

10621
113



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN
"PROYECTO PARA LA EXPORTACIÓN DE
HEADERS (SISTEMA DE ESCAPE PARA AUTOS)
A TORONTO-CANADÁ"**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CONTADURÍA
P R E S E N T A :
OSWALDO PAZOS RAMÍREZ**

ASESOR: M.C. JOSÉ LUIS PÉREZ GARCÍA.

CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. DE MÉXICO. 2003.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES-CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
P R E S E N T E

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijeres
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Plan de Negocios para la Exportación

"Proyecto para la Exportación de Headers (Sistema de Escape para Autos)

a Toronto-Canadá"

que presenta el pasante: Oswaldo Pazos Ramírez

con número de cuenta: 8907036-5 para obtener el título de :

Licenciado en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXÁMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

A T E N T A M E N T E
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 22 de Noviembre de 2002.

MODULO

PROFESOR

<u>I</u>	<u>M.C. José Luis Pérez García</u>
<u>II</u>	<u>L.E. Raúl González Espinoza</u>
<u>IV</u>	<u>M.E. Joaquín Flores Paredes</u>

SIGNA

B

AGRADECIMIENTOS:

A mi madre:

Por toda una vida de amor, dedicación, trabajo, ejemplo y esfuerzo entregada para convertirme en un hombre y un profesionista.

A mi esposa:

Por su amor, apoyo y comprensión apostados para la consecución de este objetivo.

A mis hermanos y abuela:

Por todo el cariño y el apoyo recibido a lo largo de mi vida y formación profesional.

A mi tío:

Por su ejemplo de rectitud, cariño y apoyo recibidos de él.

A mis amigos y familiares:

Por creer en mi y por el apoyo recibido en todo momento.

A la Universidad:

Por sus enseñanzas recibidas en sus instalaciones y sus profesores que con tanto celo vigilaron mi formación profesional.

Al profesor José Luis Pérez:

Por la dirección y revisión de este trabajo.

**TESIS CON
FALLA DE
ORIGEN**

ÍNDICE

	Pág.
Introducción	3
Objetivos	5
Capítulo 1. Contexto del Comercio Exterior	6
1.1 Teorías Acerca del Comercio Internacional	7
1.2 Globalización	9
1.3 Política de Comercio Exterior de México	14
1.4 Balanza de Pagos	17
Capítulo 2. Procedimientos Administrativos y Marco Jurídico	21
2.1 Régimen Fiscal del Comercio Exterior de México	21
2.2 El Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías y los INCOTERMS	24
2.3 Barreras que Restringen el Comercio Mundial	29
2.4 Los Tratados Comerciales y las Reglas de Origen	33
2.5 Documentos y Trámites Aduaneros que se Utilizan en la Exportación en México	37
2.6 Programas e Instituciones de Apoyo a la Exportación	41
Capítulo 3. Análisis Estratégico de la Empresa con Perfil Exportador	46
3.1 Plan de Negocios de Exportación	46
3.2 Aspectos del Proceso Productivo	51
3.3 Análisis Contable y Financiero de la Empresa	55
3.4 Análisis de FODA	57
3.5 Dimensión del Potencial Exportador de la Empresa	60
3.6 La Oferta Exportable	63
Capítulo 4. Elaboración del Plan de Negocios para la Exportación de Headers a la Ciudad de Toronto en Canadá	66
4.1 Análisis Estratégico de la Empresa y Determinación del Producto a Exportar	66
4.2 Competitividad de la Empresa y su Producto en el Mercado Meta	74
4.3 Canales de Comercialización en el Mercado Meta	77
4.4 Los INCOTERMS y el Precio de Exportación	79
4.5 Los Documentos y los Trámites para la Exportación de Headers a la Ciudad de Toronto en Canadá	82

	Pág.
4.6 Logística de Exportación de Headers a la Ciudad de Toronto en Canadá	83
4.7 Formas de Pago	85
Conclusiones	86
Bibliografía	88
Hemerografía	89
Páginas de Internet	89
Anexos	90

INTRODUCCIÓN

La presente obra es el resultado del trabajo de investigación documental relativo a la exportación de Headers (Sistemas de Escape para Autos), a la ciudad de Toronto en Canadá, considerando la existencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), del cual México y Canadá forman parte, así como los requisitos y procedimientos necesarios para realizarla con éxito.

La selección del artículo y el mercado meta se realizó en base a dos aspectos relevantes, el primero se debe a que el Header R-15 es un sistema de escape para autos deportivos que cuenta con un alto nivel de calidad en su elaboración y que presenta una serie de beneficios en el desempeño del automóvil que lo ocupa, lo que lo convierte en un artículo atractivo para los consumidores de las naciones desarrolladas, los cuales basan sus preferencias en la calidad antes que en el precio; la segunda consideración radica en que de acuerdo al TLCAN las exportaciones mexicanas de autopartes hacia el mercado canadiense cuentan con arancel cero. En la selección de dicho mercado meta fue necesario analizar aspectos ambientales, sociales, económicos, políticos y culturales de Canadá.

El desarrollo de este proyecto se basó en la metodología de la investigación, para lo cual se requirió recopilar el material informativo suficiente, clasificarlo, analizarlo e interpretarlo antes de su redacción. La obra cuenta con un marco referencial y un caso práctico.

Dentro de los tres primeros capítulos, se describe el contexto del comercio exterior mexicano, así como, los procedimientos administrativos y el marco jurídico del mismo, de igual manera se señalan las bases teóricas para el desarrollo del análisis estratégico de una empresa. El caso práctico consiste en la elaboración de un Plan de Negocios de Exportación de una empresa real dedicada a la elaboración de Headers, con datos y documentos ficticios por cuestiones de ética y seguridad.

De esta manera encontraremos dentro del primer capítulo aspectos tales como la historia del comercio exterior, la globalización y la inserción de México en ella, se describe la política de comercio exterior mexicana así como la balanza de pagos; por lo que se refiere al segundo capítulo contiene aspectos relativos al

régimen fiscal del comercio exterior de México, las barreras arancelarias y no arancelarias, los diferentes tratados comerciales firmados por México, enfatizando el TLCAN, también, se revisan los documentos y trámites aduaneros involucrados en el proceso de exportación y los programas e instituciones de apoyo a los exportadores; el tercer capítulo está enfocado a aspectos relativos a la producción y a la administración de la empresa, mismos que serán de gran utilidad para el desarrollo del caso práctico. En este capítulo se encuentra, también, el desarrollo del análisis contable y financiero de la empresa, tema crucial dentro del desarrollo del proyecto, todo lo anterior para determinar la dimensión del potencial exportador de la empresa. En el cuarto capítulo se ponen en práctica los conocimientos adquiridos en los capítulos anteriores y se determinan aspectos adicionales tales como, los canales de comercialización, el precio de exportación, la logística de exportación y se concluye con la forma de pago.

OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un plan de exportación de Headers a la ciudad de Toronto en Canadá, aprovechando la existencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, considerando todos y cada uno de los aspectos involucrados para poder realizarlo.

OBJETIVOS PARTICULARES:

1. Definir las condiciones actuales de la economía mundial y determinar el impacto en las empresas de los países subdesarrollados como el nuestro, así como sus posibilidades de exportación.
2. Analizar el potencial exportador de la empresa Headers Serrato, S.A. de C.V., y determinar las posibilidades de éxito en el mercado canadiense, buscando consolidar su crecimiento a través de su presencia en otros mercados.
3. Determinar el impacto del desarrollo de un Plan de Exportación en el campo de trabajo del Lic. en Contaduría.

CAPITULO 1. CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior o internacional surge cuando se da la necesidad de realizar intercambios comerciales entre las naciones, dichos intercambios son tendientes a crear el desarrollo y el bienestar de las mismas.

La sobreproducción de ciertos artículos de un país obliga a colocar el excedente de mercancía en otros mercados y es, entonces, cuando se orientan los esfuerzos hacia otros países. El comercio exterior se encuentra regulado por una serie de leyes y disposiciones para poder llevarse a cabo.

Las reglas del juego, en lo que a Comercio Exterior se refiere, se encuentran contenidas en la política de Comercio Exterior tal y como lo indica la siguiente definición *"La política de Comercio Exterior está constituida por el conjunto de medidas de carácter fiscal y administrativo que regulan y controlan la entrada y salida de mercancías y servicios de un país; esta definida por el conjunto de leyes, reglamentos, autorizaciones, permisos y disposiciones, en general a que debe someterse el comercio exterior."*¹

Los procesos de Integración económica, consolidados en la actualidad, han sido el resultado de una serie de acuerdos en materia comercial, así como del establecimiento de instituciones bilaterales o multilaterales que a lo largo de la historia le han dado forma, entre los que se destacan:

- Fondo Monetario Internacional (FMI), este organismo inició sus operaciones en 1946 y sus principales objetivos son establecer normas para el sistema monetario mundial y proporcionar asistencia financiera a miembros con problemas en la balanza de pagos, así como funcionar como órgano consultivo de los diversos gobiernos.

- GATT – OMC. Este organismo se fundó en el año de 1946 bajo el nombre de Acuerdo General de Aranceles y Comercio, una vez finalizada la guerra surgió la necesidad de regular el comercio Internacional, entonces Estados Unidos, una vez establecida su condición de líder mundial, promueve su creación, para lo cual tendría como principal objetivo la reducción de tarifas aduaneras haciendo

¹ Witker Jorge, TLC Las Reformas Legislativas para el Libre Comercio, Ed. Porrúa, México 2001, pág 1

prevalecer la cláusula de nación más favorecida. Esta organización está integrada por una serie de Comités entre los que destacan el de Negociaciones Comerciales, Restricciones Cuantitativas, de Agricultura y el de Comercio y Desarrollo. En el año de 1995 cambia su nombre y es conocida como Organización Mundial de Comercio.

- Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), hizo acto de presencia en el año de 1964 como resultado de la presión realizada por los países subdesarrollados que se encontraban con un fuerte atraso y que consideraban que dicho atraso se había generado por las condiciones en que se desarrollaba el comercio Internacional. Su objetivo primordial es consolidar un ritmo de crecimiento mundial que considere las necesidades sobre todo de las naciones en vías de desarrollo.

A continuación se presenta una breve reseña de las teorías de comercio que, a lo largo de la historia, han consolidado los actuales modelos comerciales adoptados en el ámbito internacional, así mismo, surge la necesidad de resaltar algunas características, cualidades y consecuencias del modelo globalizador y analizar la inserción de nuestro país a dicho esquema.

1.1 TEORIAS ACERCA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El Mercantilismo fue una de las primeras corrientes que a lo largo de los siglos XVI al XVIII luchó por consolidar un Estado económicamente rico y, poderoso en lo político, para lo cual postulaban la regulación del comercio como instrumento fundamental de la prosperidad de las naciones dando lugar así a la creación de una política proteccionista de Estado; para los siglos XVIII y XIX se establecieron, con la llegada de los Clásicos, las bases para el desarrollo científico de la economía ya que se inicia el establecimiento de algunas leyes económicas. Los Clásicos consideraban que la base de la riqueza es la producción y no el comercio y consideraban al individuo como el actor principal en el proceso económico en lugar del Estado, sostenían además que deberían eliminarse las políticas proteccionistas y optar por el libre comercio.

Dos teorías fueron básicas durante esta etapa, la Teoría de las Ventajas Absolutas que señalaba que el intercambio de dos productos entre dos naciones podría ser benéfico para ambas si cada una se especializaba en exportar aquel en el que fuese más eficiente, y la Teoría de las Ventajas Comparativas que indicaba que aunque una Nación tuviese ventaja absoluta en los dos productos sobre otra, su beneficio sería mayor si se especializaba en aquel en el que su ventaja relativa fuese mayor.

Ya en pleno siglo XX surge la Teoría Neoclásica la cual basada en las Teoría de las Ventajas Comparativas sostiene que son dos los factores productivos, trabajo y capital y que un país exportará aquel bien que de manera abundante utiliza en su producción, es decir, el factor que es relativamente abundante en su país.

Esta teoría se desarrolla en un momento histórico en el que se da un tremendo auge al modelo Capitalista Monopolista de Estado lo cual hacia la década de los cincuenta pone de manifiesto que se ha generado un Intercambio desigual, es decir, ha desembocado en dependencia externa y subdesarrollo a los países menos avanzados, debido a que las prácticas monopólicas de los países más poderosos impide que los países subdesarrollados coloquen sus exportaciones aún y cuando aquellos tengan ventajas comparativas en la producción de sus artículos al mismo tiempo que presionan para que estos disminuyan sus niveles de protección.

Esta problemática queda más ejemplificada con la siguiente definición *"... el intercambio desigual es definido como un deterioro en los términos de intercambio que resulta de exportar productos primarios a precios bajos e importar productos industriales a precios que no corresponden a la reducción de sus costos; tal situación se traduce en presiones a la baja de los salarios, así como del freno del desarrollo científico – técnico e impide romper el círculo vicioso de la dependencia de los países subdesarrollados respecto a los desarrollados."*²

A partir del año 1982, durante los mandatos de Ronald Reagan en E.E. U.U. y Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, se retoman las ideas económicas de un

² Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, Ed. FESC, México 2001, pág 16

grupo conocido como los Chicago Boys quienes tenían en Milton Freadman a uno de sus principales fundadores. Fue durante esta etapa que se le dio un tremendo auge al fortalecimiento de las relaciones comerciales internacionales a través de las gigantescas empresas transnacionales que se comenzaron a esparcir por todo el mundo llevando consigo grandes movimientos de capitales. Es así como se preparó el ambiente para la llegada del esquema que rige hoy en día, la globalización.

1.2 GLOBALIZACIÓN

La globalización o modelo globalizador se entiende como aquél proceso a través del cual, las economías de todo el mundo se interrelacionan a través del comercio, desarrollado en un marco internacional, de forma tal que su desarrollo dependerá cada vez más de los mercados internacionales y no ya de sus políticas locales.

La siguiente definición describe a la perfección el modelo globalizador:

"La globalización del mundo expresa un nuevo ciclo de expansión del Capitalismo, como forma de producción y proceso civilizador de alcance mundial. Un proceso de amplias proporciones, que abarca naciones y nacionalidades, regímenes políticos y proyectos nacionales, grupos de clases sociales, economías y sociedades, culturas y civilizaciones. Señala la emergencia de la sociedad global, como una totalidad incluyente, compleja y contradictoria. Una realidad poco conocida aún, que desafía prácticas e ideas, situaciones consolidadas e interpretaciones sedimentadas, formas de pensamiento y vuelos de la imaginación."³

Este fenómeno económico ha tenido un auge impresionante ya que a principios de los años 80's sólo la mitad de la población mundial participaba en el comercio internacional, en los albores del siglo XXI el 90% de los pueblos forman parte de él.

La cada vez más acelerada apertura económica, así como de los intercambios de mercancías y servicios aunados al rápido desarrollo tecnológico,

³ Ianni Octavio, La Era del Globalismo, Ed. Siglo Veintiuno, México 1999, pág 11

sobre todo en el ámbito de las comunicaciones y la informática, y la liberación de los mercados de capitales que integraron las diversas plazas financieras y las bolsas de valores de todo el mundo fueron los factores esenciales que contribuyeron a que la globalización tomara por asalto a las economías de todo el mundo durante la década de los noventa.

Dentro del proceso globalizador se destacan cuatro formas principales de integración económica:

1. El Sistema de Preferencias Aduaneras que consiste en el otorgamiento de ciertas ventajas aduaneras entre dos naciones y que no aplica a ninguna otra.

2. Las Zonas de Libre Comercio son áreas formadas por dos ó más países en las cuales se eliminan las barreras comerciales entre dichos países, sin embargo cada uno de ellos mantiene su política comercial frente al resto de las naciones. Un aspecto importante es que sólo existe el libre tránsito de bienes, servicios y capitales pero no de personas.

3. Las Uniones Aduaneras además de eliminar las barreras comerciales, los países miembros de él, establecen aranceles comunes frente a otras naciones.

4. Las Uniones Económicas es la forma de integración más avanzada, para lograr alcanzarla se requiere además de pasar por las etapas anteriores, que los países que las forman equiparen sus políticas fiscal, comercial, monetaria y financiera.

El fenómeno globalizador ha contribuido, entre otras cosas, a la regionalización del mundo debido a la creación de los bloques económicos, mismos que se han desarrollado a lo largo de estos años y que suponen beneficios económicos a todos los países integrantes de cada uno de ellos. De igual manera contribuyen a la consolidación del poderío económico de las naciones dominantes en cada uno de ellos.

El bloque económico más poderoso es el conformado por la Comunidad Económica Europea quien tiene en Alemania a su principal economía. El segundo bloque comercial en importancia es el que conforma el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) quien gira alrededor de la economía Norteamericana

y en tercer lugar aparece el bloque del Pacífico Asiático comandado por el Imperio Nipón.

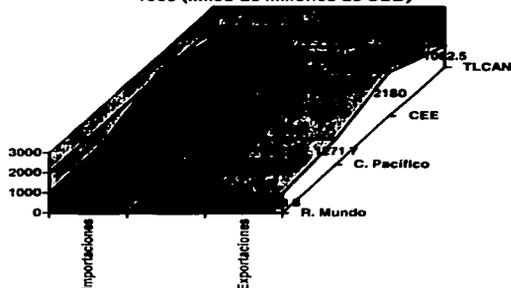
El cuadro y la gráfica siguientes nos muestran claramente la presencia y la influencia que tienen los bloques comerciales, ya mencionados, en el comercio mundial. Es muy importante resaltar que el resto de las naciones que conforman el planeta y que no están incluidas en estos tres bloques únicamente conforman el 17.12 % de las importaciones y el 17.52 % de las exportaciones mundiales.

CUADRO 1: PRINCIPALES IMPORTADORES Y EXPORTADORES MUNDIALES DE MERCANCIAS 1999 (Miles de Millones de USD)

BLOQUES Y PAISES	IMPORTACIONES	% NIVEL MUNDIAL	EXPORTACIONES	% NIVEL MUNDIAL
NORTEAMERICANO	1428.0	24.92	1062.5	19.41
Estados Unidos	1059.1	18.49	695.20	12.70
Canadá	220.2	3.84	230.6	4.21
México	148.7	2.60	230.6	2.50
EUROPEO (15 países)	2232.0	38.96	2180.0	39.83
PACIFICO ASIATICO	1688.8	19.00	1273.7	23.24
Japón	311.3	5.43	419.4	7.66
Hong Kong	180.7	3.15	174.4	3.19
Corea del Sur	119.80	2.09	144.70	2.64
Taiwan	110.7	1.93	121.6	2.22
Singapur	111.1	1.93	114.7	2.10
Tailandia	63.0	1.13	58.4	1.07
Malasia	50.3	0.87	84.3	1.54
Filipinas	32.5	0.56	36.7	0.67
Indonesia	24.0	0.41	48.7	0.89
Australia	69.1	1.20	36.1	1.03
Nueva Zelanda	14.3	0.24	12.5	0.23
TODO EL MUNDO	5729	100.00	5473	100.00

Fuente: Flores Paredes, Joaquín, El Contexto Exterior del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el mercado Global, pág. 43

GRÁFICA 1: PRINCIPALES IMPORTADORES Y EXPORTADORES MUNDIALES DE MERCANCIAS 1999 (Miles de Millones de USD)



Fuente: Creación Propia basada en cuadro No. 1

El fenómeno globalizador supone, también, una serie de ventajas entre las que se destacan: la obtención de economías de escala originadas por el tremendo potencial productivo generado básicamente por el desarrollo tecnológico; mejor nivel económico de vida ocasionado por el mayor número de mercancías y los bajos precios obtenidos; desarrollo de los recursos humanos desde la generación de nuevos planes de estudios hasta la experiencia lograda en el campo de trabajo no sólo en el ámbito regional sino mundial; y un acceso más fácil y rápido a las nuevas tecnologías.

De la misma manera se detectan una serie de desventajas o riesgos generados por la globalización, estos son: mayor vulnerabilidad de las empresas; mayor dependencia a nivel empresa y nivel país, proceso que se presenta con mayor frecuencia en los países subdesarrollados; necesidad constante de actualización debido al acelerado proceso de obsolescencia y la aparición de nuevas mercancías; y la pérdida de valores culturales nacionales debido a la ampliación y homogeneización de los mercados.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Un aspecto de gran trascendencia dentro de la globalización es el de la Competitividad en el Comercio Internacional este aspecto se puede comprender desde dos aspectos:

1. La competitividad macroestructural que tiene íntima relación con las condiciones básicas y generales en cada región, mismas que son utilizadas para que las empresas puedan operar con eficiencia, dentro de esta se consideran los siguientes aspectos: Los recursos naturales, la infraestructura, el nivel cultural de la población, el desarrollo tecnológico, los apoyos financieros, la normatividad en el comercio exterior, así como el estado de derecho que priva en determinada región.

2. La competitividad microestructural que nos señala las condiciones relativas a las empresas y los productos para hacer llegar las mercancías hasta los consumidores finales. Los aspectos a cuidar en este caso son: la comercialización del producto; el diseño, la calidad, la presentación, el envase, el precio, etc.; y las capacidades económica, productiva y tecnológica de la empresa, así como, su visión y actitud para los negocios en el exterior.

La competitividad se convierte entonces en el factor clave para el éxito de las empresas dentro del mundo globalizado, ya que las empresas que han logrado ser competitivos en los factores ya mencionados han logrado inclinar la balanza a su favor, las empresas multinacionales pertenecientes, en su gran mayoría, a las naciones poderosas han sido las que de mejor manera han sorteado esta disyuntiva.

