzar mejores condiciones de vida.

CAPITULO II MARCO TEORICO

Teoría del valor trabajo

Los clásicos se basan en la *teoría del valor trabajo* (o teoría del valor según el trabajo), la cual asegura que el trabajo es el único factor de producción y que, en una economía cerrada (que no importa ni exporta) los bienes se intercambian de acuerdo con las cantidades relativas del trabajo que contienen.

Sin embargo, la teoría del valor trabajo es una sobresimplificación de la realidad por diversas razones: primero, el trabajo no es homogéneo (no es lo mismo los servicios de un mecánico y de un médico); segundo, el trabajo no es el único factor de producción; y tercero, el costo de un bien también puede depender del tiempo invertido en la producción (como en el añejamiento del vino).

A pesar de las anteriores limitaciones, la teoría del valor trabajo puede tomarse como punto de partida porque muestra con poco esfuerzo la naturaleza del programa de la especialización internacional y las ganancias del comercio; y la principal: los resultados obtenidos por esta teoría continúan siendo válidos.

Ilustración de la ventaja absoluta

La ventaja absoluta de Smith puede aclararse fácilmente. Considérense dos países -Estados Unidos e Inglaterra- dotados con trabajo homogéneo y que producen dos bienes -alimento y tela-. Supongamos que en un día de trabajo se pueden producir 2 unidades de alimento (2A) ó 4 unidades de tela (4T) en Estados Unidos, y 1 unidad de alimento (1A) ó 6 unidades de tela (6T) en Inglaterra. Información que se resume en el siguiente Cuadro.

Cuadro No. 10

VENTAJA ABSOLUTA (Producción por unidad de trabajo)		
	Estados Unidos	Inglaterra
Aimento	2	1
Tela	4	6

Evidentemente, Estados Unidos es más eficiente que Inglaterra en la producción de alimento ($2 > 1$) e Inglaterra es más eficiente que Estados Unidos en la producción de tela ($6 > 4$). Esta situación nos lleva a declarar que Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de alimento, e Inglaterra tiene una ventaja absoluta en la producción de tela.

¿Es beneficioso para ambos países el libre comercio? Adam Smith respondería que sí. Dejemos que Estados Unidos exporten a Inglaterra 2A a cambio de 6T de Inglaterra. Estados Unidos gana 2T (o medio día de trabajo), porque internamente sólo pueden cambiar 2A solamente por 4T. Del mismo modo, Inglaterra gana 1A (o se ahorra un día de trabajo) porque internamente en Inglaterra solo 6T pueden cambiarse por 1A.

La ventaja absoluta no es necesaria para que el comercio sea rentable

¿Qué es lo que origina las ganancias del comercio? Adam Smith respondería "La ventaja absoluta". Incluso, hoy en día mucha gente erróneamente así lo sigue considerando.

La verdad es que para que el comercio sea mutuamente beneficioso no necesariamente se requiere que los exportadores tengan una ventaja absoluta sobre sus rivales extranjeros. A comienzos del siglo XIX David Ricardo (y Robert Torrens) demostraron que el comercio mutuamente benéfico es posible cuando

CAPITULO II MARCO TEORICO

existe una ventaja comparativa, condición mucho más débil que la ventaja absoluta.

VENTAJA COMPARATIVA

Ricardo, al igual que Torrens, demostró que el libre comercio entre dos países puede ser mutuamente beneficioso aún en el caso de que uno de ellos sea avanzado, como Estados Unidos, y el otro esté en desarrollo, como la India; pero ya no basándose en el principio de la ventaja absoluta, sino en el concepto que desarrolló: *el principio de la ventaja comparativa*.

Ilustración de la ventaja comparativa

Regresemos al Cuadro No. 10 y supongamos que Estados Unidos duplicó su productividad de trabajo y ahora puede producir en un día 4A ú 8T, como se muestra en el Cuadro No. 11. En Inglaterra la productividad del trabajo permanece igual.

Cuadro No. 11

VENTAJA COMPARATIVA (Producción por unidad de trabajo)		
	Estados Unidos	Inglaterra
Alimento	4	1
Tela	8	6

En esta nueva ilustración se observa que Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de los dos bienes. ¿Es todavía beneficioso el libre comercio para ambos países?.

CAPITULO II MARCO TEORICO

Argumentos falsos en contra del libre comercio

En este punto, es interesante señalar algunos de los argumentos que los estadounidenses e ingleses podrían insinuar en contra del libre comercio.

En Inglaterra alegarían que la eficiencia norteamericana es tan grande que podrían vender productos más baratos en todas las líneas de producción, entonces para protegerse, se necesitan aranceles a las importaciones. Por otra parte, Estados Unidos argumentaría que debido a que la tasa de salarios en Inglaterra es más baja que la de Estados Unidos, la tasa de salario real de los Estados Unidos se abarataría drásticamente si los trabajadores norteamericanos estuvieran sujetos a la competencia del trabajo barato de Inglaterra. Por lo tanto, se requiere de aranceles para proteger el nivel de vida de los Estados Unidos del trabajo barato inglés.

Ricardo y Torrens demostraron que los argumentos anteriores son mentira, y que tanto un país como el otro se pueden beneficiar del libre comercio.

Definición de ventaja comparativa

Un país desarrollado puede ser más eficiente que un país en desarrollo en todas las líneas de producción, pero el grado de superioridad del primero puede ser diferente de un bien a otro. Ricardo dice que un país avanzado tiene una *ventaja comparativa* en aquel bien en el cual el grado de superioridad del país es mayor y una *desventaja comparativa* en aquel bien en el cual su grado de superioridad es menor con relación al país en vías de desarrollo. Retomando la información del Cuadro No. 11, observamos que el grado de superioridad de Estados Unidos en alimentos (dado por la relación $4A/1A$) es mayor que su grado de superioridad en telas (dado por la relación $8T/6T$). Por lo tanto, Estados Unidos tiene una ventaja comparativa en la producción de alimentos y una desventaja comparativa en la fabricación de tela (porque $4A/1A > 8T/6T$). Desde esta perspectiva, la ventaja absoluta de los Estados Unidos en tela se convierte en desventaja comparativa.

CAPITULO II MARCO TEORICO

De la misma forma, se dice que un país en desarrollo tiene una ventaja comparativa en aquel bien en el cual su grado de inferioridad es menor, y una desventaja comparativa en aquel bien en el cual su grado de inferioridad es mayor con relación al país desarrollado. Observando el Cuadro anterior, señalamos que Inglaterra tiene una ventaja comparativa en telas y una desventaja comparativa en alimentos (porque $6T/8T > 1A/4A$). Entonces, observamos nuevamente como la desventaja absoluta de Inglaterra en tela se convierte en una ventaja comparativa.

La ventaja comparativa es un término relativo. En un modelo de dos naciones y de dos bienes, una vez que se haya determinado que un país tiene ventaja comparativa de un bien, entonces automáticamente podemos concluir que el otro país tiene una ventaja comparativa en el otro bien.

Ley de la ventaja comparativa.

Ricardo y Torrens afirman que el libre comercio entre dos países puede ser mutuamente beneficioso ún cuando uno de ellos tenga ventaja absoluta en la producción de cada bien. Este logro se resume en la ley de la ventaja comparativa.

Ley de la ventaja comparativa: cuando una nación se especializa en la producción de un bien en el cual tiene una ventaja comparativa, la producción mundial de cada bien necesariamente se incrementa (potencialmente), con el resultado de que todos los países obtienen un beneficio (excepto en el caso extremo de un país “grande”).

Esta ley la podemos comprobar retomando el ejemplo del Cuadro anterior. Supongamos que Estados Unidos exporta a Inglaterra 4A a cambio de 12T de Inglaterra. Evidentemente Estados Unidos gana 4T (o se ahorran medio día de trabajo), porque internamente Estados Unidos sólo puede intercambiar 4A por 8T. Ahora nos preguntamos ¿Esta ganancia para Estados Unidos se convierte en pérdida para Inglaterra? La respuesta es negativa, ya que Inglaterra gana 2A (o se ahorra 2 días de trabajo), porque internamente Inglaterra sólo intercambia 12T por 2A.

CAPITULO II MARCO TEORICO

País grande versus país pequeño

Consideremos que sólo existen en el mundo dos países: uno grande, Estados Unidos y un pequeño, Chipre; y que Chipre tiene una ventaja comparativa en vino. Obviamente sería imposible que un país tan pequeño satisficiera la demanda del enorme mercado de vino de Estados Unidos. Por lo tanto Estados Unidos también se vería obligado a producir algún vino, y los precios mundiales tendrían que reflejar los costos de Estados Unidos.

Esta situación nos conduce a dejar de lado la idea de que siempre el país grande puede acaparar todas las ganancias del comercio, tomando para sí todas las ventajas, y dejando atrás al país pequeño y sin poder. Con ello observamos que cuando comercian dos países de diferente tamaño, todas las ganancias pueden ser para el pequeño, y es posible que el grande no obtenga beneficio alguno.

Ventaja “igual”

El comercio internacional sólo es benefico siempre y cuando exista la ventaja comparativa, de no ser así, el comercio no tiene razón de ser. Por ejemplo, si Estados Unidos e Inglaterra tienen el mismo grado de superioridad en alimentos y telas, entonces no existen motivos para un comercio mutuamente beneficoso, ya que tendrían una ventaja igual.

COSTOS COMPARATIVOS EXPRESADOS EN DINERO

En las sociedades primitivas, la gente intercambiaba un bien por otro bien, práctica que en la actualidad ha desaparecido, ahora la gente vende un bien y obtiene dinero. Para realizar calculos, la gente usa los precios monetarios, no las razones de cambio (o términos de intercambio) entre los bienes. El flujo del comercio internacional no esta directamente determinado por las diferencias comparativas en los costos del trabajo, sino por las diferencias absolutas en los precios monetarios. Por consiguiente, es importante explicar como las diferencias

CAPITULO II MARCO TEORICO

comparativas en el costo del trabajo se transforman en diferencias en los precios monetarios.

Regresando al ejemplo mostrado en el Cuadro No. 11 una vez más observamos que Inglaterra tiene una ventaja comparativa en telas, y nos preguntamos ¿Por qué la tela tiene un costo monetario menor en Inglaterra que en Estados Unidos?. Esto es posible cuando los salarios de Inglaterra son inferiores a los de Estados Unidos.

Supóngase que la tasa monetaria de salarios de Estados Unidos es de US\$48 diarios. Dados los datos del Cuadro No. 11, en Estados Unidos el costo promedio por unidad de alimento es de US\$12 porque se producen 4A al día (es decir $4 \times \text{US\$12} = \text{US\$48}$) y el costo promedio por unidad de tela es de US\$6 (es decir $8 \times \text{US\$6} = \text{US\$48}$). De la misma manera, supongamos que la tasa monetaria de salarios en Inglaterra es de 12 libras diarias. El costo de 1A será de 12 libras y de 1T será de 2 libras (es decir, $6 \times 2 \text{ libras} = 12 \text{ libras}$). Estos costos se muestran en las columnas (1) y (3) del Cuadro No. 12.

Para saber si son más baratas las telas en Estados Unidos o en Inglaterra debemos expresar todos los precios en términos de la misma moneda. Consideremos entonces que 1 libra es equivalente a 2 dólares (es decir, 1 libra = US\$2).

Cuadro No. 12

PRECIOS MONETARIOS DE ALIMENTO Y TELA
(Supuesto: 1 libra = US\$2)

	Estados Unidos		Inglaterra	
	Dólares (1)	Libras (2)	Libras (3)	Dólares (4)
Alimento	12	6	12	24
Tela	6	3	2	4

En este Cuadro No. 12 observamos que la columna (1) nos da el costo del alimento y la tela en Estados Unidos expresados en dólares, y en la columna (4) vemos el costo del alimento y tela en Inglaterra también expresado en dólares. Ya sea que comparemos los precios en dólares o en libras, evidentemente se demuestra que el alimento es más barato en Estados Unidos (US\$12 < US\$24 ó 6 libras < 12 libras), pero las telas en Inglaterra son más baratas (2 libras < 3 libras ó US\$4 < US\$6). Por lo tanto, Estados Unidos detendrá la producción de telas y se especializará en alimentos; mientras que Inglaterra dejará de producir alimentos y se especializará en telas.

COSTO DE OPORTUNIDAD

Hasta ahora se ha demostrado lo beneficioso del comercio internacional cuando existe la ventaja comparativa. Sin embargo, como ya se aclaró anteriormente, nuestra conclusión no puede depender más de la teoría del valor trabajo. Afortunadamente Gottfried Haberler vino al rescate de la ley de la ventaja comparativa al desarrollar su *teoría de los costos de oportunidad*.

Una visión general de la teoría de los costos de oportunidad

El costo de oportunidad de un bien (como el alimento) es la cantidad de algún otro bien (como las telas) que debe sacrificarse para liberar los recursos suficientes para producir una unidad extra de alimento. El costo es la *oportunidad perdida*, no la cantidad de algún insumo (como el trabajo). Por ejemplo, si Estados Unidos debe dejar de producir 2T para liberar suficientes recursos para producir una unidad adicional de alimento, entonces el costo de oportunidad del alimento es 2T. Observando los Cuadros 11 y 12 confirmamos que en ambos casos el costo de oportunidad del alimento es 2T en Estados Unidos y 6T en Inglaterra.

Es importante recordar que cuando se ha definido la ventaja comparativa de un bien en términos del costo de oportunidad, el cual refleja la producción que se ha sacrificado de otros bienes, no importa si los bienes son producidos únicamente por el factor trabajo o por cualquier otro número de factores de producción. Este punto es precisamente lo que explica la superioridad de la *teoría de los costos de oportunidad* al compararla con la teoría del valor trabajo.

Observemos también que el costo de oportunidad de la tela en términos del alimento es el inverso del costo de oportunidad del alimento en términos de la tela. En los Cuadros 10 y 11 el costo de oportunidad de la tela $1/2A$ en Estados Unidos y $1/6A$ en Inglaterra, con lo que Inglaterra, al producir a bajo costo tela, tiene una ventaja comparativa en tela.

Frontera de las posibilidades de producción

Con objeto de entender mejor y mostrar gráficamente el análisis anterior, introducimos ahora el concepto de *frontera de las posibilidades de producción* o *curva de transformación*.

La frontera de las posibilidades de producción de un país muestra la cantidad máxima de combinaciones de bienes que puede generar una economía, dados sus recursos o dotación de factores y su conocimiento en tecnología.

Retomando la información del Cuadro No. 11, supongamos que los Estados Unidos están dotados con 125 unidades de trabajo, en tanto que Inglaterra cuenta con 200 unidades de trabajo. Al asignarse arbitrariamente el trabajo entre alimento y tela, podemos descubrir claramente todas las combinaciones alternativas de alimento y tela que pueden producirse en cada uno de los dos países, como se muestra en el siguiente Cuadro.

Cuadro No. 13

COMBINACIONES ALTERNATIVAS DE ALIMENTO Y TELA									
ESTADOS UNIDOS				INGLATERRA					
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)	(6)	(7)	(8)
	ALIMENTO		TELA			ALIMENTO		TELA	
	Trabajo	Unidades producidas	Trabajo	Unidades producidas		Trabajo	Unidades producidas	Trabajo	Unidades producidas
G	125	500	0	0	G'	200	200	0	0
H	100	400	25	200	H'	160	160	40	240
I	75	300	50	400	I'	120	120	80	480
J	50	200	75	600	J'	80	80	120	720
K	25	100	100	800	K'	40	40	160	960
M	0	0	125	1,000	M'	0	0	200	1,200

Consideremos primero las primeras cuatro columnas. Los datos de las columnas (1) y (3) nos muestran, en su orden, las cantidades de trabajo en Estados Unidos distribuidas entre alimento y tela. Como Estados Unidos está dotado de 125 unidades de trabajo, en cada una de estas asignaciones, es decir, G, H, I, J, K, y M; la suma de trabajo asignado a alimento y el trabajo destinado a telas siempre debe ser igual a 125. De esta manera, cuando se asignan 100 unidades de trabajo a alimentos, se asignan 25 unidades a telas; cuando se asignan

CAPITULO II MARCO TEORICO

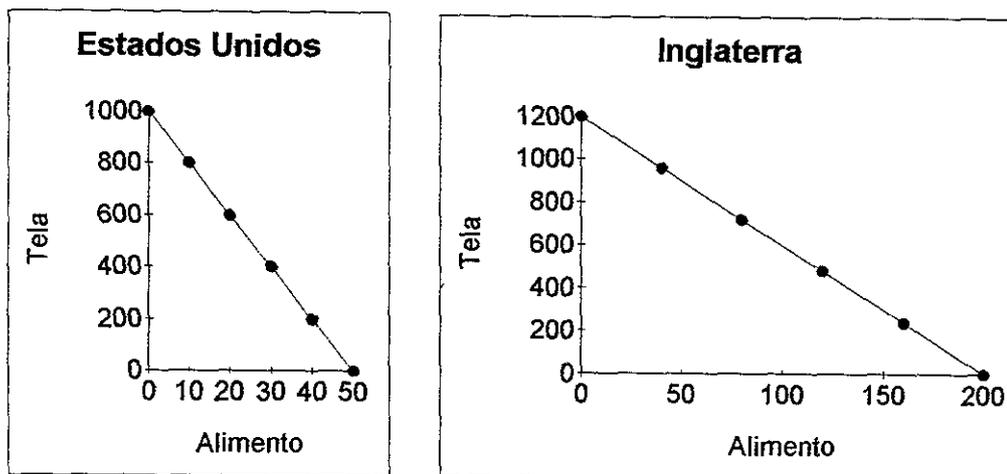
75 unidades de trabajo a alimento, se asignan 50 de trabajo a telas, y así sucesivamente. Dadas las asignaciones de trabajo en las columnas (1) y (3), podemos calcular fácilmente las cantidades resultantes de producción, ya que conocemos que en Estados Unidos 1 unidad de trabajo puede producir 4A ú 8T (recordemos el Cuadro No. 11). Por ejemplo si se asignan 100 unidades de trabajo a alimento y 25 a telas, Estados Unidos produce 400A (es decir, 100×4) y 200T (es decir, 25×8). Del mismo modo se determinan los datos de las columnas (3) y (4).

La información de las columnas (5) a (8) se derivaron de manera similar, recordemos que Inglaterra esta dotada de 200 unidades de trabajo, y que 1 unidad de trabajo puede producir 1A ó 6T. Para ilustrar esto, cuando se asignan 160 unidades de trabajo a alimento y se destinan 40 unidades de trabajo a telas, se pueden producir 160A (es decir, 160×1) y 240T (es decir, 40×6).

Los datos de las columnas (2), (4), (6) y (8) se utilizan para dibujar las gráficas de la Figura No. 1. A la izquierda se muestra la frontera de las posibilidades de producción de los Estados Unidos y a la derecha la de Inglaterra. Obsérvese que ambas fronteras de las posibilidades de producción son lineales, éste es un importante aspecto de la escuela clásica y se debe a que: 1) existe un sólo factor (trabajo), y 2) la productividad del trabajo permanece constante.

Figura No. 1

Fronteras de las posibilidades de producción de los Estados Unidos e Inglaterra. Los puntos en la frontera de producción de los Estados Unidos corresponden a los datos en las columnas (2) y (4) del Cuadro No. 13. De igual manera los puntos en la frontera de producción de Inglaterra corresponden a los datos de las columnas (6) y (8).



La pendiente absoluta de la frontera de las posibilidades de producción de Estados Unidos (es decir, $1,000/500=2$) nos dá el costo de oportunidad del alimento en términos de tela en ese país. De igual forma, la pendiente absoluta de la frontera de posibilidades de producción de Inglaterra (es decir, $1,200/200=6$) nos dá el costo de oportunidad del alimento en términos de tela en Inglaterra. Por consiguiente, se confirma gráficamente la conclusión anterior según la cual Estados Unidos tiene una ventaja comparativa en la producción de alimento e Inglaterra en tela.(19)

2.5 LA BALANZA DE PAGOS

Primordialmente, hay que iniciar definiendo la balanza de pagos:

“La balanza de pagos de un país es un registro sistemático de todas las transacciones económicas entre los residentes del país que informa y los residentes del resto del mundo sobre un tiempo específico”,(20) (frecuentemente un año). Ahora bien, después de leer lo anterior nos planteamos dos cuestionamientos: ¿En qué consiste una transacción económica? y ¿A quién le llamamos residente?.

