

40921
15



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ARAGÓN"**

**"REQUERIMIENTOS PARA LA DEFINICIÓN DE UNA
ESTRATEGIA INTEGRAL DE FOMENTO A LAS
EXPORTACIONES EN MÉXICO (2000-2002)".**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES
P R E S E N T A :
MARTHA LETICIA HERNÁNDEZ MÉNDEZ**

ASESOR: LIC. RODOLFO VILLAVICENCIO LÓPEZ

MÉXICO

La Dirección General de Bibliotecas y
difundir en formato electrónico e impreso
de mi trabajo recibido el 20/03/2003
Nombre: Martha Leticia
Hernández Méndez
No. 23 - Juana - 2003
PA. 40921

**TESIS CON
VALLA DE ORIGEN**

A



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

MI MAS SINCERO AGRADECIMIENTO.

A DIOS

Por concederme la vida.

A MIS PADRES

Por el GRAN AMOR que me han brindado y por su invaluable apoyo para lograr ser una persona profesionista.

A MI ESPOSO

Por la familia que hemos logrado crear y por su valioso respaldo en la realización de esta investigación.

A MI HIJO RICARDO

Por ser el motivo más fuerte que me alentó para lograr obtener un título profesional.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Por todos los conocimientos adquiridos dentro de sus aulas.

AL LIC. RODOLFO VILLAVICENCIO LOPEZ

Por su preciada asesoría en la realización de este trabajo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICE

Introducción	1
1. La trayectoria de las Empresas Exportadoras Mexicanas	8
1.1 La influencia de la apertura de fronteras comerciales en el Sector Productivo	13
1.2 Estrategias de comercialización de las Empresas Exportadoras	25
1.3 Oportunidades y Amenazas externas para las Empresas Mexicanas	38
1.4 El rol de la Aduana dentro del Comercio Exterior de las Empresas Mexicanas	47
2. Los Tratados de Libre Comercio firmados por México y los Programas Gubernamentales de Fomento a la Exportación como instrumentos de apoyo a la internacionalización de las Empresas mexicanas	58
2.1 Aprovechamiento por parte del Sector Exportador de los Tratados de Libre Comercio firmados por México	62
2.2 Los Programas de Fomento a la Exportación, factor clave en el crecimiento de las Empresas Exportadoras	70
2.2.1 Importancia de las Empresas con Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación (PITEX) y Programa de Industria Maquiladora de Exportación	71

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

c

2.2.2	El Programa de Devolución de Impuestos DRAW BACK, un beneficio para las Empresas Exportadoras	78
2.2.3	El Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) y el Programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), un reconocimiento a las Empresas generadoras del cambio	81
2.2.4	Esencia y aplicación de los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)	88
2.3	La Función de las Instituciones Gubernamentales especializadas en Apoyos al Comercio Exterior	94
3.	Requerimientos para la definición de una estrategia integral de fomento a las exportaciones en México	113
3.1	La experiencia del desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Japón, Italia y Estados Unidos como punto de referencia para México	117
3.2	Competitividad y Productividad. Factores fundamentales para el crecimiento y consolidación del Sector Exportador Mexicano	126
3.3	Planteamiento de aportaciones requeridas por parte del Sector Público y del Sector Privado para el establecimiento de una estrategia integral efectiva	133
	Conclusiones	139

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

0

Bibliografía	143
Hemerografía	146
Cibergrafía	151
Otras fuentes consultadas	156
Anexo 1	157

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Comparativo de restricciones a la Importación	16
Cuadro No. 2 Comportamiento Industria Maquiladora Ene.2001-Jul.2002	23
Cuadro No. 3 Oportunidades y Amenazas externas para las Empresas Mexicanas	39
Cuadro No. 4 Proceso de despacho de mercancías ante la aduana	56
Cuadro No. 5 Tratados de Libre Comercio firmados por México	65
Cuadro No. 6 Exportaciones de México hacia países con los que tiene Tratado de Libre Comercio	67
Cuadro No. 7 Modalidades de Empresas de Comercio Exterior	82
Cuadro No. 8 Clasificación de Empresas	123

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No. 1 Valor de Exportaciones de Empresas PITEX 1994 – 2001	73
Gráfico No. 2 Valor de Exportaciones de Empresas Maquiladoras 1994 – 2001	75
Gráfico No. 3 Participación de Empresas PITEX y Maquiladoras en las Exportaciones manufactureras 1994 – 2001	76
Gráfico No. 4 EMPRESAS ECEX. Valor de exportaciones periodo 1994 - 2000	84
Gráfico No. 5 Composición de las Importaciones en el Año 2000	89
Gráfico No. 6 Prosec autorizados en el período 2000 – 2002	92

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCION

La economía mexicana que hasta los años 70's se mantuvo bajo un pesado régimen proteccionista, cerrado, impositivo y decadente, que sostenía complejos sistemas de control de precios oficiales, permisos de importación sólo con muy estrictas medidas de control, fronteras cerradas a muchos productos extranjeros justificándose en legislaciones adaptadas sólo a los intereses de los industriales nacionales afiliados a Cámaras de Comercio corruptas, a partir de la década de los 80's sufre una severa crisis siendo la significativa baja de la demanda de petróleo a nivel internacional lo que generó la devaluación de 1982, ya que el Gobierno Federal había basado prácticamente el crecimiento del país en los extraordinarios niveles de exportaciones de petróleo que había tenido en los últimos años.

Aunado a la caída de las ventas de petróleo en esa época el ámbito internacional era poco favorable debido a la reestructuración de las estrategias comerciales de las naciones desarrolladas lo cual orilló a los países subdesarrollados a buscar la aplicación de nuevas estrategias de crecimiento ya que las políticas aplicadas hasta ese momento si bien les habían funcionado logrando cierto grado de desarrollo, dentro del nuevo entorno internacional éstas eran completamente inoperantes y obsoletas.

Una vez estabilizada en cierto grado la economía interna, el Gobierno de la República inició la reforma estructural del Comercio Exterior de México iniciando el proceso de apertura comercial oficialmente en 1986 a partir de su ingreso al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés), hoy la Organización Mundial de Comercio (OMC), de esta forma se da el primer paso para la integración de México en la economía mundial de apertura de mercados buscando diversificar sus relaciones comerciales a través de la firma de Acuerdos Comerciales de carácter bilateral, trilateral o multilateral, siendo el primer Acuerdo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

suscrito en 1992 por México – Estados Unidos – Canadá y desde entonces a la fecha habiendo concretado la negociación de diez acuerdos más, siendo el más reciente el Tratado de Libre Comercio del Triángulo del Norte, integrado por : México, El Salvador, Honduras; y Guatemala, mismo que entró en vigor en el Año 2001.

Dentro del marco de esta apertura comercial el sector empresarial mexicano sufrió un drástico impacto debido a que estando acostumbrado a la sobreprotección gubernamental el tener que enfrentar repentinamente la competencia internacional, la cual llevaba años de ventaja en cuanto a la práctica del Comercio Internacional se refiere, así como, la abismal desigualdad de las modernas plantas productivas de los fabricantes extranjeros contra las decadentes plantas de los productores nacionales, no ha sido nada fácil y muchas Empresas han quedado en el camino ya sea porque se declararon en quiebra o porque siendo pequeñas Empresas se fusionaron con otras más grandes con el fin de hacerle frente a los embates del mercado mundial.

La tendencia mundial de globalización y apertura de fronteras ha ido envolviendo a todos los países del planeta contribuyendo a ello los avances tecnológicos a pasos agigantados, lo cuál ha influido en una nueva percepción de distancias y limitaciones de idiomas debido a que hoy en día las fronteras comerciales prácticamente han desaparecido ya que lo mismo pueden comprarse productos asiáticos en países del continente Americano que productos americanos en países del continente Europeo, etc., esta tendencia internacional ha obligado a las naciones y a las Empresas a redefinir sus estrategias comerciales y México no podía ser la excepción. Bien ó mal, los cambios han sido necesarios, la dinámica mundial no permite letargos y la competencia comercial es cada día más voraz obligando a los países a reaccionar constantemente para mantenerse a la vanguardia.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de esta tendencia de apertura mundial el rol de las Empresas Privadas es fundamental ya que la competencia internacional no solamente está fuera del país sino que también ha llegado a situarse en el mercado interno haciendo la competencia por calidad, precio y servicio cada vez más reñida, por lo tanto, las Empresas Mexicanas en general se han visto en la necesidad de adaptarse al entorno internacional y las Empresas con operaciones de Comercio Internacional han enfrentado una necesidad de adaptación más imperante ya que a través de ellas se desarrolla la mayor parte del intercambio comercial entre México y las demás naciones, siendo necesario un análisis de su estructura organizacional para realizar los ajustes correspondientes con el fin de adaptarse a las demandas de calidad y servicio del ámbito internacional en forma competitiva.

Como parte del entorno de la dinámica mundial de apertura de mercados, surgieron distintas teorías dentro de las cuáles está la de la "Ventaja Competitiva" misma que se fundamenta en el concepto de Competitividad, esta teoría surge en la segunda mitad de la década de los 80's siendo Michael Porter uno de los primeros autores que definen este concepto. Porter define la Competitividad como *la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.*¹

A través de esta definición, Porter integra los conceptos de internacionalización y de desarrollo manifestado a través de un incremento de los ingresos reales de los habitantes de un país, identificando a la calidad y al precio de los productos como factores fundamentales para lograr ser competitivos.

Asimismo, Porter menciona que hoy en día en todas las naciones la Competitividad se ha convertido en una de las preocupaciones centrales del

¹ Porter, Michael. *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, Ed. Vergara, Buenos Aires, Argentina, 1993, P.53

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Gobierno y la industria, este autor plantea que el papel real del gobierno debe ser el de servir como catalizador de la innovación y el cambio, debe cuestionar posiciones estáticas dentro de la industria nacional, forzar al sistema a mejorar constantemente e impulsar a las Empresas a competir para acelerar el proceso de innovación del país en su conjunto.

Por su parte, las Empresas no deben ser espectadoras pasivas en el proceso de innovación y productividad, más bien, deben estar inmersas dentro de un proceso interminable de búsqueda de nuevas ventajas, nuevos mercados y nuevos métodos para competir. Esta innovación se manifiesta a través del diseño de productos nuevos, de la manera de enfocar los mercados tanto nacional como internacional o en un modo nuevo de capacitar al recurso humano y organizar la estructura de la Empresa, todo esto enfocado a mantener la competitividad de la Empresa dentro de un entorno internacional cada vez más agresivo en el ámbito comercial.²

Con base en la teoría de Porter, se puede establecer que en el momento en que se llegue a un punto de encuentro en el que el Gobierno funja como moderador entre el entorno internacional y el sector industrial de la nación creando condiciones favorables a nivel País para el crecimiento y fortalecimiento de los productores nacionales y las Empresas enfoquen sus objetivos a mantener tecnología de punta y personal calificado estratégicamente ubicado dentro de la estructura empresarial, implementando programas de capacitación constante de su personal, estableciendo la importancia de unificación de objetivos que deberán ser compartidos tanto por la dirección de la Empresa como por su personal estando plenamente convencidos de que mientras mayor competitividad se logre, serán mejores los niveles de vida a nivel personal, se asegurará la solidez de la Empresa y el desarrollo de las Empresas en conjunto se verá reflejado en el nivel competitivo de México como país.

² Idem Pp. 78-83

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tomando de apoyo la teoría de Michael Porter, para efectos de esta investigación se parte del planteamiento de la hipótesis de que el establecimiento y la adecuada implementación de un programa integral de fomento a las Exportaciones Mexicanas integrado por el Sector Empresarial y el Gobierno Federal, que incluya financiamientos, créditos, capacitación, modernización de la planta productiva, simplificación administrativa y un mejor conocimiento del Marco Jurídico, generará el fortalecimiento de la cultura empresarial en Comercio Internacional y reforzará la competitividad de las Empresas y sus productos nacionales en los mercados internacionales.

A través de mi trayectoria profesional dentro del mundo del Comercio Internacional y con base en los conocimientos y la especialización adquiridos, me he percatado del desconocimiento que en materia de Apoyo a las Exportaciones existe en el sector empresarial y más profundamente en la micro, pequeña y mediana Empresa, lo cual, en la mayoría de los casos genera el no aprovechamiento de los apoyos gubernamentales para el sector exportador y la errónea aplicación e incorrecto control de los programas de Fomento creados por el Gobierno Federal con el fin de acrecentar la capacidad exportadora del sector empresarial.

Por todo lo anteriormente mencionado, mi objetivo a través del desarrollo de esta tesis, es analizar el desempeño del Sector Exportador en los últimos dos años y la forma en que han sido aprovechados los programas gubernamentales de fomento a las exportaciones, con el fin de identificar las áreas de oportunidad que no están siendo aprovechadas por las Empresas Privadas para ampliar sus mercados de Exportación, así como, conocer la viabilidad real del acceso de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa a los programas de apoyo con que cuenta la Banca de Desarrollo en México.

En el Capítulo 1 se plantea la trayectoria de las Empresas Exportadoras Mexicanas a partir de la apertura comercial de México, abarcando la aplicación de las estrategias de comercialización aplicadas por las empresas que han tenido

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

éxito en el ámbito internacional, parte de estas estrategias de comercialización está basada en una serie de prácticas administrativa, tales como: el Programa de Justo a Tiempo (Just In Time), el Programa de Calidad Total (Total Quality Management), el Programa de Planeación de Recursos de Manufactura (Manufacturing Resources Planning - MRP) y el Programa de Cadena de Suministros (Supply Chain Management) y todas ellas están enfocadas a incrementar la competitividad de las Empresas partiendo de la estructura organizacional de las mismas. Asimismo se plantea una serie de oportunidades y amenazas externas que influyen en el desempeño del sector empresarial mexicano, también se analiza la influencia de la Aduana de México en la dinámica del Comercio Exterior de nuestro país.

Dentro del Capítulo 2 del presente trabajo, se estudia el aprovechamiento de las ventajas ofrecidas a través de los Tratados de Libre Comercio que tiene México con otros países y su utilización como ventaja competitiva en las negociaciones con clientes en el extranjero, así como, los Programas de Fomento existentes destinados a apoyar las Exportaciones del país y su grado de aplicación por parte del sector industrial, y en la parte final de este Capítulo podemos observar la función de las Instituciones Gubernamentales que cuentan con programas de apoyo a las exportaciones y las características principales de dichos programas.

Finalmente en el Capítulo 3 se expone la necesidad de darle su real importancia a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) mexicana, teniendo en cuenta que representa el 98% de la industria en México y hoy en día su participación en las exportaciones es casi nula, se analizan los casos de éxito de las PYMES en Japón, Italia y Estados Unidos, además se destaca lo relevante que resulta el lograr la Competitividad y la Productividad tanto a nivel personal, empresarial y nacional ya que si bien es cierto que las Empresas Mexicanas que actualmente exportan han ido aprendiendo día a día la complejidad del mundo del Comercio Exterior también es cierto que es tiempo de que tanto estas Empresas como las MIPYMES enfoquen más sus esfuerzos a apoyarse en la innovación y el

desarrollo tecnológico con visión a largo plazo, adaptando sus esquemas de planeación estratégica al ámbito Internacional con el fin de posicionarse como Empresas Competitivas tanto a nivel nacional como en el mundo, logrando de este modo la consolidación de Empresas con una cultura en Comercio Exterior que contribuyan al crecimiento del sector productivo y al desarrollo de México como Nación, por último se plantea una serie de acciones con las que deberán contribuir tanto el Sector Público como el Sector Privado con el fin de lograr establecer una estrategia integral de fomento a las exportaciones dando con ello cabal cumplimiento al Tema principal de esta investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1. LA TRAYECTORIA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS MEXICANAS

Aunque aún existen restricciones no arancelarias al intercambio comercial de algunos productos, hoy en día el mercado mexicano está casi totalmente abierto a la entrada de productos de otros países habiendo sido prácticamente eliminados los demás impedimentos al comercio con el exterior, los cuáles fueron prácticas comunes hasta que se dio origen a la etapa de apertura y simplificación del mercado mexicano.

Implícito en el cambio macroeconómico de apertura comercial de la economía mexicana se ha experimentado el cambio microeconómico dentro del sector industrial mismo que además de ser evidente a través de los indicadores de la balanza comercial, es principalmente el resultado de acciones específicas que la mayoría de las Empresas y básicamente de aquellas que han estado interesadas en el mercado externo, han puesto en práctica para adaptarse al entorno mundial, crecer e incorporarse a los mercados internacionales.

La apertura comercial ha orillado a las empresas a buscar clientes en el extranjero con el fin de colocar sus productos en otros países ampliando de este modo sus oportunidades de crecimiento y a su vez les ha proporcionado la oportunidad de desarrollar proveedores de insumos que estén en cualquier parte del mundo siempre y cuando sean confiables tanto en calidad del producto, el precio sea conveniente y los tiempos y condiciones de entrega sean los adecuados.

Con el fin de consolidar su participación dentro de los mercados internacionales, las empresas mexicanas han aplicado una serie de prácticas administrativas tales como: Justo a Tiempo (JIT), Programas de Calidad Total, Planeación de Recursos de Manufactura (MRP-II), Integración de la cadena de suministros, etc., las cuales están enfocadas a transformar internamente la estructura organizacional de las empresas con el fin de lograr un óptimo nivel de competitividad. Cabe mencionar

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que todas estas prácticas administrativas son compatibles entre sí y pueden llegar a ser complementarias y aplicadas simultáneamente por las Empresas de acuerdo a sus requerimientos en particular.

Para poder aplicar correctamente este tipo de prácticas administrativas es necesario que las empresas partan de la base de evaluar su situación actual para poder determinar sus fortalezas y debilidades dentro de su organización en todas las áreas que la conforman, esto es: desde el manejo gerencial, sus estrategias comerciales, sus prácticas laborales, sus procesos de reingeniería y hasta sus finanzas y sus tendencias económicas, con el fin de identificar las áreas críticas que están siendo ineficientes dentro de la dinámica interna y por lo tanto requieren de una atención inmediata para la elaboración de un plan de acción encaminado a identificar los motivos que están influyendo en dicha ineficiencia y plantear soluciones prácticas y efectivas, tales motivos pueden ser de diversa índole como: asignación de recursos insuficientes, escasa capacitación, apatía o desmotivación de los empleados, ausencia de una definición clara de los objetivos de la Empresa, etc., y cada uno de estos motivos deben ser tratados de acuerdo a sus características implementando la aplicación de evaluaciones programadas para poder mantener un seguimiento a la aplicación de los planes de mejora que se estén aplicando y así poder tener una estructura eficiente que sea la base fundamental de apoyo al crecimiento de las Empresas.

A su vez, es necesario conocer los factores externos tanto los positivos como los negativos que influyen en el desarrollo de la participación de las Empresas en la economía nacional, los cuáles son objeto de estudio en el inciso 1.3 del presente capítulo ya que los que son actualmente positivos representan las ventajas competitivas que deben ser aprovechadas por las Empresas establecidas en México y aquellos que están siendo negativos o dañinos al sector productivo y por ende al crecimiento de la economía nacional deberán ser eliminados o al menos minimizados convirtiéndolos en oportunidades que apoyen a la solidificación de las

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

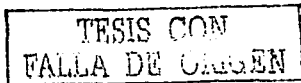
Empresas dentro del entorno actual reestructurando la política comercial de México con el fin de establecer proyectos a corto, mediano y largo plazo.

Por su parte, la aduana mexicana ha jugado un papel fundamental dentro de este proceso de cambio ya que toda persona física o moral que practique el comercio internacional a través de negociaciones comerciales con proveedores o clientes en el extranjero utilizará la aduana para ingresar o sacar del país los productos de compra-venta.

Las oficinas de la aduana de México están establecidas en las fronteras, litorales y ciudades más importantes del país y fueron creadas esencialmente para vigilar y controlar la entrada y salida de mercancías a territorio nacional ya sea que vayan a permanecer en México o que vayan en tránsito internacional a otros países.

Cabe mencionar que la Administración General de Aduanas es la autoridad responsable de aplicar la legislación aduanera y supervisar que los contribuyentes cumplan con todos los ordenamientos aplicables al comercio exterior de México, todo ello sin perder de vista que el entorno de apertura comercial demanda cada vez más la facilitación de las operaciones comerciales incluyendo la simplificación de los procesos de despacho de las mercancías.

Como parte de este proceso de simplificación, a principios de los noventas fue creado el mecanismo de selección automatizada (mejor conocido como semáforo fiscal) el cuál permite que la mayor parte de las mercancías que entran al país no sean sujetos de revisión aduanal en el momento de su despacho, agilizando así la circulación de las mercancías, sin embargo, es importante tener siempre en cuenta que la aduana mexicana opera bajo el principio de fiscalización y por lo tanto, aunque un embarque haya sido liberado legalmente a través del desaduanamiento libre, la autoridad tiene la facultad de comprobar en un plazo de cinco años a través de auditorias de comercio internacional en las instalaciones de los contribuyentes que las operaciones hayan sido realizadas correctamente.



En el proceso de despacho de las mercancías participan principalmente tres figuras importantes: La Autoridad Aduanera, el Agente Aduanal y La Empresa (Importador-Exportador), si alguno de estos actores incurre en el incumplimiento de sus responsabilidades, el despacho de las mercancías se verá afectado, esto puede ser detectado en el momento del despacho físico de las mercancías en la aduana o en el momento de alguna comprobación documental por parte de la autoridad ya sea a las operaciones realizadas por el Agente Aduanal o a las realizadas por el contribuyente.

Por lo tanto, las Empresas con operaciones de Comercio Exterior deben tener el suficiente cuidado en los siguientes puntos :

- a) Revisar a detalle el pedimento elaborado por el Agente Aduanal con el fin de verificar que la información ahí registrada sea la correcta.
- b) Conservar una adecuada y completa integración de los expedientes de sus Operaciones de Comercio Exterior de los últimos cinco años, para que en el caso de una auditoria por parte de la autoridad, se tenga todo en orden.
- c) Mantener una actualización constante del personal responsable de estas operaciones, para poder aplicar los cambios de Ley a partir del momento de su entrada en vigor.
- d) Realizar una selección de los Agentes Aduanales con los que se trabaja tomando en cuenta además de las tarifas ofrecidas, la infraestructura con la que cuentan para prestar sus servicios, así como, el nivel de preparación profesional de la gente que colabora con él, ya que todos estos factores influirán en la operación diaria de los despachos en aduana y el Agente Aduanal como Representante Legal de la Empresa ante la Aduana, deberá contar tanto con personal capacitado como con infraestructura tecnológica suficiente para brindar a sus clientes la confianza necesaria y les sea atractivo el trabajar con él a sabiendas de que representará un apoyo para ellos y no un problema más dentro de la logística de sus embarques.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Al igual que el sector industrial de nuestro país, a partir de la Apertura Comercial de México, la Aduana Mexicana ha ido evolucionando favorablemente y ha buscado adaptarse a los requerimientos de los contribuyentes y del entorno internacional enfocándose a la simplificación del despacho aduanal y a la optimización del tiempo que se utiliza en cada despacho, afortunadamente cada día son más los contribuyentes que conscientes de su responsabilidad cumplen cabalmente con los requisitos del despacho en aduanas lo cual contribuye a que la autoridad tenga mayor confianza en ellos y proceda a reducir al máximo la burocratización aún existente en algunos sectores de las aduanas, con el fin de establecer un servicio ágil, íntegro y transparente que sea competitivo internacionalmente.

Está claro que el sector industrial de México ha avanzado considerablemente a raíz de la apertura comercial iniciada en la segunda mitad de la década de los ochentas, sus reformas han sido tanto estructurales como culturales, podemos percibir que la etapa de experimentación está por terminar y las bases están dadas, ahora es tiempo de trabajar en la consolidación del sector industrial de México con el fin de lograr mantener los niveles de internacionalización alcanzados así como ir avanzando paulatinamente hacia un crecimiento basado en la productividad de las Empresas y que se vea reflejado en un incremento en el ingreso per-cápita y contribuya a la generación de empleos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.1 La influencia de la apertura de fronteras comerciales en el Sector Productivo

Después de la Segunda Guerra Mundial mientras que los países industrializados basaron el crecimiento de sus economías en una apertura comercial que les permitiera mantener el desarrollo de tecnología de punta en sus procesos productivos y la regulación del intercambio comercial con otros países, las naciones latinoamericanas entre ellas México aplicaron políticas proteccionistas enfocadas a la sustitución de importaciones, la limitación del sector productivo dedicado únicamente al mercado nacional y la intervención del Estado en la vida económica y social, lo cual implicó un rezago tecnológico y comercial de los países en desarrollo.

Fue hasta principios de los 80's a raíz de la crisis internacional del petróleo cuando México se da cuenta de que las políticas gubernamentales aplicadas en las últimas tres décadas habían llegado a su límite de aplicación y estaban totalmente agotadas y se ve obligado a reorientar el sentido de su política económica siendo influenciado principalmente por las condiciones impuestas por el Fondo Monetario Internacional al renegociar la deuda externa, teniendo por lo tanto la necesidad de un cambio estructural ya no como una opción sino como un imperativo inevitable.

De este modo, en la Administración de Miguel de la Madrid se sientan las bases para el ingreso de México al proceso de modernización industrial y apertura comercial asignándole al sector industrial dos propósitos generales :

- 1) Constituirse en el motor de un crecimiento autosostenido capaz de generar empleos, divisas y recursos internos suficientes y*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- 2) Propiciar la consolidación de un empresariado nacional sólido, capaz de ejercer con eficiencia el papel innovador y creativo que requiere el proceso de modernización del país.³**

Como podemos ver, el Gobierno Federal se basó en primera instancia en que las Empresas serían los principales medios a través de los cuáles se lograría una transformación inmediata de la economía nacional y no dándole la importancia que se debe al notable rezago industrial existente en comparación con las naciones de América del Norte, la mayoría de las naciones Europeas y los países asiáticos industrializados que nos llevan una ventaja tecnológica de más de treinta años, a pesar de que es con ellos con quien se enfrentaría la competencia comercial al darse la apertura de fronteras.

Tomando como base los dos propósitos antes mencionados, es a través del Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984-1988 donde el Gobierno intenta definir con mayor claridad el nuevo perfil de la industria mexicana al establecer como objetivo fundamental "el lograr que México se constituya en una potencia industrial intermedia en los inicios del siglo XXI caracterizada por :

- a) Una industrialización eficiente y competitiva, menos vulnerable hacia el exterior en tanto se conforme un sector industrial articulado con la economía nacional y competitivo en los mercados internacionales.**
- b) Un crecimiento más autónomo de la producción a partir de un impulso del desarrollo tecnológico nacional vinculado a la planta productiva, la capacitación y el aprovechamiento de la capacidad de las empresas mediante una mejor organización de la estructura industrial.**

³ De la Madrid H., Miguel. *Plan Nacional de Desarrollo 1983 - 1988*, Poder Ejecutivo Federal, México 1983, P. 318.

- c) *Un desarrollo industrial bajo el liderazgo del empresariado nacional, aprovechando plenamente las potencialidades y creatividad de los sectores público, privado y social.*⁴

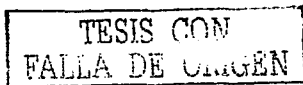
Este programa tal vez es muy claro en señalar concretamente las acciones a seguir con el fin de lograr encauzar a México en el contexto de una economía cada vez más abierta al exterior pero en ningún momento menciona de qué modo se podrá llegar a estos niveles de industrialización en el corto plazo y sobre todo a qué costo, es decir, menciona el qué pero no el cómo, orillando al sector productivo a enfrentar una apertura comercial intempestiva e indiscriminada sin tomar en cuenta la baja capacidad de reacción de las empresas mexicanas la cuales no tenían dimensionado cuál era su situación competitivamente hablando.

Por lo tanto, el costo de este proceso de cambio ha sido demasiado alto y muchas Empresas se han quedado en el camino ya sea porque se declararon en quiebra o porque siendo pequeñas Empresas se fusionaron con otras más grandes con el fin de hacerle frente a los embates del mercado mundial.

Bajo este esquema, el proceso de modernización industrial y apertura comercial cobra mayor importancia a partir de 1986 con el ingreso de México al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) hoy Organización Mundial de Comercio (OMC), teniendo como propósito principal el de consolidar sus relaciones multilaterales de comercio.

En el siguiente cuadro se puede apreciar el cambio tan radical que experimentó el Comercio Internacional de México así como lo intempestivo de la apertura de fronteras comerciales ya que antes prácticamente se forzaba al consumidor a buscar alternativas de proveedores nacionales a pesar de que su producto tuviera mala calidad, de que los precios eran establecidos con una utilidad hasta del

⁴ Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984 - 1988, SECOFI, México 1984, Pp. 81-82.



200% o 300% y lo entregaban cuando ellos querían ya que el intentar comprar productos extranjeros era prácticamente imposible debido a lo conflictivo y burocrático del proceso de importación.

Con el ingreso de México al GATT se realiza una reestructuración radical de la política comercial pasando de un proteccionismo prácticamente absoluto el cual había traído consigo más perjuicios que beneficios, a la apertura comercial de la economía mexicana a través de la eliminación de permisos previos de importación para más del 80% de las fracciones arancelarias y aplicando una reducción del impuesto al comercio exterior con el fin lograr ser un mercado atractivo para los empresarios extranjeros.

CUADRO No. 1
COMPARATIVO DE RESTRICCIONES A LA IMPORTACION

Año	Tasa máxima de impuesto de importación	Tasa promedio del impuesto de importación	(%) Fracciones Arancelarias sujetas a permiso de importación
Antes de la apertura comercial de 1985	100%	75%	100%
Después de la apertura comercial	50%	42%	7%
México como país miembro del GATT 1990	35%	31%	4%
México como país miembro del TLCAN	20%	9.7%	2%

FUENTE: Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Semáforo Fiscal. Universidad en Asuntos Internacionales, México 1995. P.16

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

De este modo, con el ingreso de México al GATT las empresas mexicanas recibieron su "primera llamada" a ser parte de la apertura comercial enfrentando la necesidad de instrumentar una serie de cambios técnicos, financieros, laborales, organizacionales y directivos que les permitan fabricar productos de alta calidad a precios competitivos tanto a nivel nacional como internacional e incorporarse con rapidez y efectividad a la dinámica del mundo de los negocios internacionales.

La incorporación de México a los mercados internacionales conlleva al sector industrial a enfocar su administración empresarial al logro de los siguientes puntos:

- a) Aplicación de mejoras en la organización de la producción nacional*
- b) Mejor calificación de la mano de obra y aplicación intensiva de las innovaciones tecnológicas*
- c) Hacer más eficientes los servicios de información que permitan identificar nichos de mercado para los productos mexicanos, así como, mejorar la transportación internacional con el fin de llevar oportunamente estos productos a los lugares donde exista la demanda.*

Desde la segunda mitad de los años 80's la economía mexicana ha estado sometida a una serie de profundos cambios estructurales los cuales no han sido nada fáciles pero sí necesarios, la eficiencia es algo favorable tanto para México como país como para los Mexicanos como individuos y esta no iba a lograrse dentro de un régimen de paternalismo gubernamental ya que no existía preocupación alguna de que alguien llegara a quitarles sus clientes cautivos, por lo tanto la apertura comercial ha sido un aspecto de la evolución de México imponiendo exigencias a favor de la eficiencia a todo el sistema económico, dentro de este entorno si bien es cierto que las empresas han sido impulsadas a participar dentro de una competencia comercial internacional y esto les ha

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

beneficiado dentro de su estructura interna, también es cierto que el costo del rezago estructural de la industria mexicana ha sido muy grande y muchas empresas se han quedado en el camino declarándose incapaces para insertarse en el mercado mundial de manera precipitada.

Pero esto no ha sido por culpa del entorno internacional, más bien ha sido la consecuencia del letargo en el que se vivió durante décadas y por supuesto de la falta de elementos de defensa del sector productivo al salir a enfrentarse a una realidad muy distinta de lo que estaban acostumbrados, pero el país no podía "ir contra la corriente" y tarde que temprano se vería en la necesidad de insertarse a la dinámica mundial de intercambio comercial entre países y considero que mientras más tarde lo hubiera hecho mayores serían los costos como país ya que la brecha tecnológica y comercial sería más amplia y difícil de cerrar.

En el periodo de Gobierno de Carlos Salinas de Gortari se le dio continuidad a la aplicación de la estrategia de apertura comercial, se alentó la inversión extranjera directa (IED) y se consolidó la disminución de la participación del Estado en las funciones económicas estimulando fuertemente la privatización de las instituciones bancarias y de importantes Empresas paraestatales de diversos ramos, tales como: Mexicana de Aviación, Teléfonos de México, Altos Hornos de México (AHMSA), Ingenios Azucareros y algunas zonas mineras entre otras.