El aspecto contradictorio de la Globalización se acentúa con mayor fuerza hoy en día, justo cuando la riqueza se ha polarizado en dimensiones nunca antes vistas, es decir, cuando el número de personas económicamente poderosas es menor pero son cada vez más ricas y el número de personas desprotegidas se incrementa y sus carencias son cada vez mayores. Lo anterior se considera como el efecto de los excesos de la globalización el cual es criticado por los mismos que se encargan de promoverla, la siguiente cita es un ejemplo claro de dicha situación:

“La mundialización ha entrado en una fase muy crítica. El rechazo se siente cada vez más. Se puede temer que tenga un impacto muy nefasto sobre la actividad económica y la estabilidad política de numerosos países.”⁴

Es este el reto mas fuerte que presenta la globalización hoy en día ya que requiere encontrar el camino que rompa con la brecha tan grande que existe entre las naciones ricas y pobres.

1.3 POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

La política actual de nuestro país tiene características muy especiales mismas que fueron generándose a lo largo de los años, para poder comprender nuestra actualidad nos remontaremos a la historia reciente para analizar las diversas políticas adoptadas por nuestro país hasta llegar a la inserción de nuestro país en el actual esquema globalizador mundial.

Proteccionismo Comercial (1940-1970)

Este esquema fue denominado también como un modelo de desarrollo estabilizador. Tuvo sus inicios durante la etapa de mayor conflicto durante la segunda guerra mundial por lo que inversionista europeos y americanos se sintieron atraídos por nuestro país debido a la estabilidad política, riqueza en recursos naturales y mano de obra barata. Los aspectos mas importantes durante este período son la sustitución de importaciones, misma que se vió complementada con una serie de políticas proteccionistas como aranceles altos y cuotas y permisos previos de importación al mismo tiempo que se presentó un crecimiento sostenido en la producción de agropecuaria. Durante este período se alcanzó también un buen nivel de desarrollo industrial que permitió la producción de bienes de consumo inmediato y duradero, el éxito de esta política se tradujo en un saludable crecimiento de la economía y del empleo y se logro mantener en niveles sumamente moderados el déficit de la balanza comercial.

⁴ Profesor Klauss Schwab, Conferencia “Efectos Indeseados”, Foro Económico Mundial, Davos Suiza, 1996

Modelo de Desarrollo Compartido (1971-1982)

Durante este período se presenta la debacle del proteccionismo que se vio marcada por el cada vez menor crecimiento económico y que aunada a la mala decisión de sostener dicha política, aún y cuando el escenario internacional estaba cambiando, dio como resultado inflación, crisis económicas y fuertes devaluaciones del peso frente al dólar, para lo cual, se tuvo la necesidad de atraer capitales extranjeros a manera de deuda externa para poder aliviar el déficit de nuestra balanza comercial. Durante este período se tuvo también la posibilidad de salir de tantos problemas económicos una vez que fue confirmada la existencia de yacimientos petroleros en la sonda de Campeche, lo cual incrementó fuertemente nuestros ingresos debido a las exportaciones petroleras, sin embargo, el mal uso de estos recursos nos hundió aún más.

Modelo Neoliberal o Globalizador (1982-2002)

Esta política fue adoptada durante la época de mayor auge de los "Chicago Boys" y consistió básicamente en la eliminación de las barreras arancelarias y la apertura a los mercados internacionales en aras de mejorar nuestra maltrecha economía, es decir, dicho cambio tenía como finalidad incrementar la generación de empleos, aumentar la tasa de crecimiento e impulsar el cambio estructural, tan necesario.

Se incursiona en una economía de mercado, la cual ha llevado a nuestro país a firmar 10 tratados comerciales con 31 países, de los cuales destaca por su importancia el TLCAN con E.E. U.U. y Canadá.

El proceso de cambio estructural de la economía mexicana ha sido exitoso en la medida en que ha logrado consolidarse como una economía exportadora manufacturera; ha logrado generar un polo de crecimiento esencialmente articulado con la economía mundial, aún y cuando este se encuentra muy concentrado en su relación con la estadounidense; y ha establecido una entrada importante en el mercado internacional de capitales como espacio de inversión en el nivel global.

De igual manera, tenemos que reconocer que el modelo de cambio estructural que se lleva adelante presenta un conjunto de características que lo limitan de manera muy severa, como lo son: El rompimiento de la cadena

productiva originada por la falta de un programa que vincule todos los esfuerzos de los sectores líderes del crecimiento exportador con los demás sectores productivos; se finca la ventaja competitiva en la importación de materias primas a más bajos costos lo que se traduce en el deterioro de nuestra balanza comercial; la economía mexicana se ha vuelto extremadamente dependiente del ahorro externo, particularmente para servir a su deuda externa esto originado por la reducción en la tasa de ahorro interno, todo esto sin olvidar el estado de marginación en que se encuentra la agricultura mexicana afectando a un enorme sector de la población campesina.

La incursión nuestra en el mundo globalizado es bastante peculiar, es tal y como se indica a continuación *"Firmar los TLC con potencias económicas como E.E. U.U., Canadá y la Unión Europea, equivale a firmar un pacto para pelear con un peso completo, con reglas, pero en una confrontación desbalanceada con el peso paja que representa el país, y si además un hubo entrenamiento para adquirir velocidad y punch, ni amarrándole una mano al peso completo se puede aspirar a ganar. En cambio con los países centroamericanos nosotros representamos el peso pesado y apenas están mas o menos niveladas las fuerzas con Chile, Colombia y Venezuela, aunque con un poco de ventaja para nosotros."*⁵

Es cierto nuestra situación no resulta fácil dentro del esquema globalizado, pero lo que es un hecho es que requerimos unir esfuerzos para lograr mayor competitividad y destacar en el mercado internacional tal y como nos lo han mostrado algunas empresas nacionales como BIMBO o Grupo CEMEX, que además de consolidarse como grandes empresas contribuyen a que nuestra Balanza Comercial sea menos desfavorable, gracias a sus exportaciones. Nuestra Balanza Comercial se encuentra incluida en la Balanza de Pagos, la cual analizaremos en el siguiente punto.

⁵ Flores Paredes, Joaquín, Op. Cit., pág. 78

1.4 BALANZA DE PAGOS

La Balanza de Pagos la define el profesor Arturo Ortiz W., como *“el registro sistemático de las transacciones comerciales realizadas entre los residentes de un país frente al resto del mundo, en un período determinado normalmente en un año.”*⁶

Es pues que la balanza de pagos es aquél documento, dentro de la contabilidad nacional, donde se registran tanto las entradas y salidas de divisas de un país generados por el intercambio de bienes, servicios y movimientos de capitales.

De acuerdo al resultado arrojado por la balanza de pagos se dice que esta puede guardar tres estados: a) puede ser Superavitaria si los ingresos resultan mayores a los egresos; b) Deficitaria si los ingresos son menores a los egresos y; c) en Equilibrio cuando los ingresos son iguales a los egresos.

El resultado arrojado por la balanza de pagos repercutirá directamente en el incremento o disminución de las reservas monetarias del país, así mismo, el saldo positivo o negativo de la misma representa ingresos o egresos que incrementan o disminuyen el Producto Interno Bruto de los países.

La Balanza de Pagos internacionales cuenta con cuatro rubros básicos:

- Cuenta Corriente
- Cuenta de Capital
- Errores y omisiones
- Variación de reservas

La balanza cuenta corriente contempla básicamente la balanza comercial que consiste en la importación y exportación de mercancías y servicios; estos últimos aparecen desglosados en servicios factoriales y no factoriales, los servicios no factoriales son aquellos como el turismo y el transporte, los servicios factoriales se refiere básicamente al pago de intereses de la deuda y las remesas correspondientes a utilidades de empresas extranjeras y un último rubro las

⁶ Ortiz Wadgymar, Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México, Ed. Nuestro Tiempo, México 1997, pág. 48

transferencias tales como las remesas de dinero que son enviadas por mexicanos en el extranjero.

La balanza cuenta de capitales que contempla el dinero proveniente de créditos del extranjero y la Inversión Extranjera tanto directa como indirecta.

La partida de errores y omisiones nos permite realizar los registros de aquellas operaciones que no son susceptibles de contabilizarse y tiene como finalidad el servir como partida compensatoria evitando con ello que la balanza quede contablemente desequilibrada, por esta misma razón se determina al final.

Las variaciones de reserva son el resultado final de las operaciones reflejadas en balanza y que formará parte de las Reservas Internacionales del país y está formada básicamente oro, plata, DEGIS (derechos especiales de giro) y principales divisa tales como, el Dólar, Yen, Marco, Franco, etc., que tienen la finalidad de garantizar liquidez en el mercado internacional.

Esta estructura de Balanza de Pagos es la adoptada por nuestro país, misma que se presenta en el siguiente cuadro.

CUADRO 2: BALANZA DE PAGOS DE MÉXICO

CONCEPTO	BALANZA DE PAGOS PRESENTACIÓN INICIADA EN 1994 MILLONES DE DÓLARES					
	ANUALES		ANUALES		ANUALES	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000
	Ingresos		Egresos		Saldo	
Cuenta Corriente	158,938 90	193,280 90	172,932 00	211,109 30	-13,995 20	-17,828 30
Importación de Mercancías 1/	136,391 10	186,454 80	141,974 80	174,457 80	-5,063 70	-8,083 00
Servicios no Factoriales	11,692 00	13,712 30	13,490 60	16,035 70	-1,798 60	-2,323 40
Helios y seguros			4,109 20	5,006 40	-4,109 20	-5,006 40
Viajeros	7,222 90	8,244 20	4,541 30	5,499 10	2,681 60	2,750 10
Otros	4,469 10	5,418 10	4,840 20	5,530 20	-371 10	-112 10
Servicios Factoriales	4,516 80	6,090 70	17,442 70	20,586 30	-12,925 90	-14,495 60
Intereses	3,235 70	5,024 50	12,945 90	13,802 10	-9,210 20	-8,777 60
En Moneda Nacional			362 4	140 2	-362 40	-140 20
Otros Intereses			12,579 50	13,661 90	-12,579 50	-13,661 90
Otros	781 1	1,066 20	4,496 90	6,744 30	-3,715 90	-5,718 10
Transferencias	6,340 00	7,023 10	26 9	29 4	6,313 10	6,993 70
Cuenta de Capital	Pagos		Activos			

	17,542.10	11,089.30	-4,004.70	7,117.90	13,537.40	18,207.20
Por Prestamos Y Depósitos	-4,539.30	-560.5				
Banca De Desarrollo	-765.4	919.9				
Banca Comercial	-1,546.20	-2,087.00				
Banco De México	-3,664.70	-4,285.60				
Sector Publico	-4,027.40	-3,527.90				
Sector Privado	5,484.40	8,420.10				
Inversión Extranjera	22,081.40	11,649.80				
Directa 2/	12,164.80	13,950.90				
De Cartera	9,916.60	-2,301.10				
Mercado Accionario	3,769.20	446.8				
Mercado De Dinero	-917	-15.7				
Sector Publico	-842	-25.1				
Sector Privado	25	-20.8				
Valores Emitidos En El Ex	7,064.40	-2,702.20				
Sector Publico	-4,725.40	-3,022.20				
Banca Comercial	-177	-643				
Sect. Privado No Bape	2,516.00	963				
En Bancos del Exterior			-3,037.00	3,364.90		
Créditos al Exterior			425	-412.5		
Inversión Directa de Mexicanos			0	0		
Garantías de Deuda Externa			-635.8	1,299.80		
Otros			-556.9	1,850.70		
Errores y Omisiones					1,044.90	2,445.30
Variación Reserva Neta					593.6	2,821.50
Ajustes Otro _ Plata y Valoración					-1.4	2.7
(N/S) No significativo						
1/ Incluye maquiladoras.						
2/ El monto de la inversión extranjera directa es susceptible de importantes modificaciones al alza, ello debido al resago con que las empresas de inversión extranjera informan a la SECOFI sobre las inversiones efectuadas.						
Fuente: Banco de México, http://www.banxico.org.mx/infot/informacion/reportes/cuadernos/est/de/Est1a.xls .						

Fuente: Banco de México, <http://www.banxico.org.mx>

Al analizar nuestra balanza de pagos se destacan algunos aspectos importantes tales como:

- Nos muestra que nuestra balanza comercial es una balanza tradicionalmente deficitaria, es decir, importamos más de lo que exportamos esta problemática se encuentra generada básicamente por la incapacidad de explotar las materias primas lo que se ha traducido en un indiscriminado incremento de importación de bienes de consumo intermedio.

- Aún y cuando se mantiene una política monetaria de libre cambio se considera que nuestra moneda está sobre valuada, lo que propicia que las importaciones sean más accesibles.

- La falta de infraestructura para el transporte de mercancías obliga a tener que contratar considerable monto de fletes y seguros en el exterior, el pago de intereses generados por la deuda externa representa también una importante salida de recursos.

- Es destacable mencionar la cantidad tan elevada de ingresos que se obtienen debido a las transferencias que realizan nuestros paisanos en el exterior.

- El saldo positivo en nuestra balanza de capitales refleja el alto nivel de Inversión Extranjera establecida en nuestro país, pero también, el uso indiscriminado de endeudamiento externo del que se ha tenido que hacer uso pará lograr el equilibrio en nuestra balanza.

- No obstante que el resultado en cuanto a nuestra balanza refleja un incremento en las Reservas Internacionales se debe destacar que es un incremento falso ya que se origina en gran medida por los préstamos conseguidos en el exterior.

Una vez conocidas las condiciones actuales que privan en el comercio internacional y el rol que nuestro país desempeña dentro de él, se revisarán, en el siguiente capítulo, los procedimientos administrativos y el marco jurídico que lo regula.

CAPÍTULO 2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO

El comercio internacional, al igual que la gran mayoría de las actividades que realizan los seres humanos, se encuentra regulado por una serie de normas que le dan validez jurídica; de igual manera los procedimientos administrativos se encuentran contenidos en una serie de documentos que contienen métodos, planes, programas, etc., generados por las entidades gubernamentales y que son de estricto cumplimiento. Es por todo lo anterior que resulta indispensable conocer el marco jurídico y los procedimientos relacionados con el comercio internacional para poder dar cabal cumplimiento a nuestro objetivo planteado al inicio de este trabajo.

El contenido de este capítulo ha sido desarrollado con un orden lógico, enfocado a generar una idea más clara acerca de los elementos involucrados en un proceso de exportación.

2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

El comercio exterior de México se encuentra regulado por diversas leyes, de las cuales se mencionarán las principales, así como, los principales conceptos contenidos dentro de ellas. Resulta importante mencionar que el tráfico de mercancías se controla a través de las aduanas de los países, se entiende por aduana, al recinto fiscal, es decir, el área controlada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), que se encarga de administrar la entrada de mercancías al territorio nacional o la salida del mismo. Las autoridades aduaneras son las personas encargadas de ejercer las funciones relativas a dicha administración y, de igual manera son designadas por la SHCP.

El objetivo principal del régimen fiscal aplicado al comercio exterior se encuentra debidamente ejemplificado en el artículo 1 de la Ley Aduanera. *"Esta Ley, las de los Impuestos Generales de Importación y Exportación y las demás leyes y ordenamientos aplicables, regulan la entrada al territorio nacional y la salida del mismo de mercancías y de los medios en que se transportan y conducen, el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o*

salida de mercancías. El Código Fiscal de la Federación se aplicará supletoriamente a lo dispuesto en ésta Ley.

Están obligados al cumplimiento de las citadas disposiciones quienes introducen mercancías al territorio nacional o las extraen del mismo, ya sean sus propietarios, poseedores, destinatarios, remitentes, apoderados, agentes aduanales o cualesquiera personas que tengan intervenciones en la introducción, extracción, custodia, almacenaje, manejo y tenencia de las mercancías o en los hechos o actos mencionados en el párrafo anterior.

Las disposiciones de las leyes señaladas en el párrafo primero se aplicarán sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de que México sea parte.⁷

Ley Aduanera

Esta Ley entró en vigor en julio de 1982 y ha sufrido cambios significativos, en 1986 derivado del ingreso de nuestro país al GATT y en 1994 por el TLCAN, así que la nueva Ley Aduanera y su Reglamento entraron en vigor en abril de 1996 junto con la Ley General del Impuesto General de Importación y Exportación.

Algunos aspectos relevantes contenidos dentro de esta Ley se refieren al hecho de que los importadores deben presentar, a través de su agente aduanal, el pedimento correspondiente en las formas autorizadas por la SHCP, acompañado de la factura original, de los certificados y autorizaciones relativos y del conocimiento de embarque correspondiente. También nos señala los criterios para determinar el valor en aduana de las mercancías; de igual manera nos indica cuales son los requisitos que deberán cumplir los exportadores.

Otros aspectos relevantes considerados dentro de ésta Ley, son la clasificación de los impuestos al comercio exterior: general de importación y general de exportación, así como la consideración del valor de la transacción de las mercancías (el precio pagadas por las mismas) como base gravable del impuesto general de importación y el valor comercial de las mercancías en el lugar de venta consignado en la factura, como base gravable del impuesto general de exportación. También menciona los diversos regímenes aduaneros: a) definitivos, b) temporales,

⁷ Ley Aduanera, Ed. SISTA, México, 2002, p. 1

c) de depósito fiscal, d) de tránsito de mercancías, y e) de elaboración, transformación o reparación en recinto fiscalizado. De igual manera nos habla de las obligaciones de los agentes aduaneros, de los recintos fiscales y fiscalizados, los sujetos obligados al pago, la determinación del impuesto, las opciones de pago de las contribuciones aduaneras y las garantías de las cuentas aduaneras.

Ley de Comercio Exterior

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos otorga al Ejecutivo Federal, a través del artículo 131, la facultad de regular el comercio exterior del país, dicha facultad se encuentra reglamentada por la Ley del Comercio Exterior. Esta Ley y su Reglamento se publicaron en 1993 y tiene como objetivos primordiales regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país para integrarlo adecuadamente en el contexto internacional. Entre los aspectos más destacables tratados en esta Ley, está el relacionado al combate a las prácticas desleales, es decir, la manera en que los productores nacionales estén en condiciones de activar mecanismos de defensa ante la competencia desleal conocida como dumping. Todo esto sin contravenir lo dispuesto por la OMC y la ALADI.

Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

Estas Leyes son más conocidas como tarifas y tienen por objeto clasificar las mercancías y determinar el impuesto al comercio exterior que les corresponda, es decir, dos son las partes fundamentales: la nomenclatura y la especificación del impuesto. Es importante señalar que a cada mercancía se le asigna un código numérico de seis dígitos basados en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, justo de la misma manera en que se maneja el comercio mundial, y que se adoptó en nuestro país desde 1988. Debido a su gran importancia el Sistema Armonizado será desarrollado en el siguiente punto.

Otras Leyes

Otras leyes aplicables al comercio exterior son: la Ley Federal sobre Meteorología y Normalización, que se refiere básicamente a las normas establecidas en la Norma Oficial Mexicana (NOM) que deben cumplir ciertos

productos importados o producidos en el país; la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente; la Ley General de Salud; la Ley Federal de Sanidad Vegetal y Ley Federal de Sanidad Animal; la Ley Federal de Derechos; la Ley del IVA; la Ley del IEPS y; las Reglas Fiscales de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.

Una vez conocidos los aspectos relacionados con el régimen fiscal aplicable al comercio exterior es oportuno saber como se clasifican las diversas mercancías a las que se les aplicará dicho régimen.

2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS Y LOS INCOTERMS

Cualquier mercancía, debe tener una clasificación arancelaria al pasar por las aduanas, esto para facilitar la identificación de la tasa porcentual de arancel que les corresponde pagar, de acuerdo al tipo de arancel aplicable, y también, para conocer y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias. La clasificación arancelaria es conocida como el orden sistemático uniforme de todas las mercancías en una nomenclatura determinada, donde a cada mercancía se le identifica a través de un código numérico general, válido para todos los países miembros de la OMC. En nuestros días el sistema que es utilizado en un 80% del comercio mundial, para realizar la clasificación arancelaria de mercancías, es el Sistema Armonizado (SA), el cual se analiza con más detenimiento iniciando con una breve reseña histórica.

En el año de 1960 se constituye la Nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera (NCAA), la cual fue utilizada por muchos países, para la clasificación de mercancías, como base para definir sus aranceles nacionales de aduana, pero se comprobó que cada vez resultaba más difícil unificar el criterio de clasificación, ya que en repetidas ocasiones una misma mercancía contaba hasta con más de una designación diferente.

Fue entonces, que se inició el estudio de un sistema único de clasificación denominado Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), que se encontró a cargo de la Dirección de la Nomenclatura del Consejo de Cooperación

Aduanera para lo cual, tras determinar que la elaboración de un instrumento único de identificación de mercancías no sólo era posible sino necesario, se creó el Comité del Sistema Armonizado que se integró por 8 países (Australia, Canadá, Estados Unidos de América, Francia, India, Japón, Reino Unido, y Checoslovaquia) y 12 organizaciones internacionales (CCA, GATT, Oficina de Estadística de Naciones Unidas, CEE, OTAN, IATA, Cámara Nacional de Marina Mercante, ISO, Unión Internacional de Ferrocarriles, etc.), es así como, tras la conclusión de dichos estudios, surge el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SADCM).