“Las transacciones económicas son intercambios de valor e incluyen transferencias de propiedad de bienes, prestación de servicios y transferencias de dinero y otros activos de los residentes de un país a los residentes de otro. Las transacciones económicas internacionales son transacciones económicas entre residentes de diferentes países.”(21)

El término residente incluye tanto a las personas como a las instituciones.(22) Mencionando algunos ejemplos se aclara lo anterior. Los japoneses que viajan a nuestro país de turistas se consideran residentes de Japón y sus compras que realizan aquí se tratan como exportaciones mexicanas. Los mexicanos que emigran para trabajar temporalmente a Estados Unidos (ya sea legal como ilegalmente) se clasifican como residentes de México, y sus ingresos obtenidos se consideran importaciones de servicios de los Estados Unidos, así como exportaciones de servicios de nuestro país. De igual manera, los estudiantes argentinos en universidades mexicanas se consideran residentes de Argentina y sus gastos realizados en México se tratan como exportaciones de nuestro país.

Los organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y las Naciones Unidas no se consideran residentes del país en donde se encuentran localizadas; ya que reciben tratamiento de área internacional fuera de cualquier frontera nacional, y por lo tanto, sus transacciones que realiza con los residentes del país donde están ubicados se consideran como transacciones internacionales.

Los turistas, personal diplomático laborando en el extranjero, los trabajadores que emigran temporalmente y los estudiantes, y los ciudadanos que acuden por un determinado tiempo al exterior, todos son considerados como residentes de su país de origen.(23)

En nuestro país la balanza de pagos esta integrada por cuatro conceptos:

- 1) Balanza en cuenta corriente (saldo de la cuenta corriente),
- 2) Balanza de capitales (cuentas de capital),
- 3) Errores y omisiones, y
- 4) Banco de México.

La balanza de pagos todo el tiempo se encuentra en equilibrio contable, es decir, que a cada cargo corresponde un abono; (24) lo cual también lo podemos explicar de la siguiente forma:

“La balanza de pagos enumera y cuantifica en el lado del activo todos los rubros por medio de los cuales los residentes de un país recibieron poder de compra externo a través de las mercancías y servicios proporcionados y por la venta de títulos-valores (importación de capitales). Al mismo tiempo, enumera y cuantifica, en el lado del pasivo, todos los usos que los residentes de dicho país le dieron a su poder de compra externo, por concepto de importación de bienes y el pago de servicios recibidos y por exportación de capital (importación de títulos).”(25)

A pesar de que la balanza de pagos siempre se encuentra en equilibrio contable, económicamente puede presentar un superávit, cuando los ingresos obtenidos por el país son mayores que sus egresos y puede ser deficitaria si los egresos superan a los ingresos. Por consiguiente, esto significa que la balanza de pagos de un país no tiene equilibrio económico.

Ahora veamos en que consisten esos cuatro grandes apartados que integran la balanza de pagos en México:

CAPITULO II MARCO TEORICO

1) Balanza en cuenta corriente

A la balanza en cuenta corriente, también se le conoce como balanza de mercancías y servicios o como balanza comercial, la cual esta integrada por la totalidad de transacciones que representan compras o ventas de mercancías y servicios al exterior; es decir, ingresos o egresos por la compra-venta de mercancías y servicios. La sumatoria de todos los renglones arroja un saldo, el cual es el saldo de la cuenta corriente, que puede ser superavitario o bien deficitario.

Los rubros que representan ingresos en la cuenta corriente son:

- 1.- Exportación de mercancías
- 2.- Servicios no factoriales
 - a) servicios por transformación
 - b) transportes diversos
 - c) viajeros al interior
 - d) viajeros fronterizos
 - e) otros servicios
- 3.- Servicios factoriales
 - a) intereses
- 4.- Transferencias

Los rubros que representan egresos en la cuenta corriente son:

- 1.- Importación de mercancías (LAB: Libre a bordo)
- 2.- Servicios no factoriales
 - a) fletes y seguros
 - b) transportes diversos
 - c) viajeros al exterior
 - d) viajeros fronterizos
 - e) otros servicios
- 3.- Servicios factoriales

- a) financieros
 - i) utilidades remitidas
 - ii) utilidades reinvertidas
 - iii) intereses
 - iv) comisiones
 - b) no financieros
- 4.- Transferencias

Con la finalidad de realizar un estudio más minucioso de la balanza de pagos, la podemos dividir en balanza de mercancías (incluye las importaciones y exportaciones de mercancías) y en balanza de servicios (ingresos y egresos por servicios). Además, dada la importancia del turismo, se puede elaborar incluso una balanza de turismo. Para análisis más detallados, se puede hacer una balanza agropecuaria (ésto es importaciones y exportaciones de productos agropecuarios) y una balanza industrial (para registrar las importaciones y exportaciones del sector industrial).

2) Balanza de capitales

En la balanza de capitales, también llamada cuenta de capitales netos, se registran la entrada y salida de divisas del país, por conceptos relacionados con las inversiones y prestamos, así como las ganancias e intereses generados. Si las entradas de divisas son superiores que las salidas, la balanza de capitales será superavitaria, y si hay más salidas que entradas, será deficitaria.

Sin embargo, es necesario tener presente que se trata de capitales extranjeros, y que una entrada de capitales ya sea por concepto de préstamo o inversión generará a largo plazo la salida de dicho capital más una ganancia o interés; de la misma manera, una salida de capitales por préstamo o inversión, a largo plazo provocará el regreso del mismo capital más las ganancias e intereses que se generen. La balanza de capitales o cuenta de capital se integra por los siguientes rubros:

CAPITULO II MARCO TEORICO

1.- Largo plazo

A. Pasivos

- a) sector bancario
- b) sector no bancario
- c) otros pasivos

B. Activos

2.- Corto plazo

A. Pasivos

- a) sector bancario
- b) sector no bancario
- c) redocumentaciones y otros financiamientos

B. Activos

3) Errores y omisiones

En el rubro de errores y omisiones se registran todos los faltantes no contabilizados, los cuales significan errores; también aquí se incluyen el contrabando y la llamada fuga de capitales, cifras que no tienen una contrapartida contable.

4) Banco de México

Este renglón se encuentra integrado por los siguientes aspectos:

A. Variación de la reserva bruta, ésto es la cantidad de reservas monetarias que aumentan o disminuyen anualmente, y las que son manejadas por el Banco de México. Esta cantidad se conoce diariamente.

B. Asignación de derechos especiales de giro, sus siglas son “DEG” y son una clase de divisa internacional que emite el Fondo Monetario Internacional,

CAPITULO II MARCO TEORICO

a la que pueden acceder todos los países miembros, siempre y cuando cuenten con reservas monetarias en dicho organismo, como es el caso de nuestro país.

C. Compra-venta de oro y plata, renglón que antes se incluía en la balanza de la cuenta corriente, pero que ahora es manejada por el Banco de México, ya que en sus reservas se manejan estos metales.

D. Ajustes por valoración, el cual se registra cada año, porque puede ser que algunos activos monetarios del Banco de México se revalúen, o bien se devalúen según sea el caso y se deben ajustar de acuerdo con su nuevo valor.(26)

Todos los países del mundo registran y publican con gran esmero, sus transacciones comerciales con el resto del mundo, ya que la balanza de pagos revela la condición económica general de un país, lo cual nos da la pauta para pensar en lo importante que es para todas las personas en general, conocer las cifras que arroja la balanza de pagos.

REFERENCIAS CAPITULO II

- (1) Miltiades Chacholiades, Economía Internacional, 2da.Ed. Ed. McGraw Hill, México, D.F., 1995, pp. 4,5
- (2) Ibid. p. 5
- (3) Salvador Mercado H. Comercio Internacional I, 3a. Ed. Limusa, México, D.F., 1994, pp. 25,26,28,29
- (4) “¿Está usted interesado en exportar?”, en Gto. Exporta, febrero de 1998, Vol. 3, No. 22, pp. 2,3
- (5) José Antonio Fernández Arena, El Proceso Administrativo, 2da. Ed. Diana, México, D.F., 1991, p. 125
- (6) Ibid y Salvador Mercado H., Administración Aplicada Teoría y Práctica I, Ed. Limusa, México, D.F., 1994, p. 33
- (7) José Antonio Fernández Arena, Opus cit, p. 125
- (8) Salvador Mercado H. Opus cit, p. 34
- (9) José Antonio Fernández Arena, Opus cit, p. 138
- (10) Salvador Mercado H., Opus cit, p. 34
- (11) José Antonio Fernández Arena, Opus cit, pp. 138,139,140
- (12) Salvador Mercado H. , Opus cit, pp. 35, 37

CAPITULO II MARCO TEORICO

- (13) Daniel Guzman López, La Banca de Desarrollo en la Modernización Empresarial, Monografía, Escuela Profesional de Comercio y Administración, León, Gto., 1996, pp. 10,11
- (14) Nacional Financiera e ITAM, Programa de Desarrollo Empresarial I, México, 1994, p. 15
- (15) Alma Lilia Garcia Torres, Análisis Integral de la Micro y Pequeña Empresa, Tesis, Escuela Profesional de Comercio y Administración, León, Gto., 1996, pp. 24,25
- (16) Sara Gonzalez, Temas de Organización Económica Internacional, Ed. Mc Graw Hill, Madrid, España, 1993, pp. 2,3
- (17) Ricardo Torres Gaytan, Teoría del Comercio Internacional, 15a. Ed. Siglo XXI, México, D.F., pp. 74-77
- (18) Sara Gonzalez, Ibid., pp. 6-17
- (19) Miltiades Chacholiades, Opus cit, pp. 13-31
- (20) Miltiades Chacholiades, Opus cit, p. 324
- (21) Ibid, p. 324
- (22) Ibid, p. 325
- (23) Ibid, p. 325
- (24) J. Silvestre Méndez M., Opus cit, p. 286
- (25) Ricardo Torres Gaytan, Opus cit, p. 205
- (26) J. Silvestre Méndez M., Opus cit, pp. 286-289

3.1 IMPORTANCIA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

En nuestro país, como en la gran mayoría de las naciones de todo el mundo, las micro, pequeñas y medianas empresas representan un renglón muy importante en las economías nacionales, tanto por su numerosidad como por las fuentes de empleo que crean y su participación en la generación de ingresos. Este planteamiento lo podemos comprobar al retomar la investigación realizada conjuntamente por el INEGI y Nacional Financiera, en la que se destaca el hecho de que en México, de un conjunto de 1.3 millones de unidades productivas establecidas, la micro, pequeña y mediana empresa representa el 98% del total, absorbiendo más de la mitad de mano de obra y aportando 43% del producto.

Además, de esa misma suma de negocios, 97% es micro; 2.7% pequeñas; y 0.3% medianas. Así mismo, 57% son empresas dedicadas al giro comercial; 31% al sector servicios; 11% a la manufactura y el 1% restante a la industria de la construcción.

Por otra parte, el 61% de dichos establecimientos se encuentran localizados en sitios donde se presenta la concentración de la población, ubicándose así en el Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Puebla, Veracruz y en Guanajuato. (1)

Cabe señalar, que por lo general, la pequeña empresa es una fuente inagotable de inspiración, de la que surgen una gran cantidad de ideas creativas. Es un hecho reconocido a nivel mundial que las grandes innovaciones provienen tanto de las grandes empresas, como de las pequeñas. Bienes tan importantes para el ser humano como la computadora, la radio de transistores, el motor de propulsión, la maquina copiadora, el bolígrafo desechable, así como la transmisión automática y la dirección hidráulica son todos productos provenientes de la pequeña empresa.(2)

Se observa que la aceptación que puedan tener ciertos apoyos que se ofrecen a la micro y pequeña empresa, particularmente aquellos referentes a asistencia técnica, capacitación y asesoría, están muy relacionados con el nivel

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

cultural y de preparación profesional del empresario. Por ello, es importante tener en cuenta los resultados arrojados por la citada investigación, en la que se destaca el hecho de que el 38% de los empresarios a cargo de los negocios más pequeños tienen un nivel escolar de primaria o menor; mientras que en la pequeña y mediana empresa, 56 y 63%, respectivamente, tienen estudios profesionales. El 62% de las micro y pequeñas empresas se integran en sociedades familiares; en tanto que el 51% de las empresas medianas no están organizadas como sociedades familiares.

A su vez, el 50% de los propietarios de este tipo de empresas fija los precios de sus productos en el costo de las materias primas. El 62% de las empresas micro y el 50% de las pequeñas destinan sus utilidades a materias primas; mientras que la empresa mediana invierte el 48% de sus utilidades para adquirir maquinaria y equipo.

Casi el 72% de las empresas micro tienen como cliente principal al consumidor final, en tanto que la empresa pequeña y mediana destina sus productos y servicios a otro tipo de clientes.

El 61% de las microempresas realiza sus ventas al contado; al contrario de lo que sucede con el 72% de las pequeñas y el 75% de las medianas, que efectúan sus ventas a crédito.

La gran importancia social de estas empresas radica en el hecho del uso intensivo de mano de obra que requieren al realizar sus procesos productivos, ya que en promedio, una microindustria da empleo a 9 trabajadores, una pequeña emplea a 34 y una mediana a 131.

En cuanto al promedio de inversión por establecimiento, observamos que asciende a 10 000 pesos para la micro empresa; 54 000 pesos para la pequeña y a 321 000 pesos para la de tamaño mediana.

Con ello podemos deducir que el monto de inversión para generar fuentes de empleo es significativamente baja en las empresas micro y pequeña, en

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

comparación con las empresas medianas. Estos datos revelan que para generar un empleo en una empresa micro se requiere, en promedio, de una inversión aproximada de 1 000 pesos, en una empresa pequeña se requieren 1 600 pesos y en una mediana 2 400 pesos. (3)

El conjunto de planteamientos estadísticos antes señalados nos permite apreciar la gran importancia que tienen las micro, pequeña y medianas empresas en el entorno de nuestra economía. Entonces, el que éstas puedan acceder a los mercados internacionales constituye una prioridad de gran magnitud, ya que los programas de desarrollo económicos actuales señalan como motor del crecimiento económico a las exportaciones, las que solo podrán incrementarse de manera notable si se incluyen al sector exportador estas micros, pequeñas y medianas empresas.

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

3.2 PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA LOGRAR SU INTERNACIONALIZACION.

Si bien es cierto que la micro, pequeña y mediana empresa comparten ciertas características, también es un hecho que comparten problemas similares; desligados tajantemente de la problemática que pudiesen tener las grandes empresas, mismos que no consideramos en el presente estudio, ya que nos hemos centrado en las pequeñas empresas.

El conjunto de trabas que se les presentan a la micro, pequeña y mediana empresa para integrarse a las empresas que ya exportan son múltiples. A continuación se presentan algunas opiniones de expertos en el área que nos ocupa:

1.- En julio de 1997, al entrevistar al Ing. Luis Rebollar Corona, Presidente de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM) en ese entonces, apuntó:

“En primer lugar, se hace necesario que el sector exportador reciba tanto estímulos fiscales como financieros equivalentes a los que reciben las empresas de otros países con las que compiten, que les permitan no quedarse rezagados.

También es conveniente reconocer que existen dos mundos diferentes en cuanto a las empresas exportadoras. Por un lado esta la gran empresa, que cuenta con soporte tecnológico, socio extranjero y con acceso al mercado de capitales. Este tipo de empresa tiene resuelto su problema de financiamiento, ya que es una parte de su estrategia global.

La pequeña y mediana empresa, a la cual estamos tratando de incorporar al sector exportador y que es la que crea un mayor número de empleo en el país, son las que enfrentan problemas administrativos y de estructura de capital; las que tienen dificultades para justificar sus proyectos y, una vez que lo logran, se les presentan obstáculos para la asignación de los créditos. Además de

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

que las tasas de interés no son competitivas en relación con las que obtienen otras empresas.

Por otra parte, desde la perspectiva de la ANIERM se hace necesario fortalecer en la legislación correspondiente lo relativo a la promoción de las exportaciones, de tal manera que las pequeñas y medianas empresas puedan obtener los beneficios que en la actualidad reciben las grandes empresas”.(4)

2.- En una entrevista publicada en la misma fecha que la anterior, el Sr. Enrique Vilatela Riba, como Director General del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., señaló:

“En cuanto a los principales problemas que enfrentan los exportadores nacionales en los mercados internacionales, el director del Bancomext dijo que el primer obstáculo es cultural y mental, sobre todo en el pequeño y mediano empresario, en cuanto a darse cuenta que la exportación es verdaderamente una opción realista para ellos. Muchas veces las pequeñas empresas piensan que la exportación no es para ellos, sino sólo para las grandes empresas.

* Entonces, el obstáculo no es externo, es interno y refleja una falta de cultura hacia la exportación. La eliminación de estas trabas se logra a través de la educación y la motivación, mediante el conocimiento de las oportunidades que ofrece el mercado exportador.

Otro obstáculo es la serie de trámites burocráticos internos que muchas veces nos imponemos. Esto lo podemos vencer en base a desregular nuestra economía; de ahí el énfasis en los procesos de desregulación que faciliten el flujo normal del comercio*”(5)

3.- En la 2da. Encuesta de Comercio Exterior realizada a 345 empresas, las que se clasifican como microempresas el 9.5% de ellas, 47% como pequeñas, 18.3% como medianas y 25.2% como grandes (de acuerdo al criterio de clasificación de la SECOFI), en nuestra entidad, por personal adscrito a la

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE) publicada en septiembre de 1996, encontramos lo siguiente:

“... la mayoría de los empresarios señalaron que su principal obstáculo para aumentar sus exportaciones es el desconocimiento de mercados.

Asimismo, los excesivos trámites para exportar, el transporte inadecuado, las normas internacionales, falta de servicio postventa, la baja capacitación y las restricciones sanitarias y ecológicas, representan obstáculos serios para el exportador.”(6)

4.- En entrevista realizada en febrero de 1998, el Sr. Eduardo Mapes Sanchez, Subdirector de Promoción de Inversiones de Nacional Financiera, declaró:

“A diferencia de las grandes empresas, para que las pequeñas y medianas puedan tener acceso a los mercados internacionales en un contexto de mayor eficiencia y competitividad, es necesario que cuenten con los instrumentos adecuados de financiamiento y asistencia técnica que les facilite su inserción en la economía mundial.

La falta de recursos financieros y humanos es un obstáculo para su internacionalización, ya que ésta requiere que las pequeñas y medianas empresas asignen recursos para realizar actividades de exploración y prospección en el extranjero y contar con una red de contactos, etc. Asimismo, muchas veces estas empresas no cuentan con la capacidad para obtener financiamiento en el mercado internacional, ni con el personal calificado para realizar acuerdos de cooperación internacional.”(7)

5.- A su vez, los investigadores Matilde Luna y Ricardo Tirado, adscritos al Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, manifiestan lo siguiente:

Entre los problemas comunes de las pequeñas empresas, destacan:

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS.

“- Administración. En general las PYMES (pequeñas y medianas empresas) ignoran las técnicas modernas de organización, gestión y contabilidad. Muchos negocios desconocen las leyes y reglamentos que norman su actividad y operan informalmente, con lo que evaden al fisco.

- Dueños. Los propietarios de las PYMES son todólogos y hombres orquesta, que lo mismo realizan un trámite que componen un insumo, visitan un cliente o reparan una máquina.

-Crédito. Para las PYMES el crédito es casi inalcanzable. Las tasas de interés son muy altas y no se les considera sujetos de crédito porque carecen de garantías que exigen los bancos, además de que se topan con graves dificultades para realizar los trámites.

- Producción. Sus máquinas, equipos y herramientas son en general escasos, además de obsoletos. Puede decirse que emplean tecnología caduca y carecen de información sobre las novedades disponibles. Es común que el personal de estas empresas sea inestable y carezca de calificación, reciba bajas remuneraciones y tenga una productividad muy baja.”(8)

6.- En la obra titulada Estrategia Internacional, escrita por José Carlos Jarillo y Jon Martínez, señalan:

“Las firmas que emprenden el proceso de internacionalización deben estar preparadas para superar una serie de obstáculos financieros, comerciales, logísticos, culturales y legales. Estos son los ingredientes que hacen más compleja y arriesgada la operación internacional en comparación con la interna.

- Los obstáculos financieros más comunes suelen ser la falta de adecuados créditos a la exportación que permitan cubrir el largo ciclo entre la preparación de un pedido y el cobro final al cliente extranjero, y la gran fluctuación de las monedas, que dificulta mucho la planificación financiera y afecta significativamente la rentabilidad de las operaciones internacionales.

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

- Los obstáculos comerciales más habituales son el desconocimiento de oportunidades comerciales y el difícil acceso a compradores potenciales en el extranjero, la falta de contactos en los mercados de destino y de conocimiento de la estructura de distribución, prácticas comerciales, etcétera.

- Las dificultades logísticas crecen con la lejanía de los mercados y se manifiestan en costosos viajes para explorar los mercados, altos fletes, elevados costes de coordinación y control, etc. Los problemas culturales más frecuentes provienen de la diferencia de idiomas, desconocimiento y falta y de sensibilidad a los gustos, costumbres y tradiciones de los diferentes países, etc.