Como soporte de este proyecto, el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 en su capítulo de política de Comercio Exterior, establece los siguientes objetivos :

- a) *Fomentar las exportaciones no petroleras.*
- b) *Alcanzar una mayor uniformidad en la protección efectiva a las distintas industrias.*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- c) Continuar con la eliminación de las distorsiones provenientes de las restricciones no arancelarias al comercio.*
- d) Garantizar el acceso de nuestras exportaciones a los mercados mundiales y.*
- e) Buscar que la inversión extranjera, la transferencia de tecnología y el acceso a los recursos externos contribuyan a los propósitos de la política comercial del país.⁵*

La línea de estos propósitos encaminados a solidificar la internacionalización comercial de México, era congruente con el entorno mundial, lo cual considero que fue lo más adecuado para la industrial nacional, sin embargo, las políticas aplicadas para el logro de estas metas, es lo que debió haber sido establecido de una manera planeada, a modo de que el costo social y económico del cambio repercutiera en menor grado en la población.

En relación a los objetivos de fomentar las exportaciones no petroleras y garantizar el acceso de nuestras exportaciones a los mercados mundiales, pienso que el Gobierno Federal buscó ampliar la oferta de productos exportables, diversificar los mercados a través de la firma de Tratados de Libre Comercio con diversos países y brindar una serie de servicios financieros a los exportadores potenciales, todo ello sin tomar en cuenta la realidad existente de una escasa o nula producción destinada a la exportación, la poca experiencia institucional con respecto al manejo del mercado extranjero y la ausencia de una cultura exportadora en el país tanto en el sector gobierno como en el sector empresarial, así como, la falta de modernización en lo que se refiere a vías de comunicación y transportes a pesar de que son un factor fundamental en el desarrollo de la logística de embarques internacionales.

⁵ Salinas de G., Carlos. *Plan Nacional de Desarrollo 1989 - 1994*. Poder Ejecutivo Federal, México 1989, Pp.85-86.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para que esta estrategia de apertura comercial a través de acuerdos comerciales con otros países tuviera el efecto esperado, se debió implementar paralelamente una estrategia interna de fortalecimiento de la capacidad productiva con el fin de aumentar la oferta exportable ya que en muchas ocasiones el nicho de mercado existe pero los fabricantes nacionales no pueden responder satisfactoriamente a la demanda de su producto. Al mismo tiempo se debió aplicar un programa de modernización de la flota de transportistas nacionales para que de este modo los empresarios contaran con opciones viables de transporte para el manejo de mercancías tanto de importación como de exportación, proponiendo la integración de Asociaciones de Transportistas reduciendo de esta manera la existencia de los llamados hombre - camión los cuáles no cuentan con los recursos suficientes para mantener en buen estado sus unidades y por lo tanto la mayoría de las ocasiones, el manejar con este tipo de transportistas las cargas tanto de importación como de exportación representan un alto riesgo mismo que es muy difícil que las Empresas lo acepten, negando de esta manera las oportunidades de trabajo a este tipo de transportistas.

Por otra parte, cabe aclarar que a pesar de que se menciona una protección efectiva a las distintas industrias, en realidad la protección se ha dado solamente a ciertos sectores como el Agrícola, el Automotriz y la industria maquiladora, siendo que en los dos últimos la inversión de capital nacional no existe y son Empresas transnacionales que han aprovechado los beneficios de dicha protección y la estratégica posición geográfica de México en su favor logrando un crecimiento impresionante.

La industria automotriz y la industria maquiladora han sido de los sectores que mayor auge han tenido a raíz de la liberalización comercial del mercado nacional, no obstante que el 98% de la base productiva de México se encuentra en la micro, pequeña y mediana empresa y ésta emplea a más del 50% de la mano de obra y

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

genera el 43% del valor de la producción nacional, representando cerca del 11% del Producto Interno Bruto.⁶

Este tipo de empresas han sido quienes han tenido que enfrentar una competencia más severa al ver repentinamente invadido el mercado interno con productos provenientes de todas partes del mundo, mismos que cumplían con los estándares internacionales de calidad y eran vendidos a precios más bajos de los que tenían sus productos, la variedad de opciones presentadas al consumidor intermedio o al consumidor final directamente generó necesidades más exigentes acerca de la mejora del precio de venta y a la calidad de función y presentación de los productos nacionales.

En lo que respecta a la inversión extranjera, si bien es cierto que llegó una importante cantidad de capitales, la mínima parte de estos estuvieron destinados a actividades productivas y establecimiento de Empresas, más bien, estos capitales fueron destinados a inversiones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) buscando alta rentabilidad a corto plazo, lo cual generó gran especulación financiera e incertidumbre económica, así como, una ilusoria percepción de haber logrado la atracción de inversiones extranjeras, ya que al más mínimo aviso de riesgo de la economía del país, estos capitales fueron retirados de la noche a la mañana por los inversionistas hundiéndose en el año de 1995 a México en una crisis más severa que la presentada en la década de los 80's, conocida internacionalmente como el "efecto tequila" ya que fue una reacción en cadena que afectó también a la economía de algunos países latinoamericanos.

En este período la industria maquiladora de exportación tuvo un crecimiento sin precedente, debido a las ventajas proporcionadas a través de un régimen especial que le ha permitido emplear insumos importados libres de impuestos con fines de exportación de los productos ensamblados o acabados, éstas empresas al principio estuvieron ubicadas exclusivamente en la frontera norte del país ya que

⁶ Datos sobre micro, pequeñas y medianas empresas obtenidos del INEGI, Noviembre 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

el capital norteamericano es quien principalmente rige su producción, sin embargo, les han autorizado a instalarse en cualquier parte de la República Mexicana con la única condición de retornar al extranjero el producto fabricado.

De este modo, estas maquiladoras funcionan únicamente como centros de trabajo de ensamblaje o terminado de todo tipo de componentes o partes de las distintas ramas de la industria manufacturera y toda su producción va al extranjero en general a grandes compañías trasnacionales que son dueñas de éstas maquiladoras y que invirtieron su capital en nuestro país con el fin de aprovechar las ventajas de estar pagando salarios bajos y gozar de un régimen fiscal excepcional exento de prácticamente todos los impuestos.

Como podemos observar en el cuadro siguiente, las ventas al exterior de este tipo de industria actualmente representan cerca de la mitad de las Exportaciones totales de México y las compras alrededor de la mitad de las importaciones, lo cuál representa un importante punto de análisis ya que no constituye un real desarrollo tecnológico debido a que las plantas productivas y su capacidad instalada está constituida por la maquinaria enviada por las compañías trasnacionales cuando para ellos ésta ya era obsoleta aunque aquí en México en comparación con la maquinaria con que se contaba, fue recibida como tecnología moderna además de que se debe buscar el llegar a una fabricación de producto terminado que sea vendido tanto en mercado interno como en mercado externo con la etiqueta de fabricantes mexicanos y no conformarnos con ser un país maquilador.

Esto se podría lograr, si se condiciona a este tipo de industria a incorporar al menos un 30% de insumos nacionales o empaques y accesorios en su proceso de fabricación o ensamble con el fin de generar un consumo interno de productos nacionales pudiendo apoyar de este modo a la micro y pequeña empresa la cual lograría exportar sus productos al menos de forma indirecta.

TESIS CON
FALLA DE URGEN

CUADRO No. 2
COMPORTAMIENTO INDUSTRIA MAQUILADORA ENE.2001 – JUL.2002
(Millones de dólares)

Periodo	Exportación			Importación		
	Total	Maquiladoras	No Maquiladoras	Total	Maquiladoras	No Maquiladoras
2001 P/	158,442.9	76,880.9	81,562.0	168,396.5	57,598.5	110,797.9
Enero	12,855.2	6,113.9	6,741.4	13,799.5	4,580.4	9,219.1
Febrero	12,556.9	6,155.6	6,401.4	13,130.1	4,600.3	8,529.8
Marzo	14,229.1	6,773.5	7,455.6	14,932.9	5,113.9	9,819.1
Abril	13,280.0	6,466.4	6,813.5	14,112.7	4,863.9	9,248.9
Mayo	14,065.5	6,723.4	7,342.0	14,660.2	5,011.1	9,649.2
Junio	13,430.2	6,229.3	7,200.9	13,749.4	4,521.7	9,227.6
Julio	12,916.1	6,230.7	6,685.4	13,503.0	4,638.0	8,865.0
Agosto	13,454.1	6,350.0	7,104.1	14,163.4	4,726.0	9,437.5
Septiembre	12,641.6	6,109.6	6,532.0	13,132.2	4,549.7	8,582.5
Octubre	14,440.4	7,165.8	7,274.6	15,561.2	5,626.9	9,934.3
Noviembre	12,449.1	6,262.5	6,186.6	14,188.8	4,708.6	9,480.1
Diciembre	12,124.7	6,300.2	5,824.4	13,463.0	4,658.1	8,804.9
2002	92,203.1	44,715.0	47,488.1	95,930.1	33,918.0	62,012.0
Enero	11,587.0	5,598.6	5,988.4	12,309.3	4,111.1	8,198.2
Febrero	11,924.8	5,919.0	6,005.8	12,665.4	4,412.1	8,253.3
Marzo	13,102.9	6,370.4	6,732.4	13,416.8	4,833.3	8,583.5
Abril	14,442.5	6,968.3	7,474.1	15,014.1	5,436.4	9,577.7
Mayo	13,918.9	6,541.9	7,377.0	14,444.7	4,936.2	9,508.5
Junio	13,202.0	6,324.9	6,877.1	13,518.8	4,740.8	8,778.0
Julio r/	14,025.0	6,991.8	7,033.2	14,560.9	5,448.2	9,112.7

NOTA: La suma de las cifras parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo.
P/ Cifras preliminares.
r/ Cifras revisadas.

FUENTE: Grupo de trabajo: SHCP., Banco de México, Secretaría de Economía e INEGI.

FUENTE : INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, MÉXICO.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es evidente que las grandes empresas privadas nacionales y extranjeras han logrado insertarse a la dinámica de los negocios internacionales de una manera más rápida y menos costosa que los sectores de la micro, pequeña y mediana empresa ya que las condiciones de cambio dependen en gran medida de inversión en áreas clave de las Empresas y en muchos de los casos este tipo de Empresas no cuenta con los recursos necesarios para dicha inversión, sin embargo, la necesidad de competitividad internacional ha llegado a todos los sectores sin distinguir niveles de recursos financieros y por lo tanto es inminente la adaptación de toda aquella industria que desee permanecer en el mercado nacional y con mayor razón si desea participar en mercados internacionales.

De acuerdo a todo lo anteriormente mencionado, podemos determinar que los desafíos que enfrenta en la actualidad la nueva administración de negocios empresariales en general pero principalmente en la micro, pequeña y mediana empresa son: elevar la productividad y la competitividad de las Empresas, desarrollar una cultura Empresarial y una disciplina industrial con el fin de proporcionar una fuerza productiva con visión hacia el futuro tanto a corto como a mediano y largo plazo.

Sin duda, la economía de México ha sufrido un cambio total en los últimos 15 años, pero para poder alcanzar los niveles de competitividad con los que cuentan nuestros principales socios comerciales se requiere del desarrollo y aplicación de políticas internas que fomenten el crecimiento real de la capacidad exportadora de la planta productiva de nuestro país tomando en cuenta que para salir a competir al exterior o atraer la inversión extranjera en actividades productivas se requiere establecer incentivos fiscales similares a los que otros países ofrecen.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.2 Estrategias de Comercialización de las Empresas Exportadoras.

Para efectos de este apartado se utiliza la definición de Estrategia como un *modelo coherente, unificador e integrador de decisiones que determina y revela el propósito de una organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos, seleccionando los negocios actuales o futuros de la Organización, tratando de lograr una ventaja sostenible a largo plazo y respondiendo adecuadamente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la Empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la Organización,*⁷ complementándola con la definición de Michael Porter quien define a la Ventaja Competitiva como aquella actividad que diferencia a una organización de sus competidores y a la Estrategia Competitiva como aquello que genera dicha diferencia.

Con base en esta definición, podemos considerar a las Estrategias de Comercialización como los instrumentos de mercadeo aplicados por las Empresas a través de los cuales buscan colocar sus productos tanto en el mercado doméstico como en el mercado internacional de manera competitiva estando conscientes de que todo aquello que se realice dentro de su proceso de producción y distribución de sus productos se verá reflejado en el precio de venta de sus productos y en el valor agregado ofrecido a los clientes, por lo tanto, una estrategia comercial debe ser considerada como el descubrimiento de nuevos modelos de negocios, no de productos.

En respuesta al cambio macroeconómico, el sector industrial ha experimentado un profundo cambio microeconómico como resultado de las acciones que las empresas en lo individual han realizado para adaptarse, crecer e incorporarse a los mercados internacionales. Prácticamente no hay Empresa alguna que no haya

⁷ Moreno, Claudia. "Estrategia", www.gestopolis.com, Diciembre 2002.

tenido que adquirir nuevas tecnologías, reponer maquinaria, modificar sus líneas de producción y sobre todo, competir por los clientes que en el pasado consideraba como clientes cautivos y que mantenían asegurado el mercado para sus productos.

Dentro del contexto de liberalización económica y apertura comercial se ha reducido la participación del Gobierno en la economía y en el sector industrial y a través de la eliminación de barreras comerciales se ha generado un ambiente de competencia obligando al sector industrial a elevar sus niveles de eficiencia y productividad con el fin de hacer frente a la competencia extranjera ya que aunque no esté dentro de los planes de algunas Empresas el iniciar operaciones de Exportación, la competencia se encuentra también en el mercado interno debido a que gracias a las Importaciones las empresas han podido diversificar sus fuentes de insumos buscando buena calidad, bajos precios, formalidad y compromiso en las entregas, características que muchos de los fabricantes mexicanos no estaban en condiciones de ofrecer.

El exponer a los productores nacionales a la competencia de una oferta externa ha representado el mejor incentivo (aunque en un principio haya sido impuesto) para que las empresas reduzcan sus costos y aumenten su productividad y eficiencia. De este modo, las Empresas Mexicanas se encuentran inmersas en una realidad en la que su nivel de competitividad determinará su éxito o fracaso a nivel individual.

Sin embargo, no todas las Empresas han reaccionado con el mismo dinamismo ante este reto, más bien, hasta ahora las Grandes Empresas transnacionales de distintos sectores industriales, como Nestlé, Productos Gerber, Volkswagen, Ford Motors Co., Nissan, Colgate-Palmolive, Kimberly Clark, Coca Cola Co., Sony, por mencionar algunas y algunas Grandes Empresas Mexicanas como Grupo Modelo, Grupo Bimbo, Grupo Vitro, Cementos Mexicanos (CEMEX) entre otras, han sido

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

pioneras en el desarrollo de una cultura exportadora y actualmente cuentan con toda una infraestructura logística de Canales de Distribución y altos niveles de Productividad los cuáles deben ser tomados como ejemplo por la micro, pequeña y mediana Empresa que son la parte fuerte de la industria nacional y que aún cuentan con un rezago importante en lo que se refiere a la incorporación de tecnología de punta en sus procesos productivos, al aprovechamiento óptimo de su capacidad instalada y al establecimiento de mejoras estructurales en su organigrama con el fin lograr los niveles internacionales de Competitividad y Productividad que se requieren para en un principio sobrevivir en el nuevo entorno y una vez consolidadas destacar en el extranjero, ya que solamente conociendo, entendiendo y aplicando de acuerdo a las características de cada empresa los factores que han influido en el éxito de las Grandes Empresas será posible lograr la transformación del sector industrial rezagado.

Parte del éxito de las Grandes Empresas antes mencionadas ha estado basado en la aplicación de una serie de prácticas administrativas, tales como:

Programa de Justo a Tiempo (Just In Time): Tiene sus orígenes dentro de la Industria Automotriz y su filosofía está enfocada a la eliminación de todo lo que implique desperdicio en el proceso de producción (desde las compras hasta la distribución), estableciendo el lema de "Hacer la cosas bien a la primera vez", considerando como desperdicio todo aquello que sea distinto a los recursos mínimos absolutos de materiales, máquinas, tiempo y mano de obra necesarios para agregar valor al producto.

Los beneficios que se adquieren a través de la aplicación de este programa son :

- *Reducción del tiempo de producción*
- *Aumento de la productividad*
- *Reducción en costos de calidad*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- *Reducción en los precios de material comprado*
- *Reducción de inventarios tanto de materia prima como de producto terminado⁹.*

El logro de estos beneficios se podrá obtener a través del establecimiento de un control de piso dentro de la planta productiva de las Empresas, mismo que permita conocer los tiempos del proceso de producción en sus distintas etapas y de esta manera poder realizar una programación de las fechas en que se requerirán las materias primas en la planta, logrando también realizar compras programadas las cuáles deberán cumplir con la entrega en el tiempo y la cantidad convenidos, llegando de este modo a eliminar los altos niveles de inventario con que contaban las Empresas anteriormente.

Programa de **Calidad Total** (Total Quality Management): Este programa nació en la década de los cincuenta en Estados Unidos pero fue Japón quien años más tarde lo aplicó plenamente y lo perfeccionó introduciendo nuevos e importantes conceptos, tales como:

- *La calidad significa satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.*
- *La concepción de clientes internos y clientes externos*
- *La responsabilidad de la dirección en la calidad.*
- *La calidad no sólo debe buscarse en el producto sino en todas las funciones de la organización*
- *La participación del personal en el mejoramiento permanente de la Calidad.*

⁹ " Filosofía Justo a Tiempo ", www.her.itesm.mx, Diciembre 2002.



- *La aplicación de principios y herramientas para el mejoramiento continuo de los productos y servicios.*⁹

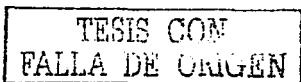
Se considera que la Calidad es total porque abarca a todos y cada uno de los aspectos de la organización involucrando a todas y cada una de las personas que ahí laboran, centrándose en conseguir que las cosas se hagan bien a la primera.

En el caso de México, esta filosofía de Calidad Total viene a plantear un cambio radical del modelo tradicional de trabajo, en el cual existía una cultura muy arraigada del "ahí se va" o del "ya ni modo", es decir que si algo salía mal muy difícilmente se hacía nuevamente o se hacía lo necesario para corregirlo, en cambio esta filosofía plantea un mejoramiento continuo de los procesos de las Empresas, basado en el conocimiento de las necesidades de los clientes para poder satisfacerlas e incluso superarlas buscando de este modo garantizar el crecimiento y la rentabilidad de la Empresa a través de la optimización de su competitividad.

Programa de **Planeación de Recursos de Manufactura** (Manufacturing Resources Planning - MRP): Este programa como su nombre lo dice, se basa en el principio de una planeación acertada de los procesos de la Empresa y sus resultados podrán ser medibles de acuerdo a los parámetro establecidos por cada una de las áreas de la Empresa.

La base de este programa se encuentra en la planeación a nivel ejecutivo, es decir, en la dirección de las Empresas, la cuál determina a través de un plan de negocios los objetivos de la Empresa, a través de un plan de ventas los niveles de demanda existentes en el mercado mismos que serán obtenidos a través del estudio de las ventas de los dos años inmediatos anteriores y del acercamiento a

⁹ " Calidad Total ", www.gestopolis.com, Diciembre 2002.



los clientes para poder conocer los planes y proyectos que tengan a corto y mediano plazo y por último, la planeación de la producción con base en la demanda y en la capacidad instalada de su planta productiva.

De acuerdo a estos planes se realiza la Programación a Nivel de Operaciones, en donde se procede a elaborar los programas de producción y de compra con el fin de cumplir en tiempo y forma con la demanda planeada y previendo un margen de acción para aquellos productos que hayan sido considerados dentro de la planeación ejecutiva pero considerando que serán tratadas como excepciones ya que este programa está enfocado a lograr un cumplimiento de los planes en un porcentaje de 98% no menos.

Una vez que la Empresa logra tener un control real de sus procesos tanto de fabricación como administrativos y se mantiene en un cumplimiento óptimo de desempeño, se podrá percibir el incremento de sus niveles de productividad lo cual redundará en un progreso de la Empresa y sus empleados.

Los objetivos básicos del **MRP** son:

- *Incrementar la satisfacción de los clientes*
- *Aumentar la capacidad de respuesta a los clientes.*
- *Mantener precios competitivos a través de: la reducción de los costos de compra, disminución de los niveles de inventario y mejor aprovechamiento de los recursos de la Empresa.*
- *Incrementar las ganancias de las Empresas.¹⁰*

¹⁰ Información obtenida del Manual del curso "Facilitadores del Proceso MRP-II", impartido en la Empresa Böhrer Thyssen Soldaduras, S.A. de C.V., México Octubre del 2000.

Programa de **Cadena de Suministros** (Supply Chain Management - SCM): La Cadena de Suministros comprende todas aquellas actividades asociadas con el movimiento de bienes desde el suministro de materias primas hasta la entrega del producto al consumidor final considerando dentro de este proceso los siguientes pasos: selección de proveedores, compra de materias primas, programación de producción, procesamiento de órdenes, control de inventarios, almacenamiento, transporte y servicio al cliente, teniendo como elemento adicional la utilización de los sistemas de información requeridos para monitorear todas y cada una de estas actividades.

El principio fundamental de la Cadena de Suministros es: entregar al cliente final el producto apropiado, en el lugar correcto y en el tiempo exacto, al precio requerido y con el menor costo posible.¹¹

De este modo, el cliente es la piedra angular de la Cadena de Suministros ya que de él emanan las demandas de los productos, que es de donde parte toda la estructuración del proceso de Compras, fabricación y distribución y es él quien determinará el nivel de satisfacción con que cumple el producto final.

Por lo tanto, el conocer a tiempo qué es lo que quiere el cliente, cuándo lo quiere, cómo lo quiere y en dónde lo quiere, nos permitirá establecer una correcta coordinación con nuestros proveedores, maquiladores, transportistas y distribuidores para poder lograr una misma línea de acción logrando cumplir de forma eficiente con la entrega de los bienes y servicios requeridos por el cliente.

Debido a que cada Empresa es cliente y proveedor a la vez, es muy importante que mantenga una constante comunicación en ambas direcciones, es decir, hacia

¹¹ Arteaga King, Alonso. "La Gestión de la Cadena de Suministros, ¿ Qué es y por qué este concepto está en la lista de prioridades de los altos ejecutivos?". www.cimmm.com.mx, Diciembre del 2002.

sus proveedores y hacia sus clientes con el fin de fomentar una retroalimentación de los requerimientos existentes, buscando a su vez crear una relación de socios comerciales en la que ambas partes sean beneficiadas.

*De acuerdo a un estudio realizado entre Empresas que han implementado con éxito estos programas, éstas han logrado beneficios sustanciales tales como: reducción de inventarios de hasta 50%, incremento en las entregas a tiempo de alrededor de 40%, reducción del 27% en promedio del ciclo acumulado del producto, duplicar la rotación de inventarios, disminución de faltantes y 17% de incremento en las ventas.*¹²

Tomando en cuenta los datos antes mencionados considero que es importante que la micro, pequeña y mediana empresa utilice este tipo de prácticas administrativas las cuáles podrán ser un apoyo para su crecimiento, solamente debe tenerse en cuenta de que a pesar de que todas ellas están enfocadas a incrementar la productividad de las Empresas, cada cual tiene cierto nivel de cobertura.

Con base en el nivel de organización empresarial con que cuente cada Empresa deberá ser el Programa a aplicar, una forma de aplicación puede ser: en primera instancia la aplicación del MRP que se basa principalmente en el proceso de manufactura, una vez teniendo bajo control el esquema de este programa, aplicar el de la Cadena de Suministros que es más sofisticado y que además lleva implícito el programa de Justo a Tiempo y finalmente la aplicación del Programa de Calidad Total en el cuál la Empresa logrará mantener niveles de capacitación permanente de su personal, mejoramiento continuo de sus procesos, desarrollo de sus ventajas competitivas y el establecimiento de un sistema de negocios integral.

¹² Idem

TESIS CON
FALLA DE URGEN

De acuerdo a las características de todas estas técnicas modernas de administración empresarial, podemos ver que éstas coinciden en el propósito de evaluar a las Empresas para determinar su nivel de competitividad y diseñar planes de acción de acuerdo a las necesidades de las Empresas con el fin de incrementar su productividad a través de la organización de sus Procesos Productivos considerando en ello la reducción de sus niveles de inventario tanto de materias primas como de su producto terminado una vez que se ha estructurado un plan de entregas programadas de materias primas por parte de sus proveedores ya sea nacionales o extranjeros y que ha logrado el control de sus procesos productivos manejando los tiempos de fabricación de sus productos con un margen mínimo de variación y por lo tanto cumpliendo puntualmente con las fechas de entrega prometidas a sus clientes ya que toda Empresa en su momento es cliente y proveedor y así como requiere contar con proveedores confiables también tiene la responsabilidad de serlo.

La determinación de si un proveedor es confiable o no, se realiza a través de la evaluación de la calidad del producto que ofrece, del grado de cumplimiento en las fechas de entrega y de la cantidad entregada, por lo tanto, es parte de la labor diaria del Area de Control de Calidad de todas las Empresas el estar evaluando los productos de compra para verificar que continúen cumpliendo con la calidad del producto ofrecido en la primera venta y a su vez, estar conscientes de que los productos fabricados estarán sometidos al mismo tipo de evaluación por parte de los clientes y por lo tanto, se debe verificar que cumplan con los estándares de calidad autorizados a sabiendas de que el prestigio de la Empresa está de por medio así como el mantener la preferencia del cliente.

A su vez, la misma competencia existente ha ido orientando el mercado a fabricar productos con estrictos estándares de calidad, a un precio mejor y los márgenes de ganancia de las Empresas son cada vez más reducidos debido a que los precios de venta están regidos por la ley de la oferta y la demanda, por lo tanto, la mayoría de los productos que se encuentran en el mercado cuentan con estas

TESIS CON
FALLA DE URGEN

características de calidad, diseño y precio y para poder contar con la preferencia del consumidor es necesario ofrecer algo más y actualmente la atención se ha enfocado a lo que es el Servicio al Cliente como un valor agregado a los productos y como parte de la estrategia de comercialización de las Empresas, dependiendo del tipo de producto de venta este Servicio al Cliente se brinda a través de servicios de mantenimiento y reparación, ampliación de la vigencia de la póliza de garantía, ofrecimiento de Servicios de Asesoría para la aplicación del producto sin costo adicional, aplicación de encuestas telefónicas a los clientes para saber si el producto cubrió sus expectativas y si está de acuerdo con la atención recibida al momento de su compra.

Como parte de las estrategias empresariales, a nivel interno se han desarrollado planes de mejora continua los cuales tienen como objetivo principal el identificar los puntos críticos dentro de los procesos productivos y administrativos de la Empresa con el fin de diseñar estrategias de solución de problemas y mejora de procesos continuamente, evaluando el desempeño de todas las áreas de la Empresa de acuerdo a parámetros que se determinan con base a la actividad que realiza cada departamento, buscando a su vez, desarrollar una especialización del personal dentro de su campo de acción dedicando cada vez más mayor atención y presupuesto a la capacitación ya sea interna o externa del personal con el fin de lograr un desempeño más profesional de todos sus empleados y desarrollar la formación de mandos medios y gerenciales los cuáles respondan a las necesidades de la Empresa de una manera eficiente, logrando contar con gente comprometida con la Empresa y que al mismo tiempo se sienta realizada dentro de su profesión, tomando en cuenta que la inversión en recursos humanos es parte fundamental del plan de elevación de sus niveles de productividad.

Las empresas se han enfocado al establecimiento de un sistema de trabajo basado en equipos con objetivos específicos que a su vez deben ser compatibles con los objetivos generales de la Empresa compartiendo los planes y estrategias

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de ésta con el fin de garantizar la generación de productos y servicios enfocados a lograr la satisfacción de los clientes.

Como podemos ver, en la actualidad la parte más importante para las Empresas es EL CLIENTE ya que están conscientes de que así como cada Empresa está buscando constantemente nuevas estrategias de comercialización, la competencia también lo está haciendo, por lo tanto parte de sus objetivos debe ser el establecimiento de alianzas estratégicas con sus clientes en las cuáles ambas partes estén comprometidas a ser aliadas y mantener un flujo de información constante con el fin de hacer más eficiente y solidificar la relación comercial existente ya que el fabricante debe mantenerse al tanto de los requerimientos de sus clientes para poder cubrir sus necesidades correctamente y a su vez el cliente debe mantener informado a su proveedor sobre sus planes y proyectos para que éste pueda anticiparse a la fabricación de los productos con el fin de satisfacer sus demandas, basándose en que la comunicación es parte fundamental del éxito de los negocios.

Debido a que la apertura comercial así como ha ampliado las oportunidades de negocio en el extranjero para las empresas nacionales también ha abierto las puertas a la entrada de infinidad de productos de diversas partes del mundo, la necesidad de exportar se ha convertido en un factor fundamental para las Empresas, por lo tanto, deben considerar dentro de su planeación estratégica la evaluación de su capacidad exportadora real para poder responder a la demanda de sus productos centrándose en la determinación de los siguientes puntos :

1. *Si la producción cumple con los parámetros de calidad exigidos por la autoridad y el empresario del país meta,*
2. *Si la oferta exportable es suficiente para proveer a su comprador internacional*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3. Si la logística comercial aplicada prevé los esquemas de la distribución física de las mercancías y los diferentes canales de comercialización.¹³

El que el producto a exportar cumpla con los estándares de calidad internacional es fundamental ya que al igual que existe la competencia en el mercado interno, cualquier Empresa que logre el acceso al mercado de otros países enfrentará el reto de competir con los productores locales y también con productores extranjeros que al igual que él están buscando conquistar el mercado, por lo tanto, la calidad del producto ofrecido en conjunto con el precio y el cumplimiento en las entregas, serán la carta de presentación del producto mexicano en otros países.

En relación al nivel de oferta exportable, realmente es necesario que el empresario que desee exportar esté preparado para responder a la demanda de su producto en el extranjero ya que en muchas ocasiones se tiene el deseo de exportar pero no la capacidad exportadora suficiente. Un ejemplo claro de ello es el siguiente: tuve la oportunidad de conocer el caso de una Empresa productora de mermelada la cual tuvo la posibilidad de Exportar a Japón su producto ya que fue contactada por un empresario japonés que buscaba proveedores de mermelada envasada en recipientes de 5grs. para abastecer a restaurantes, la calidad y el costo del producto ya habían sido aprobados y al tener conocimiento de que la compra sería de 60,000 unidades por mes cuando la capacidad del productor era de 30,000 unidades mensuales, tuvo que informar al comprador de que no era posible cubrir sus requerimientos. Por lo tanto, es muy importante que las Empresas evalúen su capacidad de responder a la demanda de su producto antes de aventurarse a captar nuevos mercados.

Asimismo, es primordial que se conozca la logística de distribución física de los productos para poder planear correctamente el envío de sus embarques buscando tener plenamente coordinados todos aquellos factores que intervienen en el

¹³ Muñoz Martínez, Manuel J., "Nuevas alternativas para diversificar mercados", en REVISTA CARTA ANIERM, Num. 237, Vol. XXXIII, México D.F., Junio de 2002, P. 1

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

traslado de las mercancías, para ello es necesario tomar en cuenta las características de los productos a exportar, los trámites que se deberán cubrir, el tiempo disponible para hacer llegar el producto a destino, las rutas utilizadas por los distintos medios de transporte y sus tiempos de tránsito, ya que a partir de los atentados terroristas del 11 de Septiembre del 2001 en la Ciudad de Nueva York, los Estados Unidos de América han extremado sus precauciones teniendo como consecuencia la aplicación de reglas más estrictas a todas aquellas aeronaves que crucen o toquen su territorio así como a toda embarcación que haga escala en sus Puertos independientemente del destino de los productos transportados, generando con ello el incremento de inspecciones a embarques y por ende el incremento en los tiempos de tránsito, ya que desafortunadamente debido a la Logística Internacional de las Líneas Navieras y aerolíneas, Estados Unidos es un punto obligado dentro de sus rutas.

A través de los puntos anteriormente mencionados, los empresarios podrán determinar la capacidad real con la que cuentan para poder incorporar a su Empresa en el ámbito de las exportaciones buscando desempeñar un buen papel tanto en beneficio propio como en beneficio del buen prestigio de México como país ya que los nichos de mercado existen y lo importante es llegar a ellos de una manera eficiente y exitosa.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.3 Oportunidades y Amenazas Externas para las Empresas Mexicanas.

Gran parte del éxito de los negocios reside en la habilidad de las Empresas para identificar las fortalezas y debilidades internas con las que cuentan así como las oportunidades y amenazas externas existentes, con el fin de encontrar el mejor método para aplicar un plan de acción enfocado a sacar ventaja de sus fortalezas y de las oportunidades al mismo tiempo que dedica esfuerzos a disminuir sus debilidades y las amenazas externas.