El SA como también se le conoce a dicho sistema, es una nomenclatura de seis dígitos para bienes transportables que satisface simultáneamente, las necesidades de las autoridades aduaneras, así como los requerimientos relativos a estadísticas de importación y exportación y de los sectores de transporte y producción. Es utilizado para el tratamiento y transmisión de datos, con una terminología y un código común para identificar las categorías de los productos, bienes y/o mercancías, incluso aquellas que no fueran objeto de intercambios internacionales. Como nomenclatura estructurada para la clasificación utilizada para determinar el arancel, constituye una estructura legal y lógica con un total de más de 1300 partidas agrupadas en 97 capítulos arancelarios que se encuentran articulados en 21 secciones.

Las mercancías se ordenan, en el SA, en forma progresiva y con arreglo a su grado de elaboración: materias primas, productos brutos, productos semiterminados y productos terminados. La misma secuencia existe dentro de los capítulos y de las partidas.

Gracias al SA una mercancía se codifica con seis dígitos que se integran de la siguiente manera: primero se clasifica la partida que consta de 4 dígitos representados por el capítulo (dos primeros dígitos), y luego en la subdivisión del mismo capítulo (siguientes dos dígitos); y al final dos dígitos para designar la subpartida o fracción arancelaria. Por ejemplo.

CAPÍTULO _____ 94.03.40
PARTIDA _____
SUBPARTIDA O FRACCIÓN ARANCELARIA _____

Para realizar la clasificación arancelaria de mercancías existen una serie de reglas de carácter general, las cuales, entre otras cosas, nos mencionan que la clasificación de un artículo aplica para él, para las partes que lo componen y en algunas ocasiones hasta a los estuches o envases que los contienen; de igual manera nos señalan cuáles serán los criterios a seguir para clasificar correctamente una mercancía en el caso de que exista más de un componente.

El hecho de realizar la clasificación arancelaria de las mercancías, a través del sistema armonizado, permite realizar estadísticas y controles homólogos para la gran mayoría de los países ya que un producto tendrá la misma clasificación en México que en cualquier otro país que utilice el SA; elimina las barreras de idiomas ya que permite tener un identificador común que hace las veces de nombre común; facilita el estudio del comercio exterior ya que a través de la fracción arancelaria se puede saber que cantidades de un producto fueron importadas y exportadas; facilita el manejo, transporte y seguro de mercancías al simplificar la información que debe aparecer en la documentación relativa; e identifica los aranceles, medidas compensatorias y antidumping y las regulaciones no arancelarias que debe cumplir una mercancía a su paso por las aduanas. Todos los aspectos aquí considerados se conocen como restricciones al comercio exterior, los cuales analizaremos en el siguiente punto.

Los Términos del Comercio Internacional - INCOTERMS

Los INCOTERMS o Términos de Comercio Internacional, *“son aquéllos términos que definen claramente, cuáles son las obligaciones recíprocas entre compradores y vendedores, dentro de un contrato internacional.”*⁶

⁶ Lerma Kirchner, Alejandro, Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial, Ed. ECA/FA, 3ra edic., México, 2000, p. 361

Existen dos grupos de términos de comercio mundial: los INCOTERMS de la Cámara Internacional del Comercio, los cuales deben sus siglas a su nombre en inglés International Commercial Terms y que resultan ser los de mayor utilización en el mundo y los RAFT (Revised American Foreign Trade Definitions), de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos, los cuales, aún y cuando fueron derogados en el año de 1985, algunos importadores y exportadores americanos continúan utilizando. Los INCOTERMS están formados por 13 códigos y regulan entre otras cosas la transferencia de riesgos entre comprador y vendedor; los costos a cuenta del comprador y el vendedor; y la documentación relativa.

Los INCOTERMS son clasificados de dos maneras distintas: por grupos, en función del lugar en el que se entrega la mercancía; y por tipo de transporte a utilizar, es decir; aéreo, marítimo o fluvial, cualquier otro tipo de transporte incluyendo el multimodal, y transporte terrestre. A continuación se mencionan los 13 códigos de INCOTERMS existentes, agrupados con base al lugar donde se entrega la mercancía y en orden a la responsabilidad progresiva que asume el vendedor en el manejo de las mismas:

a) Grupo "E", es el único término en el que la mercancía se pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor:

- ◆ EXW (Ex-Works): en punto de origen. La mercancía se pone a disposición del comprador en el almacén del vendedor.

b) Grupo "F", el vendedor se encarga de poner la mercancía a disposición del transportista principal seleccionado por el comprador, una vez que se hayan realizado los trámites de exportación, el flete principal correrá por cuenta del comprador.

- ◆ FAS (Free Alongside Ship): libre junto al buque en el puerto de embarque asignado. Una vez que la mercancía ha sido colocada sobre la embarcación, el vendedor termina con su responsabilidad.

- ◆ FCA (Free Carrier): transporte libre de porte. La responsabilidad del vendedor finaliza cuando entrega la mercancía al vendedor en el lugar convenido sin cruzar la frontera. El transporte puede ser terrestre o aéreo.

◆ **FOB (Free on Board):** libre abordó. En este caso la mercancía es entregada a bordo del buque en el puerto de embarque asignado.

c) Grupo "C", en este grupo el vendedor deberá correr con los gastos de flete principal y en algunas ocasiones del seguro de la mercancía para su envío al país de origen, una vez realizado el despacho aduanal.

◆ **CFR (Cost and Freight):** costo y flete. El vendedor debe pagar el flete y los costos necesarios para entregar la mercancía en el buque, en el puerto acordado.

◆ **CPT (Carriage Paid to):** transporte pagado hasta. La obligación del vendedor es entregar la mercancía en el lugar de destino. El transporte utilizado es terrestre o aéreo.

◆ **CIF (Cost Insurance and Freight):** costo, seguro y flete. En este caso las obligaciones son similares a las del CFR, sólo que se incluye el pago de los seguros.

◆ **CIP (Carriage and Insurance Paid to):** flete y seguro pagado hasta. La obligación del vendedor es idéntica a la del CPT, pero se debe agregar el costo del seguro.

d) Grupo "D", dentro de este grupo toda la responsabilidad recae en el exportador quien se encargará de entregar la mercancía en el lugar convenido dentro del país importador y puede incluir o no los gastos de importación en el país destino.

◆ **DAF (Delivered at Frontier):** entregado en frontera. El vendedor ha concluido con sus obligaciones cuando la mercancía está disponible en la frontera del país destino. El transporte es terrestre.

◆ **DES (Delivered Ex-Ship):** el vendedor entrega la mercancía sobre el buque en el puerto destino.

◆ **DEQ (Delivered Ex-Quay):** entregado fuera del muelle. La obligación del vendedor concluye una vez que se pone la mercancía en el muelle y con los impuestos de importación pagados.

◆ **DDU (Delivered Duty Unpaid):** entregado en el lugar de destino sin pagar impuestos. El vendedor entrega la mercancía en el punto acordado del país

importador sin los trámites aduaneros efectuados. El medio de transporte a utilizar es multimodal.

- ◆ DDP (Delivered Duty Paid): entregado en lugar de destino con trámites aduaneros de importación realizados. El vendedor asume todos los costos y riesgos, incluyendo los aranceles para entregar en el lugar convenido en el país importador. De la misma manera, el transporte a utilizar es multimodal.

Todo lo antes señalado queda ejemplificado de mejor manera en el anexo 1 del presente trabajo.

2.3 BARRERAS QUE RESTRINGEN EL COMERCIO MUNDIAL

Una vez que las mercancías han sido clasificadas, se deberá considerar el trato o restricciones que reciben las mercancías al intentar ingresar en otros mercados. Estas limitantes aplican sobre todo a las importaciones y son básicamente de dos tipos, regulaciones arancelarias y no arancelarias.

El arancel es un instrumento que proporciona cierto grado de certidumbre a importadores y exportadores, sin embargo, las restricciones no arancelarias no son muy claras y en muchas ocasiones son utilizadas como medidas estratégicas de comercio desleal.

Regulaciones Arancelarias

Las regulaciones o restricciones arancelarias están determinadas por el tipo de arancel designado según la mercancía de que se trate. El maestro Joaquín Flores define al arancel de la siguiente manera *“el arancel es un gravamen que se impone sobre un bien cuando éste cruza las fronteras nacionales y es utilizado como uno de los principales instrumentos de política comercial en el mundo.”*⁹

El arancel es, entonces, un impuesto que se aplica en el comercio exterior, es decir, a importaciones y exportaciones para agregar valor al precio de las mercancías en un mercado receptor final. La finalidad de gravar la importación de mercancías es el proteger a los productores nacionales y el de las exportaciones es evitar des abasto del mercado nacional, aunque hay que destacar que estas no son de uso común.

⁹ Flores Paredes, Joaquín. Op. Cit., pág. 97

El artículo 12 de la Ley de Comercio Exterior de México reconoce tres clases de arancel:

- **Ad Valorem.** Este impuesto de importación se calcula en base al valor de la mercancía consignado en la factura comercial y se expresa en términos porcentuales.
- **Específico.** Se expresa en una cantidad fija de dinero en base a una unidad de medida. Este tipo de impuesto no distingue precios y calidades de las mercancías a diferencia del Ad Valorem.
- **Mixto.** Este tipo de impuesto es el resultado de aplicar de manera combinada los dos anteriores.

Algunos autores consideran dos tipos adicionales de impuestos que son el arancel cuota, el cual grava el excedente de importación sobre la cuota autorizada; y el estacional, que se aplica en ciertas épocas del año sobre algunas mercancías.

Los países aplican diversos tipos de tratamientos arancelarios en función del origen de las mercancías que llegan a sus aduanas y estos son:

- **Tarifa General.** Es aquella que se aplica a todos los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), a quienes se les otorga el trato de la nación más favorecida. Cabe mencionar que dicho impuesto no puede ser mayor al 20%.
- **Tarifa Preferencial.** Este se aplica a las mercancías que provienen de países con los que se tiene firmado algún tratado comercial, razón por la cual se les aplica un arancel inferior al general y en ocasiones hasta su exención.
- **Tarifa Diferencial.** Este tipo de impuesto es más alto y se aplica a las naciones que no pertenecen a la OMC, cuando no existe un TLC aquellas naciones a las que se les pretende imponer una sanción o castigo económico por haber realizado algún tipo de práctica desleal, es una tarifa discriminatoria.

La utilización de aranceles a la importación repercute en el nivel de precios internos de un país y produce algunos efectos como la reducción del consumo interno del bien importado, estimula la producción interna (efecto protección) y disminuye las importaciones (efecto sobre la balanza comercial).

Regulaciones No Arancelarias

Las Restricciones no Arancelarias, son todas aquellas restricciones o barreras diferentes al arancel y que por su naturaleza son más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, no son transparentes y pueden ser modificadas en lapsos de tiempo muy cortos. Se dividen en: Restricciones Cuantitativas y Restricciones Cualitativas.

Cuantitativas. Entre las restricciones más relevantes de este tipo tenemos:

- Permisos de Importación o Exportación. Estos tipos de permisos tienen la finalidad de restringir las importaciones y exportaciones por razones de seguridad nacional, sanitaria, protección ambiental y de la planta productiva, es utilizado en algunos mercados aún y cuando la OMC recomienda que dichos permisos sean sustituidos por aranceles. En México la Secretaría de Economía es la encargada de otorgar dichos permisos.
- Cuotas. En el caso de que alguna mercancía esté sujeta a cuotas cada país puede definir las cantidades, volúmenes o valores de mercancías que se pueden importar o exportar, así como la tasa y la vigencia que deberán cubrir.
- Impuestos Antidumping. Estos se aplican cuando existe la sospecha (a reserva de demostrar su existencia) de que se está aplicando el dumping, es decir, que se esta manejando un precio inferior a los compradores extranjeros al que se cobra en el mercado origen.
- Impuestos Compensatorios. Se aplica cuando se presume que las exportaciones están siendo subsidiadas para mejorar su nivel de competitividad.

Cualitativas. De las cuales se destacan:

- Regulaciones de Etiquetado. Es una de las principales regulaciones no arancelarias, a través de ésta se establecen los requerimientos de información de la etiqueta y como presentarla, de esta manera, el consumidor final conoce la marca, el origen, los ingredientes, las características y otros aspectos de las mercancías. Las regulaciones de etiquetado dependen del producto de que se trate, además debe presentarse en el idioma del país importador.
- Regulaciones Sanitarias y Fito-Zoosanitarias. Este tipo de regulación es aplicada por las naciones a los productos agropecuarios, pesqueros y procesados,

con el fin de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal frente a posibles riesgos que no existen en su territorio, tales como propagación de plagas y enfermedades y la presencia de aditivos contaminantes, toxinas y organismos que ocasionen enfermedades. Los puntos básicos a controlar son: a) los procesos de producción; b) la inocuidad de los alimentos; c) el uso de pesticidas y fertilizantes; d) realizar inspecciones; e) las certificaciones sanitarias; f) aplicar los regímenes de cuarentena; y g) la determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.

- **Normas Técnicas.** Se refiere a las características y propiedades técnicas que deben cumplir las mercancías tales como: medidas, tamaño, dimensiones, inflamabilidad. Algunas normas son de carácter obligatorio y son diferentes según la mercancía de que se trate. Una vez que se ha dado cumplimiento a dicha norma, se le concede la certificación que se hace constar con sellos o etiquetas que se adhieren al producto en cuestión como ejemplo, en México existen la NOM, la ISO y la UL.

- **Normas de Calidad para Frutos, Legumbres y hortalizas.** Se aplican para garantizar los estándares de calidad que exigen los países importadores.

- **Regulaciones de Envase y Embalaje.** Tienen la finalidad de proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje para garantizar que los productos se conserven en óptimas condiciones al llegar al consumidor final.

- **Regulaciones de Toxicidad.** Se establecen para aquellas mercancías como juguetes, juegos didácticos, materiales de arte, que utilizan en su producción productos tóxicos, tales como, los derivados del petróleo, el plomo, el bario, el selenio, el cromo, entre otros.

- **Regulaciones Ecológicas.** Están encaminadas a proteger el medio ambiente y consisten en informar al consumidor que se está cumpliendo con las normas. La serie ISO-14000 trabaja en la determinación de las primeras normas internacionales sobre sistemas de administración ambiental en las que se relacionan los pasos a seguir por los fabricantes o las empresas de servicios para cumplir con los criterios internacionalmente aceptados; de esta manera emite en el año de 1996 los dos primeros estándares la ISO-14001 y la ISO-14004, actualmente existen 21 estándares relativos a sistemas ambientales.

Existen otro tipo de certificaciones que se enfocan a validar las normas y estándares de calidad para garantizar el cumplimiento a las restricciones arancelarias, tal es el caso, de las certificaciones relativas a la serie ISO-9000, la cual certifica tanto el proceso productivo de la empresa como el producto.

En este mundo globalizado las restricciones al comercio mundial representan una piedra en el zapato, por lo que se han buscado mecanismos tendientes a su desaparición entre los que destacamos los Tratados Comerciales.

2.4 LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN

Tal y como se comentó en el capítulo anterior nuestro país se encuentra insertado en el proceso de globalización que vive el planeta, una muestra clara de esto son los 10 tratados comerciales que nuestro país ha firmado con 31 países alrededor del mundo, mismos que revisaremos en el presente apartado.

El objetivo de firmar un Tratado de Libre Comercio es crear una zona comercial libre de restricciones arancelarias y no arancelarias entre los países firmantes. Al respecto Alejandro Lerma señala que una zona de libre comercio “*consiste en la eliminación de los aranceles (Impuestos de Importación) entre los países firmantes del convenio. Asimismo los Tratados de Libre Comercio comprenden disposiciones para reducir las barreras arancelarias que obstaculizan o distorsionan el comercio entre los miembros*”¹⁰ Estos tratados deben incluir una serie de previsiones y reglas que permitan que los beneficios o ventajas sean para los países signatarios.

Un aspecto importante que consideran los TLC son los períodos de desgravación arancelaria, que se refieren a un calendario en el que los firmantes señalan qué productos no pagarán arancel para su importación y en qué plazos.

El siguiente cuadro nos muestra los Tratados Comerciales más importantes que nuestro país ha firmado:

¹⁰Lerma Kirchner, Alejandro, Op. Cit., pág. 294

**CUADRO 3: PRINCIPALES TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS
POR MÉXICO**

PAÍSES INVOLUCRADOS	NÚMERO DE HABITANTES (MILLONES)	AÑO DE ENTRADA EN VIGOR
TLCAN: MÉXICO-E.E. U.U.- CANADA	+ 400	1994
MÉXICO - UNIÓN EUROPEA	+ 500	2001
MÉXICO - CHILE	114	1992
MÉXICO - COLOMBIA - VENEZUELA	153	1995
MÉXICO - BOLIVIA	107.3	1995
MÉXICO - COSTA RICA	103.3	1995
MÉXICO - NICARAGUA	103.9	VII/1998
MÉXICO - GUATEMALA - HONDURAS - EL SALVADOR	123.0	2001
MÉXICO - ISRAEL	105.5	2000
MÉXICO - ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	111.9	2001

Fuente: Flores Paredes, Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el mercado global, p. 82-89, 91-93

La importancia del TLCAN salta a la vista no sólo por lo que en números representa, sino que además se debe de considerar la intensa relación comercial que México ha sostenido desde los años 40 con Estados Unidos y que representa entre un 70 y 80% de nuestras importaciones y exportaciones. Entre los objetivos que el TLCAN declara se encuentran: la eliminación de las barreras al comercio; la promoción de condiciones para una competencia justa; el incremento de las oportunidades de inversión; y el fomento a la cooperación trilateral, regional y multilateral. Por su parte Canadá visualizó, a través de la firma del TLCAN, una posibilidad de incrementar su mercado hacia nuestro país y el beneficio de ver eliminadas las barreras arancelarias con su socio comercial más importante, los Estados Unidos.

Dentro del TLCAN se establecen seis categorías distintas de productos, y para cada una de ellas se estipula un calendario y tarifas de desgravación

arancelaria, según la cual, Canadá y Estados Unidos eliminarían, de manera inmediata, el arancel al 70% de las importaciones provenientes de México, en tanto México sólo tendría la obligación de hacerlo para el 40% de las que provinieran de esos dos países. De igual manera, dicho calendario señala que el resto de artículos se terminarán de desgravar en períodos de 5, 10 y 15 años, por lo que, algunos artículos como los textiles y prendas de vestir, así como, automóviles quedarán libres de arancel en el año 2004, mientras que, algunos productos agropecuarios, como el maíz, frijol y la leche en polvo, lo harán en el año 2009.

Reglas de Origen

Las reglas de origen, son los requisitos mínimos de fabricación, contenido o elaboración que debe cumplir un producto para ser considerado como originario de la región y así beneficiarse de la liberación comercial. El TLCAN contempla cuatro consideraciones para que una mercancía sea contemplada como originaria de un país, las cuales son:

- a) Cuando los bienes son producidos en su totalidad en la región.
- b) Cuando los bienes contengan materiales que no provengan de la región, pero si son modificados en ella a tal grado de modificar su clasificación arancelaria.
- c) En algunos casos además de cumplir con el punto anterior, a las mercancías se les deberá incorporar un porcentaje de contenido regional en sus componentes, mismo que podrá ser calculado con cualesquier de los dos métodos que a continuación se presentan:

• Método de Valor de Transacción. Este método especifica que el contenido de valor regional no debe ser inferior al 60%, mismo que se encuentra determinado por la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{VT - VMN}{VT} (100)$$

Donde VCR= Valor del Contenido Regional
VT= Valor de Transacción del Bien
VMN= Valor de los Bienes No Originarios de la región

• **Método de Costo Neto.** Este método establece un 50% de contenido regional siempre que se hayan cumplido los demás requisitos. Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{CN - VMN}{CN} (100)$$

Donde VCR= Valor del Contenido Regional
CN= Costo Neto del Bien
VMN= Valor de los Bienes No Originarios de la región

La diferencia entre ambos métodos radica en que en la del Valor de Transacción el exportador puede considerar como originarios los gastos de exportación y venta, así como las utilidades obtenidas por la venta y en el Método de Costeo no. Cada uno de los países dispondrá que los exportadores o productores calculen el valor de Contenido Regional con uno u otro método.

d) Cuando se cumpla con la cláusula *minimis*, en la que se establece que los bienes que no cumplan con una regla de origen, pero si el valor de los componentes externos no excede el 7% del precio final de dicho bien.

El documento que avala que se ha dado cumplimiento a la regla de origen es denominado Certificado de Origen. Para el caso del TLCAN se estableció el contar con un Certificado de Origen único para simplificar los trámites aduaneros y de igual manera se eliminó el pago de los derechos de tramite aduanero (DTA)

Una vez que se ha aclarado el panorama con respecto al hecho de conocer con que naciones podemos recibir un trato preferencial derivado de la firma de los tratados comerciales que nuestro país ha firmado, podemos conocer que documentos y trámites se requieren realizar para poder exportar.

2.5 DOCUMENTO Y TRÁMITES ADUANEROS QUE SE UTILIZAN EN LA EXPORTACIÓN EN MÉXICO

Los exportadores mexicanos deben considerar que para poder realizar la exportación de mercancías es necesario presentar documentos con validez legal que permitan comprobar la propiedad, el tránsito legal por las aduanas, de igual manera se requiere documentar aspectos relativos a la descripción del producto, envase y embalaje, para facilitar su identificación por transportista y aseguradoras, etc., por lo que, a continuación se indican algunos de los documentos necesarios y los trámites que se deben realizar para lograr la exportación.

Documentos Utilizados en la Exportación en México

- El primer documento a presentar es el Pedimento de Exportación que deberá estar acorde con el formato establecido por la SHCP. Dicho pedimento permite que las empresas comprueben sus exportaciones, dar cumplimiento a sus obligaciones fiscales y, poder reclamar la devolución de algún impuesto.