- Entre las restricciones legales más usuales están todas las impuestas por los gobiernos, especialmente las del país que recibe la exportación o la inversión directa.”(9)

7.- En el mes de mayo de 1998, en una charla con el Lic. Eligio Flores Cadena, experto en el área de comercio exterior, opinó que el principal problema de la micro, pequeña y mediana empresa para lograr integrarse a la comunidad de empresas exportadoras, es la deficiente cultura empresarial de la persona que se encuentra al frente del negocio. El deseo del dueño de abarcar todas las funciones de los empleados de la empresa, le hace distraerse de actividades tan importantes como lograr una adecuada administración. De esta manera, el Lic. Flores señala que la problemática para exportar en la gran mayoría de los casos no consiste en el diseño y calidad del producto, ya que éste puede cumplir cabalmente con la serie de requerimientos impuestos, sino que el problema se centra en el desconocimiento de como realizar el proceso de exportar.

Frecuentemente, el pequeño empresario que desea exportar acude a alguna institución gubernamental (ya sea el Bancomext, o bien COFOCE en el estado de Guanajuato) para ser auxiliado, pero se encuentra con la situación de que podrá ser o no objeto de apoyo, dependiendo de la carga de trabajo que tengan en ese momento en la oficina pública, o tal vez depende de tener o no influencias con algún alto funcionario. Por ello, es muchas veces difícil encontrar en el sector público el apoyo necesario; apoyo que el empresario, -opina el Lic.

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Flores-, debería buscarse desde un principio con un experto en el ramo del comercio exterior, ya que los especialistas en el área están capacitados para realizar proyectos integrales de exportación, ellos conocen perfectamente la materia, y así el pequeño empresario tendrá la garantía de saber que tiene en sus manos un proyecto viable de exportación. Sin embargo, el empresario en su afán de *sabelotodo* no esta en posición de confiar su proyecto a un extraño, y menos aún dispuesto a pagar de sus escasos recursos por un trabajo que el considera puede realizar por sí mismo perfectamente. En ello radica en opinión del Lic. Flores el principal problema del pequeño empresario para exportar. (10)

Por otra parte, al retomar el estudio realizado por el INEGI y Nacional Financiera a 1.3 millones de unidades productivas, observamos que solo el 23% de las empresas micro y casi el 50% de las pequeñas y medianas solicitaron algún tipo de crédito en los seis meses previos a la realización de la investigación. El 50% de los negocios más pequeños y el 71% de los pequeños y medianos han realizado solicitudes de crédito a la banca comercial y manifestaron que las principales dificultades con que se toparon fué el alto grado de complejidad en la tramitación y las elevadas garantías.

Se revelo que en nuestro país, de las micro y pequeñas empresas manufactureras sólo el 10% de ellas son exportadoras. Opinan que los motivos que les impiden canalizar parte de su producción al extranjero se relaciona con la carencia de información, la excesiva complejidad de los trámites a seguir y la falta de financiamiento. Es notable que en ningún caso se reconoce como obstáculo para ingresar a los mercados externos la falta de competitividad.

Solamente el 26% de las empresas micro, pequeñas y medianas son proveedoras de bienes y servicios al sector público y a las grandes empresas. Con ello observamos que no existe una adecuada vinculación entre estos pequeños negocios con los grandes ni con el sector gobierno.

En cuanto a la utilización de tecnología de punta, el 53% de las micro y pequeñas empresas trabaja con lo que se denomina "tecnología propia", que basicamente es la adaptación y modificación aplicada a su proceso de producción

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

y al diseño de sus propios productos. Este aspecto es de particular importancia, ya que queda de manifiesto el poco o nulo acceso que tienen estas empresas a los avances tecnológicos, lo que se refleja en baja calidad y en una debilidad frente a los retos de la apertura comercial. Asimismo, el 47% de las micro, pequeñas y medianas empresas habilita, mediante una capacitación del todo informal, a sus empleados.(11)

Considerando las diversas opiniones antes expuestas, se desprende que efectivamente como ya hemos mencionado en las primeras páginas de la presente investigación, existen determinados obstáculos que impiden a las pequeñas unidades productivas lograr la canalización de su producción a los mercados externos, los cuales se presentan a continuación, (el orden de su aparición no indica parámetros de mayor o menor importancia): 1) la persona que se encuentra al frente del pequeño negocio carece de una eficiente cultura empresarial, llamada también aculturación; 2) incapacidad para conseguir financiamiento, ya que carecen de las garantías que exige la banca; 3) su nulo acceso a la tecnología de punta, lo que impide lograr estándares internacionales de calidad; 4) los excesivos trámites que se deben realizar en la exportación y su complejidad inhiben el deseo de exportar; y 5) la dificultad de que los apoyos gubernamentales sean conocidos por el universo de las pequeñas empresas y las trabas para lograr ser sujeto de apoyo. Aclarando que estos obstáculos constituyen los principales, más no son las únicas trabas con las que se enfrenta el pequeño empresario.

ALIANZAS ESTRATEGICAS, LA NUEVA OPCION

INTRODUCCION

En el presente apartado nos ocuparemos de analizar la figura de las alianzas estratégicas. En primer lugar se parte de ubicar la situación económica actual dentro del marco de la globalización, lo que obliga a las empresas a alcanzar competitividad a nivel mundial. Para nuestro país éste punto es fundamental, ya que más del 90% de nuestras empresas son de tamaño micro, pequeña y mediana. De ahí que el sector público tenga que reevaluar la eficiencia de los apoyos otorgados a dichos negocios. Es entonces donde al observar la experiencia exitosa en otros países -especialmente asiáticos- en materia de instrumentar las llamadas alianzas estratégicas o vinculaciones empresariales, surge la inquietud de implementar este esquema en México, pues se ha demostrado que no es lo mismo apoyar a una empresa en forma aislada a apoyar a un conjunto de ellas al integrarse en redes, puesto que los recursos inyectados pueden optimizarse y de esta manera lograr mejores resultados. Además se tratarán las distintas formas en que los empresarios pueden organizarse, los factores que deben considerarse en la formación de una alianza estratégica, el caso de éstas entre pequeños negocios, así como los problemas claves a los que se enfrentan las empresas al realizar contrataciones.

LA GLOBALIZACION

Los cambios estructurales que se presentan en la industria y el comercio internacional tienen como característica la creciente tendencia hacia la globalización y la interdependencia de la economía mundial.

Algunas de las particularidades que dominan los cambios en la industria y el comercio internacional son:

- El constante crecimiento de la productividad en el ramo industrial como resultado de las innovaciones tecnológicas.

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

- El continuo desarrollo de los servicios, particularmente en sectores como la informática y las telecomunicaciones.

- La recolocalización de importantes actividades industriales a partir de la mayor competencia y especialización de algunos mercados nacionales.

- La creciente división de los procesos productivos en subprocesos, lo que ha conducido a un considerable aumento del comercio intraindustrial.

- Los avances tecnológicos, particularmente en telecomunicaciones, han facilitado la interrelación de los mercados, modificando los canales de distribución.

- La reducción de la mano de obra en el sector industrial debido a los aumentos en la productividad.

Todas estas características forman parte de un proceso de conformación de grandes bloques económicos y de un dinámico y acelerado fenómeno de redistribución internacional de las actividades manufactureras, también conocido ampliamente como globalización de la producción; la cual tiene que ver tanto con la fabricación de un mismo producto en diferentes mercados, como con la producción de partes y componentes elaborados en países diferentes y que después se integran en un solo producto.

La globalización - originada por las transformaciones y la reestructuración de las economías en Europa Central y Oriental y en los países del Mediterráneo, Latinoamérica y Asia, - así como la intensificación del comercio internacional derivado de organismos como la Organización Mundial del Comercio (OMC), son factores que han modificado en gran medida las estrategias de desarrollo de las empresas.

Indudablemente, el fenómeno de la globalización conduce a una mayor interdependencia, cooperación, coordinación y concertación entre los gobiernos y entre las empresas de diversos países y regiones.

Por mucho tiempo, la internacionalización fué considerada como estrategia de desarrollo exclusiva de las grandes empresas, pero actualmente se ha convertido en una realidad ineludible para las empresas pequeñas y medianas.

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

El bienestar de muchas economías nacionales, durante los años setenta, se basaba principalmente en el éxito excepcional que registraban sus grandes empresas. Sin embargo, al principiar la década de los ochentas se invirtió esta tendencia.

Aunque en ciertos países las empresas grandes seguían obteniendo beneficios como resultado del crecimiento en sus niveles de producción y ventas, éstos ya no se traducían en la generación de nuevas fuentes de empleo. Lo cual condujo a muchas naciones a analizar ampliamente los objetivos e instrumentos de política económica y de crecimiento para las pequeñas y medianas empresas.

A fin de que las pequeñas empresas, a diferencia de las grandes, puedan acceder a los mercados internacionales en un contexto de mayor eficiencia y competitividad, se requiere que cuenten con estrategias adecuadas de financiamiento y asistencia técnica que les facilite su inclusión en los mercados internacionales.(12)

DE LA EMPRESA INDIVIDUAL AL ESQUEMA DE COOPERACION

Durante los últimos 30 años, la búsqueda de mecanismos para desarrollar a la micro y pequeña empresa ha estado presente en la agenda de varias instituciones de desarrollo.

Al principio, el centro de apoyo fué la empresa individual, partiendo de la idea de que el principal problema para la creación y desarrollo de estas empresas consistía en la falta de acceso al crédito, por lo que se crearon instituciones orientadas a otorgar financiamiento a la micro y pequeña empresa. Sin embargo, la experiencia fué mostrando que el problema de desarrollo de estas empresas era más complejo, y que por ello, era necesario ampliar los apoyos, ya que la carencia de crédito era tan solo uno de los tantos problemas que enfrentaban, sumándose los de carácter tecnológico, falta de acceso al mercado, falta de organización y estándares de producción, por mencionar algunos.

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Desde esta perspectiva, los responsables de realizar los programas gubernamentales de la política económica y de las instituciones de desarrollo llegaron a concluir que el principal problema de las pequeñas empresas es su incapacidad de generar un proceso propio de aprendizaje que les permitiera superar sus problemas, y que por lo mismo, el funcionamiento con apoyos externos tampoco era la solución para su desarrollo.

En la década de los noventas, las instituciones de desarrollo han reenfocado sus esfuerzos, cambiando el sujeto de atención hacia el concepto de redes empresariales, bajo la estimación de que es mejor apoyar a empresas en redes de producción, que a empresas individuales. Este nuevo planteamiento, fué alentado al considerar que las empresas agrupadas en redes tienden a generar un proceso de aprendizaje que no se da cuando operan en forma aislada, generándose lo que se conoce como “economías de cooperación”. Lo fundamental de este concepto es que se trata de inducir procesos internos de aprendizaje, que en un dado momento se pensó que se podían generar desde afuera; sin embargo la experiencia demostró que los recursos externos tienden a ser más costosos y generalmente no logran desarrollar las capacidades hacia el interior de la empresa, por lo que se hace necesario aplicar en forma permanente este apoyo, lo que resulta sumamente ineficiente, tanto desde la perspectiva empresarial como desde un punto de vista de la sociedad en su conjunto. En cambio, cuando se logran generar procesos de aprendizaje en una relación empresarial, la dinámica es interactiva y con ello el apoyo externo simplemente afianza la relación de largo plazo.

Actualmente, la cooperación entre empresas de diferentes tamaños se ha convertido en una práctica común en todo el mundo. En este sentido, la empresa grande induce la descentralización para enfrentar los retos de procesos productivos flexibles, y con ello asume las características de la pequeña empresa en términos de empleo, pero al constituirse en integradora se mantiene como la gran entidad en aspectos de organización y comercialización.

El caso típico de colaboración entre empresas grandes y pequeñas la encontramos en Japón y ha sido seguido por otros países del este asiático. Dicha

colaboración se ha dado principalmente a través de la subcontratación, la cual Clemente Ruíz Durán, experto en cuestiones económicas define como una relación contractual entre dos empresas, en donde tradicionalmente el productor final o ensamblador (llamada empresa organizadora o contratista) le solicita a otra empresa que le manufacture alguna parte o producto semiterminado (empresa subcontratada) para integrarla al producto final, para lo cual se indican especificaciones y programas de entrega, a cambio, la empresa subcontratada puede recibir financiamiento y materias primas o bien, asistencia técnica. Esta cadena de subcontratación se amplía en un primer nivel de proveedores directos de la empresa organizadora, mismos que se convierten en nuevos contratistas, generando a su vez una nueva red de subcontratación, y así sucesivamente, constituyéndose en esquema de estilo piramidal. De hecho se trata de redes integradas de producción, y no de esquemas de proveedores temporales.

En los países industrializados encontramos las experiencias más exitosas de desarrollo de la subcontratación, especialmente derivados de relaciones entre empresas de diferentes tamaños. Este proyecto de cooperación interempresarial ha encontrado un amplio apoyo por parte del sector público, creando un esquema institucional que permite ampliar las tareas de capacitación, desarrollo tecnológico y financiamiento. En este sentido se puede decir que el mercado ha desarrollado estas relaciones, mientras que el sector público ha reforzado este proceso; es decir, la subcontratación ha sido inducida por la demanda y apoyada por un complejo sistema de apoyos institucionales.

A fin de lograr mejores resultados en una relación de subcontratación, se ha venido desarrollando en los últimos años un sistema de subcontratación con las características de un *cluster* (agrupación de cooperación empresarial) de innovación, cuyo propósito sea reducir los costos y lograr una mayor flexibilidad productiva.

A diferencia del sistema tradicional, en este caso la empresa organizadora busca una relación permanente con la empresa subcontratada, para que en lugar de ser un satélite del centro productivo, forme parte del equipo que diseña el producto final, lo que le ayudara a tener una idea más clara sobre como

realizar los diseños de las partes que deberá proveer para el producto final. En este caso se origina un sistema de innovación cooperativo, en donde se involucra a toda la red de producción, es decir, se trata de un sistema descentralizado de innovación, espacio que debe de ser conservado por las partes, ya que les reditúa una serie de beneficios mutuos.

Pasar de la subcontratación tradicional a la innovación, implica relaciones horizontales. Es decir, no se trata de subordinación, sino de cooperación estrecha entre diferentes niveles de empresas, lo que conlleva una reorganización de la empresa grande en términos no solo de una mayor flexibilidad y evitar las burocracias de los grandes números, sino de incorporar, mediante la asociación, novedosos esquemas de investigación y desarrollo de productos compartidos con las empresas de menor tamaño. Todo ello ahorra recursos financieros a la empresa grande y eleva el valor de su multiplicador, al canalizar parte de su producción hacia otros negocios en vez de concentrar los esfuerzos de innovación dentro de su estructura formal. En este sentido, podemos hablar de una desconcentración creativa, demostrando que del gigantismo no se obtuvieron los resultados que se esperaban, que la organización industrial de fin de siglo parece ser una buena solución, con un esquema más cooperativo.

La firma "Toyota", en Japón, es un ejemplo de este tipo de estructura, y un esquema similar lo podemos encontrar también en empresas de menor tamaño como "First" (productora de máquinas de herramientas en Taiwan), que ha logrado crear un núcleo de empresas subcontratadas con las que desarrolla de manera conjunta partes que integran sus productos finales; el núcleo básico lo constituyen 400 empresas, creándose de esta forma un nicho de innovación tecnológica.(13)

Estas vinculaciones inter-empresas llamadas también alianzas estratégicas, permiten, por un lado, aprovechar las ventajas que la globalización ofrece y, por el otro, aliviar las deficiencias en la estructura industrial del país y elevar su posición competitiva, ya que en ausencia de estos acuerdos empresariales, en mercados menos desarrollados, las grandes empresas generalmente deciden integrarse verticalmente, o bien importar partes y

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

componentes para sus procesos productivos, con el fin de evitar los altos costos de transacción derivados del desconocimiento o la falta de proveedores potenciales.

Por lo cual, los gobiernos de los países en vías de desarrollo están esforzándose al adoptar un papel más proactivo, actuando como promotores y facilitadores de dichas vinculaciones.(14)

El profesor de economía Alejandro Ibarra Yúñez del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, afirma que la justificación de la conformación de las vinculaciones empresariales no se encuentre en la teoría económica de la eficiencia, derechos de propiedad, quiebra o disciplina del mercado, sino en los casos de desigualdad entre contratantes, donde una de las partes posee información, tecnología poder de negociación, mientras que la otra no. Es decir, la formación de consorcios empresariales contribuye a que un sector entero consiga la reputación y el tamaño suficiente para lograr la comercialización, el financiamiento y el avance o “brinco” tecnológico. Así pues, las variables para evaluar una alianza estratégica son precisamente aquellas relacionadas con la comercialización, la capitalización y la tecnología.

Más aún, las empresas pequeñas o medianas necesitan relativamente más las alianzas que les permitan ahorros en costos a través del logro de economías de escala y mejora tecnológica. Un estudio reciente de Hann (1991) propone que lo que se debe evaluar en cada tipo de alianza es la ganancia resultante en cada paso de la nueva estructura de negocios derivada, o lo que se denomina el superávit del productor y de consumo, más que la tasa de utilidad o el rendimiento de la inversión.

Asimismo, otro de los objetivos de estos acuerdos es reducir los costos de transacción sobre normalización y estándares, patentes y marcas. Los estudiosos Porter y Williamson de manera definitiva están de acuerdo en que, después de un análisis de rentabilidad, el factor más importante en la decisión de expandirse es la transferencia de tecnología o la innovación continua. Es decir, la transferencia de aquel activo (tecnología) que permite diferenciar y volver

competitiva a la empresa, es el factor más relevante al analizar la integración vertical u horizontal de las empresas. Para Porter, una empresa logrará el éxito siempre y cuando realice una innovación y logre mantenerla, (esto es, encontrar su ventaja competitiva y conservarla).

Por su parte, el Profesor Alejandro Ibarra enlistó, en su opinión, las contribuciones más importantes de las alianzas estratégicas, las que se presentan a continuación:(15)

CONTRIBUCIONES MAS IMPORTANTES DE LAS ALIANZAS ESTRATEGICAS:

A) Reducción de riesgo

- Diversificación de productos en la cartera
- Dispersión o reducción de costos fijos
- Compartimiento de presión de inversión de capital
- Adaptación rápida, entrada fácil y retornos rápidos
- Mejora tecnológica del producto final
- Ganancia de seguridad ante riesgos no planeados

B) Economías de escala o nichos

- Mayor volumen de producción o costo unitario menor
- Cobertura de mercados emergentes
- Penetración a mercados si el producto tiene potencial
- Costos compartidos de ventajas comparativas de socios
- Logro de economías pecuniarias (crédito, otros)
- Facilidad compartida de redefinir nichos de mercados.

C) Avance tecnológico

- Sinergías en tecnologías
- Acceso y mejora tecnológica de otra manera inaccesible
- Intercambio de patentes y territorios

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

D) Integración vertical

- Acceso a materiales, capital, tecnología, fuerza de trabajo
- Salto de barreras comerciales e integración doméstica
- Acceso a canales de distribución
- Acceso a marcas y patentes reconocidas o sólidas
- Mejora de calidad del producto
- Enlazamientos mayores en la cadena de valor (agregados)
- Compartimiento de costos de investigación y desarrollo

E) Expansión internacional

- Penetración de mercados de otra manera inaccesibles
- Acceso al *know how* (saber cómo)

F) Protección o reducción de competencia

- Reducción de participación de otras compañías
- Acuerdos exclusivos
- Participación de mercado en bloque

FORMAS DE VINCULACION EMPRESARIAL

Ronaldo Poucel Van Der Mersch, Director de Promoción de Inversión Extranjera y Alianzas Estratégicas de Nacional Financiera, define el término “vinculación empresarial” o “alianza estratégica” a todas las posibles formas contractuales en las que participan dos o más empresas, con el objetivo de aliarse para llevar a cabo un proyecto. Lo anterior implica una relación continua con operaciones repetidas, en contraposición a operaciones individuales o esporádicas. De esta manera, la vinculación entre empresas puede clasificarse atendiendo a diversos arreglos contractuales, conforme al grado de control que una parte ejerce sobre la otra. La clasificación puede ser desde el control completo de la organización interna hasta llegar a la dependencia total del mercado. Poucel elabora la siguiente clasificación:

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

- * Control accionario total (100%)
- * Coinversión (mayoría, 50-50, ó minoría)
- * Acuerdo de cooperación industrial
- * Licencia de fabricación o franquicia
- * Relación de mercado:
 - Transacción con el mercado *spot* (ventas a distribuidores y comercializadoras, para clientes finales)
 - Relación contractual de largo plazo entre comprador y vendedor

Por otra parte, desde un punto de vista estrictamente comercial, una empresa manufacturera puede vincularse con otra a través de varios tipos de relaciones, como:

- * La relación hacia adelante, con esto se refiere a la comercialización del producto final, incluyendo el servicio post-venta.
- * La relación regresiva o hacia atrás, que refiere a la compra de insumos incluyendo partes, componentes y materias primas.
- * La relación horizontal, la que puede darse a través de la competencia o la cooperación con otras empresas de tamaño similar y que producen bienes semejantes.