Como podemos darnos cuenta, un factor fundamental de crecimiento de la economía mexicana y del avance de la modernización tecnológica industrial está representado a través de la pequeña y mediana Empresa, por lo tanto, el objetivo central de este apartado es el de presentar las oportunidades y amenazas externas con que cuenta este tipo de industria, tomando en consideración que algunas de estas Empresas ya han iniciado su participación en las Exportaciones pero que la mayoría se ha mostrado renuente al cambio de estrategias comerciales o no ha implementado los mecanismos adecuados para lograr un repunte comercial de trascendencia, un cambio que actualmente es inminente y la mejor opción es prepararse para participar dentro del entorno económico actual de México y del Mundo aprovechando las ventajas competitivas con las que cuenta el Sector Empresarial.

Debido a que corresponde a cada Empresa la determinación de sus fortalezas y debilidades en cuestiones internas tales como: su manejo gerencial, sus estrategias comerciales, sus prácticas laborales, sus procesos de reingeniería, sus finanzas y sus tendencias económicas ya que éstos temas son particulares de cada Empresa y no es recomendable generalizar o estandarizar sus situaciones, el tema de estudio del presente apartado está dirigido a identificar los factores externos tanto los positivos como los negativos que influyen en el desarrollo de la participación de las Empresas en la economía nacional.

Esto con el fin de conocer la situación de las Empresas en relación con el contexto nacional y poder plantear algunas opciones de planes de acción orientados a que aprovechen aquellos factores positivos en beneficio del desarrollo del sector industrial de México a la vez que se trabaja en minimizar la existencia de aquellos factores que son dañinos y afectan a la pequeña y mediana Empresa como motor del sector productivo, buscando establecer puentes de comunicación entre las Empresas y el Gobierno Federal para poder encontrar soluciones viables a dichos actores externos.

CUADRO No. 3
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EXTERNAS PARA LAS
EMPRESAS MEXICANAS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Situación geográfica de México	Competencia indiscriminada tanto en el mercado interno como en el externo
Tratados de Libre Comercio de México	Falta de mano de obra calificada
Financiamientos por parte de la Banca de Desarrollo	Tasas de interés, garantías y plazos aplicables a estos financiamientos
Apoyos gubernamentales para lograr la consolidación de la oferta Exportable	Altos costos fiscales
	Altos costos de transporte interno
	Exceso de trámites oficiales

FUENTE: Elaboración propia con base a datos proporcionados por Murray, Stephen. En el artículo "Las Empresas: Las fuertes y las débiles", Revista Negocios Internacionales, Bancomext, Año 9 Número 104, Noviembre 2000.

La situación geográfica de México puede ser estratégicamente aprovechada por las Empresas establecidas en su territorio ya que cuentan con una ubicación geográfica privilegiada para la distribución de sus productos hacia el exterior

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

debido a que México cuenta con puertos de Altura tanto en el Océano Pacífico como son Manzanillo y Lázaro Cárdenas principalmente para el movimiento de mercancías con destino a países asiáticos y a países Sudamericanos con puertos en el Pacífico Sur y en el Golfo de México con Veracruz y Altamira como los Puertos de mayor movimiento de mercancías con destino al Caribe, Centroamérica, América del Sur, Europa y el Mediterráneo, a su vez, comparte la frontera norte con una de las potencias económicas de mayor relevancia a nivel mundial, lo cual, también puede ser aprovechado como estrategia de comercialización.

Por otra parte, la apertura comercial de México a través de la firma de Tratados de Libre Comercio con distintas naciones con el fin de diversificar los mercados de los productos de exportación tratando de equilibrar la excesiva dependencia unilateral hacia Estados Unidos, ha sido parte sustancial de la inclusión de México en el entorno mundial.

La firma de dichos Acuerdos Comerciales representa para las Empresas Mexicanas otra Ventaja Competitiva ya que actualmente pueden ampliar sus mercados de Exportación a más de 30 países utilizando como herramienta de negociación la preferencia arancelaria para productos mexicanos negociada a través de estos Acuerdos, lo cual implica competitividad adicional para las Exportaciones mexicanas.

Es muy importante que aquellas Empresas que estén dispuestas a participar en el ámbito de las Exportaciones hayan realizado una evaluación previa de su capacidad exportadora con el fin de poder responder eficientemente a la demanda internacional de sus productos, a raíz de este tipo de evaluaciones el Gobierno mexicano se ha percatado de la necesidad de consolidar la planta productiva del país y en respuesta a ello en la presente administración gubernamental ha cobrado singular importancia la creación de programas efectivos de financiamiento para las Empresas con el fin de apoyarlas en sus proyectos de modernización de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

su planta productiva y en la aplicación de programas de capacitación para todo su personal.

Prueba de ello es la creación por parte de la Secretaría de Economía del Fondo de Apoyo para el acceso al financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, mejor conocidas como *MPYMES* (*FOAFI*) en el cual se destinan recursos económicos a las Empresas de escasos recursos o recursos insuficientes que presenten un plan de modernización viable, el requisito principal para brindar apoyo a estas Empresas es que el número total de empleados no sea superior a 500.

A su vez, la Secretaría de Economía actualmente brinda apoyo a este tipo de Empresas a través de asistencia técnica en materia de procesos de reingeniería, de aseguramiento de calidad a través del establecimiento del programa ISO9000 (certificación que es requisito indispensable para ser parte de la cadena productiva de las Grandes Empresas tanto en México como en el Mundo), de cursos de capacitación de acuerdo a las necesidades por sector o a necesidades específicas, de servicios de consultoría e información con el fin de brindarles acceso a las fuentes informativas con las que cuenta dicha Secretaría con el fin de que amplíen su panorama de conocimientos de su entorno interno para poder determinar su situación actual y elaborar sus planes de desarrollo empresarial sobre bases más reales, es decir, que la Empresa podrá apoyarse en los parámetros proporcionados para poder determinar su nivel de productividad y competitividad así como los puntos álgidos que son sujetos a modificación en el corto plazo.¹⁴

Asimismo, Nacional Financiera está enfocando parte de sus esfuerzos a dar apoyo a las PYMES a través de financiamiento a largo plazo para el establecimiento o la ampliación de los negocios de este sector industrial.

¹⁴ Contacto PYME, www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

En lo que se refiere a Empresas que cuentan con una capacidad exportadora y están interesadas en iniciar operaciones de Exportación o en ampliar su cobertura de mercados extranjeros, el Gobierno Federal a través de un Grupo de Trabajo encabezado por la Secretaría de Economía se ha dado a la tarea de apoyar a las Empresas a través del Programa PYMEXPORTA.

Este programa consiste en realizar un estudio inicialmente a la Empresa para conocer su producto y su nivel de capacidad Exportadora para de este modo realizar como siguiente paso un estudio de mercado de acuerdo al tipo de producto a Exportar con el fin de identificar nichos de mercado que sean atractivos para el Empresario, proporcionándole información sobre: los niveles de competencia existentes en el país de destino, si es un país de riesgo con el fin de determinar la forma de pago más conveniente a utilizar en la negociación, posibles clientes directos o distribuidores para sus productos, los aranceles y demás impuestos que pagaran sus productos en el país meta, así como, las reglamentaciones locales a que estará sujeto y para aquellas Empresas que lo requieran se brindará asesoría acerca de : Envase y embalaje de acuerdo a lo vulnerable del producto y al tipo de transporte a utilizar, conformación del precio de Exportación, Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS), Formas Internacionales de Pago y canales de distribución internacional.¹⁵

Por su parte, el Banco Nacional de Comercio Exterior (**BANCOMEXT**) continúa con su tarea de aplicación de Programas que apoyen al empresariado nacional a simplificar sus operaciones de Comercio Exterior y que a su vez garanticen la continuidad del proceso productivo de los exportadores, teniendo como principal objetivo apoyar a compradores, exportadores y proyectos de inversión, incluyendo en los últimos años programas de apoyo destinados a las PYMES exportadoras, buscando brindar soporte de inversiones en capital de trabajo y equipamiento y

¹⁵ Sinopsis de la información presentada por el Centro ANIERM – PYMEXPORTA a la Empresa Böhler Thyssen Soldaduras, S.A. de C.V., México, Octubre 2002.

para la promoción de sus productos en el extranjero a través de ferias internacionales y de proyectos de promoción en países específicos.

En referencia a las amenazas externas mencionadas al principio de este apartado, cabe mencionar que debido al rezago industrial de México lamentablemente la apertura comercial en un principio ha significado altos costos para el país en los ámbitos de desempleo y marginación, sin embargo, México como país no podía ir en contra de la inercia mundial de apertura de fronteras comerciales y tarde o temprano tendría que adecuarse al entorno internacional de tal manera que la existencia de productos de todas partes del mundo en el mercado interno es una situación irreversible y por lo tanto, el fabricante nacional deberá luchar por destacar dentro de este contexto teniendo en cuenta que la competencia ya está aquí y debe de hacerle frente de forma sustancial adecuando sus políticas internas a desempeñar un papel destacado dentro de este escenario.

Respecto a mano de obra calificada, corresponde a la Empresa el aplicar programas de capacitación para sus empleados con el fin de brindarles niveles de especialización en sus áreas de trabajo en beneficio de ellos como individuos y de la Empresa en sí, y por su parte, compete a las Universidades tanto públicas como privadas realizar una inmediata adecuación de los planes de estudio de todas las profesiones con el fin de crear una congruencia entre la realidad de México como país y la educación de los universitarios.

En relación con las tasas de interés, las garantías y los plazos aplicables para los financiamientos otorgados a través de la Banca de Desarrollo, cabe mencionar que son muy similares a las condiciones que aplica la Banca Comercial incurriendo en una enorme incongruencia con su objetivo de beneficiar y apoyar a los Empresarios. En el caso de las tasas de interés Nacional Financiera en el Año 2002 ofreció una tasa promedio de 8.17% en el año y la Banca Comercial que generalmente basa sus créditos empresariales en la Tasa de Interés Interbancaria

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de Equilibrio (TIIE) a 28 días¹⁶ más entre 4 y 6 puntos con base en el monto del crédito y el plazo otorgado, para el Año 2002 la TIIE tuvo un promedio anual 8.15%¹⁷, al observar estas cifras se puede determinar claramente que la diferencia entre las tasas de interés es realmente mínima. A su vez, las garantías solicitadas por NAFIN muy difícilmente pueden ser cubiertas por las pequeñas y medianas Empresas y por lo tanto la mayoría de las Empresas que actualmente están aprovechando este tipo de financiamiento son las grandes Empresas, muestra clara de ello es que en el informe de actividades 2001 de NAFIN se menciona que algunas de las Empresas apoyadas fueron: Casas GEO, Wal-Mart, Bimbo, Villacero, IMSA, Comisión Federal de Electricidad (CFE), Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) entre otras;¹⁸ además de que los plazos otorgados en dichos financiamientos son de 1 a 18 meses en capital de trabajo y de hasta 36 meses en adquisición de activo fijo, sin embargo, estos plazos resultan insuficientes si se tiene en cuenta que en términos generales un retorno de inversión se da entre cinco y diez años en promedio, de acuerdo a la cantidad producida y a las ventas de la Empresa.

Para lograr que las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas realmente se vean beneficiadas a través del apoyo ofrecido por la Banca de Desarrollo, es preciso que se diseñe un Programa de financiamiento acorde a las necesidades y características de este sector, siendo realmente accesible y benéfico para este tipo de Empresas.

En cuanto a los altos costos fiscales, es urgente una verdadera reforma fiscal que establezca condiciones claras y favorables para los contribuyentes siendo responsabilidad del Gobierno Federal encontrar el punto medio en el cual él tenga ingresos razonables y que a su vez las Empresas vean a México como un país atractivo para realizar inversiones en el sector productivo, considerando para

¹⁶ La Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) a 28 días la determina el Banco de México con base en cotizaciones presentadas por las instituciones de crédito.

¹⁷ Datos obtenidos de NAFIN y del Banco de México respectivamente, Enero 2003.

¹⁸ Nacional Financiera, S.N.C., Informe de actividades 2001, www.nafin.gob.mx, Diciembre 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

lograr esto que el Gobierno deberá aplicar una política de gasto público en la cuál la consigna sea el gastar mejor los recursos y no como ha sido hasta ahora la política de gastar más cada año ya que entre el gastar más y el gastar mejor hay una gran diferencia.

En lo que respecta a los altos costos de transporte, es necesario evaluar la integración de los precios de transporte y establecer tarifas accesibles sin que esto vaya en detrimento del servicio ofrecido ya que el transporte es uno de los principales factores de los canales de distribución de las Empresas y por lo tanto se requiere contar con transportistas confiables que brinden un servicio de calidad y que cuenten con conductores capacitados para la transportación de las mercancías así como con unidades de transporte en buenas condiciones, mismas que deberán contar con mantenimiento programado y todo ello a un precio justo teniendo en cuenta que los niveles de utilidad tanto en productos como en servicios están siendo cada vez más reducidos.

Finalmente, referente a los trámites oficiales el Gobierno Federal ha creado la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) que tiene como objetivo principal el establecimiento de requisitos mínimos para la realización de trámites así como la mejora en los tiempos de respuesta por parte de las oficinas gubernamentales buscando a su vez establecer un control de procesos de operación a través de la certificación ISO 9000 de las Secretarías de Gobierno y de la ampliación de su jornada laboral, éste es un paso importante que ha presentado resultados positivos inmediatos en beneficio de las Empresas ya que anteriormente tenían que enfrentar una burocracia exacerbada la cual estaba regida por altos niveles de corrupción ya que los trámites se podían agilizar solamente a través del otorgamiento de "propinas" a los servidores públicos.

Es importante destacar que los cambios no se logran de la noche a la mañana y solamente siendo constantes se logrará mejorar como País, como Empresa y como Individuos por lo tanto es digno de reconocimiento el esfuerzo que hasta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ahora han realizado tanto las Empresas como el Gobierno, sin embargo, falta mucho por hacer, la etapa de experimentación está siendo superada y ahora lo que sigue es lograr la consolidación de un situación favorable para México en el entorno internacional la cuál se refleje en el mejoramiento tanto de su macroeconomía como de su microeconomía.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.4 El rol de la Aduana dentro del Comercio Exterior de las Empresas Mexicanas.

La Aduana de México ha sido un factor fundamental dentro del proceso de apertura de fronteras de México ya que a través de ella se efectúan todas las operaciones de productos desde y hacia el exterior del país, y por lo tanto también ha tenido que evolucionar y adecuar su funcionamiento a la dinámica actual del Comercio Internacional de México.

Una de las principales funciones de la Aduana es la de vigilar que se cumpla con los ordenamientos legales que regulan el Comercio Exterior de México. Los ordenamientos principales son:

La **Ley Aduanera y su reglamento**, que es en donde están establecidos los derechos y obligaciones de los importadores y exportadores, los procedimientos para importar y exportar mercancías, regula la entrada y salida del territorio nacional de mercancías, así como, los medios en que se transportarán dichas mercancías dentro del país.

Ya que la Ley Aduanera es el instrumento medular que regula el Comercio Exterior de México, a raíz del ingreso de México al GATT (hoy Organización Mundial de Comercio) en 1986 y posteriormente con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, en Diciembre de 1995 fue publicada una nueva Ley Aduanera con el fin de adaptar el sistema aduanero del país al dinamismo del entorno internacional tomando en cuenta la valoración de las mercancías de acuerdo con las políticas del GATT.

Las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior y sus Anexos, estas reglas establecen los procedimientos para la aplicación de permisos y autorizaciones para importar y exportar en nuestro país, así como los formatos oficiales para la realización de trámites aduanales y los requisitos a

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cumplir por parte de las Empresas que cuenten con la autorización de Programas de Fomento, las oficinas de Aduanas instaladas en territorio nacional y su horario de servicio y los Almacenes Fiscales de depósito que están debidamente autorizados para prestar sus servicios.

La **Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (LIGIE)**, en ella están asentadas las fracciones arancelarias correspondientes a todos los productos existentes, mismas que han sido homologadas a través de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y son las que rigen el comercio entre los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC). A través de la fracción arancelaria o código arancelario se puede conocer el Arancel a pagar, así como, las obligaciones en materia de permisos, autorizaciones, pago de cuotas compensatorias y toda aquella obligación que el importador o exportador deberá cumplir como parte de sus operaciones de Comercio Exterior.

En el proceso de despacho aduanal de las mercancías principalmente participan tres entes importantes: El Importador-Exportador, el Agente Aduanal y la Autoridad Aduanera, los cuáles están estrechamente relacionados en la operación aduanal y cada cuál debe realizar responsablemente y de manera correcta sus funciones con el fin de realizar la liberación de las mercancías en óptimas condiciones.

El Importador-Exportador es el responsable de aportar toda la información relacionada con las mercancías ingresadas a la aduana así como de proporcionar los documentos que amparan a cada embarque, esto es : la factura comercial, la lista de empaque, el conocimiento de embarque y en el caso de productos procedentes de países con los que México tiene algún Acuerdo Comercial o para los productos específicos que lo requieran, la presentación del Certificado de Origen correspondiente. Asimismo, debe informar al Agente Aduanal la descripción de las mercancías, la cantidad a declarar y la unidad de medida utilizadas, el régimen aduanero al que serán destinadas las mercancías, debe

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cumplir con las restricciones y regulaciones no arancelarias que apliquen y realizar el pago de los impuestos correspondientes.

En relación a las funciones del Agente Aduanal, en él recae la responsabilidad de clasificar los productos en su respectiva fracción arancelaria, esto con base en los datos proporcionados por la Empresa, debe determinar las contribuciones a cubrir por parte de la Empresa, le corresponde realizar el llenado de pedimento de acuerdo a la información que contengan los documentos proporcionados por el contribuyente y presentarlo ante la aduana para que pase por el mecanismo de selección automatizada y proceder a realizar todos lo trámites inherentes al despacho aduanal.

Es muy importante que exista una excelente comunicación entre la Empresa y el Agente Aduanal con el fin de reducir al máximo el riesgo de incurrir en la declaración de datos inexactos a través del pedimento aduanal ya que a pesar de que las responsabilidades del Agente Aduanal están claramente determinadas en la Ley Aduanera, el responsable directo ante la aduana es el Contribuyente y por ende en el caso de alguna auditoria a éste por parte del personal de la aduana si se llegasen a detectar desviaciones dentro del despacho, la Empresa será quien tendrá que hacer frente a las consecuencias de dichas discrepancias.¹⁹

Respecto a la Aduana de México, se puede describir como la puerta del país por la cual deben entrar todos los productos procedentes del extranjero y salir los productos con destino a otros países. Por lo tanto, toda Empresa que realice Importaciones, Exportaciones o ambas deberá cubrir ante la Aduana los trámites necesarios para cumplir con la legal entrada o salida del país de las mercancías comercializadas, de acuerdo al producto de que se trate, dichos trámites pueden ser:

¹⁹ De acuerdo al Código Fiscal de la Federación, el plazo para la verificación de las Operaciones de Comercio Extenor de las Empresas es de 5 Años contados a partir de la fecha en que se realizó dicha operación.

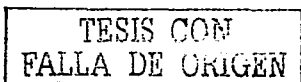
A la Exportación: Pago del Derecho de Trámite Aduanero (DTA) y en algunos casos el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias y pago del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS).

A la Importación: Pago del impuesto al Comercio Exterior (arancel) de acuerdo al país de origen del producto, cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias, pago de cuotas compensatorias, pago del Impuesto sobre Automóviles Nuevos (ISAN), pago del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), pago del Derecho de Trámite Aduanero (DTA) y el impuesto al Valor Agregado (IVA).

En la década de los 70's y 80's el Comercio Internacional de México era muy pasivo ya que realmente el proceso de liberalización de Mercancías ante la aduana era casi imposible, el burocratismo, el nepotismo y la corrupción predominaban en el ámbito aduanal, prácticamente todos los productos requerían permiso previo de importación y los impuestos al Comercio Exterior eran demasiado elevados, además de que los pasos del despacho aduanal eran excesivamente lentos y poco eficaces ya que el pedimento era elaborado manualmente y los almacenes fiscales estaban desorganizados y sin control de las mercancías.

Una vez ubicada la mercancía en el almacén de la Aduana y elaborado el pedimento, los embarques debían ser revisados por el vista aduanal quien era empleado de la misma aduana y él disponía de hasta tres días hábiles para el cotejo de las mercancías, en el caso de que la Empresa deseara agilizar el tiempo de inspección y de despacho de sus productos debía dar la instrucción a su Agente Aduanal de ofrecer "gratificaciones" a los servidores públicos con el fin de que le dieran prioridad a su embarque, lo cual se convirtió en una práctica común.²⁰

²⁰ Sinopsis de comentarios recibidos en diversos cursos y por parte del mismo personal de la Aduana en mi visita a la Aduana Interior de Pantaco en la Cd. De México.



A partir de la década de los 90's la estructura aduanera de México ha sido reformada mejorando su estructura legal contenida principalmente en la Legislación Aduanera y que consistió en delegar la mayor responsabilidad en los contribuyentes y en los Agentes Aduanales que les apoyen en la realización del despacho ante la Aduana, renovó la mayor parte de su personal empleando personal más capacitado y con un mayor nivel de estudios profesionales, en los puertos marítimos se crearon las oficinas de la Administración Portuaria Integral (API), las cuales están en manos de particulares y tienen a su cargo la administración de los servicios en Puerto, se concesiono a particulares algunos de los procesos de la operación aduanera tales como: el segundo reconocimiento aduanero de las mercancías, los almacenes fiscales, las maniobras dentro de las instalaciones de la aduana , la custodia de los embarques y más recientemente (a partir de Abril de 2002) la prevalidación de los pedimentos entre otros, esto con el fin de hacer más eficientes los servicios que ofrece la aduana y de mantener en buen estado las instalaciones de la Aduana.

También se realizó la implementación del mecanismo de selección automatizada, mejor conocido como semáforo fiscal quedando constituido el Sistema Automatizado Aduanero Integral (SAAI), mismo que permitió a los Agentes y Apoderados Aduanales realizar la captura de los pedimento de manera electrónica, estandarizar el formato de pedimento de Importación, pedimento de Exportación y pedimento de rectificación para todas las aduanas, con ello se logró incrementar a un 95% la confiabilidad de los datos registrados en la Glosa del sistema de Aduanas que es de donde se obtienen los datos para el proceso de la información del Comercio Exterior de México. Los objetivos principales de la utilización del SAAI son:

- *El soporte en tiempo real del despacho aduanero de mercancías.*
- *La validación normativa de los pedimentos de importación y de exportación.*
- *La captación de la información confiable y oportuna de operaciones aduaneras y su empleo para la información estadística.*

- *La recolección de la información necesaria para el control de la operación, su auditoría y la toma de decisiones a nivel aduana.*
- *Homologación de los procedimientos aduanales y la aplicación de los mismos criterios jurídicos en todo el país.²¹*

Esta automatización del sistema aduanero representó un gran avance en el Comercio Exterior del país debido a que generó la simplificación del despacho de las mercancías y se redujo la cantidad de embarques con inspección aduanera a un promedio de revisión de 1 de cada 10 embarques.

Posteriormente a partir del Año 2001 entró en vigor la modernización del sistema SAAI conocida como SAAI-M3 a través del cual se perfeccionan algunos de los procesos de la operación en Aduanas así como de la Administración Aduanal.

Parte de este proceso de modernización fue la implementación del nuevo formato de pedimento, conocido como pedimento único, mismo que es manejado por módulos y maneja campos más específicos.

Algunas de las modificaciones al pedimento son :

- Registrar el RFC del cliente o proveedor según sea el caso, dato que anteriormente no se declaraba.
- Registrar el importe de cada factura individualmente ya que en el formato anterior sólo era registrado el importe total del embarque.
- Registro del país de origen y país de procedencia de cada producto, anteriormente se registraba de manera global por cada embarque.
- En embarques procedentes de Estados Unidos o Canadá o con destino a estos países, se debe declarar el Estado de procedencia o destino según corresponda.

²¹ Moreno Castellanos, Jorge A. et al. Comercio Exterior sin barreras, 2ª edición, Ediciones Fiscales ISEF, México D.F. Abril de 2002, P. 354

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- La clave de país fue modificada de letra y número a tres letras. Ej. La clave de identificación de Estados Unidos. Antes: G8 Ahora: USA

La utilización del nuevo formato de pedimento primeramente entró en vigor como prueba piloto en la Aduana del Aeropuerto Internacional de la Cd. De México en Febrero de 2001 para su correspondiente evaluación y una vez realizadas las adaptaciones necesarias entró en vigor a partir del mes de Julio del mismo año a nivel nacional.

Todos estos ajustes están encaminados a lograr ser más eficientes y agilizar las operaciones de comercio exterior ante la aduana sin que esto represente caer en el descuido del control de las mercancías, sino por el contrario, la Administración General de Aduanas ha incrementado el control sobre los contribuyentes utilizando tecnología de vanguardia ya que ahora los contribuyentes deben declarar más específicamente el contenido de sus embarques así como el origen y procedencia de los mismos. Asimismo actualmente se debe declarar más a detalle los datos del proveedor o del comprador de las mercancías con el fin de tener una base de datos más completa y confiable para poder realizar intercambio de información con la aduana de otros países sobre nuestras operaciones de Comercio Exterior, buscando al mismo tiempo a través de la utilización de los esquemas informáticos reducir al máximo la corrupción en la Aduana, así como, subsanar las lagunas existentes en la Ley.

Un ejemplo claro de este aumento de control es el aplicado a los embarques destinados al régimen de Depósito Fiscal, anteriormente el Almacén de Depósito Fiscal emitía la Carta de Cupo correspondiente y la entregaba al Importador para que este a su vez la hiciera llegar a su Agente Aduanal, una vez que el Agente Aduanal tenía en su poder la Carta de Cupo procedía a realizar el despacho en la Aduana y a enviar el embarque a la Almacenadora, pero casualmente gran parte de los embarques destinados a este régimen se perdían en el trayecto de la Aduana al Almacén de Depósito Fiscal sin que hubiera responsable alguno de la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

carga ya que el importador como aún no había realizado el pago de impuestos no tenía aún bajo su custodia el material, la Almacenadora es responsable a partir de que recibe el material en sus instalaciones y la responsabilidad del Agente Aduanal termina al concluir el proceso de despacho, por lo tanto era muy factible que en la mayoría de los casos en que se perdía el material hubiesen sido situaciones manejadas con la intención de no pagar los impuestos correspondientes.

Ahora con la modernización de los sistemas de Aduanas, la Carta de Cupo debe transmitiría el Almacén de Depósito Fiscal vía electrónica a la Administración General de Aduanas quien a su vez la transmitirá al Agente Aduanal para de este modo evitar la pérdida del documento y el importador será el responsable de la carga en todo momento ya que es quien determina el régimen al que serán destinadas sus mercancías.

En los últimos años La Aduana de México ha tenido una sustancial evolución en la cuál los contribuyentes han sido un factor determinante ya que su comportamiento ha influido considerablemente en que las Autoridades confien en ellos delegándoles la responsabilidad de la autodeterminación en el entendido de que cuentan con la madurez suficiente para tener un correcto desempeño sin la necesidad de estarlos supervisando y logrando modernizarse con la intención de ser un factor de apoyo para el Importador-Exportador siendo parte del fomento al Comercio Exterior y no un obstáculo para el desarrollo del mismo.

El que exista una simplificación administrativa real depende en gran parte de los contribuyentes y sus Agentes Aduanales ya que si se presenta toda la documentación en regla y se cumple con las regulaciones y restricciones no arancelarias que correspondan, el despacho aduanal será ágil y prácticamente en automático, pero de lo contrario se podría tomar complicado y engorroso ya que se tendrían que realizar los trámites que hicieran falta en el momento en que ya se encuentra el embarque en la Aduana lo cuál generaría retraso y el pago

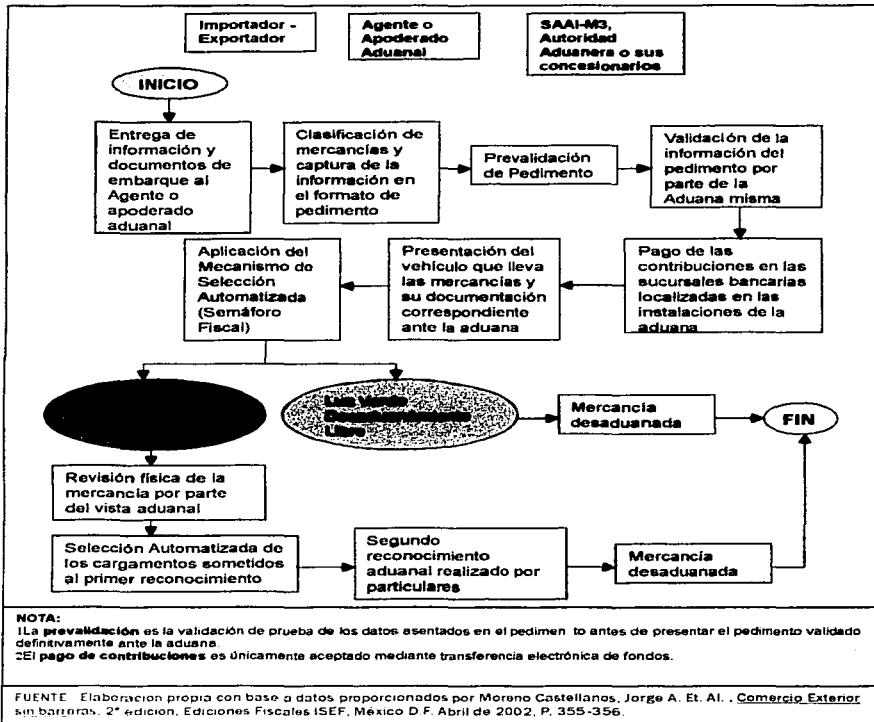
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

innecesario de almacenaje y demoras encareciendo el costo de los productos y reduciendo el margen de utilidad y en el peor de los casos causando la pérdida de los productos, que serían confiscados por la Autoridad Aduanera.

En el Diagrama de Flujo que se presenta a continuación se esquematiza el proceso de despacho de las mercancías ante la aduana considerando la utilización del SAAI-M3.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO No. 4
PROCESO DE DESPACHO DE MERCANCIAS ANTE LA ADUANA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Si bien es cierto que las Aduanas se han modernizado integralmente desde su infraestructura física hasta su infraestructura electrónica y administrativa, lo cuál permite una mejor logística de las operaciones aduanales, también es cierto que aún falta mucho por recorrer en lo que se refiere a cuestiones de contrabando y corrupción ya que es evidente la existencia de productos que han entrado al país de forma ilegal y ello solamente es posible cuando ha existido algún acuerdo corrupto entre las autoridades, los Agentes Aduanales y los importadores.

Por lo tanto, es muy importante que las Autoridades se enfoquen a rastrear este tipo de operaciones ilícitas con el fin de eliminarlas y confiando en que las Empresas bien establecidas están realizando sus obligaciones en forma correcta ya que éstas deben estar conscientes de que el despacho aduanal es un acto fiscal y legal y por lo tanto se debe realizar con seriedad y responsabilidad ya que el responsable ante la autoridad es el contribuyente y por lo tanto debe de supervisar el trabajo realizado por su Agente Aduanal y no dejar en este toda la responsabilidad del despacho, lo cuál anteriormente era una práctica común y que a la fecha todavía muchas Empresas dejan todo en manos del Agente Aduanal sin supervisar la operación y esto por precaución y beneficio del propio contribuyente no debe ser así.

Afortunadamente cada vez son más las Empresas que están inmersas dentro de las prácticas aduaneras teniendo pleno conocimiento del cómo importar y exportar en nuestro país, así como, de los derechos y obligaciones que se adquieren a través de estas prácticas y de la verdadera función de la figura del Agente Aduanal y de la Autoridad Aduanera.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS POR MÉXICO Y LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN COMO INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MEXICANAS.

La diversificación e intensificación de las Relaciones Económicas Internacionales de México a partir del período presidencial de Carlos Salinas de Gortari (1989-1994) ha estado basada principalmente en la negociación y firma de Tratados de Libre Comercio ya sea de carácter bilateral, trilateral o multilateral. Actualmente contamos con 10 Acuerdos Comerciales que abarcan a 32 países, además de acuerdo a información emitida por la Secretaría de Economía se están realizando negociaciones con Perú, Trinidad y Tobago, Panamá y Japón, así como también ha estado participando en las negociaciones para establecer el Area de Libre Comercio de las Americas (ALCA) el cuál es un proyecto planeado para concretarse en el Año 2005.

Los Tratados de Libre Comercio concretados hasta el día de hoy por México están enfocados a liberar en primera instancia el comercio de bienes y servicios entre los países firmantes acordando una desgravación arancelaria para productos originarios de la región firmante hasta llegar a quedar libres de arancel, los periodos de desgravación han sido establecidos en cada Tratado con base en los productos y la sensibilidad del mercado de cada país, estos periodos van desde una desgravación inmediata hasta cinco, diez o quince años, según lo pactado.

A través de estos Acuerdos Comerciales México ha logrado diversificar sus relaciones económicas, el destino de sus Exportaciones y las fuentes de insumos, ya que hoy en día llegan al país infinidad de productos procedentes cualquier parte del mundo y gran parte de ellos tiene un trato arancelario preferencial por ser

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

originarios de alguno de los países con los que se tiene Tratado de Libre Comercio.