- La factura comercial. Se debe presentar en original y seis copias, con firma autógrafa, en español o inglés y deberá contener los datos a continuación indicados: aduana de salida del país de origen y lugar de entrada al país de destino; nombre o razón social y domicilio del exportador; nombre o razón social y domicilio del importador o consignatario; descripción detallada de la mercancía (nombre, marca, calidad, símbolos, etc.); cantidades, pesos y medidas del embarque; precio de la mercancía, especificando la unidad monetaria, sin incluir el IVA; lugar y fecha de expedición.

- Lista de empaque. Este documento permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador identificar las mercancías y saber que contiene cada bulto o caja, se elabora en original y seis copias. Se deberá indicar la cantidad exacta de artículos que contiene cada caja, bulto o envase, así como, anotar en forma clara el número y marca de la mercancía. Es un complemento de la factura comercial y debe ser entregada al transportista.

- El transporte y sus documentos. El transporte representa uno de los aspectos más importantes que inciden en el costo de las mercancías, es el transporte lo que permite que las mercancías sean recibidas en el lugar deseado,

en tiempo y a buen precio. Para ser competitivos en el comercio internacional se requiere realizar un análisis de los medios de transporte en el que se deberán considerar aspectos importantes como el costo, la oportunidad en la entrega y la relación valor-peso de la mercancía. Es importante considerar, también, la eficacia, la seguridad de los almacenes y puerto y la forma en que el cliente prefiere recibir la mercancía, es decir, en camión cerrado o plataforma.

El documento utilizado para el transporte es el título de consignación que dependiendo del medio de transporte a utilizar se le conoce de la siguiente manera:

- a) Guía aérea (Airway Bill) para el transporte aéreo.
- b) Conocimiento de embarque (Bill of Lading) para el transporte marítimo.
- c) Carta de porte para el autotransporte.
- d) Talón de embarque para el ferrocarril.

El Bill of Lading es un documento negociable por lo que puede servir como documento negociable ante otras instancias. Cualquiera de estos documentos compromete al transportista a custodiar y enviar la mercancía hasta el lugar de destino, se elabora en original y seis copias. En algunas ocasiones se tiene la necesidad de contratar los servicios de Agentes de Carga que son aquellas personas que se encargan de toda la logística de traslado de mercancías.

- Seguros de transporte de carga. Se contratan con la finalidad de prevenir posibles daños o pérdidas durante el transporte de las mercancías.

- Documentos que comprueben que se ha dado cumplimiento a las regulaciones no arancelarias.

- Indicar los números de serie, parte, marca y modelo.

- Especificaciones técnicas y comerciales que faciliten la clasificación de las mercancías.

- Carta de encomienda. Documento que deberá contener: quién confiere el encargo, a que agente aduanal se le confiere, valor y cantidad, régimen aduanero de exportación, fecha y lugar, tipo de mercancía, bultos y sugerencias sobre empaques.

Los documentos antes señalados deberán ser proporcionados por el exportador, sin embargo, el agente aduanal podrá requerir además: copia de RFC

(hoy en día CURP); reservación en la agencia naviera; en caso de utilizar contenedores, solicitar el envío para cargarlos y; certificado de origen.

El agente aduanal es un experto en la materia que está legalmente autorizado para actuar en nombre del exportador por lo que, se convierte en responsable solidario de la veracidad de los datos declarados en aduanas, además será el encargado de pagar por cuenta del exportador el Derecho de Trámite Aduanero, el cual no procede si se exporta a países con los que nuestro país tiene firmados tratados de libre comercio. La tarifa que suele cobrar oscila entre el 0.18% del valor total de la exportación.

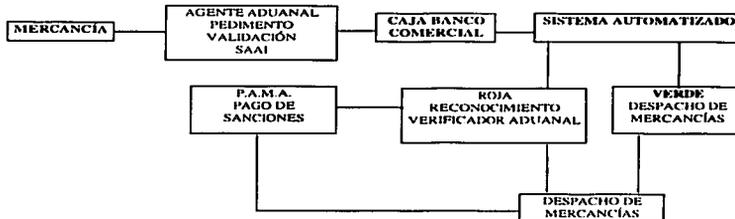
Trámites a Realizar en la Exportación en México

Algunos de los trámites que se requiere realizar antes y durante el proceso de exportación son:

- Registro Federal de Contribuyentes. Las personas físicas y morales que realicen actividades lucrativas están obligadas al pago de impuestos para lo cual deberán estar inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), resulta de gran importancia ya que de no contar con dicho registro no se podrá tener acceso a los apoyos Pitex o Altex, ni realizar trámites en oficinas de gobierno.
- Registro de marcas y propiedad industrial. Este registro deberá de obtenerse con la finalidad de prever posibles plagios en las invenciones, diseños y marcas en el mercado nacional e internacional. En México el encargado de realizar dicho trámite es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- Registro ante Cámaras Empresariales. Contar con este registro no es un requisito para realizar exportaciones, pero contar con una afiliación de este tipo permite acceder a ciertos apoyos que promueven la actividad empresarial, además de tener acceso al intercambio de información.
- Marcado de país de origen. Marcar los envases con la leyenda "Hecho en México" con la finalidad de identificar el origen de las mercancías y dar cumplimiento a la norma NMX-Z-009-1976.
- El despacho aduanal. *"Es el conjunto de actividades (presentación de documentos y trámites) que se deben realizar para introducir mercancías extranjeras al mercado nacional o para enviar mercancías nacionales al mercado*

*internacional.*¹¹ El proceso del despacho aduanal inicia con la presentación de la mercancía, que es entregada al agente aduanal, junto con el pedimento para realizar la validación de la información contenida en el mismo en el Sistema Automatizado de Información. Posteriormente se realiza el pago de las respectivas contribuciones, acto seguido se determina si la mercancía será sometida a revisión o no en el Sistema Automatizado, en caso de que corresponda desaduanamiento libre (simbólicamente luz verde) significa que sólo se revisará la documentación correspondiente y se procederá a su despacho, caso contrario si la mercancía es sometida a revisión se realizará el reconocimiento o revisión que correrá a cargo del vista aduanal, en caso de no existir problema alguno se procederá al despacho de la mercancía, pero si existe alguna discrepancia se procederá al pago de las correspondientes sanciones antes de realizar el despacho o entrega de mercancías para su exportación por parte de la aduana; lo anterior queda ejemplificado de mejor manera en el siguiente gráfico:

GRÁFICA 2: DESPACHO ADUANAL DE EXPORTACIÓN



Fuente: Flores Paredes, Joaquín, *El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global*, pág. 140

¹¹ Flores Paredes, Joaquín, *Op. Cit.* pág. 139

Además de los trámites y documentos analizados se deberá tomar en cuenta los programas de apoyo que ha creado el gobierno para apoyar las exportaciones.

2.6 PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

Considerando que las exportaciones de un país subdesarrollado, contribuyen a nivelar la balanza de pagos, se le da una importancia mayúscula por lo que se generan programas que alientan dichas exportaciones.

Programas de Apoyo a la Exportación

El gobierno federal es el encargado de generar los programas de fomento a la exportación y los enfoca básicamente en dos direcciones: mecanismo para facilitar que el exportador importe insumos, maquinaria y equipos libres de arancel y programas de financiamiento a la actividad exportadora.

Mecanismos para que el exportador importe insumos, maquinaria y equipo sin pagar arancel. Por su importancia mencionaremos sólo los más utilizados:

- Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación. "... *el 10. de junio de 1998 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, el cual ha promovido la exportación y el establecimiento de nuevas empresas a través de un procedimiento ágil y simplificado;*"¹². Además de los objetivos antes mencionados, supone también, la creación de fuentes de empleo, la integración interindustrial, la transferencia de tecnología y la capacitación de los trabajadores.

Para poder acceder a este programa se requiere dar cumplimiento, además de las disposiciones establecidas en el programa de importación temporal, a las obligaciones fiscales, laborales y de normatividad ecológica que se establece en tal programa. Entre los beneficios que supone este programa se encuentran la exención del pago de aranceles a la importación, el despacho aduanero simplificado, el 100% de capital extranjero, exención de pago de IVA a los proveedores de éstas empresas, así como visa especial para técnicos y personal administrativo extranjeros.

¹² Consideraciones del Decreto que reforma al diverso para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación. DOF, segunda sección, 13 de noviembre de 1998.

• Programa de Importación Temporal para Exportación (PITEX). "... El 3 de mayo de 1990 se publicó en el DOF el decreto que establece el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, el cual ha sido un instrumento eficaz para el desarrollo de las empresas exportadoras del país."¹³ , pero permite además que los inscritos en este programa que la importación de insumos, maquinaria y equipo utilizados para producir bienes exportables queda exenta del pago de impuestos. Los requisitos para acceder a éste programa son: el exportar el 10% de sus ventas totales o más de 500 mil USD, si se trata de insumos, o el 30% de sus ventas totales en el caso de maquinaria. Estos requisitos resultan prácticamente inalcanzables para las pequeñas y medianas empresas, las cuales tienen que recurrir a la figura del exportador indirecto para lo cual dichas empresas deberán demostrar que surten insumos y componentes a una empresa PITEX y de ésta manera poder facturar con tasa cero de IVA.

• Devolución de Impuesto (DRAW BACK). El objetivo es crear un mecanismo para que las empresas exportadoras que no puedan acogerse al resto de los demás programas, puedan rescatar los impuestos que deban pagar por la importación de mercancías. El beneficio radica en obtener la devolución de impuestos pagados por la importación, los requisitos para obtener este beneficio son: presentar la solicitud de devolución de impuestos de importación; copia del pedimento de importación o exportación y la constancia de exportación si se venden a empresas PITEX, maquiladoras o ECEX.

• Cuenta Aduanera. El objetivo de este programa es crear un mecanismo que permita a los exportadores cumplir con sus obligaciones fiscales oportunamente para lo que se requiere abrir una cuenta bancaria a favor de la SHCP y llevar un sistema de contabilidad ad-hoc. El beneficio radica en recuperar los impuestos depositados en la Institución Bancaria Correspondiente.

• Empresas de Comercio Exterior (ECEX). Para ser considerada empresa ECEX se requiere contar con un capital mínimo de 100 mil USD y exportaciones anuales mínimas de 3 MDD. Los beneficios a los que se tiene derecho son: el pago

¹³ Consideraciones del Decreto que reforma al diverso que establece Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación. DOF, segunda sección, 13 de noviembre de 1998.

de impuestos en institución financiera, acceder al despacho aduanero simplificado; sus proveedores podrán facturar con tasa cero de IVA, y les será posible nombrar agente aduanal exclusivo, todo ello con la finalidad de impulsar el establecimiento de empresas comercializadoras internacionales.

- **Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX).** Para acceder a éstas se requiere lograr exportaciones directas anuales mínimas de 2 mdd o equivalentes a 40% de sus ventas totales, sus exportaciones deben ser por lo menos del 50% de sus ventas anuales, y presentar solicitud ante la Secretaría de Economía. Su objetivo radica en estimular a las grandes empresas exportadoras mediante exenciones fiscales y facilidades. Los beneficios a que se tiene derecho son: devolución inmediata de IVA, si existe saldo a favor, acceso gratuito al sistema de información comercial, exención del segundo reconocimiento aduanal, despacho aduanal simplificado.

Programas de Financiamiento a la Actividad Exportadora. En nuestro país las instituciones financieras bancarias y no bancarias conocidas como intermediarias financieras son los encargados de operar los fondos que la Banca de Desarrollo habilita para el desarrollo de dichos programas de financiamiento, sin embargo, ante la escasa promoción de ello dos instituciones gubernamentales también han entrado a ofrecer servicios de banca: el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) y Nacional Financiera (NAFIN). Este tipo de Financiamiento es otorgado básicamente a las empresas que demuestran viabilidad financiera y que producen bienes o servicios no petroleros.

Instituciones de Apoyo a la Actividad Exportadora

Una vez conocidos los instrumentos de apoyo al exportador resulta importante conocer cuáles son las instituciones que brindan apoyo a la actividad exportadora, algunas de ellas son las siguientes:

- **Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).** Que entre sus funciones relativas al comercio exterior, se encarga de autorizar los impuestos y las franquicias aduanales, clasifica las mercancías, impuestos, cambios de aduana o de régimen, otorga las autorizaciones de importación y exportación, y asigna el RFC.

- **Secretaría de Economía (SE).** Otorga los permisos de importación y exportación, emite y autoriza los certificados de origen, además de otorgar el certificado de Feria Mexicana de Exportación.

- **Secretaría de Educación Pública (SEP).** Autoriza la importación, exportación y repatriación de cuadros, esculturas y obras de arte pertenecientes al siglo XIX en adelante, de igual manera se encarga del registro de la colección de piezas prehistóricas.

- **Secretaría de Salud (SS).** Otorga el certificado sanitario de importación y exportación relacionado con los productos tales como: alimentos procesados, bebidas, productos para el aseo, medicamentos, entre otros.

- **Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR).** Expide la hoja rosa de registros zoonosanitarios en importaciones y asesora la importación y exportación de animales.

- **Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP).** Autoriza las exportaciones e importaciones de acuerdo a la guía pesquera y se encarga del registro de importadores y exportadores ante la Cámara de la Industria Pesquera.

- **Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).** Proporciona información sobre estadísticas de comercio exterior y mercados de productos, directorios de proveedores, exportadores e importadores, regímenes legales y arancelarios, normas internacionales y acuerdos comerciales de libre comercio, asimismo, otorga financiamientos a empresas con capacidad exportadora.

Además, esta institución. Brinda apoyos financieros a los organizadores de ferias que cuenten con el certificado de Feria Mexicana de Exportación. Entre los servicios que otorga dicha institución destacan: prestar el servicio de banca de primer piso, otorgar créditos conforme a productos financieros vigentes, promover eventos a nivel internacional, y apoyar la participación de compradores de otros países.

Dentro del proceso exportador resulta relevante conocer el entorno que prevalece dentro del comercio exterior, de igual manera, se requieren conocer los procedimientos y las leyes relativas a él, sin embargo, dicho comercio es realizado

por empresas, las cuales deben de cumplir con ciertas condiciones antes de emprender su aventura exportadora. Por todo lo anterior en el siguiente capítulo se revisan los aspectos relativos al análisis estratégico de las empresas, para determinar si son capaces de cubrir un perfil exportador.

CAPITULO 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

Las empresas hoy en día se enfrentan a un gran reto, destacar y mantenerse dentro de este mundo globalizado, por lo que deben considerar primeramente que en el mercado internacional se encontrarán con muchas más variables que en el mercado interno, tales como: las normas, la moneda, la tecnología, la competencia; es decir, no basta con tener buen olfato para los negocios, sino que se requiere realizar análisis para tomar decisiones con bases sólidas que nos darán mayor certidumbre de los caminos a seguir.

Lo anterior deja de manifiesto que resulta vital para las empresas el contar con una estrategia que les permita competir y destacar en el mercado internacional, por lo que en este capítulo se mencionarán aspectos muy importantes que deben considerar una empresa tales como: generar un plan de negocios para exportar; revisar algunos aspectos del proceso productivo; llevar a cabo un análisis contable y financiero, así como, un análisis de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Todo lo anterior nos arrojará como resultado determinar si la empresa está o no en condiciones de exportar, y qué necesitamos corregir para hacerlo con éxito.

3.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

Con el propósito de entender ¿qué es? y ¿cómo se elabora un plan de exportación? es necesario saber que éste forma parte de una serie de planes estratégicos que desarrolla una empresa y que se conoce como planeación estructural, misma que se describe como *"el proceso de definición del futuro y del camino para llegar a él, que se inicia en el nivel superior del negocio y que contempla a la organización como un todo integrado."*¹⁴

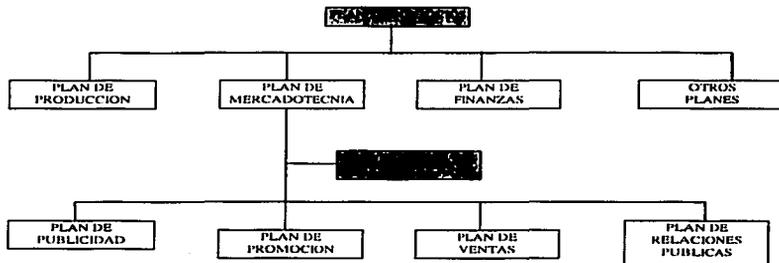
La planeación estructural, es una serie de planes ordenados en forma de pirámide en donde el primer peldaño lo ocupa el Plan de Negocios y en el segundo

¹⁴ Lerma Kirchner, Alejandro, Op. Cit., pág. 37



nivel aparecen los planes relativos a las funciones básicas de la empresa para que el tercer nivel sea ocupado por los planes de cada área de atribuciones, como se muestra en la siguiente gráfica:

GRAFICA 3: PLANES ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA



Fuente: Alejandro Lerma Kirchner, Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial, pág. 38

En la gráfica anterior se muestra claramente como el Plan Estructural de la empresa está integrado con sus correspondientes planes y la incorporación del Plan de Exportación. Es importante mencionar que dependiendo del tamaño de la empresa puede existir más de un nivel de subfunciones en cada plan, por ejemplo, el Plan General de Exportación podría dividirse en planes específicos de exportación por área geográfica de mercado o por línea de producto.

Un aspecto importante es el hecho de que aún y cuando la planeación estructural se hace de arriba hacia abajo, la información y el compromiso para la consecución de objetivos fluyen de abajo hacia arriba.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se ha mencionado al Plan de Negocios como la base medular de la Planeación Estructural, pero ¿qué es el Plan de Negocios?. El Plan de Negocios es: *"El mapa del camino que deberá recorrer una organización rumbo al éxito; este documento describe el qué, por qué, dónde, cómo, y cuándo se ha de ejecutar cada paso, para lograr los objetivos que se hubiesen fijado."*¹⁵

El concepto anterior deberá ser considerado por los dueños o grupo de accionistas de las empresas para poder determinar si desean que su empresa permanezca en el mercado durante un largo período. El Plan de Negocios debe describir con claridad tres aspectos:

1. ¿Dónde se encuentra su organización?
2. ¿Dónde pretende llegar?
3. ¿Qué tiene que hacer para llegar a donde pretende?

Para poder desarrollar un Plan de Negocios se debe contar con el apoyo de la Dirección General y la participación de toda la organización, se debe generar además algún mecanismo que permita mantenerlo en confidencialidad para evitar que llegue a manos de la competencia ya que el daño que podría generarse sería de grandes dimensiones. Además se debe tener en cuenta que las necesidades de cada empresa son diferentes, es decir, la estructura de una micro y pequeña empresa es muy diferente a la de una empresa transnacional, motivo por el cual se describirán ambos procesos.

El proceso para el desarrollo de un Plan de Negocios para una pequeña empresa comprende cinco pasos esenciales que son:

- Investigar las necesidades que no han sido satisfechas en la localidad.
- Seleccionar las necesidades y deseos que se podría ofrecer al cliente y que su competencia no le está dando.
- Desarrollar nuevas ideas sobre productos y servicios.
- Evaluar cual de las ideas esta más al alcance de ser realizada.
- Preparar el Plan de Negocios.

El contenido documental de éste Plan lo conforman nueve secciones, las cuales son: carátula; índice; resumen ejecutivo; descripción del negocio actual;

¹⁵ Ibidem, pág. 37

descripción de los proyectos; análisis del mercado; programa de actividades; financiación; y apéndices y anexos.

En el segundo proceso, el de las medianas y grandes empresas se contempla cinco tareas: la investigación interna; la investigación externa; el análisis de la situación interna y externa; la generación de ideas, conceptos y proyectos; y la redacción del Plan de Negocios.

El contenido documental para este proceso comprende ocho secciones que son: carátula o portada; índice; Introducción y propósitos; resumen ejecutivo; estimación de rendimiento y retorno original de la inversión; análisis de la situación actual; situación futura; y apéndices y anexos.

Una vez comprendido el entorno relativo al Plan de Negocios, se analizará con más detalle las características relativas al Plan de Negocios de Exportación.

El Plan General de Exportación: *"es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe de ir y como llegar al mercado internacional."*¹⁶ A grandes rasgos todo Plan de Exportación contempla la siguiente información:

1. El canal de exportación.
2. El perfil de la empresa.
3. Usos y costumbres de los consumidores del país del mercado meta.
4. barreras no arancelarias
5. Logística de exportación en la que se incluyan los aspectos relativos al: transporte; embalaje; y empaque.

El cuestionamiento lógico sería *¿cómo se determina dicha información?*, pues bien, esta se deriva de una serie de actividades que deben ser realizadas por las personas interesadas en formular un Plan de Exportación. Entre dichas actividades destacan:

- a) Describir la situación actual del negocio.
- b) Detectar las oportunidades del mercado internacional relativas al mercado y al producto, para lo cual se requiere la utilización de las fuentes primarias

¹⁶Ibidem, pág. 87

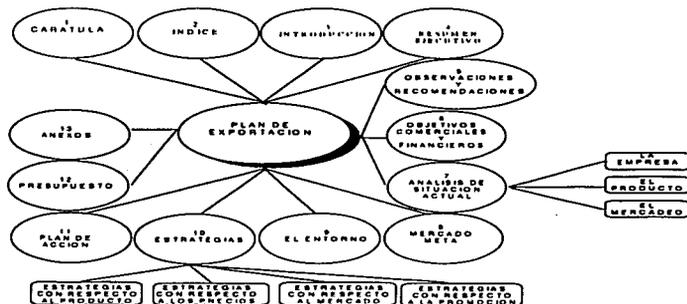
(información que se obtiene de la misma empresa), y fuentes secundarias de información, tales como el Internet, encuestas de mercado, etc.

c) Evaluar la competitividad internacional.

d) Establecer estrategias para ganar, tales como ferias, exposiciones, muestras internacionales.

e) Realizar un Plan de Exportación en el cual se plasme toda la información derivada de cada una de las actividades anteriores. Para lo cual a continuación se presenta gráficamente la estructura del Plan de Exportación con la secuencia lógica de contenido.