Es bien sabido que la vinculación regresiva existe en casi todas las actividades comerciales, pero ésta es más común en la industria manufacturera. Además existe mayor posibilidad de desarrollar una vinculación regresiva cuando un producto final requiere de diversos tipos de componentes industriales, o bien involucra ciertas tecnologías o procesos.

Al término vinculación regresiva también se le denomina “subcontratación” o proveeduría local, siendo esta la forma de uso más generalizada a nivel mundial, en especial en la industria automotriz y eléctrico-electrónica, esto lo podemos ejemplificar al observar que la tasa de producción de partes y componentes hecha en la propia planta de los fabricantes japoneses de automóviles, es en promedio de 30% y la diferencia (70%) es adquirida de subcontratistas que fabrican partes y componentes para ellos.

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

En contraste, la tasa de producción de partes y componentes en la propia planta de los fabricantes de Estados Unidos la encabeza la empresa General Motors con aproximadamente 70%, seguida por Ford con un 50% y Chrysler con 30%.

En cuanto a los fabricantes europeos de automóviles, también se encuentran en una situación similar a la estadounidense; y la tasa de producción en planta de muchos fabricantes alemanes y franceses es de alrededor de 40-50 por ciento.(16)

FACTORES A CONSIDERAR EN LA FORMACION DE UNA ALIANZA ESTRATEGICA

A continuación se exponen los principales parámetros a examinar -en opinión de Eduardo Mapes Sanchez, Subdirector de Promoción de Inversiones de Nacional Financiera- en la cooperación empresarial para la integración de alianzas estratégicas que deben tomar en cuenta los hombres de negocio.

En una primera instancia, los empresarios deberán preguntarse: ¿Cuáles son los elementos para evaluar pérdidas y considerar beneficios en una posible asociación?. Además ambas partes de una alianza estratégica deberán evaluar si los avances que pretenden alcanzar favorecerán la competitividad. Otras interrogantes que deberán plantearse serían: ¿Qué nuevos productos y procesos introducirá cada parte para lograr ser más competitivos?, ¿Cómo asegurarse que se están utilizando tanto las tecnologías existentes como las nuevas para alcanzar el máximo provecho de la empresa conjunta?.

Para responder lo anterior, las firmas que conformen la alianza deberán ponderar y jerarquizar ventajas y desventajas entre ellos, la competitividad, el perfeccionamiento de la tecnología, la vulnerabilidad ante los cambios del entorno, la expansión y el acceso a nuevos mercados, así como la amplitud de la red comercial y la capacidad financiera.

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Pero no sólo estos factores se deberán considerar, como en toda alianza, también existen riesgos y factores negativos que, eventualmente, pudieran generarse, como son la pérdida de autonomía e independencia, además de posibles rivalidades ante terceros, por ejemplo, la relación con algún proveedor, cliente o intermediario de las partes que integrarán la asociación. Aunado a esto, también va de la mano el peligro de que una de las partes sea absorbida por la contraparte.

Fundamentalmente, las alianzas estratégicas conllevan los siguientes elementos:

- * La fijación de objetivos dirigidos a favorecer el crecimiento y presencia en los mercados.
- * Definir metas por años a mediano plazo, no por períodos cortos
- * Los socios frecuentemente renuncian a su propia competencia, para facilitar el éxito de la alianza.

Con estos tres elementos, pueden establecerse complementariedades de acuerdo con las fortalezas -para el caso de las empresas mexicanas algunas son: conocimiento del mercado, su cercanía a nuevos mercados y costos de producción más bajos- y a las fortalezas de las empresas europeas que tengan tecnología, *know how* y experiencia en actividades internacionales, por mencionar un ejemplo.

Se pretende, por lo tanto, generar aquellas alternativas de asociación que permitan generar sinergias y oportunidades, realizando ejercicios de simulación que ayuden a medir y evaluar defectos e impactos sobre los puntos fuertes y débiles de cada una de las empresas; primero hacerlo en forma individual y posteriormente ya celebrada la alianza.

En base a lo anterior, se pueden plantear alianzas estratégicas justificadas por el objetivo que se pretende alcanzar:

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

A) **Preservación.** Los empresarios buscan consolidar y defender la actividad medular de su negocio, además de acceder a nuevos mercados fuera de sus fronteras e incorporar nuevas tecnologías o recursos específicos como las materias primas y la mano de obra;

B) **Actualización.** La empresa busca modernizar la actividad medular del negocio, reforzando la posición competitiva y reteniendo el liderazgo, incluso también desarrollando nuevos productos o mercados; y

C) **Reestructuración.** Estas alianzas se crean para redimensionar o dejar un negocio, racionalizando los gastos o reconvirtiéndose.

Desde la óptica anterior, las empresas están realizando fuera de su propio territorio acuerdos con otras empresas para impulsar la producción, transferencia de tecnología y desarrollo, comercialización o una combinación de éstos.

La coordinación e integración operacional es esencial. Los métodos de administración de la empresa local y extranjera deberán ser compatibles, delineando un plan de operaciones que supervise que todos los elementos se encuentren en orden antes del arranque de la asociación, estableciendo además, esquemas apropiados de liderazgo, responsabilidad y control, lo que permitirá detallar la estructura final de la alianza en términos fiscales y legales.

Sin embargo, el establecimiento de una alianza no garantiza de un día para otro la competitividad de una firma. Para ello, es necesario considerar los siguientes elementos:

A) **Innovación.** Desarrollo y explotación de nuevos productos, servicios y procesos operativos.

- Reducir riesgos vía acceso al *know how*
- Minimizar costos de desarrollo y comercialización
- Hacer flexible la operatividad de la empresa

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

B) Maximizar eficiencia operativa. Producir artículos con flexibilidad y brindar servicios con la mayor calidad y menores costos

- Alcanzar parámetros internacionales de costos
- Lograr niveles mundiales de calidad
- Requerimiento de invertir en equipo nuevo
- Participar activamente en la cadena productiva

C) Ajustes estructurales. Responder eficientemente a cambios en el entorno del negocio.

- Enfocarse a la actividad empresarial de la empresa, subcontratando actividades no esenciales.
- Desarrollar una estructura organizacional capaz de tomar decisiones rápidas.
- Minimizar los costos del cambio

A continuación se presenta una breve relación de las principales causas que pueden originar los fracasos en las alianzas:

*Falta de información entre las partes, así como no contar con criterios de evaluación y calificación similares

* No determinar con objetividad el acercamiento empresarial, es decir, carecer de elementos sobre calidad del producto, sector industrial, parámetros comerciales y dimensión de las capacidades instalada y utilizada, entre otras.

* Carecer de conocimiento respecto a las restricciones de entrada a los mercados o desconocer cómo aprovechar los acuerdos internacionales que integran los países a donde eventualmente se exportará el producto.

Estas son tan sólo algunas determinantes que dificultan la consecución de una alianza. Por ello son tan importantes los encuentros (individuales y en el marco de encuentros empresariales, de ferias y exposiciones) con el fin de entender las diferencias culturales y la claridad, objetividad y mentalidad de la contraparte potencial. En suma, para vencer dificultades, obstáculos, escepticismo y apatía de los empresarios que formarán la alianza o constituirán la empresa

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

conjunta, la información, “química” y calidad en la relación de los socios son los factores de éxito.

LA COOPERACION INTEREMPRESARIAL ENTRE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Está se dá cuando una pequeña empresa subcontrata a otro negocio pequeño, después de lograr un pedido para elaborar un producto específico. En este caso se realizan operaciones basadas en el conocimiento mutuo de la estructura de costos, en donde la empresa que recibe el pedido reconoce que sus costos son más altos y que, por esa razón, constituirá una cadena de subcontratación, tan amplia como sea necesaria para cumplir con el compromiso de producción contraído.

De esta forma, la empresa que subcontrata reduce sus costos fijos de mano de obra, y por lo mismo tiene una planta laboral más flexible. Además, en esta relación de subcontratación la firma que contrata tiene la posibilidad de ser más exigente en cuestiones de calidad, al realizar revisiones más estrictas de los productos que se le entregan, lo cual conlleva a poder adoptar métodos de calidad total con menor número de conflictos laborales. En este tipo de subcontratación se establecen mecanismos de inspección más rigurosos, lo que permite elevar el nivel de calidad de manera permanente a lo largo del proceso de producción.

En ciertos países la subcontratación ha sido motivada por la creciente escasez de mano de obra, lo que ha fomentado redes de producción más amplias, como es el caso de Taiwán, en donde el alto índice de crecimiento económico ha ocasionado escasez de mano de obra.

La subcontratación entre pequeños negocios también puede obedecer a una solicitud de un cliente para elaborar un producto con tecnología superior a la disponible en la planta, ante lo cual se realiza un proceso de subcontratación temporal, lo que a su vez contribuye a incrementar el nivel tecnológico de la empresa.

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

En términos generales, la empresa que subcontrata buscará establecer un sistema de producción en donde no se ponga en juego la calidad del producto, por lo que estas empresas subcontratan las partes más fáciles del proceso, lo que les permite mantener el control sobre el terminado de los productos.

En este sentido, se puede identificar una serie de relaciones de subcontratación en pequeñas empresas, derivadas de la falta de capacidad productiva, de que los costos externos son más bajos, de la carencia de tecnología, de la escasez de mano de obra calificada y de la falta de capital. Todo esto resulta en la ampliación de la economía de redes, que pueden incluso estar bien organizadas en parques industriales, de los cuales uno de los que ha alcanzado mayor éxito es el de *yokohama, Japón*. En este mismo grupo encontramos el complejo industrial de *Kanazawa*, creado en 1966 y donde una cuarta parte de los establecimientos son pequeños, conformando redes de producción entre ellos mediante esquemas de subcontratación.

Una vez que los pequeños empresarios son capaces de establecer operaciones de subcontratación, ahora el gran reto es cómo mantener estas relaciones sin que los rebasen, ya que las tareas involucradas en este proceso son muy diversas y, a diferencia del esquema jerárquico de subcontratación usado por las grandes empresas, las pequeñas tienen que diseñar estrategias que impidan que los otros empresarios los desplacen como organizadores de la red de producción, por lo que están obligados a establecer acuerdos cooperativos de beneficio mutuo.

En este caso, el problema es cómo manejar la información, ya que el organizador inicial de la red de subcontratación tiene que impedir la comunicación directa entre diferentes empresas para poder mantener el control de la red, ya que, de lo contrario, el esquema de organización desaparece y se crea una nueva red de producción. De esto surge la idea de contactos controlados dentro de la subcontratación, para lo cual existe un ordenamiento mínimo en términos de cantidad, requerimientos de habilidades y fechas de entrega.

La empresa organizadora tiene frente a sí un esquema complejo, puesto que las ordenes de producción pueden no tener la estabilidad que requiere un

sistema de subcontratación, lo cual implica cierto nivel de riesgo o, en su caso, retardos en la entrega de los pedidos, puesto que la empresa subcontratada puede esperar hasta la confirmación de la orden para iniciar la producción. Generalmente, una empresa bajo estas condiciones asumirá el riesgo de iniciar la producción. Este riesgo en ocasiones puede ser demasiado elevado, y se irá ajustando conforme las empresas logren un mayor conocimiento de sus clientes. Ante esta situación, los empresarios normalmente no se limitan a una sola relación, sino que buscan diversificar sus relaciones de subcontratación. En Taiwán este problema ha sido resuelto mediante un “pacto de caballeros”, por el cual en temporadas de alta demanda los negocios subcontratados, realizarán el trabajo primero para los coordinadores y, en las épocas de baja demanda, las empresas coordinadoras darán prioridad en el trabajo a las empresas subcontratadas.

Algunos empresarios que subcontratan optan por controlar a las subcontratadas obligándolas a que trabajen únicamente para ellos, con el propósito de asegurar niveles de calidad y tiempos de entrega. Esta modalidad de organización resulta sumamente benéfica para las empresas que organizan la red, y puede asumir una forma obligatoria que se podría llamar “asociación fuerte” (*hard*) o asociación débil (*soft*).

En el primer caso (*hard*), la coordinadora obliga a los subcontratados a trabajar exclusivamente para ella, y en el segundo (*soft*) la obligación se establece a través de solicitarles cantidades tan grandes de trabajo que impidan la posibilidad de que trabajen para otros proveedores. En realidad esta es la parte más difícil de controlar, puesto que todo depende del nivel de demanda y de la cantidad de clientes que reciba un determinado productor, que a la vez forma parte de la red.

Otro de los aspectos delicados de la subcontratación es el organizar un trabajo de alta calidad. Dado que no hay seguridad sobre qué tan estable será la relación para definir la calidad del producto es prioritario que una parte de la producción sea realizada por el mismo que organiza la red, y el resto por las empresas subcontratadas. En este tipo de relación es común encontrarla en la

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

industria textil, donde la empresa productora, por ejemplo, envía para corte cientos de productos (digamos pantalones de mezclilla), a lo que se denomina “subcontratación en paquete”.

Otro aspecto que resulta difícil de manejar es la temporalidad de los contratos, que tienden a mostrar una alta fluctuación y que, por la misma razón, pueden obligar a que las empresas coordinadoras de la subcontratación se vean forzadas a buscar nuevas empresas a las cuales subcontratar, o bien que soliciten que las empresas que normalmente trabajan en este proceso trabajen por períodos más largos.

De lo anterior, surge el problema de cómo dividir el trabajo entre la empresa coordinadora y la empresa subcontratada, en donde la empresa que subcontrata buscará mantener el control de la operación, realizando parte de la producción. No existe una regla clara sobre la forma como se fragmenta la operación, lo que queda claro es que la firma coordinadora no quiere depender de las empresas subcontratadas y, para lo cual, realizará múltiples procesos de subcontratación, aunque se complique su administración, favoreciendo en este caso a las empresas que tienen más altos niveles de rendimiento, en términos de menor tasa de defectos y mejor calidad de los productos.

El proceso de administración se vuelve más complejo para los pequeños empresarios que necesitan realizar una coordinación secuencial de la producción que, al involucrar a diferentes unidades subcontratadas, hace necesario realizar tareas sincronizadas. En este sentido, es como si se tuviera que administrar una empresa en sus diferentes fases, sólo que las mismas están dispersas en distintas instalaciones, lo que se puede traducir en un irremediable pérdida de control.

Un elemento que permite el control es el sistema de financiamiento entre la firma coordinadora y las entidades subcontratadas, puesto que la empresa pequeña que coordina buscará reducir al mínimo posible el precio que paga para, de esa forma, incrementar su margen de ganancia. Esto es bien conocido por las empresas

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

subcontratadas, las que en la primera oportunidad buscarán convertirse en empresas coordinadoras, para repetir el esquema impuesto a ellas en el pasado. Para evitar perder a estas empresas, la coordinadora tiene que establecer un esquema que no sea previsible para las subcontratadas, con el fin de que el margen de ganancia se convierta en un parámetro variable, que las entidades subcontratadas tengan expectativas positivas y que, por lo mismo, deseen mantener la relación por un período más largo, bajo la perspectiva de que este sistema creará oportunidades para todos y no sólo para la empresa coordinadora.(18)

PROBLEMAS CLAVE DE LA CONTRATACION

Los contratos entre empresas constituyen un subconjunto del total de posibilidades contractuales. De lo cual, la Teoría Económica considera que existen no solamente contratos legalmente pactados en todos los países, sino que cualquier tipo de relación entre empresas en donde se establece un acuerdo de compra-venta de bienes o servicios, es un contrato. A diferencia del enfoque jurídico, el económico busca observar la viabilidad de una relación de negocios, así como las imperfecciones de los mismos y el camino por el que las relaciones contractuales pueden resolverse, ya sea por el mismo mercado, por el arbitraje extrajudicial o, finalmente, por las leyes, decretos y acciones jurídicas. Es decir, se acepta que todo contrato puede contener imperfecciones.

La imperfección de un contrato resulta de que algunas acciones o informaciones entre las partes que lo integran, no son observables. Ello ocurre entre empresas, entre empresas y consumidores, así como entre empresas y reguladores. Ejemplos claros de cada uno de los contratos imperfectos son los siguientes:

A) Empresa - empresa

- Derechos de propiedad de capital, de los productos económicos, de marca e intelectuales.
- Externalidades (costos y beneficios no anticipados y pagados)

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

- Relación cliente-proveedor para servicios profesionales, de ingeniería y comercialización
- Otras alianzas estratégicas, con mayor nivel de compromiso (coconversiones, adquisición y fusión)
- Aavales y garantías

B) Empresa - consumidor

- Garantías de producto, redimibles contra reembolso o reemplazo de productos
- Externalidades sociales (contaminación, infracción del espacio social o urbano)
- Calidad y seguridad de productos
- Aavales y garantías prendarias

C) Empresa - reguladores

- Conducta predatoria o anticompetitiva
- Exclusividad, acceso a mercados
- Costos, precios controlados, tasa de retorno
- Impuestos
- Regulaciones sectoriales de monopolios o sectores estratégicos (banca, telecomunicaciones, energía)

En todos los casos es posible que una de las partes infrinja la relación contractual al contar con información desigual, acciones ocultas y conductas oportunistas. La autoridad constituye la última instancia para resolver las controversias, pero las primeras condiciones son que los contratos estén elaborados conforme a derecho, y que se cuente con los instrumentos de arbitraje necesarios para la solución de controversias.

Los países latinoamericanos, incluyendo a México, tienen un gran reto en la revisión y modernización de su legislación, así como en ampliar la cobertura de las instancias oficiales de vigilancia.

CAPITULO III PROBLEMATICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

El Profesor Ibarra señala que uno de los grandes problemas que aqueja a las empresas mexicanas se relaciona con la necesidad de obtener certificaciones. En muchos casos, las compañías invierten en certificados de calidad como medio para conseguir contratos internacionales. La selección adversa -es decir, la discriminación por desconocimiento del cliente internacional de la reputación y calidad de las empresas mexicanas- es un primer problema que, de hecho, reduce significativamente las oportunidades, sobre todo para las medianas y pequeñas empresas.

En el caso de los contratos internacionales, existen problemas de posibles violaciones a los mismos tanto por parte de los negocios proveedores como de los clientes. Existe evidencia de posibles oportunismos en aspectos de: a) entregas fuera de tiempo; b) calidad del producto y del servicio post-contratos; c) procesos no coincidentes con las especificaciones de manufactura o control; y d) cambios de precios y condiciones de venta.

Por otro lado, las empresas-cliente señalan que existe evidencia de posibles violaciones en: a) rezago en pagos y cambio de condiciones del mismo; b) exigencias nuevas o no incluidas en los acuerdos previos con respecto al diseño, calidad, cantidad de producto; y c) cancelaciones de contratos sin justificación.(19)

CAPITULO III PROBLEMÁTICA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA INTEGRARSE A LA COMUNIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS

REFERENCIAS CAPITULO III

- (1) Oscar Espinosa Villareal, El Impulso a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p. 22
- (2) Nacional Financiera e ITAM, Opus cit.
- (3) Oscar Espinosa Villareal, Opus cit., pp. 22-24
- (4) “Estímulos fiscales y financieros a exportadores”, en Ejecutivos de Finanzas, julio de 1997, año XXVI, No. 9, pp. 8,9
- (5) Ibid, p. 32
- (6) “Cofoce, 2da. Encuesta de Comercio Exterior”, en Gto. Exporta, septiembre de 1996, Vol. 1, No. 9, pp. 2,7
- (7) “Alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación empresarial”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, p. 33
- (8) “Organización y representatividad de las micro y pequeñas empresas en México”, en Comercio Exterior, febrero de 1997, Vol. 47, No. 2, p. 162
- (9) José Carlos Jarillo y Jon Martínez Echezarraga, Estrategia Internacional, Ed. Mc Graw Hill, España, 1991, pp. 67, 68
- (10) Entrevista realizada en mayo de 1998 al Lic. Eligio Flores Cadena, especialista y catedrático en varias universidades en el área de comercio exterior, quien además es Ejecutivo de Promoción del Grupo Aduanero CARMI
- (11) Oscar Espinosa Villareal, Opus cit., pp. 23-25

- (12) “Alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación empresarial”, Opus cit, pp. 32,33
- (13) “Redes industriales y organización fundamental de la economía globalizada”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, pp. 3,4,8,9
- (14) “Alianzas estratégicas y organización industrial”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, p. 26
- (15) “Actualidades de la contratación entre empresas mexicanas”, Opus cit, pp. 18-21
- (16) “Alianzas estratégicas y organización industrial”, Opus cit, pp. 27,28
- (17) “Alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación empresarial”, Opus cit, pp. 35-37
- (18) “Redes industriales: organización fundamental de la economía globalizada”, Opus cit, pp. 11-13
- (19) “Actualidades de la contratación entre empresas mexicanas”, Opus cit, pp. 22-24

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1 PROGRAMAS DE FOMENTO DE LA SECOFI

4.1.1 PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTICULOS DE EXPORTACION (PITEX)

El Decreto que establece el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 y reformado el 11 de mayo de 1995 en el mismo Organo.