A su vez, como parte de la estrategia de apertura comercial de México y tomando en cuenta que los Empresarios mexicanos se encontraban en desventaja con los de otros países debido al rezago tecnológico generado por el período de proteccionismo de mercado, el Gobierno Federal implementó una serie de programas de fomento para aquellas Empresas interesadas en participar en mercados internacionales creando con ello diversos instrumentos de apoyo con características muy particulares.

Dentro de estos programas se da una mayor importancia a aquellas Empresas que fabrican sus productos en territorio nacional y posteriormente los exportan, estas Empresas fueron clasificadas dentro de dos grupos, esto es : las Empresas Maquiladoras y las Empresas PITEX para las cuales se autoriza la importación de materias primas, partes y componentes de manera temporal sin pago de impuestos.

Además para aquellas Empresas que no cubran los requisitos para la autorización de un Programa PITEX o de Industria Maquiladora fue creado el programa conocido como DRAW BACK a través del cuál se permite la devolución de impuestos de importación pagados en una importación definitiva pero que los productos hayan sido incorporados a artículos que fueron destinados a la Exportación.

Tomando en cuenta aquellas Empresas dedicadas a la comercialización de productos se creó un programa para las Empresas que no son productoras pero si Exportadoras teniendo como características principales que están dedicadas a consolidar la oferta exportable, incursionar en nichos de mercado y generar divisas, este programa es el de Empresas de Comercio Exterior (ECEX).

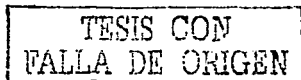
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Asimismo, las Empresas que exportan han sido muy importantes en el proceso de apertura comercial del país y por lo tanto han recibido cierto trato preferencial por parte del Gobierno, con el fin de tener mejor identificadas a estas Empresas el Gobierno Federal creó la figura de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX).

Más recientemente y como consecuencia de la entrada en vigor del Artículo 303 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en Enero de 2001, mismo que establece que no podrán ser devueltos o exentados los aranceles de bienes importados al territorio de los países miembros del Tratado a condición de que sean exportados posteriormente, fueron creados los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC).

Como podemos ver, las Empresas manufactureras están siendo apoyadas por el Gobierno Federal con el fin de incrementar su productividad y de que la existencia de los Tratados de Libre Comercio sea benéfica para su crecimiento económico, cabe aclarar que los programas antes mencionados pueden ser complementarios entre sí, es decir que por ejemplo una misma Empresa puede tener su autorización de PITEX, de programa ALTEX y su PROSEC y en caso de querer realizar el trámite de Devolución de Impuesto a través de Draw Back también puede proceder con ello.

Buscando cumplir con su objetivo de impulsar las Exportaciones del país, la Secretaría de Economía (antes Secretaria de Comercio y Fomento Industrial – SECOFI-) además de las actividades desempeñadas por la Dirección de Comercio Exterior de la propia Secretaría, está en coordinación con otras organizaciones como el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Nacional Financiera (Nafin) y la Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones (COMPEX), con las cuáles maneja un intercambio de sus bases de datos con el fin de complementar la información de mercados en el extranjero para apoyar a las Empresas que requieran de apoyo en la promoción de sus exportaciones así como en la búsqueda de nichos de mercado en el extranjero.



Al mismo tiempo, uno de los objetivos primordiales del Gobierno del Presidente Vicente Fox es el de impulsar el crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, para lo cual la Secretaría de Economía ha desarrollado diversos programas para informar, asesorar y capacitar a las empresas de menor tamaño con el fin de ayudarlas a competir exitosamente en el mercado nacional y en los mercados internacionales.

En los últimos cinco años México ha fortalecido su presencia en el entorno mundial, hoy en día cuenta con Empresarios mejor preparados para hacer frente a los retos del libre mercado aprovechando a su vez las oportunidades y espacios que brinda el entorno internacional para el desarrollo de negocios que benefician directamente a las Empresas y con ello al país, podemos percibir que la etapa de experimentación está por concluir y se ha logrado una madurez en lo que respecta a la cultura exportadora en México, es importante no perder de vista que el Gobierno actúa solamente como regulador del intercambio comercial y que son las Empresas las que harán posible el crecimiento día con día de la Economía del país, por lo tanto es de vital importancia establecer una retroalimentación entre Empresarios y las dependencias de gobierno con el fin de que se establezcan mecanismos de apoyo al sector empresarial basados en los requerimientos clave de las Empresas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.1 Aprovechamiento por parte del Sector Exportador de los Tratados de Libre Comercio firmados por México.

Los Tratados de Libre Comercio han sido fundamentales en el fomento y la promoción de las exportaciones de México ya que representan una importante herramienta con clientes en los países miembros de dichos Tratados debido a que los productos mexicanos son beneficiados a través de la aplicación de una preferencia arancelaria haciéndolos más atractivos para los importadores de dichos países.

Un Tratado de Libre Comercio se puede definir como el establecimiento de un conjunto de reglas para fomentar las compras y las ventas entre los países firmantes, enfocado a eliminar paulatinamente los aranceles o los impuestos que pagan los productos para entrar a otro país de la región, las normas establecidas deberán ser respetadas por los productores de los países miembros de dicho Tratado y en caso de surgir discrepancias, éstas deberán ser resueltas conforme a las cláusulas de solución de controversias establecidas dentro del mismo Tratado.²²

En general podemos considerar que los Tratados de Libre Comercio son acuerdos comerciales entre dos o más países que buscan liberar las restricciones al Comercio Exterior y los aranceles entre ellos, abarcando la liberación del comercio de bienes, servicios y flujos de inversión que sean originarios de los países miembros de dicho Tratado, con el fin de facilitar y hacer más atractivo el intercambio comercial entre los países integrantes. Con la firma de los Tratados se crea una infraestructura jurídica homóloga que asegura la continuidad del proceso de apertura comercial en las regiones participantes y se busca garantizar de cierto modo las inversiones extranjeras que se den con motivo de dicha Asociación.

²² Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Semáforo Fiscal, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 1995, P. 29

Las principales características de todos y cada uno de los Tratados de Libre Comercio firmados por México hasta ahora son :

- Comprende la desgravación arancelaria de todos aquellos productos que se intercambian entre los países integrantes.
- Plantea la eliminación de barreras no arancelarias, siempre y cuando los productos cumplan con las normas y los estándares técnicos establecidos dentro del mismo Tratado.
- De acuerdo a lo sensible de cada sector, establece períodos de desgravación gradual con el fin de no afectar a los productores nacionales y darles un tiempo razonable para fortalecer su sector ante una inminente apertura.
- No implica el aumento o la creación de barreras ya sea arancelarias o no arancelarias hacia terceros países.
- Determina las reglas de origen con las que deberán cumplir los bienes intercambiados con el fin de aplicarles un arancel preferencial y de evitar la triangulación en la comercialización de productos.
- Especifica el modo en que deberán ser resueltas las controversias que se presenten, con el fin de evitar la aplicación de medidas unilaterales.

Los Tratados de Libre Comercio firmados por México se han generado en el marco regulatorio del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) hoy Organización Mundial de Comercio (OMC) y contemplan negociaciones en materia de transportación, comunicaciones, servicios profesionales, banca, finanzas y seguros, que apoyan el intercambio regional.

Actualmente México cuenta con 10 Acuerdos Comerciales que abarcan a 32 países tanto del Continente Americano como del Continente Europeo además de que la Secretaría de Economía mantiene una política activa en lo que se refiere a la concertación de Acuerdos Comerciales con otros países y hoy en día, de acuerdo a información emitida por la propia Secretaría, se están realizando negociaciones con Perú, Trinidad y Tobago, Panamá y Japón, así como también

ha estado participando en las negociaciones para establecer el Area de Libre Comercio de las Americas (ALCA) el cuál es un proyecto planeado para concretarse en el Año 2005 y México será sede de una de las reuniones preliminares en Marzo de 2003.

El Area de Libre Comercio de las Americas (ALCA) desde mi punto de vista considero que es un proyecto muy ambicioso en el que participan 34 países del continente Americano con características económicas muy dispares y por lo tanto este proceso no cuenta con los elementos necesarios para ser concretado en el tiempo planeado, además de que en los últimos dos años se han presentado sucesos de impacto internacional que reflejan la inestabilidad política y económica de algunos de los países participantes así como lo inviable de este proyecto al menos en el corto plazo.

Un ejemplo claro de los sucesos que podrían estancar este tipo de negociaciones es: La crisis económica en Argentina como consecuencia de la dolarización de su economía estableciendo una paridad cambiaria de 1 dólar Argentino por 1 dólar Americano lo cuál generó en poco tiempo la caída económica de este país y un cierto retroceso en su estabilidad como nación emergente; otro caso crítico es el de Venezuela en el cuál en los últimos dos Años ha habido una lucha incesante por destituir a su actual Presidente el General Hugo Chávez y esto ha estancado la actividad económica del país, la situación en Venezuela es cada vez más complicada y por lo tanto mantiene en alerta a los demás países del Continente; otro suceso trascendental fueron los atentados terroristas a la Ciudad de Nueva York el día 11 de Septiembre de 2001, día en el que dos aviones conducidos por terroristas se impactaron contra las Torres Gemelas del World Trade Center en esta Ciudad, lo cuál provocó que Estados Unidos realice un replanteamiento a sus sistemas de seguridad a todo nivel influyendo también en el ámbito del intercambio comercial con los demás países.

En el siguiente cuadro se pueden observar los Tratados que en la actualidad tiene firmados México y que están siendo utilizados como herramientas de su Comercio Exterior así como los países que integran cada cual.

CUADRO No. 5
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS POR MEXICO

Tratado	Países firmantes	Fecha de entrada en vigor
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA por sus siglas en inglés).	México – Canadá - Estados Unidos	01 / Enero / 1994
Tratado de Libre Comercio México – Costa Rica	México - Costa Rica	01 / Enero / 1995
Tratado de Libre Comercio México-Bolivia	México - Bolivia	01 / Enero / 1995
Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres (G3)	México – Venezuela - Colombia	01 / Enero / 1995
Tratado de Libre Comercio México – Nicaragua	México - Nicaragua	01 / Julio / 1998
Tratado de Libre Comercio México – Chile	México – Chile	01 / Agosto / 1999
Tratado de Libre Comercio México – Israel	México - Israel	01 / Julio / 2000
Acuerdo de Concertación Política y Económica México-Unión Europea	México, Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Holanda, Portugal, Reino Unido, Suecia, Italia	01 / Julio / 2000
Tratado de Libre Comercio del Triángulo del Norte	México, El Salvador, Guatemala, Honduras	15 / Marzo / 2001
Tratado de Libre Comercio México – Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	México, Suiza, Noruega, Liechtenstein, Islandia.	01 / Julio / 2001

FUENTE: Elaboración propia con base a datos proporcionados por la Secretaría de Economía (SE) . Enero 2003.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Uno de los principales beneficios que genera cualquier Tratado de Libre Comercio es que las mercancías gocen de un trato arancelario preferencial, siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos en el propio Tratado; esto se refleja en una reducción progresiva de aranceles aplicada a bienes originarios de los países firmantes según se establezcan en las listas acordadas por cada una de las partes.

Con el objeto de asegurar que los beneficios acordados en el Tratado no se extiendan a bienes originarios de terceros países, en el mismo Tratado queda establecido el proceso de certificación que habrá de aplicarse de forma uniforme, parte del proceso de certificación será la emisión de un Certificado de Origen elaborado en el formato establecido dentro del cuerpo del mismo Tratado, el cual servirá para certificar que el bien comercializado califica como originario de la Región, en la mayoría de los casos dicho certificado deberá ser requisitado y firmado por el exportador o el productor de los bienes.

A través de los Tratados de Libre Comercio se ha incrementado la cantidad de oferta disponible en el país, razón por la cual la competencia comercial principalmente de productos terminados es cada día más reñida, lo que se traduce en que todos los productores mexicanos si quieren prevalecer y sobrevivir ante la inminente apertura comercial deberán mantenerse en la línea de ser eficientes y productivos así como manejar una intensa búsqueda de oportunidades de negocio en mercados externos con la confianza de que son competitivos internacionalmente.

Desafortunadamente en realidad se ha logrado la diversificación de relaciones comerciales pero en un nivel muy bajo y nuestro mayor intercambio comercial sigue siendo con Estados Unidos, en el siguiente cuadro podemos observar como aunque se cuenta con más opciones de mercados con aceptación preferencial de nuestros productos, la concentración de nuestro comercio internacional continúa siendo en gran medida con nuestro vecino del Norte.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO No. 6

EXPORTACIONES DE MÉXICO HACIA PAISES CON LOS QUE TIENE TRATADO DE LIBRE COMERCIO

MILLONES DE DÓLARES
PERIODO: ANUAL

País	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
TOTAL	46 522.8	57 337.2	74 295.6	89 101.3	103 893.6	111 563.7	130 941.7	160 092.9	152 241.8	154 334.8
NORTEAMERICA	44 419.3	55 177.8	69 236.1	82 744.0	96 348.9	104 442.9	122 734.2	143 365.0	143 365.0	145 782.2
Estados Unidos	42 850.9	51 645.1	64 272.7	80 574.0	94 184.8	102 923.9	120 382.9	147 685.5	140 286.8	142 963.9
Canadá	1 568.7	1 482.9	1 967.4	2 172.0	2 156.1	1 518.9	2 351.3	3 352.1	3 089.5	2 808.9
EUROPA	466.9	479.8	533.1	541.8	1 188.3	693.2	863.9	941.3	1 293.8	1 142.1
Colombia	238.8	306.0	453.0	438.2	513.3	449.1	367.8	461.8	508.3	553.7
Venezuela	228.0	173.8	378.6	423.6	679.0	646.1	486.2	519.6	697.6	588.4
TRIANGULO DEL NORTE	355.3	414.8	528.4	615.2	878.8	943.7	944.1	984.6	1 074.4	987.7
El Salvador	113.0	128.8	147.7	158.1	214.2	218.0	244.4	249.6	274.3	283.2
Guatemala	203.8	218.3	310.2	360.2	498.4	591.1	543.6	535.2	556.7	514.2
Honduras	38.5	70.0	68.7	96.9	116.0	134.6	156.1	203.8	180.4	207.8
UNION EUROPEA	2 788.4	2 863.9	3 333.5	3 569.8	3 887.8	3 889.2	3 707.7	3 816.1	3 332.6	3 213.5
Alemania Rep. Fed.	430.4	394.7	519.4	640.9	718.7	1 151.6	2 053.1	1 543.9	1 034.1	1 238.8
Austria	43.7	10.1	12.8	10.0	15.8	10.0	10.8	17.0	19.6	15.8
Bélgica	228.0	270.8	486.5	408.6	372.7	230.4	240.7	227.0	317.8	299.8
Dinamarca	17.8	21.6	7.6	18.6	30.6	35.8	49.1	44.7	44.4	38.0
España (Excluye Canarias)	917.7	857.9	786.9	906.8	939.0	713.0	822.4	1 519.6	1 263.9	1 432.9
Finlandia	1.9	4.6	1.9	1.5	5.1	1.7	8.2	4.3	8.5	10.7
Francia	458.2	517.8	483.0	425.9	429.9	401.4	288.8	374.6	372.6	349.5
Grecia	8.6	9.0	8.4	8.9	10.7	9.4	7.5	10.0	7.1	6.9
Holanda	193.2	174.4	177.1	181.8	261.7	338.7	467.7	436.0	508.1	630.6
Holanda/Euro	121.0	111.6	70.5	146.1	113.0	37.1	47.0	112.2	188.4	188.9
Italia	64.3	86.1	187.3	138.9	273.4	181.4	175.3	222.0	238.7	174.4

Continúa siguiente página

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

País	1993	1996	1996	1999	1997	1999	1999	2000	2001	2002 (a)
Luxemburgo	0.1	0.3	2.9	2.6	2.7	6.2	9.9	9.0	11.7	28.6
Países Bajos	72.4	60.0	81.4	66.6	97.3	87.2	190.4	196.9	168.7	129.5
Reino Unido	201.7	267.3	481.0	531.9	664.2	639.0	747.0	669.9	672.9	629.0
Suecia	16.8	23.9	30.4	19.6	82.8	45.5	23.7	23.9	37.2	44.3
ASOC. EUROPEA DE LIBRE COM.	151.7	199.7	624.9	395.3	358.3	275.6	456.0	588.1	658.9	462.1
Islandia	0.9	0.3	0.4	0.4	1.0	0.7	0.9	0.6	0.4	0.6
Noruega	9.8	11.9	16.3	30.3	13.5	17.4	10.5	32.7	5.6	7.2
Suiza	140.9	157.5	609.1	360.5	343.9	297.6	444.6	552.8	450.7	454.4
Chile	199.7	294.4	489.2	696.7	862.3	613.9	396.4	431.4	374.4	236.8
Costa Rica	96.8	94.6	141.9	199.1	221.2	282.1	256.5	296.2	336.2	364.9
Nicaragua	26.7	21.3	21.1	52.6	64.2	37.3	66.5	95.4	91.7	91.9
Bolivia	17.1	13.4	24.1	26.4	31.8	34.6	21.8	26.6	24.3	26.3
Israel	3.8	3.4	19.3	9.5	26.4	17.9	37.9	54.6	39.4	51.2

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros y las importaciones son valor aduanal.

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila.

Nota 3: Las cifras por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios posteriores.

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México.

De acuerdo con la información presentada en este cuadro podemos observar un crecimiento del intercambio comercial con Estados Unidos a partir de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio en 1994, lo cual no sucede con las regiones participantes en los demás Acuerdos ya que si bien es cierto que éstos han contribuido en el desarrollo de nuestro comercio con el mundo también es cierto que no han sido aprovechados al máximo siendo evidente la concentración en aproximadamente el 95% de nuestras ventas de exportación destinadas a los Estados Unidos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En segunda instancia se ubica el intercambio comercial con los países miembros de la Unión Europea que aunque el Acuerdo firmado con ellos entró en vigor hace poco más de dos años, en dicho período no ha experimentado el mismo nivel de aprovechamiento que se experimentó con el TLCAN desde sus inicios y por último pero no por eso menos importantes, en lo que respecta a los demás Acuerdos Comerciales de México está claro que a pesar de que en algunos casos el nivel de ventas antes de la entrada en vigor del Tratado correspondiente, en comparación con el nivel de ventas actuales se ha duplicado, no ha sido concordante con el principal objetivo de apertura comercial ya que lo que se busca es diversificar las relaciones comerciales de México y no depender prácticamente de Estados Unidos, objetivo que hasta la fecha no se ha logrado ya que el intercambio comercial de nuestros productos sigue concentrado en el intercambio con nuestro vecino de nuestra frontera norte.

Es imprescindible que las Empresas aprovechen en mayor medida las ventajas que ofrecen los Tratados de Libre Comercio para ampliar su mercado hacia estos países utilizando dichos Acuerdos como parte de su estrategia de negociación para incursionar en otros mercados aparte del mercado norteamericano con el fin de lograr un equilibrio entre los lugares de destino de nuestros productos y de esta manera poder fortalecer nuestra economía, ya que en el caso de que decreciera la compra de nuestros productos en Estados Unidos el impacto en nuestra economía no sea tan grave como lo ha estado siendo, logrando un cierto grado de estabilidad al colocar nuestras mercancías en otros mercados como el europeo principalmente.

Los empresarios deben estar conscientes de que los TLC's por sí solos no van a generar el crecimiento de la economía de México y que son solamente instrumentos en los cuáles las Empresas mexicanas pueden apoyarse para participar de forma competitiva en los mercados internacionales pero para ello es necesario conocerlos y estar familiarizados con ellos para poder utilizarlos en forma correcta en beneficio de su actividad exportadora principalmente.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2 Los Programas de Fomento a la Exportación, factor clave en el crecimiento de las Empresas Exportadoras.

Los Programas de Fomento a las exportaciones tienen como objetivo el incentivar las ventas al extranjero de las Empresas nacionales a través del otorgamiento de facilidades y apoyos administrativos y/o fiscales teniendo la precaución de no caer en prácticas desleales de comercio de acuerdo a las cláusulas de la OMC. Asimismo, buscan contribuir a elevar la competitividad de las Empresas Exportadoras para que puedan incorporarse adecuadamente al mercado mundial.

Las facilidades y apoyos brindados por medio de este tipo de programas, consisten en la reducción de cargas arancelarias independientemente de su país de origen, para las materias primas utilizadas en el proceso de fabricación y empaque de los productos a exportar, así como, en la simplificación de trámites por parte del Gobierno Federal para agilizar la operación de las Empresas que Exportan y el apoyo fiscal en cuanto a la facturación a tasa 0 de IVA de todos aquellos productos que son vendidos en territorio nacional pero que finalmente serán destinados a la Exportación o a través de la devolución del impuesto de importación de aquellos productos que hayan sido importados bajo régimen definitivo y que posteriormente hayan sido exportados.

Los programas de fomento que se abarcarán en el presente apartado son los siguientes: Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), Programa de la Industrial Maquiladora de Exportación (IME), Programa de Devolución de Impuestos (Draw Back), Programa para la Empresa de Comercio Exterior (ECEX), Programa de Empresa Altamente Exportadora (ALTEX) y Programas de Promoción Sectorial (PROSEC).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.1 Importancia de las Empresas con Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación (PITEX) y Programa de Industria Maquiladora de Exportación.

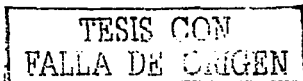
El Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación fue establecido en 1985 con el fin de apoyar a los productores nacionales que importan productos que serán incorporados al producto de exportación, este apoyo consiste en la exención del impuesto de importación, del impuesto al valor agregado (IVA) y de las cuotas compensatorias cuando apliquen en la importación de *"materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustible y lubricantes que se utilicen en el proceso de producción de las mercancías de exportación"*.²³

A través de este programa se ha apoyado a los productores del país ya que la exención del pago de este tipo de impuestos se ha reflejado positivamente de forma directa en el costo de producción de los Empresarios permitiéndoles conformar un precio de exportación competitivo.

Los requisitos para que sea autorizado un programa PITEX son: que la empresa tenga la posibilidad de poder exportar cuando menos el 10% de las ventas totales de la Empresa o un monto de \$500,000.00 Usd. anuales, el programa puede ser autorizado para una Empresa en General, para una planta específica de la Empresa o para un proyecto en específico, según convenga al fabricante.

La Empresa que cuente con la autorización de Programa PITEX estará obligada a llevar un control de inventarios que cumpla con las características establecidas en el Anexo 24 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior, el cual está basado en el principio de descarga de Primeras Entradas Primeras

²³ Secretaría de Economía, "Decreto que establece programas de importación temporal para producir artículos de exportación", en www.economia.gob.mx, Octubre 2002.



Salidas (PEPS), es decir, que si el sistema se alimenta con información confiable sobre importaciones temporales, porcentaje de merma o desperdicio y los productos retornados al extranjero una vez que hayan sido transformados, elaborados o reparados, en automático se tendrá el control de vencimiento de la estancia de los productos importados temporalmente, el periodo autorizado es de dieciocho meses.

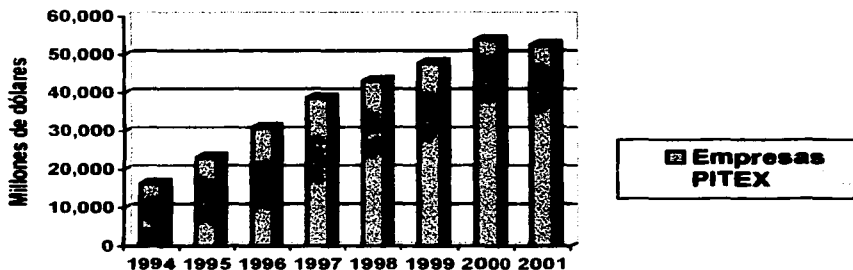
De esta información, así como de la información de ventas totales de la Empresa y de total de sus operaciones de Comercio Exterior, se debe presentar un reporte anual ante la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con el fin de comprobar que se ha cumplido con el nivel de exportación que establece el decreto de este programa y que no se ha hecho mal uso del mismo, al presentar este reporte en automático continuará vigente el programa por un año más, en caso contrario, será suspendido hasta que el exportador cumpla con la entrega de dicho reporte.

Al mes de febrero de 2002 la Secretaría de Economía reportó un total de 5,542 empresas con Programa PITEX las cuáles en los últimos años han contribuido de manera importante a la generación de divisas del país y por ende a la consolidación de México como país exportador.

En el cuadro siguiente podemos observar el comportamiento de las Empresas PITEX en el periodo de 1994 a 2001, en el cuál ha sido evidente su crecimiento y la utilización de este programa en beneficio de los productores del país, si bien es cierto que tal vez algunas empresas han abusado en el manejo de estos programas al destinar a mercado nacional productos fabricados con materiales importados temporalmente, también es cierto que la mayoría de las Empresas PITEX le han dado el uso correcto al programa y han aumentado su capacidad exportadora apoyadas en el aprovechamiento de las ventajas de la exención de impuestos a las importaciones temporales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GRAFICO No. 1
VALOR DE EXPORTACIONES DE EMPRESAS PITEX 1994 – 2001
(Millones de dólares)



NOTA: Incluye cifras correspondientes al sector automotriz.

FUENTE: Secretaría de Economía . Dirección General de Servicios al Comercio Exterior con cifras del Banco de México. www.economia.gob.mx.

En lo que respecta a la Industria Maquiladora de Exportación, este esquema tiene sus orígenes desde la década de los 60's en la zona fronteriza norte de México con la intención de crear fuentes de trabajo en esa región, pero fue hasta finales de los 80's cuando fue publicado el Decreto de Industria Maquiladora de Exportación que actualmente se conoce y a partir de la década de los 90's es cuando este sector ha presentado un repunte en su crecimiento, autorizándoles a instalarse en el interior de la República.

El Programa de Industria Maquiladora de Exportación es muy similar al de Empresa PITEX ya que permite la importación temporal sin el pago de impuestos de todos aquellos bienes que serán sometidos a un proceso de transformación,

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

elaboración y/o reparación para posteriormente ser exportados, los requisitos para autorización de este programa son los mismos que para el PITEX.

La diferencia entre la industria maquiladora y la empresa PITEX es que la industria maquiladora principalmente realiza trabajos de ensamble, un ejemplo de ello es el de la industria del vestido en la cuál se trae a México la tela ya cortada y los accesorios a utilizar, ya sea botones, encajes, listón, etc. y en el territorio nacional solamente se realiza el ensamble de las prendas, ya sea pantalones, vestidos, camisas, suéter, etc. aprovechando el bajo costo de mano de obra que tiene el país y posteriormente retorna al extranjero el producto terminado para que éste sea vendido bajo la marca de la empresa dueña del capital, en cambio la Empresa PITEX fabrica en México el producto y los exporta con su propia marca y con la leyenda de HECHO EN MEXICO.

Por otra parte, la Empresa PITEX está orientada básicamente al mercado interno y cuenta con determinada parte de su producción dedicada a la exportación, mientras que la industria maquiladora está plenamente encauzada a la exportación de sus productos terminados.

Al igual que las Empresas PITEX, la Industria Maquiladora de Exportación está obligada a llevar un control de inventarios y a entregar un reporte anual de sus operaciones a la Secretaría de Economía y a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con el fin de mantener vigente su programa.

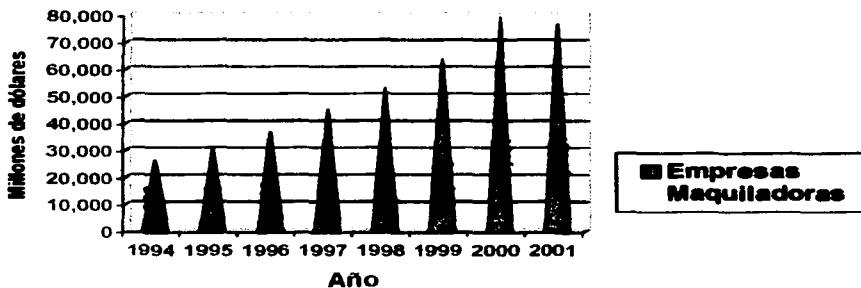
Actualmente la Secretaría de Economía tiene registrados 3,200 programas vigentes de Industria Maquiladora, las cuáles concentran prácticamente la mitad de las exportaciones de productos de manufactura y por lo tanto ocupan un lugar relevante dentro de la economía nacional.

En el cuadro siguiente se presenta la información de ventas de exportación de este tipo de industria, en donde se puede observar cómo ha contribuido

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

sustancialmente en el proceso de internacionalización de México en la década de los noventas y que a la fecha representa cerca del 50% del total de las exportaciones de México, lo cuál debe ser tomado como un riesgo ya que en realidad esta industria no tiene sus bases en el país y en el caso de que México dejase de ser atractivo para continuar sus operaciones en su territorio, sin mayor problema este tipo de empresas emigran a países como China, Corea e incluso algunos de Latinoamérica que tengan costos más bajos o apoyos más atractivos.

GRAFICO No. 2
VALOR DE EXPORTACIONES DE EMPRESAS MAQUILADORAS
1994 – 2001
(Millones de dólares)



FUENTE: Secretaría de Economía . Dirección General de Servicios al Comercio Exterior con cifras del Banco de México. www.economia.gob.mx.

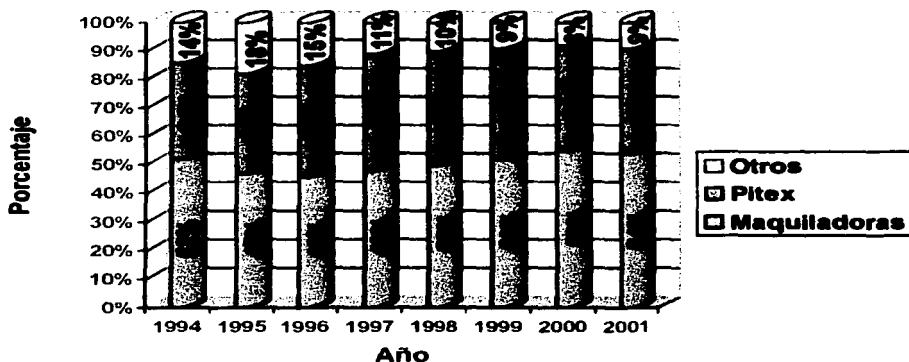
El motor de crecimiento de las exportaciones se ha concentrado tanto en la Industria Maquiladora de Exportación como en las Empresas PITEX ya que entre ambas representan alrededor del 90% de las Exportaciones totales del país, razón

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

por la cuál el Gobierno Federal debe establecer sus políticas comerciales y en algunos casos también sus políticas fiscales cuidando no dañar a estos sectores sino más bien buscando incentivarlos aún más para que mantengan el ritmo de crecimiento hasta ahora presentado.

No se puede hablar de que una sea más importante que la otra ya que tanto la Industria Maquiladora de Exportación como la Empresa PITEX cada cuál representa un importante porcentaje del total de exportaciones de México representando entre ambas alrededor del 90% del sector exportador, en el gráfico siguiente se esquematiza lo anteriormente mencionado.

GRAFICO No. 3
PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS PITEX Y MAQUILADORAS EN
LAS EXPORTACIONES MANUFACTURERAS 1994 - 2001



FUENTE: Secretaría de Economía, Dirección General de Servicios al Comercio Exterior con cifras del Banco de México, www.economia.gob.mx

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Hasta el Año 2000 este tipo de programas fue aplicado sin problema alguno y contribuyó sustancialmente al crecimiento de México como país exportador, pero a partir del 1 de enero de 2001 las condiciones cambiaron debido a la entrada en vigor del Artículo 303 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) el cual establece restricciones a la devolución de aranceles aduaneros sobre productos exportados y a los programas de diferimiento de aranceles aduaneros representando por lo tanto una modificación en el esquema de Importación Temporal para las Empresas PITEX y maquiladoras.

Esta modificación consiste en que a partir de la fecha citada todas las Empresas PITEX y maquiladoras que importen bajo estos programas productos de un tercer país y los incorporen a un bien que se va a exportar a un país miembro de la región TLCAN, deberán pagar el arancel de importación de los insumos no originarios tal y como si el bien se hubiera destinado a la importación definitiva.

Por lo tanto, podemos interpretar que la época de auge de este tipo de programas está concluyendo ya que mientras no se diversifique esencialmente el destino de las exportaciones de México desarrollando nuevos mercados, debido a que el intercambio comercial con Estados Unidos representa cerca del 95% de nuestro Comercio Exterior, le será aplicado el Artículo 303 del TLCAN y por ende se verá afectada la competitividad de los productores mexicanos.