GRÁFICA 4. ESQUEMA DEL PLAN GENERAL DE EXPORTACIÓN



Fuente: Alejandro Lerma Kirchner, Comercio Internacional, metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial, pág. 91

El diagrama anterior nos muestra con claridad cual es la estructura que contiene un Plan de Exportación del cual se destaca la siguiente información:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

- **Análisis actual de la empresa.** Este análisis se realiza desde tres perspectivas básicas: la empresa, en donde se analizan aspectos tales como tecnología de los medios de producción, capacidad financiera y procesos de comercialización; el producto, para lo cual se considera el análisis de costos directos e indirectos, fijación de precios de exportación, el volumen exportable y el perfil de competitividad del producto y; el mercado, para lo cual se consideran algunas características del mercado interno como oportunidades y riesgos.

- **Mercado meta.** Aquí se determinan aspectos relativos a la identificación, evaluación y selección del mercado meta, así como, el perfil del consumidor y los canales de distribución para acceder a dicho mercado.

- **El entorno.** Aquí se señalan aspectos relevantes tales como información económica, demográfica, política y cultural del mercado meta.

- **Plan de acción.** Las actividades, su duración, las fechas de inicio y fin son plasmadas en él.

- **Presupuesto.** La información relativa a los cálculos de costos e inversión así como los pronósticos de venta deben ser incluidos en este punto.

Con la finalidad de asegurar el éxito de un Plan de Exportación se puede hacer uso de algunas herramientas que algunos autores expertos en la materia han desarrollado, por ejemplo, el Cuestionario Básico para Hacer un Plan de Exportación de Alejandro Lerma, los cuestionarios contenidos en la Guía Básica del Exportador de BANCOMEXT y otros.

3.2 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo utilizado por una compañía puede ser factor determinante para cumplir con las aspiraciones exportadoras que se tengan, motivo por el cual resulta importante conocer algunos aspectos básicos relacionados con él.

Un proceso es una serie de actos u operaciones que conducen a un fin determinado, en tanto que, la producción consiste en crear o agregar valor al que ya contiene la materia, a través de su transformación química, de forma, o de situación. Las actividades de producción de una organización son conocidas como

operaciones, las operaciones que realiza una empresa son cada vez más complejas ya que toman en cuenta todas las actividades básicas que se llevan a cabo para la consecución de los objetivos, así que dichas operaciones funcionan como un sistema que abarca un todo.

Considerando lo anterior debemos de remitirnos al enfoque o teoría de sistemas que *"trata de concebir a la organización como un sistema unitario e intencional compuesto de partes interrelacionadas, en vez de ocuparse por separado de las partes de una organización, el enfoque de sistemas da a los administradores una manera de verla como un todo y como una parte de un ambiente externo más amplio... nos dice que la actividad de cualquier parte de una organización afecta a la de todas las demás."*¹⁷

El uso de la Teoría de Sistemas nos da un marco de referencia en el cual podemos planear acciones y anticipar las repercusiones inmediatas y de largo alcance, así como los imprevistos que puedan presentarse. En el enfoque de Sistemas los insumos, tales como materiales y energía, ingresan a él a través del medio ambiente para ser transformados, por lo que salen de él en forma de productos (bienes y/o servicios). La retroalimentación es la clave del control del Sistema ya que durante su operación la información es enviada para su evaluación, y en caso de ser necesario, para su corrección tal y como se muestra en la gráfica número cinco.

El conjunto de actividades de administración que se encuentran implícitas en la planeación, organización, dirección y control y que se aplican a las operaciones de una organización se conocen como **Administración de Operaciones**. La Administración de Operaciones tiene por objetivo: mejorar la productividad que es un indicador de eficiencia y competitividad; y por otra parte ayuda a resolver los problemas de prioridades competitivas de los clientes que se refiere a aspectos tales como precios, nivel de calidad, confiabilidad en la calidad y la flexibilidad.

¹⁷Stoner A. F. James y Freeman R. Edward. Administración. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. Quinta Edición, México 1994 pág. 48

operaciones, las operaciones que realiza una empresa son cada vez más complejas ya que toman en cuenta todas las actividades básicas que se llevan a cabo para la consecución de los objetivos, así que dichas operaciones funcionan como un sistema que abarca un todo.

Considerando lo anterior debemos de remitirnos al enfoque o teoría de sistemas que *"trata de concebir a la organización como un sistema unitario e intencional compuesto de partes interrelacionadas, en vez de ocuparse por separado de las partes de una organización, el enfoque de sistemas da a los administradores una manera de verla como un todo y como una parte de un ambiente externo más amplio... nos dice que la actividad de cualquier parte de una organización afecta a la de todas las demás."*¹⁷

El uso de la Teoría de Sistemas nos da un marco de referencia en el cual podemos planear acciones y anticipar las repercusiones inmediatas y de largo alcance, así como los imprevistos que puedan presentarse. En el enfoque de Sistemas los insumos, tales como materiales y energía, ingresan a él a través del medio ambiente para ser transformados, por lo que salen de él en forma de productos (bienes y/o servicios). La retroalimentación es la clave del control del Sistema ya que durante su operación la información es enviada para su evaluación, y en caso de ser necesario, para su corrección tal y como se muestra en la gráfica número cinco.

El conjunto de actividades de administración que se encuentran implícitas en la planeación, organización, dirección y control y que se aplican a las operaciones de una organización se conocen como Administración de Operaciones. La Administración de Operaciones tiene por objetivo: mejorar la productividad que es un indicador de eficiencia y competitividad; y por otra parte ayuda a resolver los problemas de prioridades competitivas de los clientes que se refiere a aspectos tales como precios, nivel de calidad, confiabilidad en la calidad y la flexibilidad.

¹⁷Stoner A. F. James y Freeman R. Edward. Administración, Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, Quinta Edición, México 1994 pág. 48

GRÁFICA 5: FLUJO Y RETROALIMENTACIÓN DE UN SISTEMA



Fuente: Stoner A. F. James y Freeman R. Edward, Administración, pág. 691

El proceso para el diseño de un adecuado sistema de operaciones contempla los siguientes pasos:

1. La planeación del diseño de producto/servicio en el que se debe contemplar: la generación de ideas producto/servicio; la selección de ideas que parezcan tecnológicamente realizables, comerciables y compatibles con la estrategia general de la organización, y la producción de un diseño final del producto o servicio.

2. La planeación de la capacidad, aquí se toman las decisiones de operación relativas a la cantidad de bienes o servicios que se deben producir.

3. Proceso de selección. En él se debe determinar que tipo de tecnología mayor y menor que se requiere utilizar para producir el artículo por ejemplo: los procesos de transformación a aplicar, los tipos de equipo y el grado de automatización de los mismos.

4. La elección sobre el flujo del proceso. Aquí se determina como se desplazarán los materiales y productos a través del sistema. Para analizar el flujo del proceso se requiere elaborar dibujos de montaje, diagramas de ensamblado, hojas de rutas y diagramas de flujo, lo que nos ayudará a determinar si es necesario resecuenciar los procesos, combinar o eliminar operaciones con el propósito de reducir el manejo de materiales y los costos de almacenamiento.

5. **Planeación de la distribución física del equipo.** En ésta etapa las decisiones se refieren a cómo arreglar los servicios o instalaciones físicas en el espacio, en ésta planeación las decisiones de proceso y equipo se convierten en disposiciones físicas de la producción.

6. **Diseño del trabajo.** La última decisión para diseñar el sistema de operaciones se refiere a la estructura de las actividades individuales (a los puestos), es decir, cómo se realizará el trabajo y quién lo efectuará.

El control de procesos sirve para monitorear las variables clave con la finalidad de poder detectar qué se está haciendo que no genera valor agregado, sirve además, para conocer en forma oportuna las desviaciones o trabajos innecesarios que generan costos adicionales al costo total del producto. Por último se debe tener muy presente que todo proceso debe contar con un control de calidad que determine que los artículos y/o servicios serán competitivos, aunado a éste concepto hoy en día se maneja un nuevo concepto entre las empresas más destacadas en el ámbito internacional y que es la Administración de Calidad Total y que se describe como *"El compromiso estratégico para mejorar la calidad combinando métodos estadísticos de control de calidad con un compromiso cultural por buscar incrementos en las mejoras que eleven la calidad y bajen los costos."*¹⁸

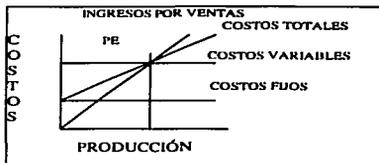
Otro aspecto importante a tener en cuenta es el denominado punto de equilibrio. El punto de equilibrio muestra la relación existente entre el número de unidades producidas, el importe de ventas generadas y el costo de producción de las mismas, con el fin de determinar cuantas unidades requieren ser producidas y vendidas para no generar pérdidas. El punto de equilibrio se puede determinar de tres maneras: la primera es en forma matemática, a través de una sencilla fórmula; en forma de representación con cuadros numéricos; y de manera gráfica.

¹⁸Ibidem, pág. 697

La fórmula para determinar el punto de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - (CV/V)}$$

Donde:
PE= Punto de equilibrio
CF= Costos fijos
CV= Costos variables
V= Ventas



3.3 ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO DE LA EMPRESA

Otro aspecto relevante para elaborar el diagnóstico de una empresa es el análisis contable y financiero. El análisis contable de una empresa está determinado por los Estados Financieros que revelan la situación del negocio y son presentados a los directivos y accionistas para la toma de decisiones. Entre los Estados Financieros de mayor relevancia se encuentran: El Balance General, El Estado de Resultados, El Estado de Origen y Aplicación de Recursos y El Estado de Cambios en la Situación Financiera. Por otra parte para realizar el análisis financiero se requiere del uso de herramientas conocidas como razones financieras, las cuales tienen la finalidad de poder medir con un alto grado de eficacia el comportamiento de la empresa, ya que presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, pueden precisar el grado de liquidez, la rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura, y todo lo relacionado con su actividad.

Las razones financieras son además, comparables con las de la competencia y ayudan a determinar el funcionamiento de las empresas frente a sus rivales. Cabe mencionar que dichas razones son aplicadas a la información contenida en los Estados Financieros.

Toda empresa nueva que pretenda incursionar en el mercado Internacional deberá elaborar un análisis serio con respecto a la situación Financiera y deberá plasmarlo en un reporte, el cual deberá contemplar la siguiente información: la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Situación Financiera actual, Relativa a la liquidez, solvencia y rentabilidad; los Costos Directos e Indirectos; la Situación Financiera Proyectada relativa a la liquidez y solvencia; la Rotación: de Activos, de Cuentas por Cobrar, y de Inventarios; la Independencia Financiera; la Rentabilidad Interna; en su caso, la selección del tipo de crédito a solicitar; y la documentación para gestionar el crédito seleccionado y la propuesta de garantías.

Con el propósito de ejemplificar de manera más clara el trabajo a realizar en este punto se presentará un ejemplo en el que se determinarán algunas de las razones requeridas en el Reporte de Estudio de la Situación Financiera.

OSVY, S.A. DE C.V.
Balance General al 31 de diciembre de 2001

<u>Activo Circulante</u>		<u>Pasivo a Corto</u>	
Caja	\$ 5,000.00	Proveedores	\$ 320,214.00
Bancos	\$ 63,858.00	Acreedores	\$ 78,889.00
Clientes	\$ 482,797.00	Impuestos por pagar	\$ 4,000.00
Almacén	\$ 335,629.00	I.V.A. por pagar	\$ 405,523.00
Deudores	\$ 238,999.00	Total Pasivo a Corto	\$ 808,626.00
I.V.A. por Acreditar	\$ 411,250.00		
Total Activo Circulante	\$ 1,517,531.00	<u>Pasivo a Largo</u>	
<u>Activo Fijo</u>		Hipotecas por pagar	\$ 80,000.00
Eq. de Transporte	\$ 310,000.00	Total Pasivo a Largo	\$ 80,000.00
Dep. Acumulada de Eq. de Transporte	\$ (53,600.00)	<u>Capital</u>	
Eq. de Oficina	\$ 46,928.00	Capital Social	\$ 150,000.00
Dep. Acumulada de Eq. de Oficina	\$ (8,759.00)	Utilidad del Ejercicio	\$ 187,343.00
Eq. de Cómputo	\$ 53,000.00	Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$ 667,970.00
Dep. Acumulada de Eq. de Cómputo	\$ (1,161.00)	Total Capital	\$ 1,005,313.00
Total Activo Fijo	\$ 346,408.00		
<u>Activo Diferido</u>			
Rentas pagadas por anticipado	\$ 18,000.00		
Seguros pagados por anticipado	\$ 12,000.00		
Total Activo Diferido	\$ 30,000.00		
<u>Activo Total</u>	\$ 1,893,939.00	<u>Suma Pasivo y Capital</u>	\$ 1,893,939.00

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

OSVY, S.A. DE C.V.
Estado de Resultados del 01/01/2001 al 31 de diciembre de 2001

Ventas (ingresos)	\$ 750,000.00	
Costo	<u>\$ 450,000.00</u>	
Utilidad Bruta		\$ 300,000.00
Gastos de Operación		
Gastos de Venta	\$ 55,000.00	
Gastos de Administración	<u>\$ 85,000.00</u>	
Total Gastos de Operación		\$ 140,000.00
Gastos Financieros		\$ 107,657.00
Otros Productos		\$ 135,000.00
<u>Utilidad Neta</u>		<u>\$ 187,343.00</u>

A efectos de realizar el ejemplo y considerando los criterios de elegibilidad que maneja BANCOMEXT para una Pequeña y Mediana Empresa (PYME), se analizará los siguientes requisitos:

1. El índice de endeudamiento debe ser como máximo del 60%
2. La empresa deberá presentar utilidad en el ejercicio en curso y en los dos anteriores.
3. Debe mantener un índice de liquidez de al menos 1 vez en el ejercicio y en el anterior.
4. La relación EBITDA (Utilidad antes de gastos financieros)/ Gastos financieros deberá ser igual o mayor a 1.3 veces ya contabilizado
El crédito que se está solicitando (para determinar esto se deben considerar el estado de resultados proyectado)

Análisis

1. La razón financiera a utilizar será la Razón de Endeudamiento (RE)
 $RE = \text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$ $RE = 888,626.00 / 1,893,939.00$ ~~RE = 0.47~~
 Lo que significa que el porcentaje total de activo que se encuentra respaldado mediante deudas es igual al 47% que supera fácilmente Lo solicitado por BANCOMEXT

2. El estado de resultados manifiesta una utilidad del ejercicio de \$ 187,343.00 y el balance muestra que ha existido utilidades acumuladas por \$ 557,970.00, por lo cual suponemos que se cumple perfectamente con este requisito.

3. La razón financiera a utilizar es la Razón de Liquidez (RL)

$RL = \text{Activo Circulante} / \text{Pasivo a Corto Plazo}$ $RL = 1,517,531.00 / 808,626.00$ ~~RL = 1.88~~

4. Relación EBITDA/Gastos financieros $R(\text{EBITDA}/\text{Gtos Financieros}) = 160,000.00 / 107,657.00$ ~~R = 1.49~~
 El resultado es mas que bueno ya que se solicita como mínimo 1.3. El resultado de esto se interpreta como que la empresa cuenta con un 49% mas de sus utilidades una vez pagado el crédito.

Otros dos parámetros importantes a considerar por parte de los bancos son la solvencia y la rentabilidad que representa el porcentaje De beneficio que se genera a partir del capital.

Razón de Solvencia (RS)

Rentabilidad

$RS = \text{Activo total} / \text{Pasivo total}$

Rentabilidad Utilidad / Capital contable

$RS = 1,893,939.00 / 888,626.00$

Rentabilidad = $187,343.00 / 1,005,235.00$

~~RS = 2.13~~

~~Rentabilidad = 0.18~~

3.4 ANÁLISIS FODAS

Uno de los principios de la Planeación Estratégica consiste en identificar lo que la empresa hace mejor, esto es, su experiencia en el mercado, su fuerza de producción y qué ofrece como plus con respecto a las demás compañías.

La planeación que llevan a cabo las empresas puede ser operativa, cuando los planes están enfocados a corto plazo y donde se busca la consecución de las

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

metas planteadas, este tipo de planes son elaborados en los mandos medios; y la planeación estratégica, que es a largo plazo y que involucra además visión y valores en forma de estrategia, su elaboración está a cargo de los puestos directivos de la empresa. La planeación estratégica debe considerar los siguientes puntos:

- Visión, es decir, dar respuesta a la pregunta ¿cómo deseamos vernos en el futuro?, a lo que podemos responder si mejores, iguales o peores.
- Misión, que es la razón principal de existir de una empresa, firma o compañía.
- Estrategias, que es la manera en la que se hacen las cosas para lograr dar cumplimiento a lo planteado en la visión y la misión.
- Metas, estas deben ser cuantitativas y con planteamientos lógicos.
- Indicadores, son los puntos claves susceptibles de ser medidos para determinar si estamos dando cumplimiento a nuestros objetivos, entre los indicadores más comunes encontramos, los de desempeño (se utilizan en la medición de procesos), de eficacia (evalúan el cumplimiento de metas) y de eficiencia (miden el ahorro de recursos)
- Acciones, son las tareas a realizar en cada una de las áreas de la empresa para dar seguimiento a dichos planes.
- Análisis FODA, lo que nos permitirá tener un panorama claro de la situación de la empresa.

El análisis FODA se utiliza dentro de las empresas para identificar los aspectos internos en los que la empresa esta en mejores condiciones para competir (fortalezas), para identificar aquellos otros puntos en los que la empresa está endeble (debilidades), también nos ayuda a determinar las amenazas latentes para los intereses de la empresa (aspectos externos) y las posibles oportunidades (factores externos favorables) El análisis FODA es una herramienta que se utiliza para diagnosticar cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se encuentra sujeta una empresa con la finalidad de corregir el camino y convertirse en una empresa exitosa.

Las fortalezas y debilidades se determinan considerando los factores internos de la empresa, para lo cual, con la intención de precisar de mejor manera los factores que con mayor frecuencia son analizados, se muestra el cuadro siguiente:

CUADRO 4. ANÁLISIS FODA. QUE ES NECESARIO PARA BUSCAR LOS PUNTOS FUERTES Y DÉBILES; LAS OPORTUNIDADES Y LAS AMENAZAS DE UN ACOMPAÑÍA.

Puntos fuertes internos potenciales	Puntos débiles internos potenciales
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades fundamentales en área clave. • Recursos financieros adecuados. • Buena imagen de los compradores. • Un reconocido líder en el mercado. • Estrategias de las áreas funcionales bien ideadas. • Acceso a economías de escala. • Aislada (por lo menos hasta cierto grado) de las fuertes presiones competitivas. • Propiedad de la tecnología. • Ventajas en costos. • Mejores campañas de publicidad. • Habilidades para la Innovación de productos. • Dirección capaz. • Posición ventajosa en la curva de experiencia. • Mejor capacidad de fabricación. • Habilidades tecnológicas superiores. • ¿Otras? 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay una dirección estratégica clara. • Instalaciones obsoletas. • Rentabilidad inferior al promedio porque... • Falta de profundidad y talento gerencial. • Falta de algunas habilidades o capacidades clave. • Seguimiento deficiente al implementar la estrategia. • Abundancia de problemas operativos internos. • Atraso en investigación y desarrollo. • Líneas de producción demasiado limitada. • Débil imagen en el mercado. • Débil red de distribución. • Habilidades de mercadotecnia por debajo del promedio. • Incapacidad de fincar los cambios necesarios en la estrategia. • Costos unitarios generales más altos en relación con los competidores clave. • ¿Otras?
Oportunidades externas potenciales	Amenazas externas potenciales
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a grupos adicionales de clientes • Ingresar en nuevos mercados o segmentos • Expandir la línea de productos para satisfacer una gama mayor de necesidades de los clientes • Diversificarse en productos relacionados • Integración vertical (hacia adelante o hacia atrás) • Eliminación de barreras comerciales en mercados foráneos atractivos • Complacencia entre las compañías rivales • Crecimiento en el mercado más rápido • ¿Otras? 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de competidores foráneos con costos menores • Incremento en las ventas de productos sustitutos. • Crecimiento más lento en el mercado • Cambios adversos en los tipos de cambio y las políticas comerciales de gobiernos extranjeros • Requisitos reglamentarios costosos • Vulnerabilidad a la recesión y ciclo empresarial • Creciente poder de negociación de clientes o proveedores • Cambio en las necesidades y gustos de los compradores • Cambios demográficos adversos • ¿Otras?

Fuente: Conceptos y técnicas de la Dirección y administración estratégicas, pág. 100

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Para poder superar las debilidades de la empresa, mejorar sus oportunidades, enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades se deberá constituir una estrategia competitiva, la cual permitirá detectar los puntos o áreas donde la empresa puede obtener mayores ventajas con relación a la competencia y poniendo mayor énfasis a los siguientes aspectos: precio, calidad, servicio, financiamiento, diseño, la imagen y la marca.