Este mecanismo, permite a productores de bienes destinados a la exportación, seleccionar libremente entre sus proveedores nacionales y extranjeros, las mejores condiciones de abastecimiento, comprometiéndose a pactar convenios de exportación a largo plazo. De esta manera, al adoptar un PITEX, la empresa tiene la seguridad de efectuar importaciones temporales con las más amplias facilidades aduaneras, los diversos insumos que requiere en su proceso productivo.(1) Insumos tales como materias primas, envases, empaques, combustibles, refacciones, maquinaria y equipo, que deberán destinarse a la fabricación de los productos de exportación.

Estos no pagarán impuesto alguno a la importación (Ad valorem), ni tampoco IVA; además de que al importarse alguna mercancía que requiera permiso de importación, pero estén incluidas en el PITEX no tendrán que cumplir este requisito. Podrán beneficiarse de este Programa tanto las personas físicas como las morales establecidas en el territorio nacional y que sean productoras de mercancías no petroleras que exporten de manera directa o indirecta sus productos.

Beneficios:

1) Poder importar temporalmente los insumos, maquinaria, equipo y demás bienes que intervienen en el proceso productivo, sin pagar impuestos relativos a la importación, cuotas compensatorias, ni IVA, y sin requerir permisos

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

previos a la importación, ni autorizaciones administrativas específicas de ninguna índole.

2) Acogerse a las facilidades en materia aduanera para exportar e importar sus mercancías por las diferentes aduanas del país y en una o varias partidas.

3) Los productos como combustibles, lubricantes, materiales auxiliares, refacciones y equipo que se consuman durante el proceso productivo serán considerados como mermas en su totalidad. El plazo de permanencia en el país para dichas mercancías es de un año, al término del cual sí se trata de bienes que se consuman durante el proceso productivo, no se requerirá comprobar su retorno al extranjero.

4) El plazo de permanencia en el país de las materias primas, envases y empaques importados bajo el amparo del Programa es de dos años, en tanto que el plazo de la maquinaria y equipo corresponde a la vigencia del Programa.

5) Las empresas que cumplan con el Programa podrán obtener el cambio de régimen de importación temporal a definitiva, de conformidad con lo establecido en la Ley Aduanera (cubriendo los impuestos).

6) Las mercancías que se enajenen a una empresa que cuente con PITEEX serán consideradas como exportadas definitivamente con la presentación de la Constancia de Exportación correspondiente, expedida por dicha empresa.

7) Cuando dichas mercancías sean transferidas entre empresas con programa PITEEX o maquila, la Constancia de Exportación recibida por el vendedor le permitirá librarse de la obligación de regresar al extranjero las mercancías importadas temporalmente.

8) Las empresas con PITEEX podrán vender al mercado nacional hasta el 30% del valor de las exportaciones de las mercancías elaboradas con insumos

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

importados al amparo de este Programa. Esta autorización estará sujeta a que la empresa mantenga un saldo positivo de divisas en la operación de su Programa.(2)

9) El Programa puede ser aprobado para amparar las operaciones totales de la empresa, de una planta o de un proyecto específico de exportación.

Requisitos para tener un PITEEX:

1) Efectuar exportaciones cuando menos por el equivalente al 10% de sus ventas totales, o bien, realizar anualmente ventas al exterior por un valor superior a 500,000 dólares de los Estados Unidos si se pretenden importar insumos (es decir, materias primas, partes, componentes, envases, empaques, combustibles, materias auxiliares y refacciones entre otros).

2) Realizar anualmente exportaciones por un valor superior al 30% de sus ventas totales, si desean adquirir además de lo anterior, maquinaria, equipo, instrumentos, herramental, moldes, aparatos y accesorios de investigación, entre otros.(3)

3) El titular del PITEEX deberá informar anualmente a la SECOFI de las operaciones de comercio exterior realizadas al amparo del Programa a más tardar el último día hábil del mes de abril

4) Los interesados en obtener la autorización de un Programa, su modificación o ampliación, deberán presentar su solicitud al Programa PITEEX debidamente requisitada ante la SECOFI.

Nota: los interesados pueden realizar la tramitación relativa a este Programa en las oficinas centrales de la SECOFI o en cualquier Delegación o Subdelegación Federal ubicada en el interior del país. Dichos trámites no tienen costo alguno.(4)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1 EMPRESA ALTAMENTE EXPORTADORA (ALTEX)

El Decreto para la operación de las Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX) lo encontramos publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990, y reformado en fechas 17 de mayo de 1991 y 11 de mayo de 1995 en el mismo Decreto.(5)

Se denomina empresa ALTEX, a las personas físicas o morales que producen bienes no petroleros de exportación que participan de manera dinámica y continua en los mercados extranjeros y que contribuyen a la generación de divisas para el país.

Beneficios:

1) Gozarán del beneficio del *Programa de Devolución Inmediata para Contribuyentes Altamente Exportadores*, siempre y cuando obtengan saldo a favor en sus declaraciones provisionales del IVA.

2) Quedan exentas del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, cuando éstas hayan sido despachadas en una aduana interior.

3) Pueden nombrar a un sólo apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

4) La constancia de registro de ALTEX tendrá vigencia de manera indefinida, siempre y cuando su titular cumpla cabalmente con las disposiciones del Decreto ya mencionado.(6)

5) El Banco Nacional de Comercio Exterior implementará programas de apoyo financiero para las empresas altamente exportadoras.(7)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

6) Obtendrán facilidades administrativas en materia de comunicaciones y transportes.(8)

7) Accesarán de manera gratuita al Sistema de Información Comercial administrado por SECOFI y BANCOMEXT.(9)

Requisitos:

1) En el caso de las empresas exportadoras directas deberán demostrar un saldo favorable en su balanza comercial y efectuar exportaciones directas por un valor mínimo anual de 3 millones de dólares; o bien de un millón de dólares como mínimo y que ésta cantidad represente cuando menos el 40% de sus ventas totales.

2) Cuando se trate de empresas exportadoras indirectas, deberán demostrar ventas anuales de mercancías incorporadas a productos de exportación o exportados por terceros, por un valor mínimo que sea equivalente al 50% de sus ventas totales. En este caso, el exportador final deberá presentar una *carta compromiso* mediante la cual se obliga a exportar las mercancías adquiridas en la proporción acordada.(10)

3) El titular de la constancia de registro ALTEX deberá presentar ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en el mes de abril, el informe de operaciones de comercio exterior que haya efectuado en el año calendario anterior.(11)

4) Deberán presentar ante la SECOFI, una solicitud de ALTEX debidamente requisitada y acompañada de la documentación correspondiente.

Nota: los trámites relacionados con este Programa podrán efectuarse de manera gratuita en las oficinas centrales de la SECOFI o en cualquier Delegación o Subdelegación Federal ubicada en el interior del país.(12)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1.3 DEVOLUCION DE IMPUESTOS DE IMPORTACION A LOS EXPORTADORES (DRAW-BACK)

El Decreto publicado el 11 de mayo de 1995 en el Diario Oficial de la Federación establece la Devolución de Impuestos a los Exportadores.(13) Con este Programa se busca colocar a los exportadores mexicanos en condiciones similares a las de sus competidores extranjeros.

La devolución de impuestos a los exportadores es una práctica aceptada en todo el mundo no sujeta a la aplicación de derechos compensatorios.(14)

Beneficios:

1) Tiene como finalidad establecer el mecanismo mediante el cual operará la devolución del arancel causado al: a) importar insumos incorporados a mercancías destinadas a la exportación, o bien b) de mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado en el que se importaron al territorio mexicano.

2) La devolución de los impuestos también puede ser aprovechada por los exportadores indirectos, es decir, los proveedores de insumos que se incorporen a productos que serán destinados a la exportación por empresas que cuenten con registro de *Industria Maquiladora*, de *PITEX*, de *Empresas de Comercio Exterior*, o por un tercero que extienda carta de *aval solidario* y presente pedimento de exportación definitiva.

3) La devolución del impuesto se realiza en efectivo, para calcular el monto en moneda nacional que deberá recibir el exportador por concepto de devolución de impuestos, se realizan las siguientes operaciones: la cantidad pagada por concepto de impuestos de importación, se dividirá entre el tipo de cambio de venta del peso con respecto al dólar de los Estados Unidos, publicado por el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación, vigente a la fecha en que se efectuó dicho pago, y el resultado de la operación se multiplicará por el tipo de cambio del peso con respecto al dólar, vigente a la fecha en que se autorice la devolución.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Requisitos:

1) Se deberá presentar ante la Secretaría de Comercio y Fomento industrial, una solicitud de DRAW-BACK debidamente requisitada y acompañada de la documentación respectiva.

2) La solicitud de devolución de los impuestos de importación deberá presentarse dentro de los 12 meses siguientes a la importación, y en un plazo de 90 días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que se realice la exportación, para el exportador directo; y en el caso de exportador indirecto, en un término de 90 días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que se expida la *Constancia de Exportación* o la *Constancia de Depósito*.

3) Para obtener la devolución de los impuestos, los exportadores directos deberán presentar copia del pedimento de importación y exportación que amparen las mercancías por las cuales se requiere la devolución, en tanto que el exportador indirecto deberá anexar la factura de venta y una copia de los pedimentos de importación, además del siguiente documental:

a) *Constancia de Exportación*; cuando las mercancías se enajenen a maquiladoras, a empresas de comercio exterior (ECEX) o a empresas con programa PITEX;

b) *Constancia de Depósito*, cuando las mercancías se enajenen a empresas del sector industrial automotriz, o

c) Carta de *aval solidario* y copia de los pedimentos de exportación, cuando ésta se realice por un tercero no considerado en los incisos mencionados anteriormente.

La SECOFI dictaminará la solicitud DRAW-BACK en un término de 10 días. Cuando proceda la devolución, se enviará a la SHCP para que éste último ponga a disposición del contribuyente el importe de la devolución.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Cuando no proceda la devolución, la SECOFI notificará la negativa al interesado en un plazo no mayor de 10 días.

En el caso de que falte anexar alguna documentación, la SECOFI devolverá la solicitud al exportador para que en un plazo de 30 días la presente nuevamente.(15)

Nota: igualmente los trámites son gratuitos y se efectúan en las oficinas centrales de la SECOFI o en cualquier Delegación o Subdelegación Federal del país.(16)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1.4 EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR (ECEX)

El 3 de mayo de 1990 y el 11 de mayo de 1995 se publica y reforma respectivamente, en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que regula el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior (ECEX).

Las Empresas de Comercio Exterior (ECEX) son compañías especializadas en la comercialización integral de productos destinados a la exportación, conocidas internacionalmente como *Trading Companies* y constituyen la forma más avanzada de comercialización.(17)

Las empresas de comercio exterior o comercializadoras son de suma importancia en las actividades de fomento a la exportación. Diversos autores argumentan que los países asiáticos altamente exportadores, como Japón, Taiwán y Hong Kong, entre otros, deben su alta capacidad en gran medida a su especialización en materia de comercialización, lo cual elevó su eficiencia productiva y de distribución. Esto permite a las unidades productivas (fabricas micro, pequeñas y medianas) dedicarse exclusivamente a producir, siguiendo las pautas marcadas por las empresas de comercialización y distribución sobre que bienes producir y a que precio. De esta forma, el fabricante se centra en cuidar y vigilar su producción, mientras la comercializadora se encarga de vender la producción de diversos fabricantes, para obtener una gran oferta de bienes, encargándose además de que el producto sea homogéneo y de la misma calidad.(18)

Las ECEX tienen como objeto la promoción, comercialización integral y consolidación de exportaciones de bienes no petroleros en los mercados extranjeros; así como la prestación de servicios de apoyo a las empresas productoras en sus actividades de comercio exterior, realizando también las siguientes actividades:

a) Integrar oferta exportable adecuada a la demanda de los mercados internacionales;

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- b) Efectuar operaciones de intermediación mercantil;
- c) Conjuntar la oferta y promover la exportación de mercancías de la pequeña y mediana empresa;
- d) Diagnosticar y asesorar a las unidades productivas en la adecuación de sus productos a los requerimientos del mercado mundial;
- e) Realizar estudios de mercado y catálogos; además de participar en ferias y organizar eventos de promoción;
- f) Fomentar la integración de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías destinadas a la exportación;
- g) Crear una imagen favorable en el extranjero de los productos mexicanos, y
- h) Suministrar servicios integrales a las compañías productivas, diversificando sus actividades hacia renglones como transportes y seguros.(19)

Beneficios:

- 1) Obtener servicios de información comercial gratuita.(20)
- 2) Las mercancías que se enajenen a una ECEX se considerarán como exportadas definitivamente con la presentación de la *Constancia de Exportación* correspondiente.(21)
- 3) Posibilidad de que todos sus proveedores facturen a la Empresa de Comercio Exterior con tasa cero del IVA.
- 4) Acreditamiento de empresa ALTEX.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

5) Facilidad para obtener un PITEEX, relativo a proyectos específicos de exportación (son las únicas comercializadoras a las que se les autoriza).

6) En mercancías adquiridas por las empresas ECEX que causen el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), exención automática.

7) Se les permite nombrar un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.

8) Despacho simplificado.

Requisitos:

1) Presentar ante la SECOFI, una solicitud de ECEX debidamente requisitada, anexando la documentación correspondiente.

2) La empresa deberá constituirse como sociedad anónima de capital variable.

3) Poseer un capital social fijo de mínimo 100,000 dólares al momento de su constitución.(22)

4) Conservar su capital social fijo en moneda nacional no menor al acreditado en el momento que obtuvo su registro.

5) Comprometerse a lograr a los dos años contados a partir de su registro: a) realizar exportaciones anuales de mercancías no petroleras por un valor mínimo de 3 millones de dólares; y b) mantener un saldo positivo en su balanza comercial.(23)

Nota: los trámites para obtener una ECEX se realizan sin costo alguno en las oficinas centrales de la SECOFI, o en cualquier Delegación o Subdelegación Federal del interior del país.(24)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.1.5 INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACION

Los decretos que establecen la normatividad y operación de la Industria Maquiladora de Exportación se publicaron el 22 de diciembre de 1989 y el 24 de diciembre de 1993 en el Diario Oficial de la Federación. La dependencia que se encarga de su operación y control es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Estos decretos definen como *operación de maquila* al proceso industrial o de servicios, destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas bajo el régimen temporal para su posterior exportación por parte de maquiladoras o empresas que se dediquen parcialmente a la exportación en los términos señalados en los criterios ya citados. Además se incluyen en esta clasificación a los servicios que tengan como fin vender en el extranjero o apoyar a las exportaciones; estas actividades de servicio se pueden dirigir a las maquiladoras o a empresas que cuenten con programa PITEX. Asimismo, identifican como *maquiladora* a la empresa, persona física o moral, a la que se le haya aprobado un programa de maquila, y destine su producción a la exportación o venta al mercado nacional en los términos dispuestos en los decretos ya mencionados.

Objetivo:

- 1) Generar fuentes de empleo.
- 2) Fortalecer el saldo positivo de la balanza comercial del país mediante su aportación de divisas.
- 3) Impulsar una mayor integración interindustrial y elevar la competitividad de las unidades productivas nacionales.
- 4) Proporcionar alta capacitación a los trabajadores e impulsar el desarrollo y la transferencia tecnológica en el país.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Beneficios:

- 1) Gozar de despacho aduanero simplificado.
- 2) La SECOFI autoriza la ubicación de las maquiladoras de nueva creación o las ampliaciones de las ya existentes, en cualquier zona del territorio nacional.
- 3) Se les autoriza la importación temporal de materias primas, partes, componentes y maquinaria y equipo exentas de arancel.
- 4) Ventas al mercado nacional que se incrementan anualmente y que a partir del año 2001 podrán ser de hasta el 100% de su producción.
- 5) Otorgamiento de facilidades administrativas a las empresas que desarrollen programas de albergue, es decir, los programas que sirven para realizar proyectos de exportación por parte de las empresas extranjeras que facilitan la tecnología y los materiales productivos sin operar directamente dichos proyectos.
- 6) La Secretaría de Gobernación permite la internación y la permanencia en el país, mediante una visa especial, al personal extranjero administrativo y técnico, para el funcionamiento de las empresas maquiladoras.
- 7) Las maquiladoras se pueden constituir y operar hasta con un 100% de capital extranjero.

Condiciones:

- 1) Cumplir cabalmente con los términos establecidos en el programa que fue autorizado.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

2) Destinar los bienes importados, bajo el amparo de este programa, a los fines específicos para los que fueron autorizados y usar correctamente las cuotas de exportación que le sean asignadas.

3) Contratar y capacitar a su personal en cada nivel que les corresponda, en los términos legales vigentes.

4) Estar al corriente en sus obligaciones fiscales y laborales.

5) En el caso de que suspendan actividades, deberán notificarlo a la SECOFI en un término que no exceda de 10 días naturales contados a partir de la fecha en que suspendan sus operaciones.

6) Proporcionarle a la SECOFI la información que le solicite, y darle facilidades a ésta, para que efectúe las revisiones pertinentes sobre el cumplimiento del programa.

7) Cumplir con las disposiciones en materia ecológica y de protección del medio ambiente, conforme a la legislación vigente.

8) Las solicitudes presentadas al amparo de su decreto, relacionadas con proyectos agroindustriales, uso de recursos minerales, pesqueros y forestales, se analizarán conforme a la ley, así como los de preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección del ambiente.

9) El pago de los impuestos de importación de los productos autorizados al vender en el mercado nacional se efectúa aplicando el arancel correspondiente a las partes y los componentes extranjeros.

10) En caso de incumplir con las disposiciones previstas en el programa, las empresas serán sancionadas.

11) Cuando la empresa decida dar por terminado su Programa, deberá solicitar su cancelación a la SECOFI con 30 días de anticipación.(25)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.2 BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C. (BANCOMEXT)

El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. en su faceta de banca de desarrollo, tiene la misión de apoyar al sector exportador del país a través de promoción y financiamiento; proporcionando a los exportadores las herramientas necesarias para ingresar a los mercados internacionales y mantener su permanencia en ellos.(26) A continuación, haremos una recapitulación de los apoyos financieros y no financieros que brinda Bancomext.

APOYOS NO FINANCIEROS

A fin de establecer los lineamientos para desarrollar las estrategias de promoción, Bancomext considera cinco objetivos fundamentales para enfrentar los retos que impone la nueva dinámica mundial en cuanto a comercio e inversión:

- 1) Identificar y desarrollar empresas con oferta exportable, apoyándolas con asistencia técnica, para lograr la adaptación de sus mercancías al mercado internacional;
- 2) Mejorar tanto cualitativa como cuantitativamente la posición de la oferta mexicana de bienes y servicios en mercados extranjeros, concentrando esfuerzos en un esquema de promoción selectiva con base en proyectos dirigidos a productos y mercados específicos;
- 3) Aprovechar los nuevos servicios de la tecnología de punta en materia de sistemas y telecomunicaciones para dar a conocer oportunidades de negocios en México y en el exterior;
- 4) Fortalecer la concertación de alianzas estratégicas y la promoción de la inversión extranjera en México, en un marco en el que se interrelacionen la exportación de productos y servicios con proyectos de inversión, subcontratación y maquila; e

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

5) Integrar el binomio promoción-financiamiento, creando sistemas que apoyen de manera integral la participación de las empresas mexicanas en el comercio internacional.

Para cumplir estos objetivos, el Bancomext ha instalado 28 oficinas localizadas estratégicamente en los principales centros de negocios del mundo, que le permiten cubrir los mercados de destino de más del 90% de las exportaciones mexicanas no petroleras.

Las actividades promocionales de Bancomext son realizadas por un grupo de promotores expertos en comercio e inversión, apoyándose en una sólida infraestructura de comunicación y sistemas que le permiten estar en contacto permanente con el Centro de Servicios al Comercio Exterior (CSCEX) y con las direcciones regionales del interior del país.