El Gobierno ha creado la figura de los Programas de Promoción Sectorial, lo cuáles se presentan más adelante, buscando hacer contrapeso a los efectos de dicho artículo, sin embargo, considero que se deberá reorientar más significativamente el esquema de apoyo a los fabricantes nacionales tomando en consideración el entorno actual del comercio mundial.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

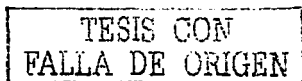
2.2.2 El Programa de Devolución de Impuestos DRAW BACK, un beneficio para las Empresas Exportadoras.

El Draw Back es un programa a través del cual se autoriza la devolución del impuesto general de importación de las mercancías importadas definitivamente e incorporadas a artículos posteriormente exportados o bien que sean retomadas al extranjero en el mismo estado, este beneficio lo puede tener cualquier Empresa que haya importado bajo régimen definitivo los productos que posteriormente esté destinando a mercados externos.

Para efectos de este programa se considera que una mercancía se exporta en el mismo estado cuando r.o fue sometida a ningún proceso de elaboración, transformación o reparación o cuando es sometida a procesos que no alteran materialmente su esencia, es decir no la convierten en otro producto. Estos procesos pueden ser: *operaciones de carga, descarga, recarga, cualquier movimiento necesario para mantenerla en buena condición o transportarla, así como procesos tales como la simple dilución en agua o en otra sustancia; la limpieza incluyendo la remoción de óxido, grasa, pintura u otros recubrimientos; la aplicación de conservadores, incluyendo lubricantes, encapsulación protectora o pintura para conservación, el ajuste, limado o corte, el acondicionamiento en dosis, o el empaçado, reempaçado, embalado o reemhalado; la prueba, marcado, etiquetado, clasificación o mezcla.*²⁴

Para poder presentar una solicitud de devolución del impuesto general de importación pagado, el contribuyente deberá cubrir una serie de requisitos con el fin de comprobar que los productos exportados fueron ingresados al país bajo el régimen de importación definitiva, así como presentar documentos que estén dentro del plazo establecido por la Secretaría de Economía, este plazo es dentro de los 90 días hábiles posteriores a la fecha en que se haya realizado la

²⁴ Secretaría de Economía, "Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores", en Diario Oficial de la Federación, México, D.F., 29 de diciembre de 2000



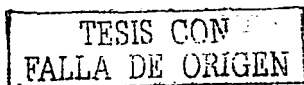
exportación y que el pedimento de importación que será utilizado para este trámite esté dentro del plazo de 12 meses contados a partir de la fecha de pago para poder considerarlo como vigente, además de esto se deberá registrar en el programa de cómputo designado por la Secretaría de Economía la información de la integración del costo del producto exportado dentro de la cual deberá quedar demostrado que el material importado fue incorporado al producto fabricado o bien que el producto importado es el mismo que se está exportando, así como presentar los documentos correspondientes que avalen dicha información.²⁵

Una vez realizado este trámite ante la Secretaría de Economía, dicha Secretaría cuenta con un plazo de 10 días hábiles para dar respuesta a la solicitud presentada y en el caso de aprobar la devolución del impuesto solicitado notificará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para que proceda a realizar el reembolso al contribuyente, las personas a las que les sea autorizada la devolución de los impuestos deberán conservar a disposición de la Secretaría de Hacienda los documentos comprobatorios por un periodo de 10 años.

Como podemos ver el mecanismo de DRAW BACK es un mecanismo relativamente sencillo a través del cual los contribuyentes pueden aprovechar en beneficio de su Empresa la liquidez que pueden obtener a través de esta devolución de impuestos.

Cabe aclarar que la devolución del impuesto autorizada a través de este programa es solamente para el arancel pagado al momento de la importación y por lo tanto todos los demás impuestos pagados por el importador, tales como: derecho de trámite aduanero (DTA), cuotas compensatorias, Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN), etc. no están contemplados para ser devueltos bajo ninguna circunstancia dentro de este programa.

²⁵ Para la realización de este trámite la Secretaría de Economía diseñó un programa el cuál está disponible en la página web de dicha Secretaría www.economia.gob.mx y debe bajarse a discos flexibles.



Por lo anteriormente mencionado, es recomendable tomar en cuenta que si la Empresa comercializa con el extranjero productos terminados, el DRAW BACK puede representar una importante fuente de recuperación de recursos económicos, pero en el caso de importación de productos que para su planta son materias primas, partes y componentes o material de empaque, lo más recomendable es tramitar su autorización como empresa PITEX y realizar la importación temporal de sus embarques en la proporción en que serán exportados los productos a los que se incorporan dichas materias primas, ya que esto es más conveniente para el flujo de efectivo de la Empresa debido a que desde el momento de ingresar las mercancías al país no será erogado ningún gasto por concepto de impuestos.

Actualmente y debido a la entrada en vigor del Artículo 303 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual establece restricciones a la devolución de aranceles aduaneros sobre productos exportados, el programa DRAW BACK se ve afectado directamente ante esta cláusula ya que queda prácticamente imposibilitado para utilizarse en exportaciones hacia Estados Unidos y Canadá, afectando a la mayoría del sector productivo de México por el alto grado de dependencia comercial con Estados Unidos.

De este modo, a partir del 01 de Enero de 2001 fue modificado el programa de devolución de impuestos de importación con el fin de adecuarlo al TLCAN para no incurrir en prácticas desleales de comercio o en incumplimiento de dicho acuerdo internacional, por lo tanto, a partir de esa fecha, todo aquel contribuyente que desee solicitar la devolución del impuesto de importación pagado deberá presentar además de los requisitos arriba mencionados, el documento que compruebe el importe del impuesto al comercio exterior pagado por el importador en el país de destino de la exportación y con base en ello se deberá restar este importe a la cantidad pagada en la importación a México y la diferencia resultante será el monto que le podrá ser devuelto al contribuyente.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.3 El Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) y el Programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), un reconocimiento a las Empresas generadoras del cambio.

Otra modalidad de los programas de fomento a la exportación está representada en el Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) y en el programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), mismos que contemplan una serie de facilidades administrativas, fiscales y en el caso de las ECEX de apoyos financieros por parte de la Banca de Desarrollo.

El Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) fue diseñado para apoyar a las empresas comercializadoras con el fin de incentivarlas a promover las mercancías nacionales en el extranjero, los beneficios a los que tienen derecho las empresas con registro ECEX son :

- a) *La posibilidad de adquirir mercancías de proveedores nacionales, mediante el tratamiento de exportación definitiva a tasa 0% de IVA.*
- b) *Expedición automática de la constancia de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)*
- c) *Descuento del 50% por parte del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) en el costo de los productos y servicios no financieros que ésta institución determine a través de su programa de apoyo integral a estas empresas, así como, brindarles apoyo para su participación en las ferias y misiones organizadas por dicha institución, en las que absorberá un porcentaje de los costos de espacio y construcción que acuerde con la Empresa.*
- d) *Asistencia y apoyo financiero por parte de Nacional Financiera para la consecución de sus proyectos, así como servicios especializados de capacitación y asistencia técnica a través de su Programa de Desarrollo*

*Empresarial, este beneficio es otorgado tanto a las Empresas ECEX como a sus proveedores.*²⁶

Para la autorización del programa ECEX la Secretaría de Economía reconoce dos tipos de Empresas Comercializadoras que son : La Empresa de Comercio Exterior Consolidadora de Exportación y la Empresa de Comercio Exterior Promotora de Exportación.

En el cuadro siguiente se plasman las características de cada una de las modalidades de empresas de Comercio Exterior con el fin de identificar las diferencias entre uno y otro tipo de empresa.

CUADRO No. 7
MODALIDADES DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR

Empresa de Comercio Exterior Consolidadora de Exportación	Empresa de Comercio Exterior Promotora de Exportación
<ul style="list-style-type: none"> • Debe estar constituida conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debe estar constituida conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles.
<ul style="list-style-type: none"> • Debe contar con un capital social mínimo suscrito y pagado de dos millones de pesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debe contar con un capital social mínimo suscrito y pagado de doscientos mil de pesos.
<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de su objeto social debe comprender : <ul style="list-style-type: none"> • La integración y consolidación de manera preponderante de exportaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de su objeto social debe comprender : <ul style="list-style-type: none"> • La comercialización de mercancías en los mercados internacionales. • La identificación y promoción de

²⁶Secretaría de Economía, "Fomento a las Exportaciones", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

<ul style="list-style-type: none"> • La prestación de servicios integrales para apoyar a las empresas productoras en sus operaciones de comercio exterior • La capacitación a empresas productoras pequeñas y medianas en el diseño, desarrollo y adecuación de sus productos conforme a la demanda del mercado internacional, y • La prestación de servicios complementarios a la comercialización. 	<p>mercancías mexicanas en el exterior, con el fin de incrementar su demanda.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Debe realizar exportaciones de mercancías que provengan de por lo menos cinco empresas productoras nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debe realizar exportaciones de mercancías que provengan de por lo menos tres empresas productoras nacionales.

FUENTE: Elaboración propia con base a datos proporcionados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en el "Decreto para el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior", en Diario Oficial de la Federación... México D.F., 11 de Abril de 1997.

Las empresas ECEX están obligadas a llevar un control de inventarios conforme a lo previsto en la Ley Aduanera y en las Reglas de Carácter General en materia de Comercio Exterior, así como, a mantener el capital social acreditado y a presentar un reporte anual de sus operaciones de comercio exterior ante la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con el fin de mantener vigente su registro.

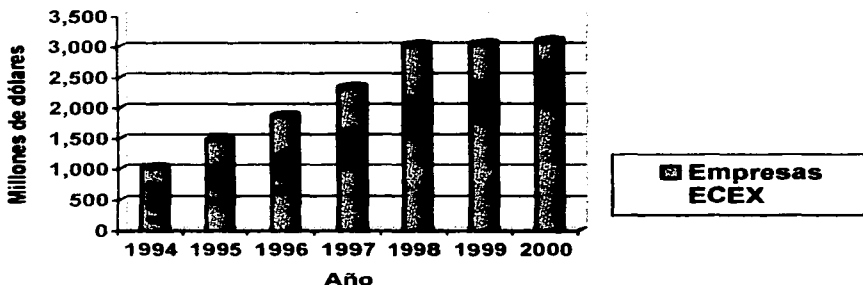
Las Empresas de Comercio Exterior han participado de manera activa dentro del Comercio Exterior de México, adquiriendo poco a poco un lugar importante dentro de la economía nacional ya que a través de este tipo de Empresas, algunos de los

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

productores que conforman a la micro y pequeña Empresa han logrado colocar sus productos en el extranjero a pesar de que ellos no cuentan con la infraestructura y los recursos que se requieren para incursionar en los mercados internacionales.

A través de las cifras presentadas en el siguiente cuadro podemos observar el crecimiento que ha presentado la participación de las Empresas de Comercio Exterior dentro de la actividad exportadora de México.

GRAFICO No. 4
EMPRESAS ECEX
VALOR DE EXPORTACIONES PERIODO 1994 – 2000
(Millones de dólares)



FUENTE: Secretaría de Economía . Dirección General de Servicios al Comercio Exterior (cifras estimadas). www.economia.gob.mx

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Aunque en el período presentado en el gráfico anterior se muestra un crecimiento de las operaciones de Empresas ECEX esto no es suficiente ya que se requiere un impulso mayor a este tipo de operaciones para de este modo estimular la integración de un sector que es promovente de los productos nacionales en el extranjero y de un sector productivo nacional.

Este tipo de esquema puede ser aprovechado en mayor grado por parte de la pequeña y mediana empresa pudiendo crear alianzas entre éste sector y las Empresas Comercializadoras logrando una integración que genere beneficios para ambas partes.

De este modo, las Empresas ECEX pueden ser utilizadas como plataforma de exportación por parte de muchos pequeños productores los cuáles no cuentan con los recursos necesarios para realizar estudios de mercado o viajes de prospección y venta de sus productos en el extranjero y aprovechar la función esencial de las Empresas ECEX que están enfocadas a integrar los esfuerzos de varias empresas productoras que por sí solas no podrían tener éxito en la exportación.

Respecto a las Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), este programa está enfocado a eliminar obstáculos administrativos para aquellas Empresas que son en gran medida exportadoras con el fin de beneficiarlas a través de la simplificación de trámites y de contribuir en la generación de una mayor liquidez para este tipo de Empresas.

Los requisitos para poder obtener la autorización por parte de la Secretaría de Economía del programa de Empresa Altamente Exportadora (ALTEX) son que la Empresa solicitante demuestre haber realizado en el período de un año exportaciones directas por un valor mínimo de dos millones de dólares o que sus exportaciones sean equivalentes al 40% de sus ventas totales anuales, para aquellas empresas que sean exportadoras indirectas el requisito es que demuestren que sus exportaciones anuales son equivalentes al 50% de sus

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ventas totales en un año y para las Empresas de Comercio Exterior (ECEX) solamente es necesario demostrar que cuentan con su registro expedido por las Secretaría de Economía, que las acredite como tales.

Los beneficios que otorga el gobierno federal a través del programa de Empresa ALTEX son:

- *Devolución de saldos de IVA a favor en un término de cinco días hábiles;*
- *Acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía;*
- *Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando éstas hayan sido previamente despachadas en una aduana interior, y*
- *Facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público*
- *El Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) implementará apoyos financieros específicos para las empresas altamente exportadoras.²⁷*

Para que estos beneficios le sean otorgados a las Empresas ALTEX, los titulares de dicho programa deberán presentar ante la autoridad correspondiente una copia de la Constancia ALTEX expedida por la Secretaría de Economía. Asimismo, para mantener vigente su autorización deberán cumplir cabalmente con la presentación ante dicha Secretaría de un reporte anual de sus operaciones de Comercio Exterior para de este modo recibir la ratificación de la vigencia de su programa.

A pesar de que son pocos los beneficios otorgados a través de este programa siendo el más importante el de la devolución del IVA a favor en un plazo muy corto, es recomendable que las Empresas que pueden cubrir los requisitos

²⁷ Secretaría de Economía, "Decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

establecidos para su autorización tramiten la autorización de su constancia ALTEX debido a que es una manera de estar presente ante el Gobierno Federal ya que a este tipo de Empresas es a las que al Gobierno le conviene cuidar y estar al pendiente de ellas para apoyarias en la solución de problemas y la simplificación de trámites inherentes a sus operaciones de Comercio Exterior.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.4 Esencia y aplicación de los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC).

La más reciente creación en materia de Programas de Fomento a los fabricantes nacionales son los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC) los cuáles surgen como medida de apoyo para contrarrestar los efectos negativos del Artículo 303 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) mismo que prevé que a partir del octavo año de su vigencia se deberán modificar o eliminar los mecanismos de importación temporal vigentes en los países miembros, con el fin de evitar la distorsión de las preferencias arancelarias acordadas en el marco de dicho Tratado, siendo que a partir del 1 de enero de 2001 entraría en vigor la aplicación del Artículo antes mencionado, mismo que establece lo siguiente:

...Ninguna de las Partes podrá reembolsar el monto de aranceles aduaneros pagados, ni eximir o reducir el monto de los aranceles aduaneros adeudados, en relación con un bien importado a su territorio, a condición de que el bien sea:

- a) Posteriormente exportado a territorio de otra parte*
- b) Utilizado como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de otra Parte; o*
- c) Sustituido por un bien idéntico o similar utilizado como material en la producción de otro bien posteriormente exportado a territorio de otra Parte...²⁸*

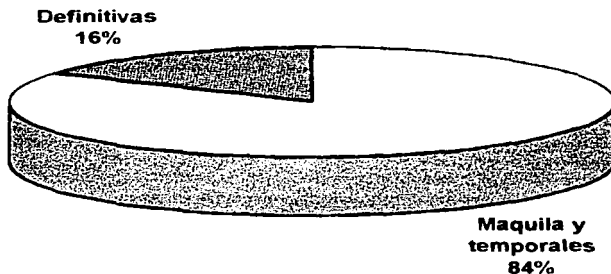
Por lo tanto, debido a que con la aplicación de esta cláusula se ve afectada la competitividad de las empresas exportadoras que cuentan con la autorización de algún programa de importación temporal ya sea de Industria Maquiladora o PITEX las cuáles representan alrededor del 90% de la actividad exportadora de México y

²⁸ Secretaría de Economía, "Tratado de Libre Comercio de América del Norte", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

como podemos observar en el gráfico siguiente durante el Año 2000 sus importaciones temporales representaron el 84% del total de las importaciones de México, denotando el alto grado de dependencia de insumos extranjeros para la fabricación de sus productos.

GRAFICO No. 5

COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN EL AÑO 2000



FUENTE: Alvarez Galván, José Luis y Enrique Dussel Peters. "Causas y efectos de los programas de promoción sectorial en la economía mexicana", en Revista de Comercio Exterior, México D.F., Bancomext Mayo de 2001, Pág. 447.

De acuerdo a lo anterior y debido a que nuestras ventas al exterior están destinadas en su mayor parte hacia el mercado norteamericano, en el caso de que las importaciones temporales deben pagar un arancel semejante al establecido en la TIGIE reduciendo los márgenes de ganancia principalmente para las Empresas PITEX y Maquiladoras se está obligando a este tipo de industria a analizar seriamente la opción de trasladarse a otra nación que ofrezca mejores condiciones arancelarias.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de este panorama el Gobierno Federal se ve en la necesidad de ofrecer una alternativa viable a este tipo de industria teniendo el cuidado necesario de no ir en contra de las obligaciones pactadas dentro del TLCAN ni de la Organización Mundial de Comercio (OMC), creando así los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC) y autorizando a través de estos programas la realización de importaciones de insumos con la aplicación de un arancel preferencial independientemente de su país de origen y procedencia sin condicionar al importador a exportar los productos fabricados con los productos importados al amparo de un PROSEC, es decir, el producto fabricado podrá ser destinado a la exportación o ser vendido en el mercado nacional.

El Decreto que establece diversos Programas de Promoción Sectorial especifica que los beneficios de estos programas serán otorgados a las personas morales que fabriquen las mercancías clasificadas dentro de las Fracciones Arancelarias publicadas en dicho Decreto utilizando en su proceso de fabricación los insumos de importación que se clasifiquen en las fracciones arancelarias autorizadas en el listado de cada sector productivo, el beneficio de utilizar el arancel preferencial autorizado a través de los PROSEC podrá ser aplicado siempre y cuando el importador haya realizado el trámite de registro de dicho programa y que la Secretaría de Economía lo haya autorizado.

Las mercancías a producir y los bienes a importar han sido agrupados en 22 sectores de acuerdo a la actividad productiva de las Empresas, estos sectores son:

- I. De la Industria Eléctrica;
- II. De la Industria Electrónica;
- III. De la Industria del Mueble;
- IV. De la Industria del Juguete, Juegos de Recreo y Artículos Deportivos;
- V. De la Industria del Calzado;
- VI. De la Industria Minera y Metalúrgica;
- VII. De la Industria de Bienes de Capital;
- VIII. De la Industria Fotográfica;

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- IX.** De la Industria de Maquinaria Agrícola;
- X.** De las Industrias Diversas;
- XI.** De la Industria Química;
- XII.** De la Industria de Manufacturas del Caucho y Plástico;
- XIII.** De la Industria Siderúrgica;
- XIV.** De la Industria de Productos Farmoquímicos, Medicamentos y Equipo Médico;
- XV.** De la Industria del Transporte, excepto el Sector de la Industria Automotriz y de Autopartes;
- XVI.** De la Industria del Papel y Cartón;
- XVII.** De la Industria de la Madera;
- XVIII.** De la Industria del Cuero y Pielés;
- XIX.** De la Industria Automotriz y de Autopartes;
- XX.** De la Industria Textil y de la Confección;
- XXI.** De la Industria de Chocolates, Dulces y Similares, y
- XXII.** De la Industria del Café.²⁹

La vigencia del programa autorizado será anual y se renovará automáticamente al presentar el informe anual de operaciones al amparo de dicho programa de acuerdo a los requisitos establecidos por la Secretaría de Economía.

Los aranceles preferenciales autorizados a través de estos Programas están en el rango de exento a 7% dependiendo del tipo de producto de que se trate y el importador podrá utilizar a su libre albedrío en cada despacho de importación de mercancías la aplicación del arancel PROSEC, la de algún acuerdo de libre comercio o la tasa general de la TIGIE, aplicando la más conveniente a sus intereses con el fin de lograr una mayor competitividad de su precio de venta.

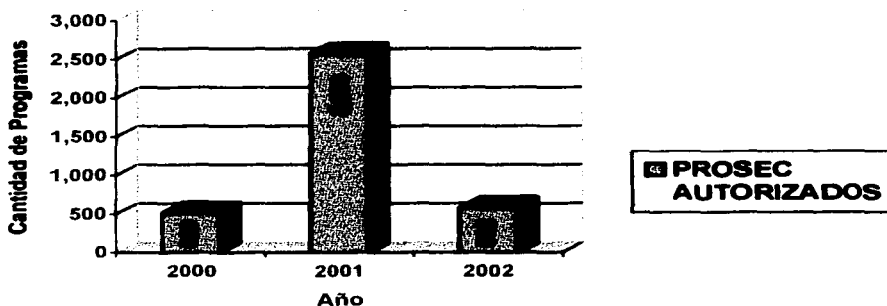
Como podemos observar en el siguiente cuadro, al mes de Diciembre de 2002 la Secretaría de Economía había autorizado 3,685 programas PROSEC de los cuáles la mayor parte corresponden a los sectores eléctrico, electrónico, Industria Automotriz y Autopartes, Industria textil y de la confección, principalmente, de tal manera que a pesar de que han transcurrido ya dos años a partir de la entrada en

²⁹ Secretaría de Economía, "Decreto por el que se establecen diversos Programas de Promoción Sectorial", en: Diario Oficial de la Federación, México D.F. Viernes 2 de Agosto de 2002, Primera Sección, Pág. 21

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

vigor del Artículo 303 del TLCAN aún son muchas las Empresas a las que no les ha sido autorizado su PROSEC o que ni siquiera han podido realizar el trámite de autorización debido a que las fracciones arancelarias correspondientes a sus productos aún no han sido autorizadas vía Diario Oficial de la Federación.

GRAFICO No. 6 PROSEC AUTORIZADOS EN EL PERIODO 2000 - 2002



FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la Secretaría de Economía , en www.economia.gob.mx

Los Programas de Promoción Sectorial pueden representar realmente un beneficio para el sector industrial de México ya que una parte importante de los insumos utilizados en su proceso productivo es no originaria de la región TLCAN pero el destino de sus productos fabricados sí es hacia esta región, sin embargo, actualmente no han sido considerados todos los sectores productivos no obstante que se cuenta con el sector X el cuál abarca a las industrias diversas, ya que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

faltan por autorizar muchas fracciones arancelarias y por tal razón existen aún demasiadas empresas que no tienen acceso al beneficio de estos programas.

Es evidente la falta de control dentro de la Secretaría de Economía en relación con las fracciones arancelarias comprendidas dentro de los PROSEC, un ejemplo claro de ello es que se pueden encontrar fracciones dentro del sector eléctrico con un arancel autorizado de 3% y encontrar las mismas fracciones dentro del sector electrónico con arancel exento o en otros casos los aranceles autorizados en el Decreto de Programas PROSEC son superiores a los aplicables a través de la TIGIE, lo cual es completamente incongruente.

La intención básica de los PROSEC es importante y positiva para el sector productivo de México, sin embargo, se requiere que la Secretaría de Economía aplique un mejor análisis a estos programas con el fin de eliminar las incongruencias existentes y al mismo tiempo dé mayor agilidad a la autorización de más fracciones arancelarias para que más Empresas puedan solicitar la autorización de su programa y de este modo contribuir a la dinámica de las operaciones de Comercio Exterior ya que hoy en día una cantidad importante de Empresas ni pueden aplicar los beneficios de programas PITEX o de Industria Maquiladora ni de los PROSEC.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.3 La función de las Instituciones Gubernamentales especializadas en Apoyos al Comercio Exterior.

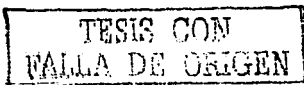
Las Instituciones Gubernamentales especializadas en Apoyos al Comercio Exterior son parte fundamental en el desarrollo y consolidación del sector exportador de cualquier país y México no podía ser la excepción.

La última década ha sido un período de adaptación y cambios constantes para México como Nación ya que debido a que ingresó de manera tardía a la dinámica mundial de apertura de mercados, de cierto modo se vio forzado a dar "pasos agigantados" para poder lograr un nivel aceptable dentro de un mundo globalizado.

Dentro de este contexto, el Sector Público ocupa un lugar estratégico en la etapa de transición de una economía cerrada a una economía basada en una apertura comercial sin precedente dentro de la cuál la participación del Gobierno también ha sufrido una metamorfosis total ya que de ser un Estado paternalista pasa a ser un Estado regulador, permitiendo al Sector Privado participar sin tantas ataduras dentro de la economía nacional reduciendo la participación del Sector Público a actividades de apoyo y regulación de: Comercio Exterior de México.

Bajo este esquema las funciones de las Instituciones de Gubernamentales que apoyan directamente el Comercio Exterior de México son las siguientes :

Secretaría de Economía : A través de su Dirección de Comercio Exterior maneja todo lo relacionado a expedición de permisos de importación y exportación, programas de fomento, certificados de origen, cuotas compensatorias, autorización de cupos, promoción de la inversión extranjera, negociaciones comerciales internacionales, emisión de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM's).



Asimismo esta Secretaría en coordinación con la Banca de Desarrollo y con algunas organizaciones del Sector Privado realiza programas de capacitación y apoyo orientados a trabajar directamente con Empresas que requieran de asesoría o de fuentes de financiamiento para desarrollar o ampliar su capacidad exportadora.

El Gobierno del Presidente Vicente Fox se ha enfocado a crear esquemas de fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYMES) con el fin de lograr dar un significativo impulso a este sector ya que a pesar de que forma parte fundamental del motor la economía nacional, pocas son las Empresas de este sector las que han logrado participar ya sea directa o indirectamente dentro del Comercio Exterior de México, esto puede ser debido a la falta de recursos económicos, recursos tecnológicos o a la falta de interés por parte de las Empresas al no contar con una cultura exportadora.

La Secretaría de Economía en conjunto con la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM) han diseñado el programa PYMEXPORTA el cual consiste en dar apoyo y capacitación a las MIPYMES que compiten exitosamente en el mercado interno con el fin de ayudarles a identificar su nivel real de oferta exportable, conocer los requisitos técnicos y prácticos del mercado internacional en relación con el producto a exportar y con base en la información a la cuál tienen acceso estos organismos, identificar los nichos de mercados en los que los empresarios pueden incursionar con sus productos, todo ello con el objetivo de que un mayor número de pequeñas y medianas empresas se incorporen a la cadena exportadora.

Inicialmente si la Empresa acepta, se le aplica una evaluación de detección de necesidades con el fin de ubicar su tamaño, el sector industrial al que pertenece y si cuenta con potencial exportable y con base en el resultado obtenido se determinan los rubros en los que se detectó una necesidad de crearlos o

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

reforzarlos, pero ya acorde a las necesidades particulares de cada Empresa (Ver Anexo 1).

Una vez que se han identificado cuáles son los requerimientos de la Empresa en materia de Comercio Exterior, el Centro PYMEXPORTA proporciona el apoyo adecuado para cubrir las necesidades de la Empresa, los servicios ofrecidos a través de estos centros de apoyo son:

- *Asesoría básica y consultoría para el desarrollo de proyectos de exportación.*
- *Asistencia técnica para elevar la competitividad de la Empresa.*
- *Capacitación especializada en temas de Comercio Exterior:*
 - a) *Identificación de la fracción arancelaria*
 - b) *Volumen y valor de las exportaciones mexicanas.*
 - c) *Información sobre importaciones totales del país destino.*
 - d) *Regulaciones arancelarias y no arancelarias en país destino.*
 - e) *Canales de comercialización.*
 - f) *Precio, diferenciación y segmentación.*
 - g) *Tipos de contrato y formas de pago.*
 - h) *Selección del medio de transporte.*
- *Consultoría especializada para el desarrollo de planes de negocios de exportación.*
- *Apoyo para logística de los embarques.*³⁰

Este apoyo está dirigido tanto para Empresas que desean participar en la actividad exportadora, como para aquellas Empresas que ya están exportando y tienen interés en ampliar sus exportaciones buscando incursionar en mercados no tradicionales o alternativos.

³⁰ Secretaría de Economía, Centros PYMEXPORTA, en www.pyme.gob.mx, Diciembre 2002.

De este modo, en caso de que la Empresa acepte la propuesta del Centro PYMEXPORTA, se elaborará un plan de trabajo y la Empresa firmará una carta de conformidad para trabajar de manera conjunta con este centro, confiando en la viabilidad del proyecto el cuál estará basado en la estrategia comercial de localizar los mercados con demanda de su producto y se le apoyará y asesorará desde la firma de un contrato de compra – venta internacional hasta la concreción de la venta.

Por otra parte, la Secretaría de Economía cuenta con el Programa de Centros de Distribución en Estados Unidos, Europa, Centroamérica, El Caribe y Sudamérica, el cuál tiene por objetivo *incrementar la presencia de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa mexicana en los mercados internacionales y su participación en los montos totales de exportación a través de un esquema de apoyos temporales en promoción, comercialización y distribución de productos nacionales.*³¹

A través de estos Centros de Distribución la Secretaría de Economía ofrece a las Empresas infraestructura en espacios dedicados a la promoción, almacenamiento y distribución de productos, para la organización de encuentros de negocios y manejo de inventarios, lo cuál significa un gran apoyo a las Empresas Mexicanas ya que todas las actividades anteriormente mencionadas, representan un egreso considerable para las Empresas si las realizan individualmente y por lo tanto es recomendable aprovechar la ventaja de utilizar los apoyos ofrecidos por esta institución.

La Secretaría de Economía cuenta también con los Módulos de Orientación al Exportador (MOE's) que proporcionan orientación y asesoría gratuita en materia de Comercio Exterior, integran y ofrecen al público información sobre los servicios que ofrecen las distintas dependencias del Sector Público, las cámaras industriales, las asociaciones privadas, los organismos empresariales y las

³¹ Secretaría de Economía, "Centros de Distribución en Estados Unidos, Europa, Centroamérica, El Caribe y Sudamérica", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

instituciones educativas por lo tanto es recomendable que toda aquella persona que desee obtener información de los lugares adecuados a los que debe acudir de acuerdo a los requerimientos particulares que tenga respecto a asuntos relacionados con el proceso de exportación, acuda de inicio a alguno de estos módulos con el fin de que le orienten correctamente.

Los servicios que ofrecen estos Módulos son :

- *Servicio personalizado y gratuito en materia de Comercio Exterior.*
- *Orientación acerca de las etapas y requisitos a seguir en el proceso de la exportación.*
- *Asesoría de acuerdo a las necesidades de cada Empresa.*
- *Apoyo mediante la concentración en un solo sitio de información sobre los diversos servicios y apoyos que ofrecen las instituciones públicas y privadas en materia de Comercio Exterior.*
- *Vinculación con otras instituciones públicas y privadas en materia de Comercio Exterior para otorgar un servicio integral y eficiente.*
- *Preguntas y respuestas más frecuentes de Comercio Exterior.*³²

Estos Módulos han diseñado una clasificación de las Empresas con el fin de brindarles un servicio adecuado de acuerdo a sus necesidades, esta clasificación consiste en ubicar en alguna de las siguientes categorías a quienes acuden a solicitar información:

Interesado: Desea exportar pero no cuenta con un producto.

Básico: Cuenta con un producto pero no tiene definido al cliente, generalmente no ha exportado con anterioridad.

³² Secretaría de Economía, "Módulos de Orientación al Exportador (MOE's)", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Intermedio: Cuenta con un producto ya tiene el cliente y está por iniciar operaciones pero desconoce algunos o gran parte de los aspectos de la exportación.

Avanzado: Exporta y tiene una pregunta específica.

Como podemos ver, la Secretaría de Economía está interesada en poner al alcance de las Empresas los apoyos necesarios para que se sientan respaldadas en el caso de querer incursionar en mercados extranjeros. lo lamentable es que muchos empresarios no tienen conocimiento de este tipo de programas y por lo tanto no están siendo aprovechados como debieran.

Por lo tanto, desde mi punto de vista es algo bueno pero que no se ha promocionado lo suficiente dentro de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y por lo tanto muchas de estas Empresas no se han acercado a utilizar estos servicios, lo cual no significa que no tengan la necesidad más bien significa que desconocen los beneficios que otorga el Gobierno a través de este tipo de Programas.

Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT): Es una institución primordialmente financiera encargada de promover el Comercio Exterior de México apoyando básicamente las exportaciones no petroleras, así como impulsando la atracción de inversiones extranjeras y la realización de coinversiones con empresas y organismos de otros países.