3.5 DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA

Hoy en día el crecimiento de las naciones se encuentra condicionado por las inversiones y el intercambio internacional de bienes y servicios, por lo cual resulta de vital importancia ser lo más certero posible al momento de desarrollar los planes y operaciones relativas al comercio internacional.

Debe tenerse presente que la operación exportadora comprende 4 pasos esenciales a ser considerados:

1. El análisis de competitividad, es decir, el contar con un producto exportable.
2. La exploración de mercados internacionales, que consiste en determinar a donde exportar y como hacerlo.
3. La administración de ventas, a través de la cual se presenta el producto o servicio orientado a convencer al cliente y cerrar la operación.
4. La logística de exportación, a través de la cual se determinan las actividades tales como el embalaje, transporte, tramitación aduanal, seguros y formas internacionales de pago.

Las cuatro actividades anteriores resultan de vital importancia dentro de la exportación, pero de momento nos detendremos a analizar el primer punto, el cual se refiere a la competitividad, también es conocido como estudio de viabilidad o pre exportación. Consiste en elaborar un documento que contenga el perfil de fuerzas y debilidades comparándolo contra estándares regionales, nacionales e internacionales, denominado **Análisis del Potencial Exportador**. Independientemente del mercado meta a elegir, contempla los siguientes aspectos:

a) **Diagnóstico de la empresa:** este diagnóstico comprende las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; la estructura organizacional para la exportación; el proceso productivo; y la situación financiera de la empresa. Lo cual ya fue analizado en este mismo capítulo.

b) **Análisis del producto:** los aspectos en los que existe la necesidad de enfocarse son: las características; las materias primas y proveedores; el envase y el embalaje para exportar; permisos, licencias, certificados y cuotas; adecuación del producto para la exportación; costos domésticos de producción; y la formación del precio de exportación.

c) **Orientación inicial con respecto a posibles mercados meta:** indicadores básicos del mercado meta; regulaciones internacionales; el consumo aparente; los aranceles y barreras.

La dimensión del potencial exportador de la empresa se refleja en un documento conocido como Análisis de la Capacidad Exportadora de la Empresa, el cual en términos generales cuenta con la siguiente información:

d) **Con respecto al producto:** en el se plasman aspectos muy importantes como los son el análisis de costos directos e indirectos; la fijación de precios de exportación; el volumen exportable; la estacionalidad en la demanda y producción; la calidad del producto; el diseño; los insumos; el envase y embalaje; las normas y regulaciones nacionales e internacionales; promoción y publicidad; y el sistema de comercialización.

e) **Con respecto a la capacidad exportadora de la empresa:** capacidad financiera; organización hacia la exportación; capacitación y conocimiento de los procesos para la comercialización en el ámbito internacional; la tecnología de los medios de producción; y el análisis de las características del mercado interno con relación a la exportación.

En caso de que el resultado de este análisis sea positivo, tendremos la certeza de que se ha llevado a cabo una correcta preparación para competir en el mercado internacional. Sin embargo resulta importante destacar algunas ideas y conceptos que se manejan durante el desarrollo de dicho estudio.

Con frecuencia se tiene la creencia de que un precio menor será un factor determinante para competir, lo cual no es del todo cierto, ya que se debe considerar que no todos los mercados cuentan con la misma elasticidad con respecto al precio, así que en algunos mercados donde existe mayor poder de compra, la calidad y la presentación resultan ser factores más trascendentales que el precio, por lo que, al momento de fijar los precios de exportación se deberá considerar que deben ser redituables sin salirse del mercado.

El determinar el volumen exportable resulta ser la parte crucial dentro de este análisis, por lo que se recomienda que los empresarios consideren lo siguiente:

- a) Determinar la capacidad de su empresa.
- b) Determinar el grado de respuesta ante un incremento en la demanda externa.
- c) Analizar la seguridad de sus proveedores para el abastecimiento de los insumos.
- d) Analizar la posibilidad de integrarse o unir esfuerzos con empresas del mismo ramo.
- e) Considerar la posibilidad de mejorar la productividad en sus procesos de producción.

Para determinar el volumen de producción exportable se deberá analizar primeramente los niveles de producción de la empresa durante un periodo determinado de tiempo y determinar la tasa anual de crecimiento para cada artículo, con la finalidad de determinar cual ha sido su comportamiento durante "X" periodo de tiempo, en relación, a la preferencia del mercado.

Asimismo, se deberá realizar un análisis en cuanto a la capacidad instalada, la capacidad utilizada y la capacidad ociosa con que cuenta la empresa para determinar su real potencial de producción.

De igual manera se puede determinar el consumo nacional per cápita del mercado meta con el propósito de definir las reales posibilidades de éxito, con que se cuenta, en base a lo que produce esa nación.

Una vez determinado cual es el potencial de la empresa, continuaremos analizando en el siguiente punto lo relacionado con la investigación de mercados y la administración de las ventas.

3.6 LA OFERTA EXPORTABLE.

Una vez que la empresa se ha decidido a participar en el mercado de exportación, ya realizado el estudio previo de factibilidad y competitividad, se requiere determinar cual será el mercado destino al que se pretende penetrar, motivo por el cual se requiere elaborar un estudio producto - mercado. Para llevar acabo dicho estudio se requiere acudir a las fuentes de información que pueden ser primarias: si se basan en la obtención directa de información en el país de destino; y secundarias, si se basan en informes, estudios o reportes elaborados por otras personas o si se basan en los servicios de consultoría especializada.

Entre las fuentes secundarias de información que se recomienda consultar se encuentra la página WEB de las Secretaría de Economía, en donde existen guías, cursos, leyes, asesoría, estadísticas y orientación a los dueños de las micro, pequeñas y medianas empresas. De igual manera existen módulos de orientación al exportador que forman parte del Sistema Nacional de Orientación al Exportador, y que en la gran mayoría de los casos prestan sus servicios de manera gratuita. Otra recomendación para el exportador y en especial para aquél que inicia sus actividades de exportación, es obtener información y orientación en Cámaras, Asociaciones, e Institutos que le auxiliarán en el difícil camino de la exportación, la información que se puede obtener es la siguiente:

- Información sobre mercados internacionales.
- Apoyo para la logística y la comercialización.
- Oferta y demanda de productos y servicios
- Diseño de exportación.

Un estudio producto - mercado nos ayuda, además, a determinar con precisión a donde se debe enfocar nuestra oferta exportable. La información básica que debe contener dicho estudio es:

a) Con respecto al producto: el análisis de costos directos e indirectos; la fijación de precios de exportación; el volumen exportable; la estacionalidad en la demanda y producción; la calidad del producto; el diseño; los insumos; el envase, embalaje y etiquetas; las normas y regulaciones gubernamentales mexicanas; promoción y publicidad.

b) Con respecto al mercado: el volumen y valor; las tendencias; la segmentación; la distribución geográfica; la competencia (empresas, marcas, precios, presentación de los productos, y la participación en el mercado); promoción y publicidad; usos y costumbres; presentación del producto; envase y embalaje; normas y estándares.

c) Con respecto a los canales de distribución: se requiere determinar cual será el tipo de venta a utilizar, entre las posibilidades más comunes tenemos: introductores e importadores; mayoristas y medio mayoristas; minoristas; tiendas de autoservicio; cadenas de supermercados; representación y franquiciamiento; y la posibilidad de instalar una filial en el mercado meta.

d) Con respecto al consumidor: se debe analizar el perfil del consumidor; segmentos y/o estratos; hábitos y tendencias del consumo; los medios promocionales para ese perfil de consumidor. Asimismo se deberá considerar la siguiente información:

e) Información económica, demográfica, política y cultural del mercado meta: el Producto Interno Bruto; la Balanza Comercial; el ingreso y consumo per cápita; inflación; áreas económicas; inversión nacional y extranjera; crecimiento demográfico; población urbana y rural; aspectos culturales a considerarse en la introducción y la comercialización del producto, así como, en la negociación comercial.

Por su importancia se debe de hacer mención de manera específica a la mercadotecnia internacional que es aquella actividad de una empresa que busca comercializar el producto en más de un país, el consumidor es el aspecto más importante que considera la mercadotecnia y a través del cual giran sus cuatro variables que son el producto, el precio, la plaza y la promoción, sin embargo, se

debe de tener en cuenta que estas variables son afectadas en todo momento por el ambiente económico, cultural legal y político que prevalezca en el país meta.

Las herramientas de la mercadotecnia son bastas, sin embargo, hoy en día, en base a la revolución tecnológica, se cuenta con un medio sumamente poderoso que genera condiciones antes inimaginables, el Internet.

Otro aspecto sumamente importante es el envase, el cual no sólo proporciona protección al artículo a exportar sino que cumple funciones netamente de publicidad ya que si se determina un envase innovador, este resulta de gran impacto entre los consumidores. Al momento de seleccionar el envase se deben considerar aspectos sumamente importantes tales como: El tipo de envase; el material del cual esta elaborado; la duración; la forma del envase; la estética, funcionalidad y originalidad; el uso posterior; la facilidad de manipulación del producto; los aspectos de seguridad e higiene; las etiquetas, mensajes y leyendas; y su costo.

El embalaje es un aspecto más en el que se debe hacer hincapié ya que su importancia radica en agrupar y asir los productos para su posterior embarque y transporte hasta el mercado destino, en este caso los aspectos a considerar son: la protección que se debe ofrecer a los artículos; las dimensiones, estabilidad, peso y forma para facilitar su manejo y almacenaje; la facilidad para estibar y transportar; se debe considerar el aspecto ecológico para evitar algún tipo de restricción no arancelaria.

El desarrollo del presente capítulo ha fincado los conocimientos adecuados para desarrollar un análisis óptimo para determinar si una empresa cuenta con la capacidad para enfrentar un mercado externo, lo cual aunado al marco teórico desarrollado dentro de los dos primeros capítulos representan una base sólida para la elaboración del caso práctico.

4. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HEADERS (SISTEMAS DE ESCAPES PARA AUTOS) A LA CIUDAD DE TORONTO EN CANADÁ

En el presente capítulo se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos durante la elaboración del presente trabajo, con la finalidad de determinar si es posible exportar Headers a la ciudad de Toronto en Canadá, para lo cual, se deberá: seleccionar una empresa; realizar el análisis estratégico de la misma; determinar la competitividad de la empresa y del producto en el mercado nacional y en el mercado meta; determinar la oferta exportable; el precio de exportación; etc.

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR

La empresa Headers Serrato, S.A. de C.V., es una empresa 100% mexicana constituida legal y jurídicamente en el año de 1988. Es una empresa familiar fundada por el Ing. José Luis Serrato Jacome.

En un principio la empresa se dedicaba exclusivamente a la instalación y reparación de mofles en un pequeño taller ubicado en la Delegación Azcapotzalco en la Ciudad de México, sin embargo, con el paso del tiempo se convirtió en distribuidor de algunos productores y continuó con la instalación de los mismos.

Al transcurrir los años y derivado del ahorro, el Ing. Serrato se encontró en la posición de poder invertir en alguna maquinaria con lo que dio el salto y comenzó a producir sus propios tubos de escape. Actualmente esta empresa se dedica a la producción de sistemas de escape, con una gran gama de productos; es distribuidor de algunas otras marcas y continua con el servicio de instalación en un Centro de Servicio.

La variedad de productos con que cuenta esta empresa es muy diversa e incluye desde escapes convencionales para todo tipo de automóvil hasta sistemas completos de escape para autos de lujo y deportivos, así mismo, cuentan con convertidores catalíticos avalados por los organismos gubernamentales, los cuales

dan cumplimiento a las especificaciones señaladas por el programa hoy no circula en la ciudad de México.

Misión: Encaminar el esfuerzo organizacional para lograr satisfacer a sus clientes al 100% a través de ofrecerles un sistema de escape de calidad que supere sus expectativas.

Visión: Lograr, en los siguientes 10 años, la internacionalización, para lo cual se requiere, la consolidación como el productor nacional de mayor calidad y mejores diseños.

Uno de los principales productos fabricados en las líneas de producción de esta compañía es el Header R-15 es un sistema de escape para automóviles deportivos, de fácil adaptación a cualquier marca de automóvil. Se fija desde la cabeza del motor del automóvil y está formado de dos partes el costado derecho y el izquierdo; su uso representa las siguientes prestaciones: mejorara la compresión, lo que reditúa en mayor potencia; mejora el rendimiento del combustible; mejora la emisión de contaminantes, ya que alarga la duración de convertidores y silenciadores; auxilia al sistema de enfriamiento del motor, protegiéndolo del sobre calentamiento.

El proceso de producción del R-15 consta de las siguientes etapas: el material a utilizar consiste en tubo, solera, pintura y tornillos, en la primera etapa, el material es doblado, cortado y armado, para enseguida ser soldado y esmerilado ya que se requiere eliminar las impurezas del producto, una vez concluido el proceso anterior, el Header es rectificad, es decir, recibe un primer control de calidad; el siguiente paso en la cadena es la pintura, al cabo de lo cual se hornea para conseguir el secado de la pintura, para que, antes de ser almacenado y distribuido, sea etiquetado.

Análisis Contable y Financiero

Headers Serrato es una pequeña empresa que cuenta con una planta laboral 65 trabajadores, actualmente cuenta con un capital social de \$ 850,000.00 y con una sólida estructura financiera tal y como se muestra en el siguiente análisis:

HEADERS SERRATO, S.A. DE C.V. BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2001

<u>Activo Circulante</u>		<u>Pasivo a Corto Plazo</u>	
Caja	\$ 2,000	Proveedores	\$ 455,000
Bancos	\$ 60,856	Acreedores Diversos	\$ 273,500
Inversiones	\$ 1,343,279	Impuestos por Pagar	\$ 12,000
Clientes	\$ 350,000	I.V.A. por Pagar	\$ 405,523
Almacén	\$ 502,200	Total Pasivo a Corto Plazo	<u>\$ 1,146,023</u>
Deudores	\$ 97,000	<u>Pasivo a Largo Plazo</u>	
I.V.A. por acreditar	\$ 408,250	Hipotecas por Pagar	\$ 80,000
Total Activo Circulante	<u>\$ 2,763,585</u>	Total Pasivo a Largo Plazo	<u>\$ 80,000</u>
<u>Activo Fijo</u>		<u>Capital Contable</u>	
Terrenos	\$ 800,000	Capital Social	\$ 850,000
Edificios	\$ 1,750,000	Utilidad del Ejercicio	\$ 1,340,316
Maq. Y Equipo	\$ 4,650,000	Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$ 5,535,538
Dep. Acum. de Maq y Eq.	\$ (1,395,000)	Total Capital	<u>\$ 7,725,854</u>
Eq. De Transporte	\$ 307,000		
Dep. Acum. de Eq. De Transp.	\$ (101,200)		
Equipo de Oficina	\$ 95,000		
Dep. Acum. de Eq. De Ofna.	\$ (28,208)		
Equipo de Computo	\$ 80,000		
Dep. Acum. de Eq. De Comp.	\$ (1,300)		
Total Activo Fijo	<u>\$ 6,158,292</u>		
<u>Activo Diferido</u>			
Seguros pagados por Antic.	\$ 30,000		
Total Activo Diferido	<u>\$ 30,000</u>		
<hr/>			
Activo Total	<u>\$ 8,951,877</u>	Suma Pasivo y Capital	<u>\$ 8,951,877</u>

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

HEADERS SERRATO, S.A. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01/01/2002 AL 31/12/2002

Ventas	\$ 4,218,796	
Costo de Ventas	\$ 2,778,480	
Utilidad Bruta		\$ 1,440,316
Gastos de Operación		
Gastos de Venta	\$ 60,000	
Gastos de Administración	\$ 75,000	
Total Gastos de Operación		\$ 135,000
Gastos Financieros		\$ 95,000
Otros Productos		\$ 130,000
<u>Utilidad Neta</u>		<u>\$ 1,340,316</u>

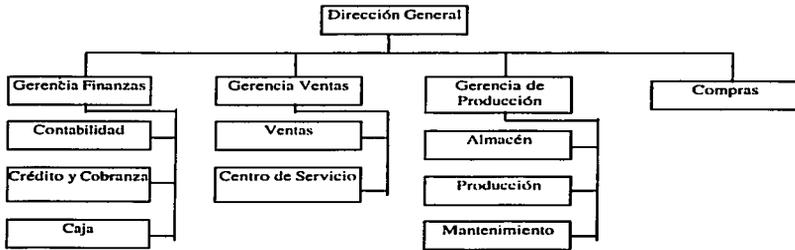
ANÁLISIS FINANCIERO

RAZÓN FINANCIERA	FÓRMULA	OPERACIÓN	RESULTADO
SOLVENCIA	RS= Activo Circulante/ Pasivo a Corto Plazo	RS= 2,764/1,146	2.41
PRUEBA DEL ÁCIDO	ACIDO= Activo Circulante-Inv/Pasivo a Corto Plazo	ACIDO= (2,764-502)/1,146	1.97
LIQUIDEZ	RL= Caja+Bcos+Inv/Pasivo a Corto Plazo	RL=1,406/1,146	1.23
CAPITAL NETO DE TRABAJO	RCNT= Activo Circulante-Pasivo a Corto Plazo	RCNT= 2,764-1,146	\$ 1,618
ENDEUDAMIENTO	RE= Pasivo Total/Activo Total	RE= 1,146/8,952	12.80
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD= Utilidad/Capital Contable	RENTABILIDAD= 1,340/5,536	24.21

Las conclusiones que arroja el análisis financiero de esta empresa son las siguientes: Headers Serrato es una compañía sólida financieramente hablando ya que es una empresa solvente, es decir, cuenta con 2.41 pesos por cada peso de deuda que tiene; cuenta con 1.23 pesos por cada peso para hacer frente a cualquier deuda de manera inmediata, lo que se traduce en una muy buena liquidez; el porcentaje del total de activos que se encuentra respaldado mediante deuda es del 12.80%, el cual es excelente; y por último, es una empresa sumamente rentable ya que cada peso de capital produce alrededor de 25 centavos de utilidad.

Actualmente la empresa no cuenta con presencia en todo el mercado nacional, ya que ocupa la decimotercera posición. La concentración de la población en las grandes ciudades, así como la distribución irregular de la riqueza y el precio relativamente alto de sus productos han derivado en que la demanda de sus productos sea sólo a nivel área metropolitana, en donde se encuentra ocupando la segunda posición con una captación del mercado del 27% con un total de ventas anuales de 4 millones de pesos.

La carta organizacional de la empresa es la siguiente:



La dirección general está a cargo del Ing. Serrato, la gerencia de Finanzas se encuentra conformada por 7 personas y se encuentra a cargo de un pasante en Contabilidad, El área de ventas se encuentra bajo la responsabilidad de un hermano del Ing. y está integrada por 20 personas, 35 personas forman parte del equipo de producción, el área de compras la conforma una sola persona y existen dos asistentes de dirección.

Análisis de FODA

Fortalezas:

- La empresa es sólida en lo financiero, cuenta con recursos para invertir en nuevos proyectos
- El producto que ofrece es un producto de calidad.

- Los materiales utilizados en los procesos productivos son materiales con excelente calidad.

- La calidad en el servicio, dentro del centro de servicio supera las expectativas de los clientes.

Debilidades:

- La falta de una planeación estratégica y su seguimiento, genera la idea de que la empresa navega sin rumbo fijo.

- La falta de un área de Recursos Humanos dentro de la carta organizacional y de un responsable de la misma, genera como consecuencia una debilidad ya que la poca visión con la que cuenta el personal de algunos puestos clave, ha limitado el crecimiento de la empresa.

- Precios de venta relativamente altos.

- La promoción dentro de la gestión de venta no es buena, el producto es muy bueno sólo requiere promoción para tener mayor impacto.

Oportunidades:

- Concluir el proceso de certificación ISO-9002, lo cual facilitará la gestión de venta teniendo impacto directo entre los consumidores locales y foráneos.

- Con la solidez financiera con que cuenta la empresa, se debe iniciar el proceso de abordaje del resto de las grandes capitales del país.

- Incrementar la capacidad instalada para aumentar la producción con el objeto de abatir costos y penetrar en nuevos mercados.

- La existencia del TLCAN y la eliminación de aranceles para este tipo de mercancías abre el panorama para enfocar las baterías hacia esos mercados.

Amenazas:

- La existencia de una feroz competencia de productores mexicanos, brasileños, argentinos e inclusive chinos, no de tan buena calidad, pero con precios más bajos.

- La inexperiencia en la conquista de nuevos mercados, puede generar experiencias desagradables que perjudicarían la buena marcha de la empresa.

- La falta de certificación, aunque el producto sea de calidad, puede limitar el proceso de crecimiento en nuevos mercados.