Bancomext a través del CSCEX y de las direcciones regionales y estatales en toda la República ofrece servicios a la comunidad empresarial, contándose entre los principales: análisis de mercados, detección y difusión de oportunidades de negocios, identificación de importadores e inversionistas, promoción de inversión extranjera, apoyo en la participación de eventos internacionales y desarrollo de proyectos comerciales. Además, los promotores en México se respaldan en las oficinas del exterior para atender las necesidades de los empresarios en las etapas de prospección, incursión, consolidación o diversificación de negocios en los mercados internacionales.

Asimismo, Bancomext proporciona los siguientes servicios al exportador:

a) *Información* sobre estadísticas relacionadas al comercio exterior, mercados, productos, proveedores, exportadores e importadores; regímenes legales y arancelarios; normas internacionales, y tratados comerciales de libre comercio, entre otros temas. Para ello, se cuenta con un acervo biblioelectrónico especializado en asuntos de comercio exterior, consistente en títulos bibliográficos, bancos de datos en línea y discos compactos.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

b) *Asesoría* sobre temas de comercio exterior, para apoyar al exportador en la elaboración de planes, procedimientos, requisitos y metodologías para desarrollar con éxito sus operaciones internacionales. Los puntos en los que se asesora incluyen:

- Documentos, trámites y procedimientos para exportar,
- Regímenes legales y arancelarios de importación en el país de destino,
- Formación del precio de exportación,
- Contratos de compra-venta internacional y de distribución mercantil internacional,
- Regulaciones sanitarias y fitosanitarias en los mercados de destino,
- Normas técnicas, y
- Servicios de consulta sobre los acuerdos de libre comercio que México ha suscrito.

También en el área de asesoría participa como conciliador y arbitro para solucionar las controversias comercio exterior, y tiene a su cargo la *Secretaría Ejecutiva de la Comisión para la Protección al Comercio Exterior de México (COMPROMEX)*.

c) *Capacitación*, a través del Instituto de Formación Técnica (IFT) se promueve la capacitación y el desarrollo de la cultura en materia de comercio internacional, con la finalidad de incrementar las habilidades gerenciales de los empresarios que incursionan en el mercado internacional. Para ello se realizan diplomados, talleres, seminarios y cursos prácticos, y enfocados a temas específicos como: 1) Diplomado de Formación Técnica en Comercio Exterior, 2) Plan de negocios en comercio exterior, 3) Competitividad internacional, 4)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Tratados de libre comercio, 5) Norma ISO 9000, 6) Técnicas de negociación internacional, y 7) Finanzas para el comercio exterior, entre otros.(27)

APOYOS FINANCIEROS

Con objeto de ampliar el apoyo a un universo más amplio de exportadores, el Bancomext intensificó su relación con los intermediarios financieros, tanto bancarios como no bancarios, para incrementar el proceso de dispersión del crédito, abarcar a las empresas pequeñas y medianas, y aprovechar además de la infraestructura, la especialización de dichos intermediarios. Aunado a lo anterior, el Bancomext también opera como banca de primer piso, simplificando en lo posible sus servicios financieros para atender las necesidades del mercado.

Empresas apoyables

Son susceptibles de apoyo financiero las empresas o los proyectos localizados en el país viables y rentables, productores de bienes no petroleros, generadores de divisas, directa o indirectamente y con potencial exportador, además de los importadores de insumos básicos.

Los exportadores indirectos son empresas que prestan servicios o suministran insumos, partes, componentes, empaques, embalajes o bienes terminados a exportadores finales.

Sectores apoyables

Son apoyables los sectores de manufactura y servicio, minerometalúrgico, agropecuario, agroindustrial, pesca y turismo.

Actividades de apoyo

El Bancomext apoya las siguientes actividades: ciclo productivo y ventas de exportación a corto y largo plazo, la ampliación, modernización y

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

equipamiento de la planta productiva nacional; consolidación y fortalecimiento financiero de las empresas y las acciones promocionales tendientes a incrementar y consolidar la presencia de los bienes y servicios mexicanos en los mercados internacionales. (Actividades de apoyo que se describirán más adelante).

Condiciones de los créditos

Los créditos se otorgan de acuerdo a las características de cada etapa o actividad, ya sea en moneda nacional y/o en dólares, pudiendo ser también en otras divisas.

Bienes y servicios apoyables

Se apoyan los bienes y servicios no petroleros. En las etapas llamadas de *ciclo productivo* y de *ventas*, el apoyo se otorga cuando se producen y/o comercializan bienes y servicios que cuentan con un grado de integración nacional o generan un ingreso neto de divisas mínimo de 30%. En otra situación el apoyo se otorga únicamente sobre la parte mexicana.

Además se otorga financiamiento para importar materias primas, partes, componentes, refacciones, empaques y embalajes que se incorporan a bienes de exportación directa e indirecta; así como la compra de maquinaria y equipo nacional o del resto del mundo, e importación de insumos básicos.

Garantías de crédito

El Bancomext dispone de un esquema integral de garantías de crédito para protección de las empresas mexicanas y de los intermediarios financieros de cualquier riesgo a los que están expuestos al realizar sus operaciones de comercio exterior.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Compromisos del beneficiario

Se compromete a: 1) mantener disponible la documentación crediticia, 2) aplicar los recursos al fin ya especificado, 3) no rebasar los montos máximos de responsabilidad por empresas establecidas en cada producto financiero, y 4) no duplicar el fondeo de las operaciones con otras fuentes de ingresos.

Tasas de interés, comisión y primas

Se aplicarán las vigentes a la fecha de realizar la operación. En lo referente a las tasas de interés, se cuenta con un programa de incentivos que opera en base a la calificación financiera y crediticia del solicitante.

Operaciones del sector turismo

A fin de obtener los apoyos que se requieren en las operaciones de preexportación y exportación, las empresas de dicho sector deberán presentar al Bancomext la documentación que soporte cada operación.

ACTIVIDADES DE APOYO OTORGADAS POR BANCOMEXT

Ahora realizaremos una breve explicación de las actividades de apoyo ya mencionadas anteriormente otorgadas por el Bancomext:

a) Ciclo productivo (preexportación)

En esta etapa se apoya la producción, acopio y existencias de bienes terminados o la prestación de servicios, al igual que el mantenimiento de materias primas. En esta fase se incluye el mecanismo de la *Tarjeta Exporta*. Se apoya la importación de materias primas, partes, componentes, empaques, embalajes, refacciones y materiales auxiliares que se incorporan a bienes de exportación directa o indirecta, utilizando el mecanismo de “desembolso” y “reembolso”; así como la compra de productos básicos de los Estados Unidos y Canada por medio

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

de líneas de crédito de importación garantizadas por la *Commodity Credit Corporation (CCC)* y la *Export Development Corporation (EDC)*.

b) Ventas

Son susceptibles de recibir apoyo del Bancomext las ventas que se realizan al exterior a corto plazo, tanto directas como indirectas.

c) Importación de equipo

Importaciones provenientes de los Estados Unidos (por medio del *Eximbank*): se apoya la adquisición de maquinaria y equipo, nuevo o usado, que cuente con un grado de integración nacional (GIN) de mínimo 50%, cuyo pago se haya convenido con financiamiento del *Eximbank*, en la modalidad de “reembolso” de facturas cuyo conocimiento de embarque tenga hasta 150 días, o bien de “desembolso” por medio de una *carta de crédito comercial irrevocable (CCI)*, en base a las líneas de crédito de importación que el Bancomext ha pactado con instituciones financieras internacionales y para lo cual los bancos mexicanos establecen directamente la *CCI*.

Importaciones de otros países: se apoya también la compra de maquinaria y equipo nuevo, cuyo pago se haya acordado con financiamiento de las líneas de importación garantizadas por los *Eximbank* de los países correspondientes, en la modalidad de “desembolso” o a través del *CCI*.

d) Proyectos de inversión

Se apoya la construcción, equipamiento, ampliación, modernización, desconcentración, reubicación o adquisición de instalaciones productivas; la construcción de parques industriales, la infraestructura de megaproyectos turísticos o superestructura en unidades de tiempo completo, el desarrollo de inmobiliarios industriales y de servicios, así como el desarrollo tecnológico y de diseño.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

e) Consolidación financiera

Se brinda apoyo para reestructurar créditos onerosos otorgados por instituciones de crédito intermediarias; pudiendo incluir amortizaciones o créditos vencidos, integrados por el capital inicial más intereses normales devengados no pagados, sin considerar intereses moratorios.

f) Acciones promocionales

Se otorga financiamiento a las actividades dirigidas a promover, difundir y comercializar bienes y servicios mexicanos, con la finalidad de iniciar y/o aumentar las ventas al exterior, así como reafirmar su permanencia en los mercados internacionales y en su caso, realizar inversiones en materia de capacitación de personal.

g) Inversiones accionarias

Se apoya con financiamiento a personas físicas o morales que aporten capital social a las empresas, así como a las empresas comercializadoras proveedoras de insumos que se incorporen a bienes y/o servicios de exportación, directos e indirectos, localizados en el país o en el extranjero.

h) Garantía contractual

Mediante este mecanismo es posible financiar las cartas garantías usuales en las operaciones de comercio exterior.

i) Garantías

1) Garantía de preembarque. Mediante esta se protege al exportador contra la pérdida neta ocasionada por la imposibilidad de efectuar la exportación de bienes a consecuencia de riesgos (políticos, catastróficos y comerciales) en el país del importador, a los que se encuentra expuesto durante el proceso productivo de su oferta exportable. También a los intermediarios financieros se les

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

protege contra la falta de pago de sus acreditados como consecuencia de la configuración de riesgos de carácter comercial.

2) Garantía de preentrega. Con ella el exportador mexicano se protege contra los riesgos de carácter político, catastrófico y comercial, que enfrenta el país del importador, durante la etapa de elaboración del bien o de la prestación del servicio.

3) Garantía de postembarque. Con ésta se garantiza al exportador o a la institución de crédito intermediaria, contra los riesgos políticos o catastróficos a los que se encuentra expuesto el país importador durante la fase de venta al extranjero.

4) Garantía de postentrega. Esta protege al exportador o a la institución de crédito intermediaria contra los riesgos políticos o catastróficos que pudiesen suceder, al concluir la fase de estimación o certificación de la obra o la prestación del servicio.(28)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.3 PROGRAMA DE POLITICA INDUSTRIAL Y COMERCIO EXTERIOR

El Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de mayo de 1996 responde a los objetivos plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, en el cual se establece que para reducir los rezagos históricos y ofrecerle mejores oportunidades de empleo a la creciente población económicamente activa, es necesario incrementar las tasas de crecimiento económico; para lo cual se requiere que las tasas de inversión total sean mayores a 24% del Producto Interno Bruto (PIB).

Por lo anterior, es importante promover condiciones de certidumbre y estabilidad que alienten la inversión tanto nacional como extranjera a través de políticas de carácter general y sectorial. Estas políticas exigen una nueva interrelación con el resto del mundo a través del comercio, la inversión y el intercambio tecnológico. El *comercio exterior*, como lo indica el Plan, permitirá crear más y mejores empleos, distribuir más equitativamente el ingreso y en general elevar la competitividad de la economía nacional.

Las *exportaciones* serán fundamentales para alcanzar el crecimiento económico, el gobierno deberá crear las condiciones para que cada vez menos empresarios dejen de considerar la exportación como un mero interés marginal o coyuntural. Se requieren crear condiciones de rentabilidad elevada y permanentes en las exportaciones directas e indirectas, para que éstas se conviertan en foco central de la estrategia de negocios de la industria mexicana.

El esfuerzo exportador sostenido no puede provenir de sólo un grupo reducido de empresas competitivas, debe complementarse con una eficiente sustitución de importaciones y la consolidación del mercado interno. Se hace imprescindible integrar agrupamientos industriales, con proveedores mexicanos para elevar el contenido nacional de los productos de exportación y el competir exitosamente en un mercado interno abierto; acciones que también serán fuente importante de crecimiento económico.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

La política industrial deberá responder eficientemente ante los retos a futuro. En el *marco internacional*, en los mercados mundiales se intensificará la competencia de productos intensivos en mano de obra poco capacitada; ante lo cual México deberá responder con productos de tecnología y elevada calidad. Además los tratados de libre comercio que el gobierno mexicano ha negociado, permiten producir a escala internacional a nuestras empresas. En el *frente interno*, será necesario que las empresas alcancen un grado de competitividad a nivel mundial, la alta productividad alcanzada por algunos sectores deberá extenderse hacia el universo de la planta productiva nacional. Ello conlleva enfrentar los nuevos retos derivados de la apertura, superar el rezago de la micro, pequeña y mediana empresa; rearticular las cadenas productivas y promover el desarrollo regional.

El objetivo central de la política industrial es crear a través de la acción coordinada con los sectores productivos, una planta industrial competitiva a nivel internacional, orientada a producir bienes de alta calidad y mayor contenido tecnológico.

Para cumplir dicho objetivo, la política industrial se desarrollará mediante tres grandes líneas estratégicas:

1) Crear condiciones de alta rentabilidad y permanente en las exportaciones directas e indirectas, e impulsar el acceso de bienes nacionales a los mercados de exportación;

2) Inducir el desarrollo de agrupamientos industriales, tanto regionales como sectoriales, de alta competitividad y fomentar la creciente integración a los mismos de la micro, pequeña y mediana empresa; y

3) Fomentar el desarrollo del mercado interno y la sustitución eficiente de las importaciones, para sustentar la inserción de la industria nacional en la economía internacional.

Estas líneas estratégicas se implementarán a través de ocho políticas:

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

1) Estabilidad macroeconómica y desarrollo financiero

A fin de estimular la inversión de largo plazo y la modernización de la industria se requiere financiamiento para las empresas a costos internacionales, una mayor generación de ahorro interno, y la predictibilidad del tipo de cambio.

2) Creación y mejoramiento de la infraestructura física y de la base humana e institucional.

El mejoramiento del sistema de transporte y de comunicaciones, el aprovisionamiento de energía, la formación de recursos humanos, así como de un eficaz sistema legal, son factores fundamentales de una política industrial integral.

3) Fomento a la integración de cadenas productivas

La elaboración de productos para exportación requiere incorporar insumos de importación; en el nuevo entorno se pretende que la micro, pequeña y mediana empresa integren agrupamientos industriales, con objeto de complementar cabalmente las cadenas productivas nacionales.

4) Mejoramiento de la infraestructura tecnológica para el desarrollo de la industria

La política de mejoramiento de la infraestructura tecnológica para la industria se compone de dos elementos: a) la modernización tecnológica (que es el instrumento más importante en los países industrializados), y b) la promoción de la calidad.

5) Desregulación económica

La excesiva regulación merma la posibilidad competitiva de la industria. El marco normativo en el que se desarrollan sus actividades debe ser claro, sencillo y transparente.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

6) Promoción de exportaciones

Es menester proporcionar a los exportadores mexicanos sistemas de apoyo a nivel internacional, en materia de servicios de información, asesoría y capacitación, promoción al desarrollo de mercados, fomento de la cultura exportadora, entre otros.

7) Negociaciones comerciales internacionales

Las negociaciones comerciales pactadas con diversos países amplían y mejoran el acceso de los productos mexicanos a los mercados externos; ya que además de lo anterior, se promueven los flujos de inversión extranjera hacia nuestro país.

8) Promoción de la competencia

Esta política contempla una vertiente interna y otra externa. En la primera, se trabajará para promover la competencia y libre concurrencia en el mercado nacional, combatiendo las prácticas monopólicas. En el plano externo se considerará el combate a las prácticas desleales de comercio exterior, la política arancelaria y las regulaciones técnicas.(29)

PROMOCION DE EXPORTACIONES

Siendo de gran relevancia para nuestro estudio, el renglón de *promoción de exportaciones* considerado en el Programa, a continuación se hará una descripción más amplia del mismo.

La promoción de nuevos exportadores y nuevos mercados para los productos mexicanos en el exterior, revisten importancia fundamental en la estrategia de política industrial.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

El gobierno mexicano a nivel federal, estatal y municipal, conjuntamente con el sector productivo, deberán crear las condiciones de rentabilidad permanente y elevada en las exportaciones directas e indirectas.

El Programa plantea la necesidad de los exportadores mexicanos de contar con los mismos instrumentos de apoyo establecidos en los principales países exportadores.

Con objeto de incrementar la eficacia de los sistemas de promoción a niveles internacionales competitivos, se requiere:

- Elevar la inversión destinada a la promoción de exportaciones;
- Fortalecer la colaboración entre el sector público y el privado en la definición de los programas de promoción;
- Coordinar eficientemente las acciones y metas en materia de promoción de las instituciones gubernamentales responsables de dicha promoción;
- Fortalecer la coordinación entre la política de promoción en el exterior y las medidas sectoriales y regionales de la política industrial;
- Adecuar los esquemas de promoción a las necesidades del exportador;
- Facilitar la implementación por parte del sector privado de programas de promoción específico para sectores o regiones;
- Unificar y simplificar la información de comercio exterior, ampliar su cobertura y reducir su costo; y
- Establecer una política de oferta de servicios promocionales que reconozca los beneficios de la promoción.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Los objetivos y acciones a desarrollar en materia de promoción de exportaciones que contempla el Programa son los siguientes:

1) Mejorar la coordinación de las acciones promotoras de los sectores público y privado. Con la finalidad de evitar la duplicación de esfuerzos de ambos sectores, se efectuarán las siguientes acciones:

- Fortalecer la participación de organismos privados en los consejos de administración de las instituciones de fomento;

- Elaborar un programa calendarizado de promoción, para coordinar con mayor eficiencia las acciones de la SECOFI, el Bancomext, las representaciones diplomáticas de México en el extranjero y de los sectores productivos; y

- Determinar objetivos específicos de promoción de inversiones extranjeras y exportaciones en cuanto a productos, regiones productoras y mercados de destino.

2) Mejorar los servicios de información, asesoría y capacitación en materia de comercio exterior. Las labores a desempeñar son:

- Unificar las actuales fuentes de información sobre comercio exterior en el *Sistema Nacional de Orientación al Exportador*, integrado por la SECOFI, el Bancomext y el sector privado;

- Fortalecer y ampliar la cobertura de los servicios proporcionados sobre información, asesoría y capacitación en comercio exterior;

- Se ampliará la difusión de la *Guía Básica del Exportador*;

- Consolidar el *Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX)*, para mejorar la promoción de los proyectos comerciales y de inversión entre empresas nacionales y extranjeras; e

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- Intensificar la difusión de las publicaciones especializadas en promoción.

3) Fortalecer el desarrollo de mercados externos. Para lo cual se trabajará en lo siguiente:

- Fortalecer y estimular la creación de empresas de comercio exterior, para con ello allegar de recursos tecnológicos, administrativos y financieros a los exportadores micro, pequeños y medianos;

- Crear esquemas mixtos de promoción de exportación;

- Implantar una metodología de promoción selectiva por sectores, regiones y mercados, con la participación del sector productivo; y

- Fortalecer el *Programa Nacional de Eventos Internacionales*, mediante la canalización de mayores recursos a la preparación previa de los empresarios, la simplificación de trámites e incremento en el número de misiones al exterior y de importadores e inversiones extranjeros a México.

4) Fomentar las exportaciones. Para lo que se realizarán las siguientes acciones:

- Adecuar los programas de fomento de las exportaciones en congruencia con las disposiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte;

- Agilizar la devolución a las empresas exportadoras, de sus saldo a a favor de IVA; y

- Fortalecer la *Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones (COMPEX)*, mediante el establecimiento de enlaces de comunicación con las entidades y organismos, y agilizar la resolución de casos, con especial atención a la micro, pequeña y mediana empresa.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

5) Fortalecer los apoyos financieros. Trabajando en lo siguiente:

- Otorgar apoyo crediticio integral a lo largo de la cadena exportadora;
- Aumentar la participación del Bancomext y NAFIN en proyectos viables que no haya atendido la banca comercial, especialmente de la micro, pequeña y mediana empresa;
- Desarrollar programas financieros que permitan canalizar recursos con base en la viabilidad de los proyectos y la existencia de pedidos en firme, con la finalidad de reducir la utilización de garantías;
- Aumentar las garantías otorgadas por la banca de desarrollo a la banca comercial para proyectos viables y prioritarios;
- Promover esquemas de financiamiento automático a empresas previamente calificadas por el Bancomext, con base en la presentación de un pedido inicial; e
- Identificar el uso del crédito de los bancos de comercio exterior de nuestros principales socios comerciales, para contar con mayores fondos que permitirán financiar más exportaciones.