Los objetivos del BANCOMEXT son :

- Formar empresarios y vincular más empresas a la cadena de exportación, principalmente pequeñas y medianas tanto directa como indirectamente;
- Incrementar las exportaciones de bienes y servicios no petroleros, su diversificación geográfica y la internacionalización de las empresas;

- Incrementar el contenido nacional de las exportaciones y desarrollar proveedores;
- Atraer inversión extranjera que contribuya a la generación de nueva oferta exportable y a complementar la proveeduría nacional para la industria exportadora;
- Mejorar la eficiencia operativa de la Institución; y
- Incrementar la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes.³³

Uno de los principales servicios que ofrece **BANCOMEXT** a través de las **Consejerías Comerciales** es el apoyo para la estructuración de misiones comerciales, la concertación de citas con posibles clientes extranjeros, el respaldo del Gobierno mexicano para incursionar en los mercados internacionales, en sí la función de las **Consejerías Comerciales** no radica en dar la exportación prácticamente ya concretada al Empresario, más bien, consiste en orientar a aquellas Empresas que quieran exportar y de cierto modo facilitarles el acceso a los nichos de mercado que pudieran estar interesados en la compra de sus productos pero toda la labor de venta queda en manos del exportador, funcionando como oficinas de logística las cuáles nos pueden ayudar en la localización de ciertos compradores, en concertar citas o en la búsqueda de información muy específica.

En materia de financiamiento a la exportación el **BANCOMEXT** cuenta con una serie de programas orientados al desarrollo de productos de comercio exterior y apoya la comercialización externa de los productos nacionales, los tipos de crédito que ofrece esta institución son:

Crédito a la Pre-Exportación: Este tipo de crédito está dirigido a empresas que se dedican a la producción de bienes y/o servicios no petroleros con proyectos viables, proporcionándoles los recursos necesarios para financiar las etapas que

³³ www.bancomext.gob.mx

conforman el ciclo productivo: acopio y mantenimiento de materias primas; producción y existencia de bienes terminados; importación de insumos; pago de sueldos de la mano de obra directa y la prestación de servicios.

El financiamiento proporcionado puede ser de hasta el 70% del valor de las facturas, pedidos y/o contratos de exportación o hasta del 100% del costo de producción, dependiendo de las necesidades de cada cliente en particular.

Los créditos son manejados en dólares americanos o en moneda nacional de acuerdo a los requerimientos del cliente y en un plazo de hasta 180 días para los sectores de manufactura y servicios y de hasta 360 días para los sectores agropecuario y pesquero.³⁴

Crédito a las Ventas de Exportación: Este tipo de crédito consiste en proporcionar recursos financieros a las empresas mexicanas para que éstas a su vez otorguen crédito a sus compradores y de esta manera puedan ofrecer sus productos o servicios en condiciones competitivas, uno de los requisitos para otorgar este tipo de crédito es que la empresa produzca o comercialice bienes y/o servicios no petroleros.

Dependiendo de las necesidades particulares de cada cliente, el financiamiento puede ser de hasta el 90% del valor de las facturas, pedidos y/o contratos en el caso de ventas a corto plazo y de hasta el 85% del valor de la factura o hasta el 100% del valor de contenido nacional de producción, lo que sea menor, en el caso de ventas a largo plazo, el plazo del crédito es de hasta 180 días.³⁵

Proyectos de Inversión: El BANCOMEXT financia planes de nueva creación, ampliación o modernización de empresas ya establecidas con proyectos viables que produzcan bienes y/o servicios no petroleros.

³⁴ Bancomext, "Créditos", en www.bancomext.gob.mx, Enero 2003.

³⁵ Idem

El financiamiento puede cubrir hasta el 50% del monto total de la inversión para proyectos de nueva creación y hasta el 85% del valor del proyecto en el caso de proyectos completos de ampliaciones y/o modernización de empresas ya establecidas. El plazo del crédito será determinado en función del flujo de ingresos de cada proyecto en particular.³⁶

Unidades de Equipo: Este organismo cuenta también con la opción de financiamiento a las empresas mexicanas para compra de maquinaria o equipo de importación con el fin de que dispongan de tecnología de punta que les permita estar en condiciones competitivas para participar en los mercados internacionales y contribuyendo al mismo tiempo a la industrialización del país a través de la aplicación de tecnología vanguardista.

Este tipo de financiamiento puede cubrir hasta el 85% del valor de la maquinaria o del equipo que se esté adquiriendo y el plazo manejado es de hasta 5 años de acuerdo al tipo de proyecto financiado.

Por otra parte, el **BANCOMEXT** funciona como centro de consulta en donde los importadores y exportadores de México pueden acudir para obtener información de Comercio Exterior, esta información es muy vasta ya que comprende tanto direcciones de compradores y vendedores de diversos productos en todo el mundo, tarifas arancelarias de diversos países, requisitos para la realización de diversos trámites, así como, la emisión de diversas publicaciones en las que se manejan temas de actualidad del entorno internacional.

El **BANCOMEXT** desde hace algunos años mantiene un programa anual de cursos a través de los cuales las empresas pueden tener acceso a la capacitación en los temas de su interés, además estos cursos son impartidos tanto en la ciudad

³⁶ Bancomext, "Proyectos de Inversión", en www.Bancomext.gob.mx, Enero 2003.

de México como en distintas sedes al interior de la República. Los cursos tradicionales ofrecidos por esta institución son:

- *Plan de negocios en Comercio Exterior*
- *Formación del precio de exportación*
- *Mercadotecnia Internacional*
- *Envase, embalaje y distribución física*
- *Como participar en ferias y eventos internacionales*
- *Requisitos administrativos para la exportación*
- *Técnicas de negociación internacional*
- *Contratos Internacionales*
- *Formas de pago internacional*
- *Introducción al Comercio Exterior*
- *Normas ISO 9000*³⁷

Respecto a los requisitos para la autorización de alguno de los planes de financiamiento manejados por esta institución es importante mencionar que son demasiados los puntos a cubrir en distintos ámbitos: de carácter legal, financiero, de mercado, administrativo y técnico principalmente, además de que las tasas aplicables no reflejan una considerable diferencia en comparación de las manejadas por la banca comercial, lo cuál desmotiva por completo a los Empresarios que pudiesen estar interesados en la contratación de alguno de dichos crédito.

Es necesario que el sector gobierno reconsidere los requisitos establecidos en sus programas crediticios con el fin de hacerlos más accesibles para las Empresas que realmente tienen una necesidad imperante de fuentes de financiamiento y que a su vez cuentan con pocos elementos de respaldo para garantías.

³⁷ www.bancomext.gob.mx

Nacional Financiera (NAFIN): Es un Organismo Federal y se desempeña como Banca de Fomento y como agente financiero del Gobierno dedicado al otorgamiento de diversos servicios financieros a las empresas mexicanas. Para efectos de Comercio Exterior, el objetivo de **NAFIN** es el de promover el desarrollo exportador a través del financiamiento que ofrece a la micro, pequeña y mediana empresa mexicana pertenecientes a los sectores industrial y de comercio y servicios.

Los objetivos de Nacional Financiera son :

- Facilitar el acceso de las Pymes a los productos de Nafinsa para fomentar su desarrollo
- Canalizar créditos al Sector Privado, primordialmente a las Pymes y a las regiones del país para fomentar el desarrollo regional y la creación de empleos
- Captar recursos en condiciones que permitan un costo de fondeo competitivo
- Apoyar a medianas empresas en el mercado bursátil y a intermediarios financieros en la colocación de deuda para el desarrollo de los mercados financieros
- Desarrollar productos y contar con niveles de servicio para satisfacer a los clientes
- Contar con la tecnología, los procesos y certificación para tener una operación eficiente
- Contar con recursos humanos capacitados y motivados para lograr los objetivos de la institución
- Mantener una operación financiera sana para que no signifique una carga fiscal

- Formar consejos consultivos a nivel estatal con empresarios locales que contribuyan a los logros de regionalización de la institución.³⁸

Los servicios que ofrece Nacional Financiera son:

Créditos: Ofrece créditos a mediano y largo plazo bajo diferentes condiciones, para la instalación, operación y equipamiento industrial, comercial y de servicios, desde talleres artesanales hasta naveas y parques industriales; para mejorar las instalaciones, para cubrir necesidades de materias primas, partes y componentes; para realizar estudios y proyectos; para abatir la contaminación y para ejecutar planes de reubicación.

Garantías: Ofrece el otorgamiento de garantías para complementar las que ofrezcan los acreditados a los bancos con el fin de facilitar el acceso al crédito, este servicio está dirigido principalmente para la Micro y Pequeña Empresa.

Participación en el capital de las Empresas: Nacional Financiera puede participar en la creación o ampliación de Empresas aportando capital hasta por un 25% del total durante el tiempo que éstas se fortalecen, maduran y se vuelven rentables.

Capacitación: Esta institución ofrece capacitación sistematizada con el apoyo de personal especializado y documentación didáctica con el fin lograr que los micro, pequeños y medianos empresarios desarrollen su capacidad empresarial en el manejo de sus finanzas, su producción y sus ventas, así como en la gestión y administración de un crédito bancario.

Asistencia técnica y asesoría financiera: NAFIN ofrece a los empresarios apoyo en materia de asistencia técnica y asesoría financiera a fin de que puedan conocer

³⁸ www.nafin.gob.mx

las opciones de financiamiento y oportunidades de inversión productiva directa o en asociación con empresarios, bancos y otros intermediarios, como los fondos estatales y las casas de bolsa.

Los créditos diseñados para apoyo a la MIPYME son :

Crédito a tasa variable: Este es un modo de financiamiento para apoyar a las empresas del sector industrial, comercio, servicios o asociadas a una empresa integradora y los recursos obtenidos a través de este financiamiento deberán ser destinados a algunas de las siguientes actividades:

- Adquirir maquinaria, equipo y mobiliario
- Adquisición de materias primas, materiales de construcción, pagar sueldos y salarios, gastos de fabricación y de operación.
- Ampliar o modernizar instalaciones
- Fortalecer las estructuras financieras de las empresas
- Innovar, adaptar o actualizar tecnologías
- Prevenir o eliminar las emisiones contaminantes del medio ambiente e impulsar el reciclado de sustancias contaminantes o bien la racionalización del consumo de agua y energía.
- Pago de servicios de consultoría.³⁹

El plazo máximo para este tipo de crédito es de 20 años incluyendo período de gracia y el monto asignado se determina con base al tamaño de la empresa solicitante.

Crédito a tasa fija : A través de este esquema de crédito NAFIN brinda a las empresas financiamientos a corto, mediano y largo plazo, con certidumbre y permitiendo que planeen sus pagos (amortizaciones, bonos, etc.) desde el momento de la contratación del crédito ya que la tasa de interés no será

³⁹ Nafin, "Crédito a tasa variable", en www.nafin.gob.mx, Febrero 2003.

modificada. Las actividades a la cuáles deberá ser destinado este financiamiento son las mismas que en el crédito a tasa variable y el plazo autorizado es de 10 años más periodo de gracia.

Modernización y Equipamiento Empresarial: Por medio de este programa NAFIN brinda financiamiento de mediano y largo plazo para la adquisición de equipo y maquinaria nueva, nacional o de importación, incluyendo los gastos asociados de instalación, fletes, seguros, capacitación y asistencia técnica para la modernización de las empresas de los sectores, industrial, comercial y de servicios. El plazo del crédito es hasta 7 años sin periodo de gracia y el monto puede ser autorizado hasta por el 85% de la compra.

Líneas Globales y de Comercio Exterior: En apoyo al Comercio Exterior NAFIN ofrece a las empresas mexicanas financiamiento en dólares a través de líneas globales de crédito y líneas de comercio exterior de corto plazo. Este tipo de financiamiento cuenta con las siguientes características:

- Facilita el acceso a los mercados internacionales
- Permite la adquisición de materias primas, refacciones, maquinaria y equipo, insumos agroindustriales y servicios, en términos adecuados
- Ofrece financiamiento para la adquisición de equipos, plantas llave en mano, tecnología y servicios procedentes de alguno de los países con los que Nafinsa tiene línea de crédito
- Permite realizar pagos automáticos al proveedor y viceversa
- Otorga una mayor capacitación de negociación al empresario mexicano para seleccionar al proveedor que le proporcione ventajas en términos de precio, calidad, garantías y plazo de entrega.

Las líneas globales autorizan un monto de hasta 85% del valor de los bienes y servicios a ser adquiridos y otorga un plazo de amortización de 5 años.

A través de las líneas de Comercio Exterior el monto financiable es de hasta 100% del valor de las facturas y/o pedidos que amparen la importación, exportación de materias primas, refacciones y/o productos terminados, con un plazo desde 90 hasta 180 días.

Uno de los graves problemas que enfrentan los productores mexicanos es el referente a los recursos financieros y se debe tener en cuenta que el dinero al igual que las mercancías tiene un costo y que ese costo puede ser barato o caro dependiendo de las fuentes a las que se recurra.

Sin embargo, aunque en algunas ocasiones los empresarios estén conscientes del costo de un crédito y estén dispuestos a cubrirlo con el fin de poder modernizar su planta o su estructura administrativa, en la mayoría de los casos la micro, pequeña y mediana Empresa se enfrenta a restricciones insoslayables para el acceso a los créditos, es en este aspecto en donde se requiere una mayor conciencia por parte de la Banca de Desarrollo acerca de la realidad de este tipo de Empresas para que se diseñen esquemas de aportación de capital de riesgo en los cuáles los requisitos a cubrir por el empresario sean lógicos y viables para que las empresas tengan un acceso real al financiamiento ofrecido por el Sector Público.

El propósito de los programas con que cuenta actualmente la Banca de Desarrollo es muy positivo pero es necesario que se modifiquen los requisitos para su autorización ya que aunque se menciona que están diseñados para las MIPYMES, es prácticamente imposible el acceso de este sector a dichos financiamientos.

Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX): La Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones es un foro abierto en el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que pueden participar todos aquellos que tengan un interés particular sobre la exportación con el fin de aportar información e ideas para resolver la problemática que enfrentan los exportadores de México abarcando tanto aspectos administrativos como técnicos.

El compromiso de esta Comisión es darle a través de la concertación de esfuerzos entre los actores del Sector Público y del Sector Privado de una forma multisectorial una solución lo más oportuna posible a las problemáticas que enfrenta el sector exportador y que son presentadas en dicho foro, es decir, que no está dedicada a investigar qué problemas enfrentan los exportadores sino que atiende a los Empresarios que asisten a las reuniones del COMPEX con la intención de buscar ayuda para solucionar sus problemas relacionados con la exportación.

Los miembros permanentes del COMPEX son :

Sector Público

- *Secretaría de Relaciones Exteriores*
- *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*
- *Secretaría de Desarrollo Social*
- *Secretaría de Energía*
- *Secretaría de Salud*
- *Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca*
- *Secretaría de Economía*
- *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural*
- *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*
- *Secretaría de Trabajo y Previsión Social*
- *Eanco Nacional de Comercio Exterior*
- *Nacional Financiera S.N.C.*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Sector Privado

- *Consejo Coordinador Empresarial*
- *Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo*
- *Confederación Nacional de Cámaras Industriales*
- *Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana*
- *Cámara Nacional de la Industria de la Transformación*
- *Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México*
- *Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales*
- *Consejo Nacional de Comercio Exterior*
- *Consejo Nacional Agropecuario*
- *Confederación Patronal de la República Mexicana*
- *Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana.*⁴⁰

En el COMPEX se realiza la presentación de los problemas y sus soluciones a través de reuniones públicas en donde los exportadores reales o potenciales pueden plantear proyectos, problemas o situaciones específicas que pueden ser resueltas por el Gobierno Federal, o bien, por un trabajo en conjunto de los que participan en la reunión, es decir, que no necesariamente el Sector Público tiene la solución a todos los problemas planteados sino que se presentan públicamente para escuchar las opiniones de los demás participantes del Sector Privado con el fin de identificar la solución más viable y aplicarla y en el caso de no quedar solucionado el problema entonces será tomado a través de la Dirección de COMPEX a la Secretaría o Institución que cuente con la capacidad y posibilidad de resolverlo, de este modo el COMPEX gestiona ante las dependencias correspondientes la pronta resolución de las problemáticas y responde a los promoventes a la brevedad posible.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁴⁰ ¿Qué es COMPEX?, en www.secofi-siem.gob.mx, Febrero 2003.

El COMPEX cuenta con tres secciones: la Estatal, la Regional y la Nacional, teniendo al mismo tiempo una división específica conocida como la Sectorial y que es en donde se ven asuntos específicos en materia de la logística internacional, como es el transporte o el despacho aduanal y abarca también el ámbito internacional en materia de negociaciones internacionales o sobre la normatividad a nivel internacional.

Para que un caso sea atendido en el COMPEX debe ser un problema concreto que esté obstaculizando las ventas de la Empresa al extranjero, esté elevando sus costos o incrementando el tiempo de sus exportaciones y al cuál la autoridad competente no le ha dado una solución o el apoyo requerido, el problema presentado deberá cumplir con las siguientes características :

1. Demostrar que se han agotado los trámites por la vía normal y que se presume alguna irregularidad en las instancias y períodos establecidos.
2. Llenar debidamente el formato correspondiente en dónde además de la información básica de la Empresa, se deberá exponer clara y detalladamente la problemática y propuesta de solución.
3. Anexar la documentación de apoyo y enviarla o entregarla en la oficina del COMPEX.⁴¹

Algunos de los casos resueltos a través del COMPEX son:

- El que todas las empresas PITEK, ALTEX y Maquiladoras pudieran ser incorporadas al padrón de Importadores en forma automática sin que tuvieran que realizar el trámite regular que el resto de los importadores deben ejercer conforme a la Legislación Aduanera;

⁴¹ Idem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- La implementación de la tasa cero para las ventas indirectas de exportación, que en su momento fueron aprovechadas al máximo utilizando las constancias de exportación o a través de operaciones virtuales; y

- La ampliación efectiva del plazo para la estancia en México de productos importados bajo el Régimen de Importación Temporal, que inicialmente había sido establecido de un año.

En sí el COMPEX debe ser la última instancia a la que acuden los Empresarios una vez que han agotado todos los recursos posibles para la solución de sus problemas de Comercio Exterior a pesar de que su función es la de apoyar a los exportadores, desafortunadamente se le ha dado poca difusión y a la fecha muchas de las Empresas no lo conocen o saben que existe sin tener información de cómo funciona y por lo tanto dejan de lado la posibilidad de aprovecharlo como un apoyo para la atención de sus problemas, por lo tanto, mientras más empresarios participen en este foro ya sea presentando sus problemas o aportando ideas para la mejora de la actividad exportadora de México, este foro será enriquecido a través de la experiencia y la opinión de empresarios de los distintos sectores participantes, lo cual puede ser aprovechado en beneficio de todos.⁴²

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁴² En el interior de la República los casos para el COMPEX pueden ser atendidos en las Delegaciones y Subdelegaciones de la Secretaría de Economía de los Estados.

3. REQUERIMIENTOS PARA LA DEFINICIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES EN MÉXICO.

Si bien es cierto que el Gobierno ha enfocado sus esfuerzos a fomentar el crecimiento de las exportaciones de México y que a partir de la apertura comercial este crecimiento colocó al país en el Año 2000 como el 8vo. Exportador a nivel mundial y en el 1er lugar en América Latina, también es cierto que hasta el día de hoy los beneficios otorgados a través de los Programas de Fomento han sido aprovechados prácticamente en su totalidad por empresas transnacionales de gran tamaño y poder y en muy poca medida por empresarios mexicanos, lo cual vuelve cuestionable el crecimiento de México ya que tomando en cuenta que cerca del 50% de nuestras exportaciones está siendo generado por la industria maquiladora, misma que pertenece a empresarios extranjeros y muy difícilmente se logrará que esté comprometida con los intereses de México como país y en el momento en que identifique una oportunidad más atractiva de país para establecerse simplemente cerrará sus puertas y emigrará, además de que su balanza comercial, es decir el balance entre lo que importa y lo que exporta se encuentra prácticamente en el mismo rango.

Eso es referente a la industria maquiladora pero además están las empresas con programa PITEC de las cuáles la mayor parte está conformada por industrias transnacionales siendo las menos las empresas mexicanas que están aprovechando los beneficios otorgados por el Gobierno.

Por otra parte, con base en un estudio realizado por el INEGI y Nacional Financiera, para el Año de 1999 de un total de 1.3 millones de unidades productivas establecidas en México, la micro, pequeña y mediana Empresa representó el 98% el cual se subdivide de la siguiente manera : 57% son empresas dedicadas al comercio; 31% a los servicios, 11% al sector manufacturero y 1% a la industria de la construcción.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para efectos de nuestro tema de estudio es importante resaltar que del 11% que corresponde al sector manufacturero solamente el 10% de este sector es exportador y lamentablemente los motivos que aducen quienes no canalizan parte de sus productos hacia el exterior se relacionan con la falta de información, la complejidad de los trámites a seguir y la falta de financiamiento accesible para realizar actividades de exportación, lo cual deja al descubierto la falta de comunicación entre este sector empresarial y el Gobierno ya que mientras el Gobierno piensa que ha hecho todo lo necesario para impulsar a este sector la realidad demuestra que no es así.

Por lo tanto, es evidente la necesidad de un crecimiento real como país exportador basado en el repunte del motor de la economía el cual como podemos ver está conformado por la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Se requiere de una adecuada coordinación y comunicación entre las instituciones gubernamentales y la comunidad empresarial con el fin de lograr un verdadero desarrollo del país ya que para el diseño de los apoyos destinados a este sector se debe conocer su situación real sobre la integración de este tipo de empresas la cuáles en su mayoría son empresas familiares, el nivel de estudios del dueño y sus colaboradores, así como las propuestas o necesidades que tienen, ya que actualmente el sentir general de este tipo de empresarios es que no han tenido el acceso a los créditos ofrecidos por el Sector Público debido a la complejidad de los requerimientos para los trámites y a las elevadas garantías que exigen este tipo de organismos para poder autorizar un financiamiento.

Asimismo, debemos reconocer que realmente son pocas las personas que participan en la actividad propia del Gobierno, es decir, fuera de las Cámaras y Organismos cúpula que están representados siempre por pocos hombres, casi nadie más va a buscar que el Gobierno haga lo que tiene que hacer y este esquema en la actualidad ya no tiene cabida.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El empresario debe dejar a un lado la pasividad que lo caracteriza y adoptar una actitud empresarial distinta que sea innovadora, audaz y con visión positiva y lograr asumir la responsabilidad de hacerse escuchar por el Sector Público buscando retroalimentar al Gobierno con su experiencia e incluso a través de informarle los problemas que se enfrentan en el día a día para que pueda emitir iniciativas de Ley más apegadas a la realidad empresarial.

México necesita de empresarios mexicanos con interés en triunfar tanto en el ámbito nacional como internacional y no de empresarios extranjeros que vengan a aprovechar las ventajas competitivas que ofrece nuestro país para satisfacer sus necesidades específicas las cuáles no precisamente coinciden con nuestros proyectos como Nación.

Se debe tener en cuenta que para llegar a consolidar exportaciones debemos proyectar una imagen integral correcta, esto es tanto de nuestros productos como de nuestra persona, de nuestra Empresa e incluso de nuestro País.

Así como sucede en México, en la mayoría de los países las micro, pequeñas y medianas empresas representan un segmento de la mayor importancia en las economías nacionales tanto por su número como por los empleos que generan y por su participación en la generación de ingresos para el país.

Además es importante destacar que en los países de mayor desarrollo, este tipo de empresas tienen una amplia participación en las exportaciones, tal es el caso de Japón, Italia y Estados Unidos, los cuáles se analizan en el apartado 3.1 del presente capítulo ya que han logrado desarrollar a dicho sector como un activo exportador a través de la implementación de programas integrales de apoyo.

En el punto 3.2 se plantea el manejo y aplicación a la operación diaria de las prácticas de competitividad y productividad que no son solamente conceptos de moda, más bien son hábitos que deben ser incorporados tanto a nivel personal,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

profesional y empresarial con el propósito de ser más eficientes y rentables en todos los aspectos.

Finalmente en el punto 3.3 se establece el planteamiento de las aportaciones que se necesitan tanto por parte del Sector Público como del Sector Privado buscando contribuir a la definición de una estrategia integral de fomento a las exportaciones en México que reditúe en beneficios mutuos para ambos sectores contribuyendo a su vez en el desarrollo de México como Nación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.1 La experiencia del desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Japón, Italia y Estados Unidos como punto de referencia para México.

En países como Italia, Japón, Alemania, España y Estados Unidos, la Pequeña y Mediana Empresa son de gran importancia para el éxito de su economía, razón por la cuál, podría ser de gran utilidad el conocer las características de las políticas aplicadas en esos países y los resultados obtenidos, particularmente en relación a esquemas eficientes de asociación de pequeñas y medianas empresas para la canalización de recursos financieros, para la realización de compras en conjunto, para el desarrollo de investigaciones de mercadotecnia, para la realización de exportaciones y penetración de mercados en el extranjero y para la creación de esquemas en los que estén vinculadas las PYMES a las grandes empresas a través de la subcontratación con el fin de impulsar el desarrollo de las MIPYMES.

En el presente estudio se realiza el análisis de los aspectos relevantes de los casos de Japón, Italia y Estados Unidos con el fin de aprovechar la experiencia de estos países mismos que son ejemplo real de desarrollo de las MIPYMES y a partir de sus políticas realizar el análisis de qué es lo que podría ser aplicable en particular a las MIPYMES mexicanas.

El caso de la MYPE en Japón.

En Japón la política gubernamental de apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) se orienta a :

1. Eliminar los obstáculos a las transacciones con el propósito de mejorar su productividad;
2. Facilitar los recursos financieros a tasas preferenciales;
3. Otorgar incentivos fiscales; y

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4. Promover el desarrollo tecnológico.⁴³

En Japón existe una Ley que permite a las MYPE conformarse en cooperativas y fortalecer su actividad económica a través de la dinámica de grupos, en los cuáles realizan compras conjuntas, comercializan sus productos en conjunto y establecieron mecanismos de crédito entre los miembros de la agrupación.

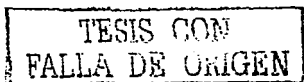
A su vez, existe una Ley que ofrece disposiciones integrales para las MYPE en aspectos como :

- Modernización de instalaciones;
- Mejoramiento de la tecnología utilizada;
- Racionalización de la administración;
- Evitar el exceso de competencia o reserva del mercado; y
- El establecimiento de buenas relaciones laborales.

A través de esta Ley se establece la importancia de mantener a este tipo de industria con plantas modernas tanto en instalaciones como en maquinaria con el fin de no tener un rezago tecnológico, además de dejar en claro que la asociación autorizada debe realizarse dentro de un ambiente de prácticas leales de comercio y con una adecuada valoración de su capital humano.

En Japón existen tres instituciones financieras sostenidas por el Gobierno destinadas a atender a las MYPES, éstas son : El Banco Central de Cooperativas y Comerciales (BCCIC) que ofrece servicios bancarios generales para las MYPE; la Corporación Financiera del Pueblo (CFP) es un organismo especializado en el financiamiento a las Micro y Pequeñas empresas y en coordinación con la CFPE ofrecen préstamos especiales en condiciones preferenciales para programas específicos, estos pueden ser proyectos de modernización de la fábrica, inversión

⁴³ Espinosa Villareal, Oscar. El impulso a la micro, pequeña y mediana Empresa, FCE, México 1993, Pág. 33



en proyectos en contra de la contaminación, para la conservación de energéticos y para ajustes estructurales; y la Corporación Financiera de la Pequeña Empresa (CFPE) que brinda préstamos a largo plazo para equipo y maquinaria, así como, capital de trabajo.

Además de las instituciones antes mencionadas y con el fin de facilitar la autorización de los préstamos otorgados por la banca comercial hacia la MYPE, existe también la Asociación de Garantías de Crédito que tiene como función principal el garantizar los pasivos de las MYPE, ya que se identificó que la débil acreditación de este sector y la falta de garantías subsidiarias o colaterales estaban representando un cuello de botella para el acceso de esta industria a la autorización de capital por parte de la banca comercial.

Respecto a incentivos fiscales, las MYPE japonesas gozan de beneficios tales como: tasa reducida de impuestos al ingreso, una deducción del impuesto al ingreso, una indemnización especial de reserva, así como, una tasa de depreciación dependiente de los programas de asistencia.

Por otra parte, con el fin apoyar el desarrollo tecnológico del país, tanto los Gobiernos locales como el Gobierno Nacional de Japón proveen cuatro tipos de ayuda para las MYPES: desarrollo de recursos humanos, difusión y orientación, desarrollo de tecnología básica e incentivos para el desarrollo tecnológico.

Para este tipo de desarrollo el Gobierno de Japón se ha apoyado en las Universidades del país con el fin de desarrollar proyectos de investigación tecnológica por medio de Centros de Investigación Pública destinados a ofrecer asistencia técnica y atender las consultas de las MYPES. Asimismo, el Gobierno japonés brinda incentivos financieros y fiscales a las MYPES para fomentar en ellas la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Finalmente, es importante resaltar el papel de los sistemas de subcontratación dentro del sistema económico japonés, dichos sistemas consisten en enlaces múltiples con las MYPES y se manejan a través de una forma jerárquica de disposición piramidal, con una firma primaria de montaje como cabeza, que en algunos casos alcanza hasta un quinto nivel de subcontratistas involucrando a más de 30,000 firmas. Este tipo de sistemas hoy en día son considerados como uno de los sistemas productivos más eficientes del mundo.

El caso de la MIPYME en Italia.

Las micro, pequeñas y medianas empresas en Italia representan el 99% de la totalidad de entidades productivas del país; generan 50% del Producto; absorben 60% de la mano de obra empleada y realizan 30% de las exportaciones totales de este país. Específicamente en el sector exportador es importante destacar que el 60% de las exportaciones manufactureras proviene de este tipo de empresas y cuatro de cada 10 pequeñas y medianas empresas exportadoras están asociadas a uno o más grandes consorcios.⁴⁴

La característica principal de las PYMES italianas estriba en su alto nivel de competitividad internacional y su flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado mundial. En Italia el grado de integración vertical entre empresas de distinto tamaño es muy importante en virtud de que la reconstrucción industrial de ese país fortaleció la organización de este sector industrial estableciendo para ello una política de fomento industrial basada en la canalización hacia dicho sector recursos en términos blandos, esta política abarcó un amplio esquema de apoyos que han beneficiado tanto a las PYMES como a las grandes empresas.

El éxito de este tipo de industria italiana está basado en su proceso de producción en cadena, el cual es conocido como el modelo de especialización flexible y está

⁴⁴ Espinosa Villarreal, Oscar. Op.Cit. Pág. 30



basado en la subcontratación, es decir, que están descentralizadas las distintas fases de fabricación de un producto realizándolas entre diferentes empresas pequeñas y medianas. Por ejemplo en el caso de la fabricación de zapatos, una empresa se encarga de cortar la piel, otra de la horma del zapato, otra de la suela y otra del armado final y todas ellas están vinculadas a través de un mecanismo de subcontratación.

Por otra parte, existen los consorcios italianos los cuales surgen debido a que hay procesos de comercialización y exportación que resultan muy costosos para empresas pequeñas en forma individual por lo cual se asocian empresas medianas y pequeñas con el fin de proporcionar los servicios de información, asesoría y servicios técnicos especializados y personalizados y cuentan con tratamiento jurídico especial.

El capital de este tipo de asociaciones es aportado exclusivamente por los socios pero sus gastos de operación son cubiertos con aportaciones de asociaciones de grandes empresarios, por el gobierno italiano y por los propios agremiados.

Hoy en día este tipo de consorcios están dedicados a la exportación, al aseguramiento del crédito y a la difusión de tecnología, destacando por su importancia los consorcios en áreas de maquinaria, textiles, muebles, alimentos y vinos.

Es importante señalar que la formación de consorcios o el "asociacionismo" en Italia más que un mecanismo mediante el cuál las PYMES han alcanzado economías competitivas, es una parte fundamental de la cultura empresarial de ese país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El caso de la MIPYME de Estados Unidos.

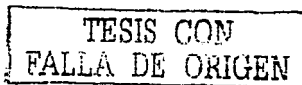
En Estados Unidos las pequeñas y medianas empresas representan alrededor del 99% de las empresas de ese país, contribuyen con el 20% del total de sus exportaciones anuales y son un proveedor importante para las grandes empresas en Estados Unidos cuya producción tiene como destino principal el mercado de exportación⁴⁵, es decir, se desempeñan tanto como exportadores directos como indirectos.

Los resultados positivos de la operación de este sector se debe en gran medida al espíritu emprendedor de los empresarios, a una infraestructura económica eficiente y a la innovación tecnológica entre otros factores. Sin embargo, también se debe al apoyo que reciben estos empresarios por parte del Gobierno de ese país a través de medidas de fomento que instrumentan las instituciones públicas y privadas como la Small Business Administration (SBA) y el Eximbank.

El apoyo crediticio que reciben las PYMES de Estados Unidos no es otorgado directamente por la SBA, es manejado a través de la banca comercial y la SBA únicamente entrega una garantía de respaldo para que sea autorizado el crédito solicitado.