Determinación de la oferta exportable

La empresa actualmente cubre las necesidades del mercado, bajo la premisa de que se requiere incrementar la presencia en el mercado nacional. La oportunidad de exportación es de 5,000 unidades, con el compromiso de entregar 500 unidades mensuales. Para determinar si nuestra oferta exportable está acorde con la oportunidad se realiza el siguiente análisis:

CAPACIDAD INSTALADA

LA EMPRESA CUENTA CON SEIS ETAPAS DENTRO DE SU PROCESO PRODUCTIVO, DENTRO DE CADA UNA DE ELLAS UTILIZA UNA MÁQUINA ESPECÍFICA. REALIZADO EL ESTUDIO DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS DE 15 TRABAJADORES Y LAS ESPECIFICACIONES DE CADA MÁQUINA, LA EMPRESA ESTÁ EN CONDICIONES DE PRODUCIR 20 UNIDADES DIARIAS EN UNA JORNADA DE 8 HORAS DE TRABAJO POR DÍA, PARA DETERMINAR LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN INSTALADA MENSUAL SE REQUIERE REALIZAR LAS SIGUIENTES OPERACIONES:

Producción diaria en jornada de 8 hrs.	Número de jornadas de trabajo diario posibles	Días efectivos de trabajo mensuales	Capacidad de producción instalada mensual
20 piezas	3	20	1200 piezas

CAPACIDAD UTILIZADA

ACTUALMENTE LA EMPRESA ESTÁ GENERANDO UNA PRODUCCIÓN MENSUAL DE 600 UNIDADES, UTILIZANDO DOS JORNADAS DIARIAS DE TRABAJO CON UNA PLANTILLA DE 15 TRABAJADORES POR JORNADA, PARA DETERMINAR LA CAPACIDAD UTILIZADA TENEMOS EL SIGUIENTE CUADRO:

Producción mensual	Capacidad instalada mensual	Fórmula	Capacidad de producción instalada mensual
600 piezas	1200 PIEZAS	$CU = \text{PRODUCCIÓN MENSUAL} / \text{CAPACIDAD INSTALADA}$	0.50

DERIVADO DEL PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA, SE RESUME QUE LA CAPACIDAD OCIOSA ES DEL 50%

TASA MEDIA ANUAL DE CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN

LA EMPRESA GENERABA UNA PRODUCCIÓN ANUAL DE 4,500 PIEZAS EN EL AÑO DE 1997, PARA EL 2001 SU PRODUCCIÓN ANUAL ALCANZÓ LAS 7,200 UNIDADES, LO QUE GENERA UNA TASA ANUAL DE CRECIMIENTO DEL:

Producción Año 1997	Producción Año 2001	Fórmula	Tasa media anual de crecimiento de la producción
4,500 unidades	7,200 unidades	$TMAC = (PAC/PB-1)^{100/N}$	12.00

Donde:
TMAC= Tasa media anual de crecimiento
PAC= Producción actual
PB= Producción base
N= Número de años

Analizando la información generada del anterior análisis, se concluye que la oportunidad de exportación puede ser cubierta sin problema alguno bajo los siguientes criterios:

- La capacidad instalada es de 1,200 unidades mensuales, actualmente se hace uso sólo del 50% de dicha capacidad, lo que nos generaría un excedente de producción de 600 unidades mensuales.
- La tasa media anual de crecimiento de dicha empresa indica que su producción se ha incrementado en un 12% en los últimos cinco años.
- La solidez financiera de la empresa permite invertir, con facilidad, en los procesos de producción en caso de ser necesario.
- La materia prima no resulta ser una limitante en el supuesto de que se requiera incrementar los volúmenes de producción ya que se cuenta con el respaldo del principal proveedor en la Ciudad de México, y en caso de ser necesario existen proveedores alternos bastante serios en el Valle de México.
- El recurso humano es un factor importante, el cual, debido al bajo nivel de especialización que se requiere en este proceso productivo, se considera que no es un factor que ponga en riesgo el incremento de la producción.

4.2 COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO EN EL MERCADO META

Para poder determinar la competitividad de la empresa y el producto, es necesario determinar cuál será el mercado meta, así como la justificación del por qué se elige como una buena opción. La ciudad seleccionada para desarrollar esta práctica fue la ciudad de Toronto en Canadá.

Toronto se encuentra ubicada a las orillas del lago Ontario, su ubicación resulta ideal para realizar operaciones en Norteamérica ya que se encuentra a una hora y media de la ciudad de Nueva York, Filadelfia, Hartford, Boston y Chicago. Un cuarto de la población de Canadá vive dentro de los 160 kilómetros de Toronto y sus alrededores y 125 millones de americanos se encuentran a un día de viaje de la ciudad.

Toronto es reconocida por la Organización de las Naciones Unidas como una de las ciudades más étnicas y diversas del mundo, por consiguiente, allí se hablan más de 100 idiomas y dialectos y aunque el español no es uno de los idiomas predominantes, es bien respetado ya que existen alrededor de 72,000 residentes hispanohablantes entre sus más de 30.4 millones de habitantes. Esta ciudad cuenta con tres universidades, cinco colegios comunitarios y un colegio de arte de la provincia, donde se educan más de 170,000 estudiantes. Más del 50 por ciento de los residentes cuentan con estudios técnicos y universitarios.

La economía de Toronto está conduciendo a la nación a una nueva etapa de prosperidad, Canadá es uno de los siete países más ricos y desarrollados del mundo. El producto nacional bruto en 1996 fue de 579,300 miles de millones de dólares y creció en un promedio anual del 5.6 por ciento entre 1997 y el 2000; el ingreso per cápita es superior a los 20,000 dólares. En febrero de 2001 se invirtieron más de 337 millones de dólares en el sector de construcción residencial, comercial, industrial y en los sectores de ingeniería en Toronto, lo cual representa un incremento de 131.4 millones respecto a 1999. El flujo de nuevas compañías así

como la expansión corporativa crearon oportunidades de trabajo permitiendo que la tasa de desempleo disminuyera en 6.3 por ciento en febrero de 2001.*

El mercado canadiense resulta ser interesante por su alto poder de compra y sus consumidores con altos estándares respecto a la calidad y diseño de los productos. Los productos mexicanos con mayor demanda dentro de este mercado son: autopartes de reposición, recubrimientos cerámicos, alimentos y bebidas y, productos textiles y confección.*

La industria canadiense de autopartes está conformada por productores cautivos, propiedad de las armadoras, y por productores independientes, conformados por empresas canadienses y empresas extranjeras. Durante el año 2000 se vendieron en Canadá 1.7 millones de unidades nuevas de automóviles y camiones ligeros, lo cual representa muy buenas oportunidades de ventas para los productores de autopartes que estén dispuestos a responder a las expectativas que marca la tendencia de este mercado, las cuales son: una creciente preocupación por la protección ambiental; la búsqueda de mayores niveles de seguridad; desarrollo de nuevos productos, herramientas y servicios; y la experiencia en el manejo de tecnologías avanzadas.*

La industria de equipo original se encuentra concentrada en las provincias de Ontario y Quebec, y la industria de partes de reposición se encuentra más dispersa. Existen más de 500 empresas en Canadá dedicadas a la fabricación de autopartes de reposición. Las subsidiarias canadienses de fabricantes estadounidenses representan el 90% de la producción total, mientras que el 10% restante corre a cargo de empresas canadienses pequeñas y medianas, las cuales generan, individualmente, ventas por casi 3.5 millones de dólares.*

La mayoría de las empresas de autopartes para reposición que operan en Canadá fabrican localmente entre el 25% y 75% de su línea de productos, e

* Revista: Como hacer negocios en Toronto, BANCOMEXT

importan el resto, mientras que las empresas menores importan en promedio el 75% de su línea lo que representa una muy buena oportunidad de mercado.*

En el cuadro siguiente se muestra la intensa relación comercial que nuestro país guarda con la nación de la hoja de maple, en la que se percibe claramente como nuestras exportaciones superan a las importaciones que realizamos a dicha nación, lo cual sigue sugiriendo que es un mercado muy atractivo:

Balanza Comercial México – Canadá
(millones de dólares)

1997	1998	1999	2000	2001
188.1	-771.13	-557.5	-662.90	-1,177.70

Fuente: Secretaría de economía con datos del Banco de México

Nuestra empresa no se encuentra exportando actualmente a dicho país pero, se considera que el producto resulta altamente competitivo en él, por las siguientes razones:

- El producto que se ofrece es un producto de calidad, con un diseño innovador y que cumple con los estándares de calidad en cuanto a protección del medio ambiente. Todo lo anterior es muy bien visto en dicho mercado.
- El alto ingreso per cápita que mantiene la población canadiense permite gozar de un alto poder adquisitivo, motivo por el cual el precio no resulta ser una variable relevante.
- La eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias bajo el TLCAN facilita el acceso al mercado canadiense sin castigar los costos, lo que permite ser más competitivo con respecto a los productos estadounidenses.

* Revista: Como hacer negocios en Toronto, BANCOMENT

4.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO META

Tomando en consideración la poca experiencia en materia de exportaciones que tiene nuestra empresa, se tuvo la necesidad de acercarse a la página WEB de **BANCOMEXT**, y a través de ella consultar acerca de las posibles alternativas de canales de distribución a las que se puede acceder.

Derivado de lo anterior se decidió contactar a un distribuidor canadiense llamado **Castroparedes Tools and Equipment** con diez años de experiencia y uno de los más grandes comercializadores de refacciones de reposición para autos en Canadá. Este distribuidor se comprometió a comprar nuestra oferta exportable y comercializarla en la ciudad de Toronto y una vez viendo los resultados de esta primera incursión continuará solicitándonos mercancía.

Para formalizar el canal de distribución se realizó la elaboración y la firma del contrato de compra - venta internacional para garantizar la seguridad de la operación. En una segunda etapa, una vez consolidada nuestra presencia en dicho mercado, se planea utilizar las ventajas del sistema Intercambio Electrónico de Información (EDI) para tratar de llegar a nuestros compradores de manera directa.

Elementos de la Mercadotecnia:

El producto:

El bien que se exportará es el Header R-15, que es un sistema de escape para autos deportivos, que entre otros beneficios, aumenta la potencia del motor, mejora el rendimiento de combustible y alarga la vida útil del convertidor catalítico. El R-15 tiene una longitud aproximada de 1.20 mts. y un peso promedio de 13 kilogramos. Su fracción arancelaria según el Sistema Armonizado es la 8708.92 que corresponde a escapes, silenciadores y tubos de escape.

De acuerdo con el TLCAN las exportaciones mexicanas de autopartes tienen libre acceso al mercado canadiense y americano, es decir, de manera inmediata quedaron libres de arancel. Este tipo de autopartes no enfrenta alguna restricción no arancelaria, no así los convertidores catalíticos que deben cumplir con normas ecológicas severas. Se debe cumplir con las reglas de etiquetado que marcan las autoridades canadienses.

La plaza o mercado meta:

Toronto es una de las ciudades con mayor dinamismo económico en Canadá y es además, una de las ciudades con mayor consumo de autopartes de reposición, por esta razón es elegida como el mercado meta para una incursión inicial la cual, se pretende extender hacia ciudades como Ontario y Quebec.

Además de las razones ya expuestas mencionaremos algunos otros factores determinantes en la elección del ya mencionado, mercado meta:

- Toronto es el centro de los mercados de capital de Canadá.
- El alto nivel cultural de la población canadiense influye en las tendencias del mercado, que para el caso de autopartes de reposición exige: seguridad; calidad; disminución de índices de contaminación y; certificación de servicios administrativos, producción y servicio.
- El precio no resulta un factor determinante en ese mercado en comparación del mercado mexicano.
- El consumo de autos en Canadá ha ido en aumento, sólo durante el año 2001 se vendieron 1.7 millones de unidades, de las cuales el 52% correspondió a autos y el resto a camiones ligeros.
- Las ventas de vehículos usados se ha incrementado y los estrictos requerimientos canadienses de inspección de vehículos para su registro, obligan a realizar reparaciones a las unidades antes de ser vendidas, lo que dispara la demanda de manera significativa.
- México es el tercer proveedor en importancia en esta fracción, representando el 2.77% de las importaciones canadienses, y además, nuestras exportaciones se incrementaron en un 7.37% en el año 2000 con respecto de 1999, cifra superior al crecimiento en dicho sector esperado por el mercado canadiense, que fue del 4% y 6 % para los años 1999 y 2001.

El precio de exportación:

El precio de exportación que se determinó es de \$ 72.04 usd por pieza, para su determinación se utilizó el método costing, el INCOTERM acordado con el proveedor fue el DAF, es decir, la mercancía se entregará vía terrestre al cruzar la aduana de Reynosa en Tamaulipas, por lo que los gastos a considerar incluirán el despacho aduanal, flete y seguro nacionales, el análisis de la determinación del precio de exportación se aborda con más detalle en el siguiente tema.

La promoción:

Para poder introducir al mercado canadiense en esta primera etapa, se consultó la base de datos de BANCOMEXT para poder contactar a un distribuidor con experiencia en Canadá, sin embargo, para las siguientes etapas se considera la posibilidad de asistir a algún tipo de feria, para lo cual se solicitará el apoyo de BANCOMEXT con el propósito de poder asistir a este tipo de eventos.

En un futuro no muy lejano, con el avance de la tecnología y el crecimiento del uso del Intercambio Electrónico de Información (EDI) en el Canadá, se crearán las condiciones necesarias para implementar el EDI en esta empresa y con ello buscar colocarse de manera más directa al alcance de los clientes canadienses.

4.4 LOS INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN

Para poder determinar el precio de exportación se determinó utilizar el método costing, es decir, agregar al precio base el resto de gastos y costos para la exportación. De igual manera resulta importante mencionar que el precio según los términos de venta que se acordaron con el cliente fue el DAF (INCOTERMS 2000), es decir, se acordó con el cliente entregar la mercancía con el transporte y seguro pagado hasta cruzar la aduana de Reynosa en Tamaulipas, debido a que el manejo del tipo de mercancía se facilitó a través de vía terrestre.

El precio de exportación es de \$ 72.04 usd por unidad y se determina con base en la siguiente mecánica:

COSTOS FIJOS MENSUALES

CONCEPTO	ACTIVO FIJO		COSTO	MOD	MOI	TOTAL
	VALOR HISTÓRICO	% DE DEPN				
MAQ. CORTADORA	\$ 1,500,000.00	5	\$ 6,250			
MAQ. DOBLADORA	\$ 1,250,000.00	5	\$ 5,208			
MAQ. SOLDADORA	\$ 125,000.00	5	\$ 521			
HORNO	\$ 1,750,000.00	5	\$ 7,292			
ESMERIL	\$ 25,000.00	5	\$ 104			
MOB Y EQ. OFNA	\$ 57,000.00	10	\$ 475			
EQ. COMPUTO	\$ 40,000.00	30	\$ 1,000			
OBREROS	\$ 4,650,000.00			\$ 75,000		
SUELDOS ADMINISTRATIVOS					\$ 85,000	
	\$ 9,397,000.00		\$ 20,850	\$ 75,000	\$ 85,000	\$ 180,850

COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	COSTO VARIABLE MENSUAL	COSTO VARIABLE POR UNIDAD
TUBO	\$ 37,500.00	\$ 63
SOLERA	\$ 17,000.00	\$ 28
PINTURA	\$ 8,300.00	\$ 14
TORNILLOS	\$ 1,050.00	\$ 2
GAS	\$ 11,070.00	\$ 18
LUZ	\$ 8,828.00	\$ 15
CAJAS DE CARTON	\$ 7,140.00	\$ 12
ETIQUETAS	\$ 756.00	\$ 1
	\$ 91,744.00	\$ 153

PRECIO BASE

CONCEPTO	MXP	USD
COSTOS FIJOS	\$ 180,850.00	\$ 18,085
COSTOS VARIABLES	\$ 91,744.00	\$ 9,174
COSTO TOTAL	\$ 272,594.00	\$ 27,259
UNIDADES PRODUCIDAS	\$ 600.00	600
COSTO DE VENTA UNITARIO	\$ 454.32	\$ 45
MARGEN DE UTILIDAD (45%)	\$ 204.45	\$ 20.4
PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 658.77	\$ 65.9

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

FORMULA	OPERACIÓN	PE EN VENTAS	PE EN UNIDADES
PE= CF/(1-(CV/V))	PE= 180,850/(1-(91.774/395,262))	\$ 235,539	393

Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

V= Importe de Ventas de las Unidades Producidas

ESTO SIGNIFICA QUE LA COMPAÑIA REQUIERE VENDER CUANDO MENOS 393 PIEZAS DE LAS 600 QUE PRODUCE MENSUALMENTE, PARA NO TENER PÉRDIDAS.

PRECIO DE EXPORTACIÓN

CONCEPTO	MXP	USD
<u>PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:</u>		
PRECIO BASE	\$ 659.00	\$ 65.90
EMBALAJE DE EXPORTACION	\$ 6.00	\$ 0.60
MARCAS NUMEROS Y ETIQUETAS	\$ 1.50	\$ 0.15
	\$ 666.50	\$ 66.65
<u>TRAMITACION DE DOCUMENTOS:</u>		
PERMISOS	\$ -	\$ -
AUTORIZACIONES	\$ -	\$ -
OPINIONES	\$ 3.00	\$ 0.30
CERTIFICADOS	\$ -	\$ -
VISAS	\$ -	\$ -
<u>RECOLECCION:</u>		
MANIOBRAS DE CARGA A LA UNIDAD DE TRANSPORTE	\$ 3.00	\$ 0.30
RENTA DE EQ. PARA MANEJO DE PZAS PESADAS	\$ 3.00	\$ 0.30
ACARREOS	\$ -	\$ -
<u>IMPUESTOS:</u>		
DE EXPORTACION EN SU CASO	\$ -	\$ -
<u>DESPACHO ADUANAL:</u>		
DTA	\$ 0.33	\$ 0.03
DOCUMENTACION	\$ -	\$ -
GASTOS COMPLEMENTARIOS	\$ 1.15	\$ 0.12
HONORARIOS	\$ 1.29	\$ 0.13
FINANCIAMIENTO	\$ 0.13	\$ 0.01
<u>TRANSPORTE NACIONAL:</u>		
FLETE A LA ADUANA O FRONTERA DE SALIDA	\$ 37.00	\$ 3.70
SEGURO DE TRANSPORTE NACIONAL	\$ 5.00	\$ 0.50
<u>PRECIO DE EXPORTACIÓN DAF EN REYNOSA</u>	\$ 720.40	\$ 72.04

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

4.5 LOS DOCUMENTOS Y TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN DE HEADERS R-15 A LA CIUDAD DE TORONTO

Los documentos:

Los documentos que deberán acompañar en todo momento a la mercancía, son los siguientes:

- Factura comercial, se deberá elaborar en seis tantos y en nuestro caso el importe a facturar será de \$ 36,020.00 usd (anexo 2)
- Lista de empaque, se deberá elaborar en seis tantos y servirá para validar, comprobar y verificar que se transportan 500 unidades R-15. (anexo 3)
- Carta Porte, se elaborará en seis tantos y en ella se indicará la cantidad de mercancía transportada, el lugar de origen que en este caso será el domicilio de nuestra planta en Azcapotzalco, México, D.F. y el lugar de destino que será la aduana de Reynosa en Tamaulipas. (anexo 4)
- Certificado de origen, por tratarse de una exportación a Canadá y por formar parte del TLCAN, el certificado de origen a utilizar será el "Tratado de Libre Comercio de América del Norte". (anexo 5)
- Pedimento de Exportación, este es uno de los trámites que se incluirán dentro de las obligaciones del agente aduanal (anexo 6)
- Póliza de seguros, esta es de carácter obligatorio y sirve para respaldar el valor comercial de la mercancía contra cualquier siniestro.
- Carta de instrucciones al agente aduanal, mediante este documento se le instruye, bajo protesta de decir verdad, al agente aduanal a realizar el despacho aduanal de la mercancía, es decir, la salida de la mercancía de nuestro país.

Los trámites:

Los trámites a realizar para el caso del Header R-15 son muy sencillos derivado de la falta de barreras no arancelarias en Canadá para este tipo de mercancía, los trámites se reducen a lo siguiente:

- Elaboración de etiquetas acorde con la legislación canadiense.
- Elaboración del Contrato de compra- venta internacional con la finalidad de garantizar la operación.

- Contratación de los servicios de un agente aduanal para encargarle el despacho de la mercancía.

4.6 LA LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DE HEADERS R-15 A LA CIUDAD DE TORONTO

Dentro de la logística de exportación se realizan actividades de suma importancia tales como:

- Embalaje: en el caso del mercado nacional este producto no cuenta con un envase, es vendido a granel, sin embargo, para la mercancía de exportación, y con la finalidad de mejorar la presentación del producto, se mandaron elaborar cajas de cartón resistente de 120 cm de longitud x 50 cm de ancho y 35 cm de alto que servirá de contenedor individual y al que se le adherirán las etiquetas, mismas que contendrán la siguiente información en el idioma inglés y español:

1. La palabra "Header R-15"
2. Los materiales de elaboración y los tipos de autos que pueden utilizar dicho producto.
3. El nombre de la marca comercial registrada en México.
4. Razón social y domicilio fiscal del fabricante
5. La leyenda "HECHO EN MÉXICO"

Una vez contenida la mercancía en sus empaques individuales, la mercancía se colocará en pallets de 122 cm X 100 cm, para lo cual se requerirá del uso de 36 pallets que contendrán 14 piezas cada uno. Cada pallet llevará 7 camas de 2 piezas cada una, perfectamente traslapadas y muy bien empleadas lo que permitirá el más fácil manejo de cada pallet.

- Transporte: La manera de embalar tiene repercusión directa en el transporte, ya que en nuestro caso permitió utilizar una plataforma en lugar de contenedor, lo que trajo como consecuencia la reducción de costos en aproximadamente un 10%. La plataforma utilizada fue de 12 mts. y el uso de ésta,

facilita también las maniobras de carga y descarga. El costo de este servicio fluctuó alrededor de \$ 1,850 usd.

La poca experiencia exportadora con que cuenta Headers Serrato, obligó al director de la empresa a tomar la decisión de recurrir a los servicios de la empresa Intercambio México, que ofrece servicios de logística para la exportación.