6) Fomentar la cultura exportadora. Para lo cual se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Fomentar una mayor participación de organismos empresariales en las actividades promotoras de inversión y de las exportaciones;
- Fortalecer el *Premio Nacional de Exportación*; y

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- Establecer un programa de becas para estudios especializados en comercio exterior.(30)

“La promoción de las exportaciones es instrumento fundamental para inducir una rentabilidad elevada y permanente en la exportación y para ampliar y fortalecer el acceso de los productos nacionales a los mercados del exterior -objetivos ambos de capital importancia-, en la medida en que las exportaciones deberán ser uno de los motores esenciales del crecimiento de la economía durante la presente Administración. A pesar de los esfuerzos realizados en esta materia en el pasado, el sistema nacional de promoción de la exportación adolece de un rezago apreciable respecto a los de nuestros principales competidores en los mercados internacionales. Superar tal rezago es el reto a superar en los próximos años, tanto para las autoridades públicas como para las organizaciones empresariales.”(31)

4.4 NACIONAL FINANCIERA (NAFIN)

Nacional Financiera, desde su creación en 1934, su misión ha estado vinculada al proceso de desarrollo económico del país. Esta institución, en su faceta de banca de fomento y como agente financiero del sector gobierno, ha desempeñado una función determinante en la promoción de las actividades productivas de México, así como dentro del sistema financiero mexicano.

Las estrategias de desarrollo de Nacional Financiera han evolucionado a lo largo de existencia de acuerdo a las políticas económicas gubernamentales y las prioridades establecidas por las mismas.(32)

Actualmente, Nacional Financiera mantiene como firme propósito, contribuir a la preservación de la planta productiva y el empleo; además de impulsar continuamente la materialización de nuevos proyectos de inversión viables, que alienten el crecimiento económico.

Los objetivos de Nafin en este tiempo son:

- Brindar atención especial a las micro, pequeñas y medianas empresas, dando a éstas facilidades en materia de financiamiento;
- Otorgar preferencia al desarrollo de la industria manufacturera;
- Apoyar los proyectos de las grandes empresas que favorezcan la articulación de cadenas productivas y el desarrollo de los proveedores micro, pequeños y medianos;
- Diseñar instrumentos alternativos de financiamiento en apoyo de las unidades productivas;
- Promover una cultura empresarial, mediante acciones de asesoría, capacitación y asistencia técnica;

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- Desarrollar actividades de ingeniería financiera y banca de inversión que faciliten la incorporación de las empresas mexicanas a los mercados de valores nacional e internacionales; y

- Fomentar las alianzas estratégicas.

Ahora más que nunca, es prioritario para Nacional Financiera, el apoyar a la industria manufacturera nacional, sin dejar de lado uno de los principales objetivos que es la atención a las empresas micro, pequeñas y medianas de los sectores comercio y de servicio, ubicadas en los estados que cuentan con un menor desarrollo relativo.

Nacional Financiera actualmente ofrece los siguientes productos y servicios:

- Programa Unico de Financiamiento a la Modernización Industrial (Promín);

- Programa de Garantías;

- Operaciones de crédito de primer piso;

- Programa de Aportación accionaria;

- Programa Extraordinario de Capital de Riesgos;

- Programa de Desarrollo de Proveedores;

- Programa de Apoyo a Empresas Integradoras;

- Servicios de capacitación y asistencia técnica;

- Servicios fiduciarios y de valuación y diagnóstico;

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- Banca de inversión;
- Operaciones internacionales; y
- Alianzas estratégicas.

Los beneficios derivados de estos programas pueden recibirlos las empresas interesadas en dos maneras, una es directamente, y la otra, a través de la *Red de Intermediación Financiera* integrada por los bancos comerciales, uniones de crédito, empresas de factoraje, arrendadoras financieras, entidades de fomento, así como las sociedades financieras de objeto limitado que hayan sido habilitadas por Nafin para la operación de sus programas.(33)

Nacional Financiera, ha elaborado diversos estudios acerca de las necesidades y posibilidades de financiamiento y desarrollo que presentan las diferentes regiones, estados, sectores productivos y grupos de empresarios del país, mismos que se toman en cuenta para elaborar los nuevos programas, y que se pretenden complementar con acuerdos de trabajo con los sectores gubernamental y privado.

Nafin dispone de programas diseñados especialmente para desarrollar a la micro, pequeña y mediana empresa, ayudándola tanto a resolver problemas como difícil obtención de financiamiento, obsolescencia tecnológica, carteras vencidas, deficiente cultura empresarial, etc., como para aprovechar las oportunidades y nichos de mercado que la globalización económica ofrece.

Las estrategias de fomento pretenden lograr una mayor articulación entre el crecimiento industrial y la micro, pequeña y mediana empresa, extendiendo los beneficios de la reactivación económica inducida por las grandes compañías y el comercio internacional a las unidades productivas de menor tamaño relativo y a las grandes regiones menos desarrolladas. Para ello, Nafin cuenta con cinco vertientes principales en sus actividades de fomento, que son las siguientes:

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

1) Programa Unico de Modernización Industrial (Promin)

Tiene como objetivo facilitar la reconversión manufacturera. Las empresas pueden acceder a sus recursos mediante un formato único, que cubre las necesidades de la reconversión de las empresas acreditadas.

Los recursos pueden destinarse a múltiples propósitos, que van desde la reestructuración de pasivos, adquisición de activos fijos y capital de trabajo, hasta la contratación de asesoría, desarrollo tecnológico, infraestructura tecnológica y mejoramiento del entorno ambiental.

Los créditos se otorgan hasta por un plazo de 20 años y se canalizan ya sea a través de la banca comercial o de intermediarios financieros no bancarios; en el caso de reestructuración de pasivos se ofrecen varios esquemas para que el empresario escoja el que se apega a su capacidad de pago.

También se ofrecen financiamientos en divisas a tasas y plazos preferenciales, mediante *Líneas de Corto Plazo (para la preexportación, exportación e importación de materias primas, insumos, refacciones y equipo)*, y para recursos a mediano y largo plazo, con *Líneas Globales*, para la importación de bienes de capital.

A fin de que las micro, pequeñas y medianas empresas accesen fácilmente al financiamiento formal, se diseñaron varios esquemas de garantía que también apoyan y alientan la realización de inversiones en nuevos proyectos en cadenas de proveedores y compradores, así como a los programas de reestructuración de pasivos bancarios.

2) Desarrollo de proveedores

Este programa responde al desafío integral que presenta la brecha entre los niveles de calidad exigidos por las grandes *empresas exportadoras* y los problemas de competitividad que presentan la micro, pequeña y mediana empresa mexicana.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Se pretende facilitar la vinculación de la pequeña y media empresa con la gran empresa compradora, mediante la atención integral de sus necesidades como financiamiento, capacitación y asistencia técnica, entre otras, y con ello contribuir a la generación de un mayor valor agregado nacional de la *oferta exportable*, mediante la eficiente sustitución de importaciones de bienes finales e intermedios.

El esquema de desarrollo de proveedores también complementa y apoya a los demás programas generales como los de garantías, créditos de primer piso y descontados, operaciones de factoraje, servicios de capacitación, asistencia técnica, etc., con los que se deben aprovechar las fortalezas de las grandes empresas para beneficio de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

3) Desarrollo empresarial

Su propósito es mejorar la capacidad gerencia de los empresarios y técnicos, mediante la capacitación y la asistencia técnica; lo cual contribuirá a que aumente la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa, particularmente para que diseñen de la mejor manera sus propios proyectos de inversión.

4) Cadenas productivas y agrupamientos industriales

Nafin busca apoyar el desarrollo de las cadenas productivas, brindándoles una atención especializada, con el propósito de promover una exitosa reconfiguración de las mismas, promover su competitividad y modernización tecnológica, y avanzar en una sustitución eficiente de importaciones.

5) Capital de riesgo

La quinta vertiente la integran el *Programa de Aportación Accionaria* y el *Programa Extraordinaria de Capital de Riesgos*. El primer Programa incluye la aportación accionaria en proyectos o empresas tanto en forma directa como

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

indirecta, con lo cual se pretenden detonar nuevas inversiones que generen impacto económico, sobre todo en los estados y regiones con menor desarrollo relativo.

El *Programa Extraordinario de Capital de Riesgos* complementa los esfuerzos de reestructuración de pasivos bancarios, para ayudar a las empresas industriales con problemas financieros, a los que la banca comercial les capitaliza pasivos, mientras que Nafin les inyecta recursos frescos para capital de trabajo y modernización.(34)

Es importante aclarar que las ocho políticas que propone el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior para reactivar la economía mexicana, no están desfasadas de los programas que ofrece Nacional Financiera, ya que se encuentran íntimamente relacionadas, como se explica a continuación:

1) Política de estabilidad macroeconómica y desarrollo financiero. A fin de colaborar en la estabilidad macroeconómica, Nafin ha venido defendiendo la planta productiva y el empleo, además de participar activamente en el impulso y desarrollo del mercado bursátil mexicano.

2) Política de creación y mejoramiento de la infraestructura física y de la base humana e institucional. El Programa de Desarrollo Empresarial de Nafin, otorga capacitación y asistencia técnica especializada a personal de las empresas y de la red de intermediarios financieros no bancarios.

3) Fomento de integración de cadenas productivas. En este rubro, Nafin, conjuntamente con las autoridades, ha identificado 32 ramas prioritarias de la industria manufacturera, seleccionándolas en base a su efecto multiplicador en otras actividades económicas; el empleo y la producción; *generación de exportaciones*; grado de integración; participación en el PIB, y el ser base para incorporar eficientemente a micro, pequeñas y medianas empresas a cadenas productivas. Además Nafin mediante el *Programa de Desarrollo de Proveedores* vincula a las pequeñas y medianas empresas con las grandes, con

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

objeto de construir redes de proveedores eficientes que estén en condiciones de competir con los extranjeros.

4) Mejoramiento de la infraestructura tecnológica para el desarrollo de la industria. El *Programa de Garantías* de Nafin, conjuntamente con el *Convenio para la Modernización Tecnológica* que Nafin tiene con el *Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)*, dan respuesta a esta política, ya que apoyan proyectos de desarrollo tecnológico y mejoramiento ambiental.

5) Desregulación económica. Nafin implementó un programa de *simplificación administrativa*, con el propósito de hacer llegar sus servicios de manera más eficiente, y para lo cual reestructuró cinco programas anteriores en un sólo formato y ventanilla única a través del *Programa Unico de Modernización Industrial (Promin)*. A la vez se promueve el funcionamiento de *Consejos Consultivos* en cada entidad federativa, integrados por gobernadores, empresarios miembros de ambas bancas -comercial y de desarrollo-, y organismos estatales de fomento, para que supervisen y mejoren las operaciones de Nafin.

6) Promoción de exportaciones. Nafin afirma que esta política esta explícitamente incorporada en la mayor parte de sus programas de crédito, garantías y capacitación, así como a través de instrumentos especiales que incluyen financiamiento a largo plazo para el comercio exterior en moneda nacional y extranjera a tasas y plazos preferenciales.

7) Negociaciones comerciales internacionales. A través de sus representaciones en el extranjero, Nafin realiza promociones intensivas para difundir proyectos de inversión, alianzas estratégicas, inversión extranjera directa, asistencia técnica para comercializar productos mexicanos en el exterior, búsqueda de tecnología, socios compatibles, financiamientos adecuados y bursatilización de acciones y valores.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

8) Promoción de la competencia. Todos los programas de Nafin tienen por objeto promover la eficiencia y competitividad de las empresas, tanto para defender su mercado interno, como para sustituir importaciones, restituir y crear nuevas cadenas productivas y aumentar las exportaciones.(35)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.5 COORDINADORA DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR DEL ESTADO DE GUANAJUATO (COFOCE)

La Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE) es un organismo descentralizado, creado en octubre de 1992, de carácter mixto, en donde participan de manera activa los diversos sectores productivos del Estado, y que tiene como tarea principal responder con esquemas concretos a los retos y oportunidades que representan para nuestro Estado las realidades de la globalización económica.

La COFOCE nace como respuesta de la administración del gobierno del Estado de Guanajuato a las necesidades del sector productivo del Estado de contar con un órgano especializado en planeación estratégica en materia de comercio exterior e inversión extranjera, que proporcionara capacitación, asistencia técnica a la exportación, información relativa a mercados, oportunidades comerciales, promoción y logística, entre otros, necesarias para respaldar la internacionalización de la economía estatal.

Hay que resaltar que COFOCE es pionero a nivel nacional en la coparticipación entre el sector empresarial y sector gobierno, ya que el financiamiento y las líneas generales de trabajo son aportaciones del gobierno, mientras que la elaboración de los programas de actividades, y las acciones operativas, están a cargo de un grupo de empresarios exportadores representantes de los sectores económicos con mayor presencia en el Estado.

Siendo COFOCE un importante mecanismo para fomentar el comercio exterior y captar inversión extranjera hacia Guanajuato, se trabaja para cumplir tres objetivos básicos: 1) fomentar y promover las exportaciones de productos de la entidad, 2) atraer inversión extranjera directa al Estado, y 3) fomentar una cultura de comercio exterior en Guanajuato.

Para cumplir dichos objetivos, la COFOCE cuenta con un *Consejo*, que es el *Organo Supremo*, encargado de aprobar las líneas generales de acción y de la presupuestación; el cual esta integrado por representantes del sector

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

empresarial, por funcionarios del gobierno y por personal directivo del propio COFOCE.

El *Comité Consultivo* es un órgano de orientación y de apoyo, y se integra por un Presidente, un Secretario, y un representante de los sectores productivos más representativos del Estado. (36)

ORGANIGRAMA OPERATIVO

El cuerpo directivo de COFOCE lo integran las siguientes áreas:

Dirección General

Su objetivo prioritario lo constituye el consolidar las alianzas estratégicas entre el gobierno estatal y los sectores productivos, a través de intensivas acciones de promoción y concertación, a fin de sumar los esfuerzos y así alcanzar un desarrollo integral en el comercio exterior del Estado.

Direcciones de Promoción

Existen tres direcciones de promoción: 1) de América del Norte, 2) de Europa, Asia y el Caribe, y 3) de América Latina. Su función principal es promover proyectos para impulsar el comercio exterior y la inversión extranjera en aquellos sectores y sitios geográficos de interés especial para Guanajuato. También estas direcciones se encargan de presentar en *COMPEX* proyectos de exportación.

Entre sus actividades se encuentran el desarrollo de proyectos de exportación, proporcionan apoyo y promoción para participar en ferias y eventos internacionales, así como brindar asesoría en materia de comercio exterior.

El área de *Atención a Inversionistas* se dedica a la búsqueda de potenciales inversionistas en el extranjero, a efectuar ponencias sobre las ventajas competitivas y comparativas del Estado y a coordinar las labores con la Secretaría

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado y los municipios de Guanajuato.

En 1997 se instalaron en los Estados Unidos 3 oficinas ubicadas en Nueva York, Dallas y California, con la finalidad de promover la oferta exportable de las unidades productivas guanajuatenses, atraer inversión extranjera y, en general, proporcionar apoyo para concretizar negocios.

Dirección de Servicios al Comercio Exterior

Su misión es proporcionar a las empresas con potencial exportador, el soporte suficiente para que a mediano plazo se integren a la comunidad empresarial exportadora, para ello, cuenta con los siguientes departamentos:

a) Asistencia Técnica para la Exportación

Se dedican a realizar encuestas y autodiagnósticos de internacionalización entre las unidades productivas exportadoras de Guanajuato, para detectar potencialidades y debilidades, a fin de brindarles el apoyo específico que necesitan. A través de esta área se capta la oferta exportable del Estado, la cual es difundida posteriormente entre los principales mercados internacionales;

b) Capacitación y Cooperación Internacional

Su labor consiste en fomentar una cultura exportadora y dar a conocer los conocimientos básicos para realizar operaciones de exportación. Para lo cual se realizan diplomados, talleres prácticos, cursos y seminarios de alto nivel, entre otros.

En materia de cooperación a nivel mundial, este departamento es el encargado de allegar a los empresarios programas de asistencia técnica internacional, para elevar la competitividad de las empresas guanajuatenses; así como de promover coinversiones, transferencias de tecnología, maquila,

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

subcontratación, entre otros. Todo ello a través de la vinculación con organismos internacionales; y

c) Difusión y Eventos Nacionales

Su tarea consiste en participar en los principales eventos a nivel nacional y estatal, como ferias, congresos, convenciones, etc., así como mantener continuamente informada a la comunidad empresarial, vía presentaciones directas y medios de comunicación, de los servicios y programas de COFOCE.(37)

Con el fin de difundir el catálogo de servicios y apoyos que otorga COFOCE, se han instalado oficinas en Celaya, Moroleón-Uriangato y San Francisco del Rincón. Lo cual ayuda a acercar a los empresarios de los 46 municipios que integran nuestro Estado, la información confiable y oportuna que requieran, sin tener que trasladarse a las oficinas centrales de COFOCE ubicadas en la Ciudad de León, Gto.(38)

Además, COFOCE cuenta con un *Centro de Información en Comercio Exterior (CICE)*, quien es el responsable de captar y desarrollar proyectos viables de exportación, a través de visitas en planta, así como otorgar información y asesoría en comercio exterior.

A fin de proporcionar dicha información, el *CICE* cuenta con bibliografía, software especializado, discos compactos, bancos de datos nacionales e internacionales, y en general, información sobre marco económico, jurídico, aduanal, financiero, logístico, comercial, referente al comercio exterior del Estado.(39)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.6 OTROS APOYOS A LAS EXPORTACIONES

La política de promoción de exportaciones, es una estrategia que alienta una rentabilidad elevada y permanente en las exportaciones; y para ampliar y fortalecer el acceso de los bienes y servicios mexicanos a los mercados internacionales, el sector público, además de los programas ya señalados anteriormente; suma los esfuerzos de varias dependencias gubernamentales, y también, se coordina con el sector empresarial para auspiciar diversos instrumentos específicos de apoyo, como los que a continuación se explican brevemente:

4.6.1 SISTEMA MEXICANO DE PROMOCION EXTERNA (SIMPEX)

El Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX) es un instrumento que permite captar y transmitir de manera oportuna información respecto a: demandas de bienes y servicios generados en el exterior, intereses de empresas extranjeras en establecer alianzas estratégicas con empresas nacionales y oferta exportable en estas empresas.

El SIMPEX se instrumentó bajo la coordinación de los esfuerzos de la SECOFI, Bancomext, Nacional Financiera y el Consejo Mexicano de Inversión, con los siguientes objetivos:

- Promover oportuna y eficazmente los proyectos comerciales y de inversión entre empresas nacionales y extranjeras;
- Poner a disposición de los inversionistas en un sólo instrumento, la información completa, actualizada y homogénea sobre una amplia gama de temas; y
- Coordinar las acciones de promoción de las instituciones vinculadas con los negocios internacionales.(40)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

Gracias a los avances tecnológicos en materia de sistemas y telecomunicaciones con los que cuenta SIMPEX, es posible la transferencia de información de manera rápida y eficaz entre las representaciones de Bancomext en el extranjero, y las múltiples oficinas de las instituciones antes mencionadas que conforman el SIMPEX.

Mediante este sistema se difunde información sobre la oferta exportable del país, la demanda en el exterior de productos mexicanos, los intereses de empresas extranjeras para invertir en el país y la demanda mexicana de inversión extranjera.

A fin de complementar esta información, el SIMPEX dispone de módulos en donde los empresarios encuentran lo siguiente:

- Información general en materia de comercio exterior,
- Información sobre la economía del país,
- Infraestructura y localización industrial (parques industriales),
- Información del marco legal y financiero de México,
- Mercados internacionales,
- Ferias y eventos,
- Directorio de empresas, y
- Directorio de entidades de apoyo.

Este abanico de información se encuentra disponible en las oficinas que coordinan el SIMPEX.(41)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.6.2 CENTRO DE SERVICIOS AL COMERCIO EXTERIOR (CSCEX)

Entre los principales servicios informativos que proporciona el Centro de Servicios al Comercio Exterior (CSCEX), auspiciado por la SECOFI y por Bancomext, encontramos: una unidad de información -donde se encuentran más de 10,000 títulos bibliográficos-; un sistema interactivo; publicaciones de información especializada en negocios comerciales, sistemas de comercialización, aspectos técnicos de producción, entre otros, así como diversas bases de datos y sistemas de información en materia de comercio exterior.

En su faceta de asesor, el CSCEX ofrece servicios de diagnóstico de comercio internacional; comercializadoras internacionales; servicios financieros que brinda el Bancomext, y asesoría técnica en sistemas aduaneros, cotizaciones internacionales, empaques y embalajes, sistemas de transportación internacional, niveles internacionales de demanda y métodos internacionales de pago.