La SBA dispone de varios programas de crédito de acuerdo al tipo y tamaño de la empresa solicitante y a la actividad a la que será destinada el préstamo, estos créditos pueden ser destinados a capital de trabajo, pero lo que llama la atención es que cuenta con una opción accesible para préstamo de capital de riesgo, este préstamo es conocido como Programa para Compañías de Pequeña Inversión Empresarial y es el único programa de capital de riesgo patrocinado por el Gobierno de Estados Unidos y genera capital contable y financiamiento de deudas a largo plazo, disponible para el crecimiento, expansión y modernización de pequeñas firmas.

⁴⁵ Espinosa Villarreal, Oscar. Op. Cit. Pág. 38



Además de los programas de asistencia financiera, la SBA cuenta con diversos programas de asistencia administrativa y técnica dirigidos a los aspectos de apoyo no financiero requeridos por las pequeñas y medianas empresas, estos programas se llevan a cabo a través de una red de asesoría y capacitación que está formada por un Cuerpo de Servicios de Ejecutivos Retirados, Institutos de Pequeñas Empresas y Centros de Desarrollo de la Pequeña Empresa.

El caso de la MIPYME en México.

Como podemos observar en los tres casos presentados anteriormente, es innegable la importancia con que cuenta la Micro, Pequeña y Mediana empresa en estos países tanto en el ámbito nacional como en su proyección hacia el extranjero, lamentablemente el caso de México no es ni siquiera comparable a ninguno de estos países ya que fuera de los discursos oficiales y buenas intenciones en campañas políticas, no se ha brindado la debida atención a las MIPYMES.

En México las empresas están clasificadas de acuerdo al número de empleados y a la actividad que realizan y la importancia de dicha clasificación radica en que en ella se basan los programas de apoyo de las entidades gubernamentales.

CLASIFICACION POR NÚMERO DE TRABAJADORES

SECTOR / TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO EMPRESA	0 - 10	0 - 10	0 - 10
PEQUEÑA EMPRESA	11 - 50	11 - 30	11 - 50
MEDIANA EMPRESA	51 - 250	31 - 100	51 - 100
GRAN EMPRESA	251 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE

FUENTE: Secretaría de Economía, Diario Oficial de la Federación (DOF) Lunes 30 de Diciembre de 2002, segunda sección, Pág. 51

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cabe destacar que la mayor parte de las MIPYMES mexicanas tienen como cliente directo al consumidor final y el concepto de desempeñarse como proveedoras, subcontratistas y aliadas sinérgicas de las grandes empresas está prácticamente ausente en nuestro país a pesar de que como podemos observar, en los países desarrollados ha funcionado favorablemente convirtiendo a este sector en la columna vertebral de su economía.

Aunado a esto se percibe una desorientación de los Programas con los que cuenta la Banca de Desarrollo ya sea Nacional Financiera o el Banco de Comercio Exterior ya que si bien tiene Programas destinados a las PYMES prácticamente son considerados sobre capital de trabajo además de que los requisitos a cumplir para poder obtener la autorización de una línea de crédito son casi imposibles de cubrir por las MIPYMES además de no contar con las garantías que les solicitan dichas instituciones, por lo tanto, a pesar de que los informes anuales de éstos organismos reportan la cantidad de créditos asignados durante cada año en realidad fueron otorgados a empresas que cumplieron con todos los requisitos, siendo que las grandes empresas son las que pueden cubrirlos, a modo de que los créditos quedan desvirtuados al no cumplir con la función para la cual fueron creados por la razón de la inviabilidad para poder asignarlos a las MIPYMES.

Por lo tanto, más allá de la implantación de modelos económicos sobre medidas macroeconómicas nuestro principal objetivo debe centrarse en el desarrollo de las cadenas productivas en donde las MIPYMES sean la parte medular de dichas cadenas con el fin de reforzar al sector que representa el motor de nuestra economía nacional, en donde reciban un impulso real para consolidar su fuerza productiva.

Tomando en cuenta los casos de Japón, Italia y Estados Unidos presentados anteriormente, algunos de los puntos aplicables a México son:

- El otorgamiento de recursos financieros a tasas preferenciales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Ampliar la cantidad de créditos de capital de riesgo, ya que en la actualidad son prácticamente inexistentes.
- Reducir la carga fiscal para las Empresas.
- Promover la modernización tecnológica de la planta productiva de México, a través del ofrecimiento de beneficios fiscales.
- La redefinición de las funciones de Nacional Financiera para que destine el total de sus recursos a apoyar a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con el fin de ofrecer préstamos especiales a este tipo de industria en condiciones preferenciales, ya que actualmente esta institución está apoyando prácticamente en la misma proporción tanto al Sector Público como al Sector Privado.
- El establecimiento de garantías subsidiarias o colaterales para respaldar a las MIPYMES en los financiamientos que les sean otorgados.
- Reforzar el desarrollo de las cadenas productivas.

Finalmente cabe mencionar que estos puntos pueden ser una referencia para la reestructuración de los apoyos gubernamentales a las MIPYMES en México, pero la base principal de la política de apoyo a este tipo de empresas deberá ser sobre las necesidades de dichas empresas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.2 Competitividad y Productividad. Factores fundamentales para el crecimiento y consolidación del Sector Exportador Mexicano.

Dentro del entorno de apertura de fronteras comerciales en el que se encuentra inmerso el mundo, la Competitividad y la Productividad representan sin duda los retos más importantes de todos los países ya que a través de ellas se podrá lograr el desarrollo como nación y el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el mercado mundial.

Estando conscientes de que a México le queda mucho por avanzar en materia de Competitividad y Productividad ya que desafortunadamente aún se tiene muy arraigada la cultura del "ahí se va" o del "ya ni modo", así como un conformismo y una pasividad exacerbada en la que la mayoría espera a que los demás hagan las cosas o resuelvan las situaciones sin tener la mayor intención de ser más participativos y propositivos aplicando el dicho de que "la unión hace la fuerza" y dejando a un lado la actitud individualista que nos caracteriza.

La Competitividad se entiende como la capacidad de una Persona, Empresa o Nación de enfrentar a sus contrapartes en condiciones óptimas y poder mantenerse dentro de su entorno de manera favorable a sus intereses.

Por ejemplo si una persona en el ámbito profesional se queda rezagada y deja de ser competitiva para la Empresa en la que labora lo más probable es que sea reemplazada por otra que ofrezca mejores beneficios para la empresa; en el caso de una empresa que deja de ser competitiva simplemente sus clientes se alejarán y se irán con otra empresa que les ofrezca los mismos productos pero con mejor calidad, precio y servicio; y en el caso de un país con bajos niveles de competitividad evidentemente no podrá ofrecer los beneficios de infraestructura, fiscales o de seguridad para que otros países estén interesados en mantener relaciones de ningún tipo con él.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En el ámbito empresarial, la Competitividad es la capacidad de mantener y fortalecer su rentabilidad y participación en los mercados, con base en las ventajas asociadas a sus productos o servicios, así como, a las condiciones en que los ofrece y es el resultado de una adecuada combinación de su política comercial y su productividad.

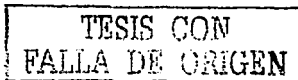
La política comercial de una Empresa debe estar basada en las ventajas que tiene sobre sus competidores y que puede hacerlas valer ante sus clientes con el fin de cerrar favorablemente una negociación. Dichas ventajas están conformadas por ventajas comparativas y ventajas competitivas.

Como ventajas comparativas se manejan aquellas que tiene la empresa a su favor sin que hayan sido generadas directamente por él, en el caso de empresarios mexicanos, pueden ser la situación geográfica de México que es benéfica para el desarrollo de su Comercio Internacional, el aprovechamiento de la preferencia arancelaria que gozan los productos mexicanos en los países con los que México tiene Tratado de Libre Comercio, el aprovechamiento de las facilidades que México otorga a los Exportadores.

Las ventajas competitivas de cada empresa se generan a partir de la habilidad que tenga para mantenerse a la vanguardia en los mercados tanto nacional como internacional, esto es: el diseño de sus productos, su calidad, su precio, entregas oportunas, flexibilidad de su producción, un programa de reducción de costos, la capacitación de su personal, el servicio al cliente y el establecimiento de alianzas estratégicas tanto con sus proveedores como con sus clientes.

Además se debe tener en cuenta que la competencia es un elemento fundamental que promueve la productividad de las empresas.

Respecto a la Productividad, ésta se interpreta como el aprovechamiento al máximo de los recursos disponibles sin la generación de desperdicios o con una



generación mínima y con un rendimiento óptimo. Un ejemplo simple de productividad es la evaluación de una jornada de trabajo de una persona X que labora en el Sector Público, esta persona que llega a su oficina a las 8:30 A.M. pero ocupa media hora en comentar con sus compañeros como les fue el fin de semana y en realidad comienza a atender a las personas a las 9:00 A.M. después a las 10:30 A.M. sale por el desayuno y regresa a trabajar a las 11:15 A.M. y a las 13:30 Hrs. ya no atiende a nadie y comienza a guardar sus cosas porque sale a las 2:00 P.M., en este caso el nivel de productividad de ésta persona es demasiado pobre debido a que existe una cantidad impresionante de desperdicio de tiempo ya que no solamente es el de ella sino también el de las personas que iba a atender por el tiempo que las hizo esperar injustificadamente, es decir, la improductividad se genera en una reacción en cadena involucrando y afectando a varias partes a veces intencionalmente y en otras ocasiones sin la intención directa pero con el mismo efecto y puede darse tanto a nivel personal, gerencial, empresarial o gubernamental.

Es muy importante tener en cuenta que un buen nivel de productividad de una empresa es cuando está aprovechando al máximo su capacidad tecnológica y capital humano en las actividades que corresponden a cada área y debe abarcar el área productiva, el área comercial y el área administrativa, es decir, a todas las áreas de cada empresa.

La productividad incluye el manejo de criterios sobre rentabilidad, eficacia, eficiencia, valor, calidad, innovación y calidad de vida en el trabajo. La rentabilidad de una Empresa es determinada a través de dividir el monto total de ventas entre el monto total de los costos operativos y la manera de aumentar la rentabilidad de una Empresa es haciendo más con menos enfocándose principalmente a producir más a la vez que se aplica una política de reducción de costos, una alternativa viable es la disminución de gastos generales y la reducción de servicios.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es importante tener en cuenta que tanto para poder competir internacionalmente como para obtener ingresos más altos, tiene que darse un incremento constante de la productividad, por lo tanto, actualmente una de las principales tareas de las empresas es la de elevar su productividad con calidad para poder enfrentar los embates de la competencia y afianzar su presencia tanto en el mercado nacional como en el Internacional a través de la conquista de más clientes y de nuevos mercados y las MIPYMES no están exentas de esta tarea ya que la competencia empresarial está en todos lados sin tomar en cuenta el tamaño y la vulnerabilidad de las empresas.

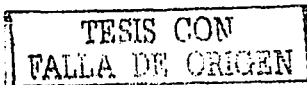
Como lo mencioné anteriormente, la productividad genera una reacción en cadena por lo tanto si las empresas logran mantener altos niveles de productividad sus ventas se incrementarán, crecerá la generación de empleos y por ende mejorará el nivel de vida los mexicanos y la posición de México en el entorno internacional.

Las MIPYMES deben considerar dentro de su reestructuración el cumplimiento de los requisitos básicos para la eficiencia organizacional, estos son:

- Una filosofía operativa adecuada que se comunica a todos los empleados.
- Un buen planteamiento hacia objetivos valederos.
- Un sistema de control que indica si se está avanzando hacia el cumplimiento de esos objetivos de una manera aceptable o no. El sistema de medición juega un papel fundamental en el último paso.⁴⁶

Un punto medular para lograr elevar los niveles de productividad en las Empresas mexicanas es el tema de la capacitación ya que de una buena y constante capacitación se derivan los beneficios para la empresa en el sentido de que mientras más esté capacitada la gente mejor desempeñará sus responsabilidades y se verá motivada a ser más propositiva.

⁴⁶ Smith, Elizabeth. Manual de Productividad. Ediciones Macchi, Buenos Aires, Argentina 1993, Pág. 14



Desafortunadamente hoy en día aún son muchas las empresas que consideran el tema de la capacitación como un lujo o un gasto el cual no están dispuestas a cubrir, no obstante que esta apreciación es totalmente equivocada ya que la capacitación es uno de los aspectos fundamentales para lograr la competitividad de su empresa y con ello poder ingresar también a la exportación, así como, para preparar mejor a las empresas que actualmente se dedican a tal actividad, apoyándolas a consolidar sus operaciones comerciales en los mercados internacionales.

Es de vital importancia que la empresa exportadora tenga pleno conocimiento de sus clientes en el extranjero, esto debe abarcar desde la atención que se le brindará al cliente, conocimiento del producto, legislación, trámites, aranceles y distribución del producto, entre otros.

Además, con el constante cambio que se vive en la materia, es importante mantener una actualización permanente y esto se puede lograr a través de cursos, seminarios y diplomados en la materia, solamente de este modo se podrá incursionar y mantenerse a la vanguardia tanto en el mercado nacional como internacional.

Conjuntamente con el asunto de la capacitación, las MIPYMES deben decidirse a impulsar el crecimiento de este sector abarcando todos los engranes de su empresa, para lo cual necesitan estar dispuestas a un cambio radical en su forma de pensar y de trabajar. Para lograr este cambio se deben considerar diversos factores, dentro de los cuales se sugiere contemplar los siguientes:

- a) Considerar siempre que es de alta prioridad crear y ejecutar movimientos estratégicos que mejore la posición competitiva de la compañía a largo plazo teniendo en cuenta la capacidad real con que se cuenta para la aplicación de dichas estrategias. Esta acción permitirá a las empresas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

incrementar poco a poco sus ventas y con ello su consolidación en el mercado.

- b) La estructura organizacional de la empresa, es decir que todos sus empleados deben estar convencidos de que la aplicación de una estrategia clara y consistente que sea creada con objetivos a corto, mediano y largo plazo y con posibilidades de lograrlos, le proporcionará a la empresa una posición industrial reconocida. Con el tiempo, una compañía que aplica una estrategia de crecimiento bien ideada y que se dedique a asegurar una sólida posición en el mercado, tendrá un mejor rendimiento y logrará hacerle frente a sus competidores de manera eficaz.
- c) Se debe realizar una inversión continua con el fin de modernizar su planta productiva, así como, a su personal, ya que esta inversión le permitirá lograr una ventaja competitiva duradera, de modo a que podrá contar con productos y servicios de buena calidad, mismos que contribuirán al buen prestigio de la empresa.
- d) Debe diseñar estrategias hasta cierto punto flexibles para que puedan ser adaptadas a las circunstancias del mercado y deben estar enfocadas a cubrir las necesidades de los clientes siempre tratando de estar en mejor posición que sus competidores.
- e) A pesar de que la exigencia de los mercados en general plantea la necesidad de ofrecer productos de mejor calidad a menor precio, se debe tener cuidado de no reducir los precios si no se cuenta a su vez con una ventaja de costos establecida ya que sólo un producto de bajo costo puede ganar con la reducción de precios a largo plazo, de lo contrario solamente se estaría atentando contra la rentabilidad y la estabilidad de la propia empresa.

TESIS CON
FALTA DE ORIGEN

Se debe tener en cuenta que la intención no debe ser el eliminar a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, más bien debe estar enfocada a que el Gobierno les brinde el apoyo financiero necesario al mismo tiempo que ellas trabajan en la redefinición de su estructura interna buscando lograr una modernización que les permita afianzar su crecimiento dentro del entorno actual y estando plenamente convencidos de que la pequeñez que sí debe ser necesariamente eliminada de este tipo de industria es la que se refiere a la ineficiencia, al conformismo, a las limitaciones de recursos y a la falta de visión, capacitación y planeación, elementos que son derivados de la calidad de la gestión empresarial y no precisamente del tamaño de la Empresa.

También cabe destacar que serán la actitud positiva, el trabajo fecundo, las políticas económicas aplicadas constructivamente y a largo plazo y la capacitación constante los factores que podrán conducir a las empresas a un flujo constante de actividades productivas contribuyendo también al crecimiento de las exportaciones, lo cuál es importante para el país, ya que si bien las exportaciones no son la panacea que solucionará milagrosamente todos los problemas del país, sí pueden representar una estrategia que contribuya de manera importante a construir un futuro más promisorio para los mexicanos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.3 Planteamiento de aportaciones requeridas por parte del Sector Público y del Sector Privado para el establecimiento de una estrategia integral efectiva.

Los problemas de las MIPYMES son muy diversos, en lo que respecta a las instituciones de promoción y apoyo casi siempre están dirigidas por personalidades quienes en escasas ocasiones han sido empresarios y por lo tanto se dedican a diseñar planes complicados de ingeniería financiera de difícil comprensión y más difícil aplicación para el pequeño o mediano empresario.

Por su parte, las Cámaras empresariales están más dedicadas al cabildeo que a ayudar a sus asociados, organizan seminarios, conferencias y talleres de donde surgen propuestas para ser sometidas a la autoridad competente pero que la mayoría de las ocasiones si bien les va son escuchadas pero con muy pocas intenciones de aplicarlas. Desafortunadamente las ideas y recomendaciones de este tipo de organismo: distan mucho de la realidad que enfrenta la Micro, Pequeña y Mediana Empresa ya que volvemos a caer en la condición de que las Empresas que son miembros activos de este tipo de organismos son las grandes empresas transnacionales o las Maquiladoras.

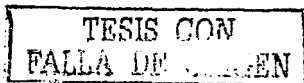
De este modo, es innegable la necesidad de que para que México pueda consolidar su presencia en el entorno internacional, debe contar con los suficientes mecanismos y herramientas que le permitan aprovechar las oportunidades que brindan los mercados extranjeros y esto se logra en gran medida a través del aumento de la productividad y de la competitividad de las Empresas mexicanas y sobre todo a través del impulso a la Pequeña y Mediana empresa, así como, con el respaldo del Gobierno Federal para tener acceso a la asignación de recursos financieros adecuados, suficientes y oportunos que reditúan en el reforzamiento de este sector y por ende, en la consolidación de la economía nacional.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Teniendo presente en todo momento que las micro, pequeñas y medianas empresas no son un pasivo en la estrategia para impulsar el desarrollo del país, sino un gran activo para darle permanencia y equidad a los esfuerzos de crecimiento económico, a continuación se menciona una serie de aportaciones que se requieren tanto por parte del Sector Público como del Sector Privado con el fin de lograr establecer una estrategia integral que genere un crecimiento real de la fuerza motriz de la economía mexicana, misma que radica esencialmente en la Micro, Pequeña y Mediana empresa del país.

Con respecto al Sector Público, se puede determinar que los requerimientos más imperantes son:

- Que la Banca de Desarrollo además de facilitar el acceso de las MIPYMES a los programas de crédito con que cuentan estas instituciones a través de la simplificación de requisitos, establezca una opción viable de aportación de Capital de Riesgo, ya que este rubro es de primordial importancia para las empresas debido a que este tipo de recursos son los que les permiten realmente fortalecer su estructura financiera, consolidar sus operaciones y desarrollar programas de crecimiento de su planta productiva.
- Que la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tengan acceso al capital a un costo competitivo para que puedan competir en igualdad de condiciones con empresas de otros países.
- Que las instituciones de Gobierno cuenten con el personal debidamente capacitado y dispuesto a brindar asesoría y apoyo eficaz y oportuno a los empresarios, debiendo contar con información actualizada y oportuna para poder orientar a las empresas que quieran participar dentro la actividad exportadora de nuestro país.



- Que haya una permanente y eficaz coordinación entre los organismos de apoyo al Comercio Exterior tanto públicos como privados con el fin de adecuar a las necesidades del sector empresarial los programas de fomento.
- Que los actuales Programas de fomento sean actualizados conforme a los cambios del entorno internacional del que México es parte, con el fin de mantener vigentes los beneficios para los que fueron creados.
- Propiciar un acercamiento con el sector empresarial con el fin de darle a conocer los programas diseñados para él y la disposición del Gobierno para lograr ser realmente un apoyo para este sector, logrando así una mayor coordinación y vinculación con el empresariado nacional.
- Que el Gobierno establezca una política fiscal dirigida a este tipo de empresas, la cuál no signifique una carga para ellas sino que esté creada para incentivar su participación dentro de la economía nacional de una manera más favorable. Es decir, debe ser evidente la intención del Gobierno de impulsar el crecimiento de este sector y no de reprimirlo.
- Diseñar y aplicar un programa que vincule a las universidades del país con las empresas, buscando desarrollar una cooperación que genere beneficios mutuos, en donde interactúen la necesidad de los estudiantes de desenvolverse en el ámbito empresarial y la necesidad de las empresas de contar con un capital humano en formación, mismo que podría contribuir con ideas novedosas para la creación de sus estrategias.
- Crear un marco legal y fiscal adecuado que sitúe a estas empresas en un plano de igualdad competitiva a nivel mundial.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Que se cuente con una mejor infraestructura carretera y portuaria con el fin de hacer más eficiente la actividad del Comercio Internacional en lo que se refiere a la logística.

A su vez, se plantea que el Sector Privado cumpla con los siguientes requerimientos:

- Que se dé una participación más activa por parte del empresariado nacional ya que no se debe continuar con la pasividad colectiva que aún nos caracteriza, dejando en manos del Gobierno la toma de decisiones que conciernen a ambos sectores, el Sector Público y el Privado, ya que la aplicación de dichas Leyes atañe a todos en conjunto.
- Que se origine la concientización de los empresarios mexicanos en el sentido de que su negociación individual forma parte de un todo que constituye la industria mexicana y, por otro lado, definir con el consenso entre los grupos empresariales, cuáles podrían ser los esquemas de integración industrial más favorables para la industria mexicana en el mediano y largo plazo.
- Debe establecer una planeación estratégica de sus procesos internos, que esté formada por un conjunto coherente de planes de acción creados, comprendidos, aceptados y compartidos por todos los miembros de la organización con el fin de lograr una mejor productividad y por ende ser más competitivos. Cabe resaltar en este punto, que solamente se podrán lograr buenos resultados si se realiza la aplicación diaria de dicha planeación estratégica y no permitir que se quede en una carpeta guardada en los archivos de la Empresa.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Aprovechar al máximo los recursos disponibles, esto es, hacer amplio uso de sus "ventajas competitivas".
- Brindar espacios a estudiantes universitarios dentro de sus áreas administrativas con el fin de permitirles conocer de cerca el ámbito laboral, lo cual les permitirá lograr un desarrollo profesional más integral ya que podrán contar con una formación teórico-práctica.
- Hacer una autoevaluación de su situación actual y a partir de los resultados de dicha autoevaluación, estructurar planes de acción orientados a eliminar vicios laborales y actividades improductivas. Estos planes deben ser elaborados con la participación de los propios empleados ya que ellos conocen más a fondo la operación de su área, además de que el elaborarlos les creará cierto compromiso con su cumplimiento.
- Lograr su certificación bajo la norma ISO 9000 ya que actualmente tanto las grandes empresas en México como la mayoría de los clientes en el extranjero solicitan este certificado para que puedan aprobar a sus proveedores, por lo tanto independientemente de que las exportaciones estén dentro de sus planes o no, la empresa debe lograr su certificación para poder ser parte de alguna cadena productiva.
- Considerar como una opción viable, el integrarse con otras empresas de similares características con el fin de trabajar en conjunto en algunas de las actividades empresariales, las cuales de manera individual le sean muy costosas o inaccesibles, sin que ello signifique poner en riesgo a su empresa.

Como podemos observar, si bien es cierto que la capacidad de respuesta de las MIPYMES depende en gran medida de sus posibilidades de acceder a los

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

recursos financieros, a la capacitación, a la tecnología, a la información, a la asesoría y a mecanismos de asociación empresarial también es indudable que la parte fundamental de su desarrollo está dentro de ellas mismas.

De este modo, queda claramente identificado que un resultado positivo depende absolutamente de un trabajo en conjunto entre el Gobierno y los empresarios, el cuál esté orientado a lograr los mismos objetivos y avanzar en una misma dirección con el fin de contribuir con el progreso del país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIONES

Es innegable que la situación actual del empresariado nacional es mucho mejor en comparación con la de la década de los 80's en lo referente a su organización y al control de sus procesos, no obstante, estas mejoras se han presentado principalmente en las grandes empresas y en menor proporción en las medianas.

A través de la presente investigación se pudo corroborar que el problema que ha estado frenando el repunte de las MIPYMES es eminentemente de carácter estructural, causado por un tradicional desdén por la capacitación, la falta de disciplina individual, el no saber trabajar en equipo, la ausencia de esfuerzos continuados, permanentes y con recompensas a largo plazo, lo cual es parte de nuestra idiosincracia y por lo tanto está inmerso tanto dentro del Sector Público como del Sector Privado.

Cabe resaltar que si bien es cierto que el desarrollo y progreso empresarial depende en gran medida de la actitud y desempeño de los propios empresarios ya que son las empresas y no las naciones quienes compiten en los mercados internacionales, también es cierto que la aplicación o ausencia de políticas y acciones gubernamentales bien o mal fundamentadas generan un efecto estimulante o desalentador sobre dicho desarrollo.

Por lo tanto, la hipótesis planteada al inicio de esta investigación, ha sido comprobada positivamente ya que en realidad existe una necesidad imperante de identificar los aspectos esenciales que deben aportar tanto el Sector Público como el Sector Privado con el fin de diseñar una estrategia integral que pueda ser aplicada a las MIPYMES, mismas que son la parte medular de la economía nacional, orientada a lograr erradicar las deficiencias y carencias de los procesos productivos, comerciales y financieros de este sector y a promover una cultura empresarial objetiva, visionaria y efectiva que reditúe en beneficios para todos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es imprescindible eliminar por completo la percepción de que la Micro, Pequeña y Mediana empresa mexicana no es capaz de avanzar dentro del contexto de negocios actual, sino por el contrario, se debe tener plena confianza en que si cuenta con un entorno nacional adecuado y una mentalidad con aspiraciones de progresar, este sector empresarial podrá aprovechar las ventajas con las que cuentan las grandes empresas en México y a las cuáles han estado limitadas las MIPYMES durante muchos años por falta de capacidad financiera y por desconocimiento de los apoyos ofrecidos, así como, lo inaccesible de estos últimos.

Es muy importante tener en cuenta en todo momento que actualmente la planeación estratégica es el motor de las Empresas, el saber de dónde vienen, a dónde van y cómo van, son las principales preguntas que se plantean constantemente aquellas organizaciones que se mantienen exitosamente dentro del mercado a pesar de la competencia internacional, además de esto, las MIPYMES deben tener en cuenta que actualmente la demanda tanto nacional como internacional exige el cumplimiento de calidad, cantidad y continuidad en sus productos con el fin de mantener las relaciones comerciales que establece con sus proveedores.

Asimismo, se debe reconocer que el servicio al cliente significa algo más que sólo ser amables con él, es decir, va más allá de esto abarcando la atención proporcionada a través de la labor de venta, al momento de la venta y el servicio post-venta, buscando siempre cubrir e incluso exceder las expectativas iniciales de cada cliente con el fin de crear alianzas duraderas que fortalezcan la posición del proveedor independientemente de la competencia existente.

El ser competitivo requiere de un esfuerzo consciente y constante del equipo de trabajo dentro de cada Empresa y del Gobierno, pero debe partir de los principales directivos de la Empresa y de los países ya que si ellos carecen de dicha actitud vanguardista muy difícilmente podrán transmitirla a sus colaboradores. La

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

competitividad implica que se estén incorporando constantemente nuevos conocimientos convirtiéndolos en parte fundamental de nuestro actuar diario con el fin de aplicar una mejora continua en nuestro desempeño y por consiguiente en la productividad Empresarial y solamente reconociendo la inercia de los negocios y adaptándonos correctamente nos podremos incorporar a ellos y esto se logra a través de una competitividad integral de nivel internacional, tanto del Sector Público con del Sector Privado.

A su vez, el Gobierno debe tomar en consideración que la actitud tomada a raíz de la apertura comercial, en general ha sido de manera reactiva e incongruente con los problemas que ha enfrentado el sector empresarial nacional y por lo tanto, la aplicación de los instrumentos de apoyo creados por el Sector Público han sido aprovechados por pocas Empresas y las que son mayoría continúan estando desatendidas y con desconocimiento de los servicios y apoyos disponibles para este tipo de industria, por lo tanto, es evidente la necesidad de que se destine mayor atención a este tipo de Empresas con el fin de reforzar realmente el motor de la economía nacional y sin que ello signifique desatender a las Empresas que hoy en día sí disfrutan de los apoyos gubernamentales existentes, más bien con el fin de apoyar el crecimiento del sector manufacturero de bienes intermedios y finales para contar con capacidad suficiente de sustituir los bienes importados con bienes nacionales y estando conscientes de que el entorno nacional desempeña un papel esencial en el éxito competitivo de las Empresas, ya que en la mayoría de los casos, las Naciones tienen éxito cuando las circunstancias del país apoyan de forma adecuada la aplicación y el seguimiento de las estrategias empresariales, estimulando a sus empresas domésticas a competir en mercados internacionales.

De este modo, el Gobierno puede moldear las circunstancias del entorno nacional desde distintos ámbitos, tales como el fomento a la creación de Asociaciones Industriales, la regulación adecuada de los servicios de apoyo logístico a los empresarios y la adecuación de la política fiscal a la realidad del empresariado

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

nacional para de este modo contribuir a la consolidación de México como potencia fabricante y exportadora de marcas nacionales.

Cabe resaltar que las condiciones creadas por el Gobierno de cada país son solamente un punto de apoyo para el desarrollo empresarial pero depende completamente de las Empresas el aprovechar las oportunidades y las ventajas creadas por su Gobierno con el fin de destacar tanto nacional como internacionalmente como un exportador con alto nivel competitivo.

Desafortunadamente en México se está entendiendo tardamente la importancia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y por consecuencia, hoy en día se debe avanzar de forma acelerada pero con proyección a largo plazo, en el fortalecimiento de este tipo de Industria para poder lograr una mejor posición como país dentro del entorno internacional, confiando en que la fuerza motriz del país estará basada en empresas con altos niveles de productividad y comprometidas con la nación.

De este modo, para que México sea realmente un país fuertemente exportador, se requiere de una profunda transformación estructural la cual se dé en acciones conjuntas entre el Gobierno y los empresarios mexicanos y no que se quede solamente en discursos, buenos deseos y cifras hasta cierto punto engañosas, sino que derive en la modificación permanente de las estructuras del país contribuyendo al mismo tiempo a lograr una formación empresarial sólida, profesional y nacionalista.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA

Alponte, Juan María. La Política Exterior de México en el nuevo orden mundial. Antología de principios y tesis. Fondo de Cultura Económica, México 1993, Pp. 428

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). América Latina y el Caribe Políticas para mejorar la inserción en la economía mundial. CEPAL / Fondo de Cultura Económica, Chile 1998, Pp. 468

Dabat, Alejandro (Coordinador). México y la Globalización. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias / UNAM, México 1994, Pp. 287

De la Madrid Hurtado, Miguel. Plan Nacional de Desarrollo 1983 - 1988. Poder Ejecutivo Federal, México 1983, Pp. 430

Eroles G., Antonio. La pequeña empresa exportadora. Guía práctica para iniciar operaciones de Comercio Exterior. Ed. Panorama, México 1995, Pp. 143

Espinosa Villarreal, Oscar. El impulso a la micro, pequeña y mediana Empresa. FCE, México 1993, Pp. 152

González Marín, María Luisa y Lucía Álvarez Mosso (Comp.). La Economía Mexicana en el Umbral del siglo XXI antología. Ediciones Quinto Sol, México 1994, Pp. 287

Ianni, Octavio. Teorías de la Globalización. 3ª edición, Editorial Siglo XXI, México 1998, Pp. 184

Jaime, Edna y Luis Barrón (coords.). Lo hecho en México. Editorial Cal y Arena, Centro de Investigación para el desarrollo, A.C., México 1992, Pp. 214

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Moreno Castellanos, Jorge A. et al., Comercio Exterior sin barreras, 2ª edición, Ediciones Fiscales ISEF, México D.F. Abril de 2002, Pp. 358

Porter, Michael. Ventaja Competitiva, 2da. Impresión, Editorial CECSA, México 1998, Pp. 545

Porter, Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones, Editorial Vergara, Buenos Aires, Argentina 1993, Pp. 1,025

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. Competitividad Internacional, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 2000, Pp. 105

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Agente Aduanal, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 2000, Pp. 102

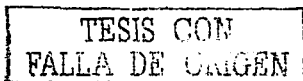
Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Gerente de Tráfico y Aduanas, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 2001, Pp. 176

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El impacto del 303 del TLCAN, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 2001, Pp. 133

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. El Semáforo Fiscal, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 1995, Pp. 156

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. Facilidades para Exportar, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 1996, Pp. 268

Reyes Díaz-Leal, Eduardo. Importaciones Temporales. Fomento a las Exportaciones, Universidad en Asuntos Internacionales, México D.F. 1995, Pp.