- Seguros: Una vez contratado al transportista, éste sirvió de enlace para contactar el seguro pero nos traslado el costo del mismo, las condiciones del seguro fueron: el importe asegurado fue el valor comercial de la mercancía más el costo del flete y un 20% más por el posible incumplimiento de contrato con el cliente lo cual se traduce en una suma asegurada de \$ 43,224.00 usd:

Determinación del monto asegurado

Valor comercial de la mercancía s/factura	\$ 36,020.00
20% por posible incumplimiento de contrato c/cliente	\$ 7,204.00
Monto asegurado	\$ 43,224.00

La prima de seguros a cubrir se contrató por viaje y ascendió a la cantidad de \$ 250.00 usd. La suma anterior resulta realmente baja, y se debe, en primer lugar al prestigio del transportista y, segundo a una política de ventas del transportista quien absorbe parte del seguro.

- El despacho aduanal: Para cumplir con el trámite de despacho aduanal se allegaron de los servicios de la Agencia Aduanera Cd. de México con sede en la aduana de Pantaco, pero que cuenta con un representante en la aduana de Reynosa. El despacho aduanal no tiene mayor complicación ya que el embalaje y el transporte de la mercancía evitan el pago de maniobras de carga y descarga en caso de revisión aduanal, ya que se transportaron en plataforma lo que facilita su revisión. Derivado de lo anterior, y considerando que no existe impuesto de exportación para esta mercancía, la cuenta de gastos del agente aduanal sólo incluye los siguientes conceptos:

Cuenta de Gastos de Agente Aduanal

Derechos de Trámite Aduanal (DTA), se paga por operación	\$	16.50
Gastos Complementarios: copias, papelería, etc.	\$	57.50
Honorarios de Agente Aduanal (0.18% s/valor factura)	\$	64.50
Total Cuenta de Gastos de Agente Aduanal	<u>\$</u>	<u>138.50</u>

1.7 FORMA DE PAGO

El acuerdo al que se llegó con el cliente fue que se requería el 30% de anticipo en cada embarque, mismo que será depositado en una cuenta bancaria, vía transferencia electrónica de fondos durante los tres primeros días hábiles de cada uno de los 10 meses en los que se estará enviando la mercancía.

La liquidación de cada embarque se realizará mediante una carta de crédito irrevocable a la entrega de la mercancía una vez librada la aduana. La fecha de entrega de cada remesa de mercancía es el día 20 de cada mes.

Todo lo anterior ha sido formalizado, además, en el contrato de compraventa internacional en el cual, se plasmó el siguiente calendario:

No. Remesa	Fecha de Entrega	Fecha y % Anticipo	Fecha y % Liquidación
1	20/10/2002	03/10/2002 – 30%	20/10/2002 – 70%
2	20/11/2002	03/11/2002 – 30%	20/11/2002 – 70%
3	20/12/2002	03/12/2002 – 30%	20/12/2002 – 70%
4	20/01/2003	03/01/2003 – 30%	20/01/2003 – 70%
5	20/02/2003	03/02/2003 – 30%	20/02/2003 – 70%
6	20/03/2003	03/03/2003 – 30%	20/03/2003 – 70%
7	20/04/2003	03/04/2003 – 30%	20/04/2003 – 70%
8	20/05/2003	03/05/2003 – 30%	20/05/2003 – 70%
9	20/06/2003	03/06/2003 – 30%	20/06/2003 – 70%
10	20/07/2003	03/07/2003 – 30%	20/07/2003 – 70%

CONCLUSIONES

El comercio internacional se encuentra dominado por las grandes empresas de los países industrializados, lo que genera la impresión de ser un sueño inalcanzable para las pequeñas y medianas empresas de los países en vías de desarrollo como el nuestro. Lo anterior resulta ser un paradigma que debe ser roto, debido a que la globalización ha enfrentado a las empresas de los países subdesarrollados a una competencia feroz, incluso, dentro del mercado interno por lo que, de lograr sobresalir en el mercado nacional, las aspiraciones a conseguir presencia en otros mercados resulta plenamente alcanzable.

Lo anterior requiere, en primera instancia, de un cambio de mentalidad de los empresarios de dichas naciones para lograr aprovechar la experiencia exportadora de las grandes empresas nacionales, y vincular el esfuerzo para conectar a todos los sectores productivos del país y generar, con ello, una cadena de beneficios a todos los sectores una vez conseguido el éxito en nuevos mercados. Lo antes mencionado logrará revertir la tendencia deficitaria de nuestra balanza comercial que se ha visto agravada con el creciente número de importaciones, incluso de materias primas, lo cual suena totalmente fuera de lugar si se consideran las riquezas naturales con que cuenta nuestro país. El presente trabajo demuestra también, que no sólo las empresas con alta tecnología pueden incursionar en los mercados externos, la importancia radica en explotar las ventajas comparativas con las que se cuenta en el país y utilizarlas como plataforma de lanzamiento para el desarrollo de todos los sectores, si esto se liga con apoyos gubernamentales oportunos y suficientes, como las instituciones y programas de apoyo que se analizaron, en un largo plazo podríamos contar con empresas de alta tecnología incursionando en otros países

La política comercial adoptada por nuestro país ha fincado las bases para acercarnos a nuevos mercados, de manera que, si aprovechamos las ventajas de los Tratados de Libre Comercio de los que México forma parte, estaremos ante una nueva oportunidad de inversión y crecimiento. Headers Serrato, S.A. de C.V. cuenta con una sólida situación financiera, según lo indica el análisis contable y financiero

que se describió en el presente trabajo, sin embargo, se encuentra estancada y con pocas perspectivas de crecimiento dentro del mercado interno debido a las características de sus productos (alta calidad y precio alto) y a las preferencias del consumidor nacional que basa sus decisiones, debido a las condiciones socioeconómicas del país, en el precio antes que en la calidad.

La exportación de Headers a la ciudad de Toronto en Canadá es posible y representa la mejor opción una vez analizadas las condiciones socioeconómicas y culturales que prevalecen en dicho mercado, toda vez que la balanza comercial canadiense en el sector de autopartes es deficitaria y México es el tercer proveedor en importancia ocupando el 2.77% de las importaciones de dicha nación. La calidad representa un factor importante a considerar cuando se pretende ingresar a este mercado.

El Contador Público tradicional, preocupado sólo por el registro de operaciones o por la elaboración de los estados financieros no se atrevería a realizar un Plan de Exportación, como el presente, para proponerlo o autorizarlo, en su caso, como una opción viable para solucionar la problemática de crecimiento de la empresa en cuestión. Lo que muestra claramente que el campo de acción del Contador Público se ve enriquecido con el desarrollo de este tipo de proyectos.

BIBLIOGRAFÍA

1. WITKER, Jorge, TLC Las Reformas Legislativas para el Libre Comercio, Editorial Porrúa, México 2001
2. FLORES, Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, Editorial UNAM – FESC, México 2001
3. IANNI, Octavio, La era del Globalismo, Editorial Siglo Veintiuno, México 1999
4. ORTIZ, Wadgyamar Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México, Editorial Nuestro Tiempo, México 1997
5. Ley Aduanera, Editorial SISTA, México, 2002
6. LERMA , Kirchner Alejandro, Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial, Editorial ECAFSA, 3ª Edición, México, 2000
7. STONER, A. F. James y Freeman R. Edward, Administración, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, Quinta Edición, México 1994
8. BANCOMEXT, Guía Básica del Exportador, Editorial Banco Nacional del Comercio Exterior, 6ª Edición, México, 2001
9. STEINER, A. George, Planeación Estratégica, Editorial Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V., México, 1997
10. MINERVINI, Nicola, Manual del Exportador, La Ingeniería de la Exportación, Editorial McGraw Hill, 2ª Edición, México, 2002

HEMEROGRAFÍA

1. Guía Básica para la Pequeña y Mediana Empresa Exportadora, Como Hacer Negocios en Toronto, Editorial BANCOMEXT
2. DECRETO que reforma al diverso que establece Programas de Importación Temporal para producir artículos de Exportación, Diario Oficial de la Federación, Segunda Sección, Viernes 13 de Noviembre de 1998
3. DECRETO que reforma al diverso que establece Programas de Importación Temporal para producir artículos de Exportación, Diario Oficial de la Federación, Tercera Sección, Lunes 30 de Octubre de 2000

PAGINAS DE INTERNET

1. BANCOMEXT.- Bancomext.com.mx
2. BANCO DE MÉXICO.- banxico.org.mx
3. DIVISION DE DESARROLLO ECONOMICO CD. TORONTO.-
city.toronto.on.ca

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXOS

1. Clasificación y Explicación de los INCOTERMS
2. Factura Comercial
3. Lista de Empaque
4. Carta Porte
5. Certificado de Origen
6. Pedimento de Exportación

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CLASIFICACIÓN Y EXPLICACIÓN DE LOS INCOTERMS

Incoterm	Incipie	Concepto	Embarque	Carga en aduana y de salida	Envío a la zona de origen	Transporte internacional por carretera	Pass por el puerto de salida del origen	Transporte internacional principal	Seguro del transporte	Pass por el puerto de destino	Transporte internacional para la zona de destino	Envío a la zona de destino	Desembarque en el destino	Transporte principal (M) cuando el comprador recibe el transporte (O)	Transferencia de los riesgos y gastos ...
Incoterm de origen (lugar de destino)	EXW	Ex Works	V	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	O	En establecimiento del vendedor
Libre puerto al buque (Puerto de embarque)	FAS	Free Alongside Ship	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	M	Al costado del buque sobre muelle o en bancha de alje
Transporte libre (lugar de destino)	FCA	Free Carrier	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	AFICIO TERRESTRE	Cuando transportes principal del franco carga de la mercancía
Libre a bordo (Puerto de embarque)	FOB	Free on Board	V	V	V	V	V/C	C	C	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la bodega del buque
Carga y flete (Puerto de destino)	CFR	Cost and Freight	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la bodega del buque
Transporte pagado hasta (lugar de destino)	CFI	Carriage Paid To	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	AFICIO TERRESTRE	La mercancía se entrega al transportador principal
Carga segura y flete (Puerto de destino)	CIF	Cost Insurance and Freight	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la bodega del buque con el seguro
Transporte seguro pagado hasta (lugar de destino)	CIP	Carriage and Insurance paid To	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	AFICIO TERRESTRE	La mercancía se entrega al transportador principal con el seguro
Transporte en la frontera (lugar de destino)	DAF	Delivered at Frontier	V	V	V	V	V/C	V/C	C	C	C	C	C	TERRESTRE	Cuando la mercancía está disponible en el punto designado en la frontera
Transporte seguro al buque (Puerto de destino)	DES	Delivered Ex Ship	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M	Vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en punto de destino
Transporte libre de muelle (Puerto de destino)	DEQ	Delivered Ex Quay	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M	Vendedor pone la mercancía sobre el muelle del puerto destino cuando comienza el empacado
Transporte pagado con seguro (lugar de destino)	DDU	Delivered Duty Unpaid	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M	Vendedor entrega el bien al comprador, en los términos aduaneros
Transporte con impuestos pagados (lugar de destino)	DDP	Delivered Duty Paid	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	M	En el momento de la entrega la mercancía está completamente empacada, incluye todos los gastos excepto los de entrega

Fuente: Flores Paredes, Joaquín. El Contexto del Comercio Exterior: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, pág. 108

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

FACTURA COMERCIAL

HEADERS SERRATO, S.A. DE C.V.

DOMICILIO FISCAL
 DE PEDIDO 0018
 C.P. ANTONIO GARCIA
 P.O. BOX 278 81 71
 TEL. 63 26 86 18

EMITIDO A: 001560

FACTURA 76474
 A.M. TRAY ORIGINAL

CASTROPAREDES TOOLS AND EQUIPMENT
 1880 IMPERIAL VALLEY DRIVE
 TORONTO, CANADA

EMBARCAR A:
 ADUANA DE MEXICO
 (COMERCIO EXTERIOR)

COD. CREDITO L. HOUSE COD. EMBOSADO VENCIMIENTO TYP COD. NOIA
 J 69 1 045 00943 2000D MEXICO D.F. A 01 DE OCTUBRE DE 2002

REF/PEDIDO: 112818

CATALOGO	CANTIDAD PARTIDA	CANTIDAD NO PARTIDA	DESCRIPCION	PRECIO UNIDAD	IMPORTE	U
R-15	500	0	HEADER DEPORTIVO PARA EXPORTACION	72.04	36,020.00	EV

SUB TOTAL 36,020.00

15% IVA T A L

36,020.00

IMPORTE A PAGAR 36,020.00

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES

PAGARE INCONDICIONALMENTE EN LA OPCIÓN Y A LA ORDEN DE NUESTRO BANCO Y EN EL D.F. SIN RESERVA EN EL PRESENTE EN EL MOMENTO EN QUE SE LEAN LAS CANTIDADES DESCRITAS EN EL TOTAL DEL MONTO VALIENDO LA MENOS CUAL SE RECIBIÓ A LA ENTERA SATISFACCION LA FALTA DE PAGO CONSTITUYE CALAMIDAD. EL INTERES SEÑALADO EN EL ART 170 Y 180 DEL CODIGO DE A



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

LISTA DE EMPAQUE

LISTA DE EMPAQUE

Consignatario:

CASTROPAREDES TOOLS AND EQUIPMENT
16800 IMPERIAL VALLEY DRIVE
TORONTO CANADA

Numero 264743

Numero	Descripcion	Cajas	Piezas por Cajas	Piezas Totales
PB01 - PB35	CAJA DE CARTON CONTENIENDO HEADER R15 CADA PALLET CONTIENE 15 CAJAS	490	1	490
PB36	CAJA DE CARTON CONTENIENDO HEADER R15 ESTE PALLET CONTIENE 10 CAJAS	10	1	10
TOTAL		500	1	500

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CARTA PORTE

Transportes Julián de Obregón, S.A. de C.V.
 EL MEJOR SERVICIO

OFICINAS GENERALES:

18 de Septiembre No. 42

No. 117 21-44 Fax 717 22-44

León, Gto. León 417

LEÓN

Benigno Carrón

No. 717 57 85

Fax 717-55 85

CARTA DE PORTE

No. **MA-449329**

SERVICIO PUBLICO FEDERAL DE CARGA REGULAR
 H.F.C. LTD-890007 GUS

LUGAR DE EXPEDICION
 OFICINA: MEXICO-ROBARIO

AGENCIAMIENTO DE LA UN. FOTOLIAZADORA TEL. 571 11 20	CONDOMINIO TURISTICO TEL. 571 11 20	LEON C/O BARRIO CENTRAL TEL. 4177 71 82-83	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82	MEXICO D.F. PUEBLA TEL. 488 18 18 FAX 48 18 82
--	--	---	---	---	---	---	---	---

ORIGEN: MEXICO, D.F. A 01 DE OCTUBRE DE 2002
 H.C. HSE-890101-4W4
 DESTINATARIO: HEADERS SERRATO, S.A. DE C.V.
 DOMICILIO: SANTA CRUZ ACAYUEN C.P. 82778
 COLUMA: SANTA CRUZ ACAYUEN C.P. 82778 TEL. 5378-58-58
 DESTINO: ADUANA DE REYNOSA TAMAULIAPAS
 H.F.C. DESTINATARIO: CASTROPAREDES TOOLS AND EQUIPMENT
 DOMICILIO: CONOCICO COLUMA

FRACCION No.	CLASE	QUOTA POR TONELADAS \$	VALOR DECLARADO \$	IMPORTE
14-15	HEADERS DEPORTIVOS	13 KG	5500 EQ	18,500.00 2,500.00 1,500.00

IMPORTE CON I.T.R.A.	27,500.00
IMPUESTO RETENIDO DE CONFORMIDAD CON LA LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3,375.00
CONDUITE	740.00
HEMBARGARSE CON	
CONDUIGRA DE	
OBSERVACIONES: VIAJA POR RIESGO Y CUENTA DEL PASAJERANTE	

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
 1996

NUMERO DE APROBACION DEL SISTEMA DE CONTROL DE IMPRESIONES AUTORIZADOS: 026704
 IMPRESIONES AUTORIZADAS: 026704

NUM. **MA-449329**

BUENO POR: \$

DEBO (AMOS) PAGAREMOS INCONDICIONALMENTE A LA ORDEN DE TRANSPORTES JULIAN DE OBREGON, S.A. DE C.V. EN ESTA CIUDAD, O EN EL LUGAR QUE ME INDICEN, EL DIA 20 DE OCTUBRE DE 2002 EN LA CANTIDAD DE:

VEINTIDOS MIL CINCO TREINTA Y CINCO PESOS 00/100 M N
 VALOR DEL SERVICIO DESCRITO QUE ME HEMOS RECIBIDO A MI (NUESTRA) ENTERA SATISFACCION. EL PRESENTE PAGARE CAUSARA INTERESES MENSUALES DEL 10 POR CIENTO

ACEPTO (AMOS)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

CERTIFICADO DE ORIGEN

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE
CERTIFICADO DE ORIGEN**
(Instrucciones al Receptor)

Este es el documento que certifica el origen de un artículo que se encuentra en el país al que se le presenta alguna franquicia, tarifa preferencial o preferencia.

HEADERS SERRATO, S.A. DE C.V.
NEXTENGO NO. 78, COL. SANTA CRUZ ACAYUCAN
ACAPOTZALCO, MEXICO D.F. C.P. 02778

Numero de Registro Fiscal: **HSC-880101-0W4**

Numero y Denominacion de Producto:

MISMO

Numero de Registro Exterior:

5. Descripción del producto:

**PEDIDO IN2818
5,000 UNIDADES R-15
HEADERS DEPORTIVOS**

2. Fecha que rige:

De **0 0 M M A A** A **0 0 M M A A**
2 0 1 0 0 2 A **2 0 0 7 0 3**

Numero y Direccion del Importador:

**CASTRO PANEDES TOOLS AND EQUIPMENT
1880 IMPERIAL VALLEY DRIVE
TORONTO CANADA**

Numero de Registro Exterior:

6. Clasificación Nafpata	7. Clasificación Nafpata	8. Origen	9. País de Origen	10. País de Origen
8708.92	A	SI	SI	MEX

Declaro bajo protesta de decir verdad que:

1. La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de cumplir lo aquí declarado. Es mi compromiso que garantizo la información declarada en esta declaración con el presente documento.

2. Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las autoridades a quienes haya entregado el presente certificado, de cualquier cambio que sufran el material o partes del mismo.

3. Este certificado es original y cumple con los requisitos que los artículos pertinentes al Tratado de Libre Comercio de America del Norte, y no han sido objeto de procedimiento anterior o de cualquier otro procedimiento fuera de los términos de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 en su artículo 401.

Este certificado se otorga en el lugar, incluyendo todos los anexos:

1. Firma Autorizada:

Nombre: **ING JOSE LUIS SERRATO JACOME**

Cargo: **DIRECTOR GENERAL**

Fecha: **0 0 M M A A
3 0 0 0 2**

Teléfono: **5376-88-18**

Fax:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

REF 154000

PEDIMENTO DE EXPORTACION

FECHA DE PAGO 20/10/2002

Nº DE PEDIMENTO 3670 0981868

INFO DE OPERACION 1

CLAVE PEDIM: TCAJ TCG 1050

ADUANASIC

PAIS DE ORIGEN: CAJALPAN

FECHA DE ENTRADA 20/10/02

TRANSPORTE PESO 5500 KG

RFC HSE-800101-4W4

PAIS VENDEDOR ME DE ORIGEN

REAPRECIACION POR TERCEROS: NO DEL SERVICIO DE TRANSITO

EXPORTADOR: HEADERS SERRATO, SA DE CV

CONSEJO NEXTEMSO JO 78 COL SANTA CRUZ ACAYUCAN, AZCAPOTZALCO CP. 02770

CUADRO: O MEXICO, D.F.

FACTURAS / FECHAS / FORMAS DE FACTURACION / PROVEEDOR / DOMICILIO

(1) 284743 01/10/2002 DAF REYNOSA

CASTROPARES TOOLS AND EQUIPMENT

16800 IMPERIAL VALLEY DRIVE, TORONTO, CANADA

TAX Nº IT02494721902

MARCA: NÚMERO: TOTAL DE CAJAS:

CONOCIMIENTO: GUÍA O VEHICULOS NÚS

R-15 500 UNIDADES

MA-449329

V.M.E. 36,020.00 USD VALOR PAGO 36,020.00 FLETES 0 SEGUROS 0

VALOR FACTURA + INCREMENTALES = VALOR ADUANA FACTOR
36,020.00 USD 0 36,020.00 USD

CANT	DESCRIPCIÓN DE MERCANCIAS				EFFECT UNIT		FACTURA EQUADUANA	TASA SWIC ANUAL	IMP	IMPUESTO	
	TRACCION	CANTIDAD	UNIDAD	PAIS	CANT	TAXES					
1	SISTEMAS DE ESCAPE: HEADERS DEPORTIVOS R-15										
	8702.92	500	PIEZAS		72.04 USD		36,020.00 USD			0	
ACUSE DE RECIBO		ECCOCS DE BARRAS P CAJONES				COMPLEMENTOS					
							ADV		0		
							DTA		165.00		
SE ANEXA FACTURA COMERCIAL CARTA PORTE, LISTA DE EMPAQUE, CERTIFICADO DE ORIGEN							TOTALS				
							EFFECTIVO		165.00		
							IMPUESTO		0		
							TOTALES		165.00		

IMPRESA: AUTOMATA

IMPRESO EN: ESTACION DE IMPRESION

IMPRESO: 15/10/02

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

96