Además, este Centro ofrece a los exportadores capacitación técnica y especializada a través de cursos en las siguientes materias: situación internacional de la empresa, análisis de competitividad internacional de la empresa, metodología para desarrollar proyectos de negocios relativos al comercio exterior, fijación de precios de exportación, comercialización industrial, preparación y transporte, financiamiento, negociación internacional, y empaque, embalajes y presentación, entre otros.(42)

4.6.3 PROGRAMA NACIONAL DE EVENTOS INTERNACIONALES

El Programa Nacional de Eventos Internacionales, concertado por la SECOFI y Bancomext consiste en un programa anual, diseñado para difundir y apoyar la participación de las empresas mexicanas en ferias y eventos internacionales. Con ello se pretende además de incrementar nuestras exportaciones, diversificarlas sin dispersión de esfuerzos.(43)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.6.4 COMISION MIXTA PARA LA PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES (COMPEX)

La Ley de Comercio Exterior de 1993, hace de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX), la *Comisión Auxiliar del Ejecutivo Federal en la Promoción de las Exportaciones*. Por ello, COMPEX -inicialmente instalada en 1989-, comienza una nueva etapa en su objetivo de coadyuvar a la modernización de las empresas, incorporar a la micro, pequeña y mediana empresa a la comunidad exportadora e incrementar la promoción de la cultura exportadora.

COMPEX constituye un foro abierto para los empresarios nacionales que ya exportan o desean exportar, y enfrentan problemas administrativos y técnicos. El compromiso de COMPEX es darles una solución ágil y rápida a dichos problemas, a través de la concertación entre el sector público y privado.

En COMPEX participan activamente diversas dependencias como la SECOFI, SRE, SHCP, SCT, SS, STPS, SAGAR, SEMARNAP, Bancomext, y Nafin, entre otras. El sector empresarial esta representado por Canacintra, Concanaco, Anierm, entre otros; además de empresarios a título personal.

Entre las actividades que propone COMPEX, encontramos:

- Políticas para promocionar exportaciones de bienes y servicios,
- Acciones de promoción a realizar por el gobierno federal o por los gobiernos estatales,
- Acciones de coordinación y concertación con el sector privado para fomentar las exportaciones mexicanas, y
- Medidas que agilicen trámites administrativos y eliminen obstáculos a las exportaciones.

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

A fin de cumplir estos objetivos, COMPEX realiza en todo el país reuniones públicas en las que participan, además de los miembros permanentes del sector público y privado, los exportadores interesados en desarrollar un proyecto, plantear una problemática o una propuesta para agilizar trámites; por ello, la participación del sector empresarial en el foro de COMPEX es fundamental.(44)

4.6.5 COMISION PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO EXTERIOR (COMPROMEX)

La Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX), es un organismo creado por *Ley del Congreso de la Unión*, publicado el 31 de diciembre de 1956 en el Diario Oficial de la Federación, con el propósito de intervenir a petición de la parte interesada, en los conflictos derivados de las operaciones de comercio exterior (exportaciones e importaciones) para encontrar una pronta solución a dichas controversias.

COMPROMEX, dentro de un marco jurídico de fácil manejo, a solicitud de la parte interesada, apoya en la búsqueda de soluciones conciliatorias para resolver con rapidez conflictos legales o contractuales.

Asimismo, cuando las partes no llegan a superar sus diferencias durante el proceso conciliatorio, la COMPROMEX puede intervenir como órgano arbitral, siempre y cuando las partes manifiesten expresamente su voluntad de someter el conflicto en cuestión a la decisión de la Comisión.

La Comisión esta integrada por representantes de las dependencias del gobierno federal que mayor ingerencia tienen en las operaciones de comercio exterior, y por representantes de diversas cámaras y asociaciones del sector empresarial, lo cual garantiza soluciones apoyadas en la legislación vigente y en base en la buena fe y la equidad. De esta manera, COMPROMEX ayuda a resolver un sinnúmero de conflictos por vía de la conciliación, que pudieron haber constituido pleitos largos y muy costosos.(45)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

4.6.6 PREMIO NACIONAL DE EXPORTACION

La SECOFI, a través de la *Subsecretaría de Promoción de la Industria y el Comercio Exterior* y del *Fideicomiso del Premio Nacional de Exportación*, convoca a todas las empresas e instituciones que se interesen en el desarrollo y fortalecimiento del sector exportador mexicano, a participar en el Premio Nacional de Exportación.(46)

Este Premio, tiene por objeto premiar y reconocer anualmente el esfuerzo, la constancia y la creatividad de las empresas exportadoras nacionales y de las instituciones que apoyen la actividad exportadora. Particularmente, el Premio Nacional de Exportación busca estimular el aumento y la diversificación de las exportaciones, difundir en los mercados internacionales la oferta exportable mexicana, arraigar una sólida cultura de exportación entre los agentes económicos del país, y fomentar el desarrollo de mecanismos cuya función sea el apoyar el incremento de las exportaciones.(47)

4.6.7 CUENTA ADUANERA

La Cuenta Aduanera tiene su fundamento legal en los artículos 85, 86 y 87 de la *Ley Aduanera*; y constituye un mecanismo que debe tomarse como una opción para quienes no pueden o no quieren ser empresas con registro PITEX o maquiladoras, o bien mientras les autorizan su programa. En el caso de que las empresas ya hayan convenido compromisos, pueden efectuar su operación mediante una cuenta aduanera, que funciona de la siguiente manera:

1) Se cubren los impuestos de importación, cuota compensatoria, IVA y, en su caso, se efectúa un depósito en una institución bancaria o en una casa de bolsa autorizada;

2) Al retornar la mercancía al extranjero, dicho depósito le será devuelto por la institución al depositante, incluyendo también los rendimientos; y

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

3) Se pueden importar al amparo de estas cuentas aduaneras: a) mercancías sujetas a un proceso de transformación o elaboración; b) bienes terminados, maquinaria y equipo para ser reparado, adaptado o transformado; y c) bienes de activo fijo (maquinaria y equipo).

Los plazos de permanencia en el país de dichas mercancías son: para los primeros incisos un plazo de 18 meses; y para el inciso c), 3 años a partir de la fecha en que se introdujo al territorio mexicano.

Al terminar estos plazos, las mercancías deberán retornarse al extranjero, o bien, se deberá solicitar el cambio de régimen de *Cuenta Aduanera* a régimen de importación definitiva, con el ingreso respectivo de los impuestos y rendimientos a la Tesorería de la Federación. Estos trámites deberán realizarse dentro de los plazos autorizados, que se contabilizan a partir del día siguiente a la introducción de la mercancía al país.(48)

4.6.8 PROGRAMA DE ASISTENCIA TECNICA (PAT)

El Programa de Asistencia Técnica (PAT) es un instrumento creado por el Banco Nacional de Comercio Exterior, cuya misión es apoyar a los requerimientos de asistencia técnica de las empresas mexicanas principalmente pequeñas y medianas que realicen operaciones de exportación directas e indirectas, encauzando recursos a fin de elevar la calidad y competitividad de los productos mexicanos en los mercados internacionales.

Los propósitos generales del Programa son:

1) Identificar problemas específicos que afecten la productividad y competitividad del sector empresarial, con objeto de generar programas de asistencia técnica que se apeguen a sus necesidades;

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

2) Generar un efecto multiplicador de los programas de asistencia técnica, al involucrar a varias unidades productivas de una misma rama industrial que compartan un problema similar; y

3) Compartir los costos de las empresas con Bancomext, mediante un compromiso real de las partes. Bancomext podrá aportar hasta el 80% del costo total de asistencia técnica, y la empresa o empresas beneficiarias un 20%, cuando se pretenda desarrollar un proyecto.(49)

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

REFERENCIAS CAPITULO IV

- (1) Secofi, Delegación Federal, Programas de Apoyo. Comercio Exterior, Querétaro, Qro. 1996, pp. 2,3
- (2) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, pp. 29,30
- (3) Secofi, Delegación Federal, Opus cit, p.2
- (4) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 30
- (5) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 35
- (6) Decreto que Reforma al Diverso para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- (7) Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 3 de mayo de 1990
- (8) Secofi, Delegación Federal, Programas de Apoyo. Comercio Exterior, Opus cit, p. 3
- (9) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 35
- (10) Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Opus cit.
- (11) Decreto que Reforma el Diverso para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Opus cit.
- (12) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 35

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- (13) Decreto que Establece la Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- (14) Secofi, Subdelegación Federal, Devolución de Impuestos de Importación a Exportadores, Guanajuato, Gto., 1996, p. 2
- (15) Decreto que Establece la Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores, Opus cit.
- (16) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 31
- (17) Secofi, Delegación Federal, Programas de Apoyo Comercio Exterior, Opus cit, p. 4
- (18) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, pp. 32,33
- (19) Decreto que Reforma y Adiciona al Diverso para Regular el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- (20) Decreto para regular el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 3 de mayo de 1990
- (21) Decreto que Reforma y Adiciona al Diverso para Regular el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Opus cit.
- (22) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 33
- (23) Decreto para Regular el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Opus cit.
- (24) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 33

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- (25) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, pp. 27-29
- (26) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 117
- (27) Ibid, pp. 38,39
- (28) Ibid, pp. 117-124
- (29) Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Opus cit, pp. 3-6
- (30) Ibid, pp. 72, 76-81
- (31) Ibid, p. 81
- (32) Oscar Espinosa Villareal, El Impulso a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, D.F., 1993, p. 45
- (33) “Sexagésimo tercer aniversario de Nacional Financiera”, en El Mercado de Valores, julio de 1997, No. 7, Año LVII, p. 19
- (34) “El financiamiento de la micro, pequeña y mediana industria”, en El Mercado de Valores, marzo de 1997, No. 3, Año LVII, p. 7,9,10
- (35) “Retos de Nacional Financiera en 1996”, en El Mercado de Valores, agosto de 1996, No. 8, Año LVI, pp. 16, 17
- (36) “Cofoce: Apoyando a las Empresas con Potencial Exportador y a las Exportadoras”, en Gto. Exporta, mayo de 1997, Vol. 2 No. 16, pp. 1-3
- (37) “Organigrama Operativo”, en Gto. Exporta, Opus cit, pp. 3-5
- (38) “Su línea directa con el exterior”, en Gto. Exporta, Opus cit, p. 6

CAPITULO IV PROGRAMAS DE APOYO QUE OTORGA EL SECTOR PUBLICO A LAS EXPORTACIONES

- (39) "CICE", en Gto. Exporta, Opus cit, p. 5
- (40) Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior", Opus cit, p. 74
- (41) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, pp. 36,37
- (42) Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior", Opus cit, pp. 73, 74
- (43) Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior", Opus cit, p. 74
- (44) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 152
- (45) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, p. 154
- (46) Secofi, Delegación Federal, Programas de Apoyo Comercio Exterior, Opus cit, p. 9
- (47) Secofi, "Programa de Política Industrial y Comercio Exterior", Opus cit, p. 75
- (48) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Opus cit, pp. 31,32
- (49) "PAT: Asistencia para la empresa pequeña y mediana que exporta", en Gto. Exporta, enero de 1998, Vol. 3, No. 21, p. 8

CONCLUSIONES

Después de efectuar las reflexiones anteriores acerca de la problemática en torno a la micro, pequeña y mediana empresa para lograr incluirse al conjunto de empresas mexicanas que ya exportan, en un entorno de apertura comercial, aunado a la gran importancia de los programas de promoción de nuestras exportaciones que brinda el sector público, nos damos cuenta que es difícil elaborar una estricta y delimitada lista de aspectos en los cuales se deben tomar acciones inmediatas, sin embargo, elaboraremos aquí lo que a nuestro modesto juicio son los renglones más importantes en los que se requiere trabajar.

En primer lugar, hay que señalar la necesidad de que el sector exportador reciba los estímulos fiscales equivalentes a los que reciben las empresas del extranjero con las que compiten en los mercados internacionales.

Un punto importante es el relacionado con el financiamiento, para ello, se hace necesario que las tasas de interés derivadas de los créditos otorgados por la banca de fomento a dichas empresas sean competitivas, ya que no es posible que las tasas de interés cobradas por ésta sean superiores a las que se pagan en el extranjero. En lo que respecta a la banca comercial, de igual manera esta obligada a volverse más competitiva con éstas empresas, ya que no es lo mismo conceder un crédito a una gran empresa que a una pequeña, pues la primera es una entidad ordenada con propuestas y proyectos firmes de fácil evaluación; mientras que las pequeñas empresas muchas veces no saben elaborar ni presentar un proyecto. Entonces, la banca comercial debe reestructurar sus operaciones para diseñar estrategias específicas para las pequeñas empresas.

En el aspecto tecnología, es indudable el afirmar que nuestras pequeñas unidades productivas presentan un rezago considerable, ya que observamos que su maquinaria y herramental generalmente, además de escasos son obsoletos, esto aunado a nuestra casi total dependencia tecnológica del exterior, nos conduce a afirmar que es preciso impulsar la investigación científica y tecnológica en nuestro país, para ello sería conveniente trabajar en: efectuar convenios de colaboración

entre el sector público y privado y con organismos extranjeros, y en general, aumentar permanentemente los recursos destinados a la ciencia y la tecnología.

A fin de enfrentar eficientemente la apertura, el dirigente de la empresa debe lograr comprender los nuevos retos que se le presentan. Un problema de las pequeñas empresas consiste en que los hombres que se encuentran a la cabeza de los negocios no cuentan con una cabal capacitación para desempeñar sus funciones, entonces el pequeño empresario debe consientisarse de la necesidad de llevar a cabo replanteamientos, ser flexible a la nueva situación, para ello estas serían algunas actitudes a asumir: aceptar dejar en manos de profesionales la administración de la empresa; lograr una visión empresarial de más largo plazo, considerando un panorama más amplio y diversificado de negocios; búsqueda constante de mejores niveles de calidad, de expansión constante; y, respeto, comprensión y adaptabilidad de otras costumbres y prácticas de negocios.

En lo que se refiere a los apoyos gubernamentales, el estado, en general, debe simplificar los trámites para la creación de empresas; por su parte, las entidades federativas deben apoyar el establecimiento de pequeñas empresas en su territorio, otorgándoles incentivos fiscales y creando la infraestructura necesaria para su funcionamiento. En cuanto a los apoyos de promoción a las exportaciones, se debe diseñar una adecuada estrategia de atención a los empresarios, para que ellos tengan la garantía que al acudir a una oficina podrán ser amablemente atendidos por el personal. Se requiere además, que el conjunto de apoyos otorgados las exportadores sean de fácil tramitación y que realmente sean dados a conocer a lo largo y ancho de nuestro territorio, para lo cual se necesita incrementar la difusión en los medios informativos al alcance de todas las personas, como son televisión, radio y prensa.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- 1.- Angeles,Luis Crisis y Coyuntura de la Economía Mexicana, Ediciones El Caballito, México
- 2.- Blanco Mendoza,Herminio Las Negociaciones Comerciales de México con el Mundo, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1994
- 3.- Chacholiades, Miltiades Economía Internacional, 2da. Ed. Mc Graw Hill, México, D.F., 1995
- 4.- Espinosa Villareal, Oscar El Impulso a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993
- 5.- Fernández 'Arena, José Antonio El Proceso Administrativo, 2da. Ed., Diana, México, D.F., 1991
- 6.- González, Sara Temas de Organización Económica Internacional, Ed. Mc Graw Hill, Madrid, España, 1993
- 7.- Jarillo, José Carlos y Jon Martínez Echezarraga, Estrategia Internacional, Ed. Mc Graw Hill, España, 1991
- 8.- Méndez M., J. Silvestre , Problemas Económicos de México, 3a. Ed. Mc Graw Hill, México, 1995
- 9.- Mercado H., Salvador, Administración Aplicada. Teoría y Práctica I, Ed. Limusa, México, D.F., 1994
- 10.- Mercado H., Salvador, Comercio Internacional I, 3a. Ed. Limusa, México, D.F., 1994

11.- Tamames, Ramón Estructura Económica Internacional, Ed. Alianza, México, 1991

12.- Torres Gaytan, Ricardo Teoría del Comercio Internacional, 15a. Ed., Siglo XX, México, D.F.

OTRAS FUENTES

1.- “Actualidades de la contratación entre empresas mexicanas”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, No. 2, Año LVIII

2.- “Alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación empresarial”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, No. 2, Año LVIII

3.- “Alianzas estratégicas y organización industrial”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, No. 2, Año LVIII

4.- Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Guía Básica del Exportador, 4ta. Ed. México, diciembre de 1996

5.- “Cofoce: Apoyando a las Empresas con Potencial Exportador y a las Exportadoras”, en Gto. Exporta, mayo de 1997, Vol. 2, No. 16

6.- “Cofoce. 2da. Encuesta de Comercio Exterior”, en Gto. Exporta, septiembre de 1996, Vol. 1, No. 9

7.- “CICE” en Gto. Exporta, Opus cit.

8.- Davalos, Renato “Eliminar Aranceles, Pide EZP a Corea, Taiwán, China y Japón”, en Excelsior, (México, D.F.), 25 de noviembre de 1996

9.- Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 3 de mayo de 1990

- 10.- Decreto para Regular el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 3 de mayo de 1990
- 11.- Decreto que Establece la Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- 12.- Decreto que Reforma al Diverso para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- 13.- Decreto que Reforma y Adiciona al Diverso para Regular el Establecimiento de Empresas de Comercio Exterior, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 11 de mayo de 1995
- 14.- Díaz Escalante, Arsenio “Del Desarrollo Estabilizador a la Crisis de la Globalización”, en Ejecutivos de Finanzas, diciembre de 1996, Año XXV, No. 12
- 15.- “El financiamiento de la micro, pequeña y mediana industria”, en El Mercado de Valores, marzo de 1997, No. 3, Año LVII
- 16.- Entrevista realizada en mayo de 1998 al Lic. Eligio Flores Cadena, especialista y catedrático en varias universidades en el área de comercio exterior, quien además es *Ejecutivo de Promoción* del Grupo Aduanero CARMI
- 17.- “¿Está usted interesado en exportar?”, en Gto. Exporta, febrero de 1998, Vol. 3, No. 22
- 18.- “Estímulos fiscales y financieros a exportadores”, en Ejecutivos de Finanzas, julio de 1997, Año XXVI, No. 9
- 19.- Alma Lilia García Torres, Análisis Integral de la Micro y Pequeña Empresa, Tesis, Escuela Profesional de Comercio y Administración, León, Gto., 1996

- 20.- Daniel Guzmán López, La Banca de Desarrollo en la Modernización Empresarial, Monografía, Escuela Profesional de Comercio y Administración, León, Gto., 1996
- 21.- Katz, Isaac “Exportaciones y crecimiento económico. Evidencia para la industria manufacturera en México”, en Comercio Exterior, febrero de 1996, Vol. 46, No. 2
- 22.- Nacional Financiera e ITAM, Programa de Desarrollo Empresarial I, México, 1994
- 23.- “Organigrama operativo”, en Gto. Exporta, Opus cit.
- 24.- “Organización y representatividad de las micro y pequeñas empresas en México”, en Comercio Exterior, febrero de 1997, Vol. 47, No. 2
- 25.- “PAT: Asistencia para la empresa pequeña y mediana que exporta”, en Gto. Exporta, enero de 1998, Vol. 3, No. 21
- 26.- “Redes industriales: organización fundamental de la economía globalizada”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, No. 2, año LVIII
- 27.- Reuter, “Debate la OMC reglas comerciales”, en Excelsior, (México, D.F.), 29 de noviembre de 1996
- 28.- “Retos de Nacional Financiera en 1996”, en El Mercado de Valores, agosto de 1996, No. 8, Año LVI
- 29.- Secofi, Delegación Federal, Programas de Apoyo. Comercio Exterior, Querétaro, Qro., 1996
- 30.- Secofi, El ABC del TLC, México, 1993

- 31.- Secofi, Informe de Labores 1995-1996, Talleres gráficos de México, México, 1996
- 32.- Secofi, México, el GATT y la nueva Organización Mundial de Comercio, México, septiembre de 1994
- 33.- Secofi, “Programa de Política Industrial y Comercio Exterior”, Diario Oficial de la Federación, (México, D.F.), 31 de mayo de 1996
- 34.- Secofi, ¿Qué es la OCDE?, México, septiembre de 1994
- 35.- Secofi, Subdelegación Federal, Devolución de Impuestos de Importación a Exportadores, Guanajuato, Gto., 1996
- 36.- Secofi, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Texto Oficial, Ed. Miguel Ángel Porrúa, México, 1993
- 37.- Secofi, Tratado de Libre Comercio del G-3, México, 1994
- 38.- Secofi, Tratado de Libre Comercio entre Bolivia y México, México, 1994
- 39.- Secofi, Tratado de Libre Comercio entre México y Chile, México, 1991
- 40.- Secofi, Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica, México, 1994
- 41.- “Sexagésimo tercer aniversario de Nacional Financiera”, en El Mercado de Valores, febrero de 1998, No. 2, Año LVIII
- 42.- “Su línea directa con el exterior”, en Gto. Exporta, Opus cit.