Salinas de Gortari, Carlos. Plan Nacional de Desarrollo 1989 – 1994. Poder Ejecutivo Federal, México 1989, Pp. 143

Smith, Elizabeth. Manual de Productividad. Ediciones Macchi, Buenos Aires, Argentina 1993, Pp. 311

Urquidí, Víctor L. (Coordinador), México en la globalización. Condiciones y requisitos de un desarrollo sustentable y equitativo. 1ª Reimpresión, Fondo de Cultura Económica / Economía Latinoamericana, México 1997, Pp. 223

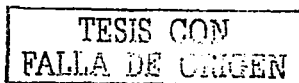
Villarreal, René. Industrialización, deuda y desequilibrio e termo en México. Un enfoque neoestructural (1929-1988). 2ª edición, Fondo de Cultura Económica / Economía Latinoamericana, México 1988, Pp. 616

Villegas H., Eduardo y Rosa Ma. Ortega. El nuevo sistema financiero mexicano. 2ª edición 1ª reimpresión, Editorial PAC, S.A. de C.V., México 1995, Pp. 377

Vitker, Jorge y Gerardo Jaramillo. El régimen jurídico del Comercio Exterior de México, del gatt al tratado trilateral. UNAM, México 1991, Pp. 460

Ley Aduanera y reglamento 2002. Ediciones Fiscales ISEF, México 2002, Pp. 213

Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984 - 1988. SECOFI, México 1984, Pp. 120



HEMEROGRAFIA

Acevedo L., Ma. Guadalupe. "Las formas de organización empresarial que promueven la globalización de las economías", en Revista de Relaciones Internacionales, México en la Agenda Internacional, No. 72, México FCPyS UNAM Octubre - Diciembre 1996, Publicación trimestral, Págs. 21-29.

Alvarez Galván, José Luis y Enrique Dussel Peters. "Causas y efectos de los programas de promoción sectorial en la economía mexicana", en Revista de Comercio Exterior, Bancomext, México D.F., Mayo de 2001, Publicación mensual, Págs. 446-456

Arellano, Leandro. "Estrategia de México ante el desarrollo económico mundial en un mundo globalizado", en Revista de Relaciones Internacionales. Desarrollo mundial, medio ambiente y problemas internacionales en un mundo fragmentado, No. 63, México FCPyS UNAM Julio - Septiembre 1994, Publicación trimestral, Págs. 45-52.

Avila Sanz, Rosa. "Como sacar ventaja del ambiente adverso en los negocios internacionales" en Revista Carta ANIERM, No. 235 Vol. XXXIII, México D.F., Abril 2002, Publicación mensual, Págs. 26-27

Córdoba Kuthy, Alfredo. "La pequeña y mediana empresa y el comercio exterior", en Revista de Relaciones Internacionales. El Comercio Exterior en México, No. 70, México FCPyS UNAM, Abril - Junio 1996, Publicación trimestral, Págs. 121-123

Dabat, Alejandro. "Tendencias y perspectivas de la economía mundial", en Revista de Comercio Exterior, No. 11 Vol. 47, México Bancomext Noviembre 1997, Publicación mensual, Págs. 859-869

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Departamento de análisis económico de la ANIERM. "La nueva fase de crecimiento en el comercio exterior de México" en Revista Carta ANIERM, No. 237 Vol. XXXIII, México D.F., Junio 2002, Publicación mensual, Págs. 19-23

Espinoza, Luz Elena y Bernardo Olmedo Carranza. "Las exportaciones mexicanas: calidad total y justo a tiempo", en Revista de Relaciones Internacionales. El Comercio Exterior en México, No. 70, México FCPyS UNAM, Abril - Junio 1996, Publicación trimestral, Págs. 93-102

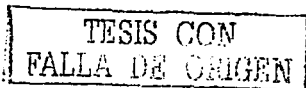
Espinoza Padierna, Luz Elena. "Crisis y transformación: en busca de posibilidades para México", en Revista de Relaciones Internacionales. México en la Agenda Internacional, No. 72, México FCPyS UNAM, Octubre - Diciembre 1996, Publicación trimestral, Págs. 49-55

Espinoza Padierna, Luz Elena. "Política industrial ¿ viejo reto o nueva necesidad para México ?", en Revista de Relaciones Internacionales. Temas actuales de las Relaciones Internacionales, No. 74, México FCPyS UNAM, Mayo - Agosto 1997, Publicación trimestral, Págs. 81-88

Jaramillo Velásquez, Gerardo "Acuerdos Comerciales suscritos por México", Kansei, capacitación al Comercio Exterior, México 2000, Pp. 58

Martínez Cortés, Ignacio. "La política industrial y la competitividad del sector exportador", en Revista de Relaciones Internacionales. El Comercio Exterior en México, No. 70, México FCPyS UNAM, Abril - Junio 1996, Publicación trimestral, Págs. 53-83

McCarthy, Eugene. "México en el umbral del siglo XXI: el camino por recorrer", en Revista de Relaciones Internacionales. Desarrollo mundial, medio ambiente y problemas internacionales en un mundo fragmentado, No. 63, México FCPyS UNAM, Julio - Septiembre 1994, Publicación trimestral, Págs. 53-55



Muñoz Martínez, Manuel J., "ANIERM impulsa herramientas para el Comercio Exterior" en Revista Carta ANIERM, No. 235 Vol. XXXIII, México D.F., Abril 2002, Publicación mensual, Pág. 1

Muñoz Martínez, Manuel J., "Nuevas alternativas para diversificar mercados" en Revista Carta ANIERM, No. 237 Vol. XXXIII, México D.F., Junio 2002, Publicación mensual, Págs. 1

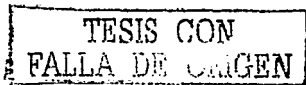
Murray, Stephen. "Las Empresas: Las fuertes; y las débiles" en Revista Negocios Internacionales, Bancomext, Año 9 No. 104, México D.F., Noviembre 2000, Publicación mensual, Págs. 39-41

Pereznieto Castro, Leonel. " El Comercio Internacional de México: su contexto y algunas consecuencias ", en Revista de Relaciones Internacionales. Desarrollo Mundial. Medio Ambiente y Problemas Internacionales en un Mundo Fragmentado. No. 63, México FCPyS UNAM, Julio - Septiembre 1994, Publicación trimestral, Págs. 57-60

Piñón Antillón, Rosa María . "El reto de México: desarrollo y mercados externos", en Revista de Relaciones Internacionales. El Comercio Exterior en México, No. 70, México FCPyS UNAM, Abril - Junio 1996, Publicación trimestral, Págs. 11-22

Salinas de Gortari, Carlos. "El cambio, un imperativo", en Textos de Política Exterior/39, Secretaría de Relaciones Exteriores, México 1990, Pp. 11

Salinas de Gortari, Carlos. "Hacia una nueva vinculación con el mundo", en Textos de Política Exterior/37, Secretaría de Relaciones Exteriores, México 1990, Pp. 6



Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, "Decreto para el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior", en Diario Oficial De La Federación, México D.F., 11 de Abril de 1997.

Secretaría de Economía, "Decreto por el que se establecen diversos programas de promoción sectorial", en Diario Oficial De La Federación, México Viernes 02 de Agosto de 2002.

Secretaría de Economía, "Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores", en Diario Oficial De La Federación, México D.F., 29 de Diciembre de 2000.

Secretaría de Economía. "Decreto promulgatorio del Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Nicaragua ", en Diario Oficial De La Federación, Tomo DXXXVIII No. 1, México Miércoles 1 de julio de 1998, 2ª y 3ª sección.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, "Anexo 1 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2002", en Diario Oficial De La Federación, México Viernes 28 de Junio de 2002, 2ª sección.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, "ANEXO 22 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2002", en Diario Oficial De La Federación, México Miércoles 3 de Julio de 2002, 2ª sección.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, "Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2002 y sus anexos, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25 y 26", en Diario Oficial De La Federación, México Viernes 31 de Mayo de 2002, 2ª y 3ª sección.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Solana, Fernando. "El Gobierno de la República postula una política exterior activa", en Textos de Política Exterior/16, Secretaría de Relaciones Exteriores, México 1989, Pp. 11

"Programa de desarrollo empresarial 2001-2006", en Carta ANIERM, Núm. 231 Año 19 Vol. XXXII México Diciembre de 2001, Págs. 29-32

CIBERGRAFIA

Aduana México

"Guía de Importación a México", en
www.aduanas.sat.gob.mx, Noviembre 2002.

Arteaga King, Alonso

"La Gestión de la Cadena de Suministros, ¿ Qué es y por qué este concepto está en la lista de prioridades de los altos ejecutivos? ", en
www.cimm.com.mx, Diciembre 2002.

Banco de México

"Información sobre tasas de interés", en
www.banxico.gob.mx, Enero 2003.

BANCOMEXT

"Créditos", en
www.bancomext.gob.mx, Enero 2003.

BANCOMEXT

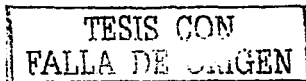
"Proyectos de Inversión", en
www.bancomext.gob.mx, Enero 2003.

Gantz, David A. y Luis F. Martínez.

"The Impact of the 2001 NAFTA changes: Report to the U.S. Customs Service", en
www.natlaw.com, Febrero 2003.

INEGI

"Datos estadísticos", en
www.inegi.gob.mx, Noviembre 2002.



Moreno, Claudia.

"Estrategia", en

www.gestiopolis.com, Diciembre 2002.

Nacional Financiera, S.N.C.

"Informe de Actividades 2001", en

www.nafin.gob.mx, Diciembre 2002.

NAFIN

"Crédito a tasa variable", en

www.nafin.gob.mx, Febrero 2003.

Secretaría de Economía

"Centros de Distribución en Estados Unidos, Europa, Centroamérica, El Caribe y Sudamérica", en

www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Centros PYMEXPORTA", en

www.pyme.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Consolidate en nuevos mercados", en

www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras",

en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Secretaría de Economía

"Decreto para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación", en www.economia.gob.mx, Octubre 2002.

Secretaría de Economía

"Decreto para regular el establecimiento de empresas de Comercio Exterior", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Decreto que establece programas de importación temporal para producir artículos de exportación", en www.economia.gob.mx, Octubre 2002.

Secretaría de Economía

"Fomento a las exportaciones", en www.economia.gob.mx, Agosto 2002.

Secretaría de Economía

"Información revisada de Comercio Exterior. Agosto de 2002", en www.economia.gob.mx, Octubre 2002.

Secretaría de Economía

"Iniciate en la Exportación", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Módulos de Orientación al Exportador (MOE's)", en www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

Secretaría de Economía

"Negociaciones Comerciales, Tratados", en
www.economia.gob.mx, Octubre 2002.

Secretaría de Economía

"Política Económica para la Competitividad", en
www.economia.gob.mx, Septiembre 2002.

Secretaría de Economía

"Tratados y Acuerdos Comerciales suscritos por México", en
www.economia.gob.mx, Octubre 2002.

"Acuerdo de Complementación Económica Chile - México", en
www.prochile.cl/acuerdos/mexico/index.sp.htm, Octubre 2002.

"Calidad Total", en

www.gestio.polis.com, Diciembre 2002.

"Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones", en

www.economia.gob.mx, Febrero 2003

"Contacto PYME", en

www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

"Filosofía Justo a Tiempo", en

www.her.itesm.mx, Diciembre 2002.

"Historia de la Aduana de México", en

www.aduanas.sat.gob.mx, Diciembre 2002.

"Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)", en
www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

"¿Qué es COMPEX?" en
www.secofi-siem.gob.mx, Febrero 2003.

"Tratado de Libre Comercio de América del Norte"
www.economia.gob.mx, Diciembre 2002.

"Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres"
www.mundolatino.org/politica/Tratados/q3tlc.htm, Enero 2003.

"Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica"
www.economia.gob.mx, Enero 2003.

"Tratado de Libre Comercio México - Bolivia"
www.aduananimx.org.mx/boliviaesp.htm, Enero 2003.

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

Alvarez Beristain, Jenny Erika. "En la internacionalización de la Economía Mexicana: Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME's) 1997-1999", en Tesis de Relaciones Internacionales, UNAM Campus ARAGON, México 2001, Pp. 143.

Granada González, Verónica. "Importancia del apoyo financiero en las perspectivas de desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa mexicana ante la apertura comercial (1990-1995)", en Tesis de Relaciones Internacionales, UNAM Campus ARAGON, México 1997, Pp. 148.

Reyes, Sandra. "El papel de las Empresas, Instituciones de Apoyo y Gobierno dentro del Procesos de Exportación 1994-2000", en Tesis de Relaciones Internacionales, UNAM Campus ARAGON, México 2000, Pp. 158.

Uribe Reyes, Alicia. "Problemática Actual para la actividad exportadora de las Pequeñas y Medianas Empresas mexicanas (1994-1999)", en Tesis de Relaciones Internacionales, UNAM Campus ARAGON, México 2001, Pp. 184.

Zequeiro, Luis. "Administración moderna y estratégica del Departamento de Tráfico", Kansei capacitación al Comercio Exterior, México 2000, Pp. 76

"Facilitadores del Proceso MRP-II", Manual de curso impartido en la Empresa Böhler Thyssen Soldaduras, S.A. de C.V., México Octubre del 2000, Pp. 130

"Información presentada por el Centro ANIERM-PYMEXPORTA a la Empresa Böhler Thyssen Soldaduras, S.A. de C.V., México, Octubre de 2002.



Cédula de identificación

Folio: _____

Fecha: _____

Nombre o Razón Social: _____		RFC _____	Año Inicio de Operaciones _____
Domicilio Calle y número exterior e interior _____		Colonia _____	
C.P. _____	Ciudad _____	Estado _____	
Clave Lada _____	Telefono(s) _____	Fax(s) _____	
Nombre del Representante o contacto _____		Cargo _____	
Nombre del Director General _____			
Correo(s) Electrónico(s) _____			
Página web _____			

Tamaño de la empresa:

Micro Pequeña Mediana Grande

Fracción arancelaria: _____

Descripción del producto: _____

Sector: _____ Giro o actividad: _____

Personal empleado:

Directivos Administrativos Obreros Total

PREGUNTAS CLAVE DE UBICACIÓN

- ¿Cuenta con un producto? Si () No ()
- ¿Desea iniciarse en la actividad exportadora? Si () No ()
- Exporta Si () No ()
 - ¿Hace cuánto tiempo? _____
- ¿Desea diversificar sus mercados o incrementar sus exportaciones? Si () No ()
- ¿Tiene una consulta o requerimiento específico en materia de comercio exterior? Si () No ()
Cuál _____

F1 Consolidate en nuevos mercados F2 Inicie en la exportación Consulta específica DOCUMENTO
Capítulo III

FORMATO

FECHA DE ELABORACIÓN
Noviembre del 2001

FECHA DE ACTUALIZACIÓN

PÁGINA
1/1

1 de 15

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

DATOS GENERALES

- A. Nombre de la empresa:** _____
B. Fecha: _____
C. Folio de cédula de identificación: _____
D. Ejecutivo de cuenta: _____

Diagnóstico de trabajo

		Respuestas
1	¿Cómo considera las características de originalidad de su producto con respecto a su competencia?	
	a. Mi producto no se diferencia del de mi competencia	
	b. Hay pocos productos con los que realmente compito	
	c. Mi producto es muy diferente al resto	
	d. Llevo a cabo revisiones periódicas con el fin de diferenciar mi producto de los de mi competencia	
2	¿Qué nivel de innovación ha dado a sus procesos productivos?	
	a. El proceso productivo no ha sufrido ningún tipo de cambio desde hace más de 2 años	
	b. Ha aumentado un poco el nivel tecnológico en los procesos de producción ya que se ha comprado maquinaria nueva y moderna	
	c. Cuento con el capital necesario para comprar nuevos equipos pero no tengo el conocimiento de cuáles son los más adecuados para mi producción	
	d. El tener objetivos de reinversión periódica nos ha permitido contar con los mejores equipos que permiten reducir tiempos, costos y aumentar la calidad en los procesos y el producto	
3	¿Cuenta con un sistema de control de calidad?	
	a. No cuento con ningún sistema que mida la calidad de mis productos y procesos	
	b. Cumplo con las normas de mercado nacional, y estamos en trámite para obtener una certificación con validez internacional	
	c. El contar con una certificación de calidad con validez internacional nos ha permitido asegurar ventas en el mercado	
4	¿Se encuentra registrada la marca de su producto?	
	a. El producto no cuenta con marca registrada	
	b. No es necesario registrar la marca de mis productos	
	c. La empresa se encuentra en el proceso de registro de marcas para sus productos	
	d. El haber registrado la marca de mis productos elimina la posibilidad de que se presente algún tipo de fraude y nos da imagen en el mercado	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

5	¿Su producto cuenta con características de adaptación a diversos mercados?	
	a. No conozco las características que deben tener mis productos para que se adapten a diversos tipos de mercado	
	b. Considero que mi producto se puede exportar tal como se fabrica actualmente	
	c. La empresa está desarrollando nuevos productos para adaptarlos a otros mercados	
	d. Nuestro producto, así como el proceso productivo es muy flexible lo cual nos permite hacer cambios al producto de una forma muy eficiente	
6	¿Cuenta con la capacidad necesaria para incrementar su producción en el caso de un aumento en la demanda?	
	a. No cuento con la capacidad de producción necesaria para responder a cambios en la demanda	
	b. Si cuento con capacidad ociosa, pero poco representativa	
	c. La empresa cuenta con una capacidad ociosa de más del 25%	
	d. El tener capacidad ociosa de producción nos ha permitido mantener clientes potenciales, y cerrar negocios dependientes de volúmenes de ventas	
7	¿Cuenta con información de proveedores para adquirir las materias primas y así incrementar su producción?	
	a. No cuento con información de proveedores para adquirir materias primas que me permitan aumentar la producción	
	b. Mi proveedor de materias primas me puede surtir mayores cantidades que las actuales	
	c. Cuento con varios proveedores de materia prima de buena calidad, lo que me permite siempre estar abastecido	
8	En muchos países, modificando la materia prima, los componentes y el acabado, se pueden cumplir con las barreras no arancelarias de protección ¿Considera que su empresa lo puede hacer?	
	a. Ya que el proceso no es flexible, la empresa no podría cambiar el producto, se tendría que exportar igual que como se vende en el mercado nacional	
	b. Mi producto no está sujeto al cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias en el mercado internacional	
	c. Al contar con un sistema de producción flexible, la empresa es capaz de hacer los cambios necesarios al producto	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

9	¿Sus criterios de formulación de precios se determinan con base al mercado, costos, demanda, precios de la competencia, variación del tipo de cambio, impuestos aduanales y costos de distribución, entre otros?	
	a. Desconozco la estructura de formulación de precios	
	b. El precio depende de los costos fijos, variables y la utilidad deseada	
	c. Se determina el precio del producto analizando el precio de la competencia, para lograr ser competitivo	
	d. Para el mercado de exportación la empresa podría reducir su precio con el fin de ser más competitivo	
10	¿Considera que su margen de utilidad satisface los objetivos planificados periódicamente?	
	a. Desconozco si el margen de utilidad obtenido es el óptimo para la empresa	
	b. No se han establecido objetivos o metas sobre el punto	
	c. La empresa ha establecido objetivos sin embargo, cada vez es más difícil lograr las metas propuestas	
	d. El llevar a cabo una planeación nos ha permitido tener un mayor control de operaciones y administración de costos	

		Respuestas
1	¿Cómo califica su actitud de empresario con respecto a la exportación?	
	a. No tiene gran importancia	
	b. Es un buen camino para salir adelante cuando se tiene crisis en el mercado interno	
	c. La empresa ha realizado esfuerzos por exportar pero no se han tenido los resultados deseados	
	d. Es muy importante comercializar en el exterior, ya que le brinda prestigio, y le obliga a ser una empresa altamente competitiva entre otros beneficios	
2	¿Cuenta con personal administrativo para desarrollar la actividad exportadora?	
	a. No creo que sea necesario tener personal administrativo enfocado a esta actividad	
	b. A pesar de ser necesario no cuento con el personal administrativo para desarrollar específicamente la actividad exportadora	
	c. Tengo el personal administrativo en mi empresa pero no se encuentra capacitado en materia de comercio exterior	
	d. Cuento con el personal administrativo necesario y totalmente capacitado en materia de comercio exterior	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

3	¿Cuenta con un sistema de aseguramiento de la calidad?	
	a. No cuento con ningún sistema de aseguramiento de calidad	
	b. Cuento con un sistema de calidad cumpliendo solo con las normas oficiales mexicanas	
	c. Cuento con un sistema de calidad para cumplir con las NOMS y actualmente nos encontramos en el proceso de certificación de normas internacionales	
	d. El tener certificados de calidad con validez nacional e internacional me permite tener una mejor imagen en ambos mercados, así como una mayor cantidad de clientes	
4	¿La organización de la empresa permite profesionalizar la actividad exportadora?	
	a. No creo necesario que el personal administrativo de la empresa tenga la necesidad de estructurar un mecanismo de trabajo orientado a la exportación	
	b. A pesar de haber exportado no se cuenta con el área específica para desarrollar esta actividad	
	c. Actualmente se está desarrollando el área de comercio exterior	
5	¿Capacita a su personal operativo y administrativo?	
	a. No considero necesaria la capacitación en comercio exterior	
	b. Cuento con el personal adecuado para profesionalizar la actividad exportadora pero necesito servicios de apoyo de capacitación en materia de comercio exterior	
	c. La empresa está implementando un plan de capacitación y actualización en dicha materia	
6	¿Existen instrumentos que verifiquen el desarrollo de la empresa?	
	a. No contamos con instrumentos que verifiquen el desarrollo dentro de la empresa	
	b. El único instrumento que verifica el crecimiento de la empresa se lleva a cabo a través del área contable	
	c. Se han establecido metas y objetivos con el fin de verificar el desarrollo de la empresa, sin embargo no han sido de gran utilidad	
	d. El contar con diferentes instrumentos de verificación de crecimiento dentro de la empresa nos ha permitido estructurar planes de acción encaminados al desarrollo y mejora continua	
7	¿Desarrolla objetivos de venta nacional?	
	a. No desarrollamos ningún tipo de objetivos de ventas	
	b. Si se tienen establecidos objetivos pero no se han logrado cumplir	
	c. La empresa tiene claros los objetivos de ventas a corto y largo plazo y lleva a cabo análisis continuos con el fin de implementar medidas correctivas	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

8	¿La base financiera de la empresa mantiene provisiones destinadas a la exportación?	
	a. No considero necesario canalizar recursos a la exportación ya que se tienen otras prioridades	
	b. La situación financiera dentro de la empresa no permite destinar recursos a la exportación	
	c. Si se han aplicado recursos destinados a la exportación pero no se han logrado obtener beneficios	
9	¿Ha considerado los gastos que implica incursionar en el mercado de exportación?	
	a. No se han tomado en cuenta los diversos gastos que implica la exportación de mercancías	
	b. Se está llevando a cabo un estudio con la finalidad de evitar gastos excesivos	
	c. Si son tomados en cuenta los gastos de exportación pero estoy interesado en obtener información para reducirlos	
10	¿Conoce los apoyos financieros instrumentados por el gobierno federal, estatal o municipal para la exportación?	
	a. Desconozco los diferentes apoyos financieros que brinda el gobierno en apoyo a la exportación	
	b. Estoy interesado en conocer los diferentes apoyos financieros que brinda el gobierno	
	c. Conozco algunos de estos apoyos pero no he logrado cumplir con los requisitos para obtenerlos	
	d. El contar con el apoyo financiero por parte del gobierno a través de sus diferentes mecanismos nos ha permitido aumentar el volumen de producción y con ello cubrir demandas de clientes en el extranjero, entre otros beneficios	
11	¿En caso de requerir financiamiento contempla la posibilidad de recurrir a la banca?	
	a. La empresa no podría pedir un financiamiento	
	b. Estoy interesado en conocer el procedimiento y los requisitos necesarios para poder obtener financiamiento por parte de la banca	
	c. Hemos intentado recurrir a este tipo de entidades pero el financiamiento es muy reducido, las tasas de interés muy altas o no llegan a ser aprobados los proyectos presentados	
	d. Gracias al acercamiento a este tipo de entidades hemos podido obtener planes de financiamiento que nos han permitido acelerar el crecimiento y desarrollo de la empresa	



Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo

		Respuestas
1	¿La empresa se encuentra asociada con alguna otra razón social del ramo?	
	a. La empresa no tiene ninguna asociación con otras compañías	
	b. La empresa está en proceso de participar con otras empresas del ramo con el fin de mejorar los productos de todos los asociados	
	c. La empresa está participando con otras empresas con el fin de igualar el producto y lograr tener mayor capacidad de producción.	
2	¿Si su capacidad instalada no le permite cumplir con pedidos de exportación, estaría dispuesto a asociarse con otras empresas del ramo?	
	a. La empresa no estaría interesada	
	b. La empresa está abierta a la posibilidad de trabajar en equipo para lograr exportar mayores volúmenes	
	c. La empresa ya se encuentra asociada con esta finalidad	
3	¿Estaría dispuesto a modificar las características de su producto para homogeneizarlo con otros productores nacionales a fin de tener un solo producto de exportación?	
	a. La empresa no está interesada en hacer un producto homogéneo con otros competidores	
	b. La empresa está buscando otros productores nacionales para poder mejorar conjuntamente	
	c. La empresa si se estaría dispuesta a cambiar el producto con el fin de vender más en el extranjero	
	d. La empresa ya ha homogeneizado el producto con otros productores nacionales y está logrando mayor participación en el mercado	

	Pregunta No. Capacidad sobre Comercio Exterior	Respuestas
1	¿Conoce los beneficios que brindan los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio firmados por México?	
	a. Desconozco los beneficios que brindan	
	b. Conozco los beneficios pero pocas veces los he aplicado, ya mis mercancías no cumplen con los requisitos	
	c. Si conozco los beneficios pero estoy interesado en actualizarme e investigar si existe alguna otra forma para obtener mayores beneficios fiscales y administrativos	
	d. Derivado del conocimiento de los beneficios que brindan los tratados de libre comercio o acuerdos comerciales firmados por México se ha logrado disminuir costos y tener un precio más competitivo.	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

2	¿Cuál es su grado de conocimiento sobre las fuentes de información en materia de comercio exterior?	
	a. Desconozco las diferentes fuentes existentes	
	b. Sólo utilizo el Diario Oficial de la Federación	
	c. Conozco algunas fuentes de información en esta materia pero estoy interesado en conocer todas las herramientas disponibles con la finalidad de estar actualizado	
	d. Derivado del correcto uso de las diferentes fuentes de información relativas al comercio exterior me encuentro actualizado y tengo la capacidad de aplicar soluciones en relación a los cambios en este campo	
3	¿Cuál es su manejo de las fuentes de información impresas y electrónicas en materia de comercio exterior?	
	a. No manejo ningún tipo de fuente de información	
	b. Sólo se manejan fuentes impresas	
	c. Sólo se manejan fuentes electrónicas	
	d. La utilización de las fuentes impresas y electrónicas ha permitido a la empresa estar actualizada y capacitada en materia de comercio exterior	
4	¿Conoce los esquemas de apoyo a la exportación implementados por el sector público y privado?	
	a. Desconozco dichos programas	
	b. Sé cuáles existen pero nunca los he utilizado	
	c. La empresa ha implementado algunos de esos apoyos, sin embargo su administración o costos son muy altos	
5	¿Conoce todos los organismos y dependencias a nivel estatal y federal involucradas en el comercio exterior?	
	a. Se desconocen dichos organismos o dependencias	
	b. Sólo conozco a las Secretarías de Economía y de Hacienda y Crédito Público	
	c. Por el conocimiento de los diferentes organismos y dependencias gubernamentales involucradas en el comercio exterior sabemos a donde acudir en caso de que surja algún problema, realizar algún trámite, obtener servicios de capacitación, etc.	
6	¿Tiene conocimientos de los trámites y documentos que requiere cuando exporta?	
	a. No tengo conocimiento de los diferentes trámites y documentos	
	b. He exportado pero con imprevistos por no cumplir con ciertos trámites	
	c. Conozco algunos, pero no estamos seguros de que los estemos cumpliendo correctamente	
	d. Derivado del conocimiento de los diferentes trámites y documentos necesarios para la exportación de las mercancías cuento con un archivo en forma, lo que me permite cumplir con la ley en caso de alguna auditoría	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

	Respuestas
1. ¿Sabe la clasificación arancelaria de su producto?	
a. Desconozco la fracción arancelaria	
b. Conozco la clasificación de mi producto gracias al agente aduanal, pero no estamos seguros de que sea la correcta	
c. El conocer el sistema de clasificación arancelaria nos permite determinar la fracción arancelaria de mis mercancías y por tanto cumplimos con las regulaciones no arancelarias en el país importador	
2. ¿Tiene identificado el mercado internacional donde pretende colocar su producto?	
a. No tengo identificado aún el mercado internacional al que se destinarán mis mercancías	
b. Tengo identificado el mercado al que pretendo destinar mis productos pero no se si sea el indicado	
c. Derivado del conocimiento de las diferentes características de los mercados seleccionados tengo la capacidad de identificar con toda seguridad al país en el cual se comercializarán mis mercancías con éxito	
3. ¿Tiene establecido el segmento de mercado en el que desea operar?	
a. No tengo establecido el segmento de mercado al que pretendo llegar	
b. Ya tengo establecido el segmento pero no se ha analizado a fondo	
c. Estoy interesado en conocer los mecanismos que me permitan detectar el segmento indicado para mi producto	
d. El estudio profundo del segmento de mercado adecuado para mis mercancías nos permite cumplir con las necesidades y expectativas de mis clientes ya que están perfectamente definidas las características de los consumidores	
4. ¿Conoce las preferencias arancelarias que tiene su producto en el mercado meta?	
a. No conozco las preferencias arancelarias que tiene mi producto en el país importador	
b. No tiene preferencias arancelarias ya que no tenemos un tratado o acuerdo firmado con el país con el que comercializo	
c. La mercancía que deseo exportar se encuentra exenta de impuesto en el país de importación	
d. Derivado del conocimiento de las preferencias arancelarias que tiene mi producto en los países importadores puedo conocer qué tan competitivo es mi producto	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

5	¿Conoce las barreras no arancelarias que tiene su producto en el mercado meta?	
	a. No conozco las barreras no arancelarias que tiene mi producto en el mercado meta	
	b. La mercancía que quiero exportar no tiene que cumplir con ninguna barrera no arancelaria en el país de destino	
	c. Se están llevando a cabo los cambios al producto para poder cumplir con las regulaciones no arancelarias	
6	¿Conoce la demanda y precio que tiene su tipo de producto en el mercado meta?	
	a. No conozco la demanda y precio que tiene mi competencia en el mercado importador	
	b. Si conozco la demanda y el precio al cual se venderán mis productos en el extranjero	
	c. Se está analizando el mercado meta con el fin de determinar el precio más competitivo	

		Respuestas
1	¿El precio de su producto tiene márgenes de utilidad para adecuarlo a la exportación?	
	a. Desconozco el procedimiento para formar el precio de exportación de mis mercancías	
	b. El precio de mis productos no cuenta con un margen de utilidad para adecuarlo a la exportación y ser competitivo	
	c. Cuento con un cierto margen de utilidad en el precio de mis productos, y se está analizando cuál es el porcentaje de utilidad adecuado para el mercado meta	
	d. Derivado del análisis profundo de los costos de la empresa he podido reducirlos con la finalidad de tener un mayor margen de utilidad y poder ofrecer un mejor precio que el de la competencia en el exterior	
2	¿Conoce el costo unitario de su producto?	
	a. Desconozco el costo unitario de mi producto	
	b. Si conozco el costo unitario de mi producto	
	c. Derivado del conocimiento del costo unitario de mi producto puedo ofrecer cotizaciones competitivas por contenedor e Incoterm, así como también puedo llevar el procedimiento administrativo de reducción de costos más acertado	
3	¿Cómo determina su precio de exportación?	
	a. Desconozco el procedimiento para fijar precios de exportación	
	b. Para la fijación de precios considero los costos totales o el precio al que vende mi competencia en los mercados meta	
	c. El conocer los diferentes procedimientos de fijación de precios de exportación nos da la capacidad de adaptarme a los mercados internacionales	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

4	¿Conoce los gastos que implicaría exportar su producto?	
	a. Desconozco los gastos que tendría que llevar a cabo para exportar mis productos	
	b. Conozco algunos de éstos gastos ya que la mayoría los maneja mi agente aduanal	
	c. Conozco los costos que implica el exportar mis mercancías	
	d. Gracias a la investigación y análisis de cada uno de los gastos que implica la exportación se podrá reducir costos	
5	¿Conoce las términos de comercio internacional (INCOTERMS)?	
	a. Desconozco los términos de comercio internacional, con los cuales me apoyaría para establecer el precio de exportación de mis productos	
	b. Mi precio es el mismo que doy al mercado nacional	
	c. Derivado del conocimiento de los término de comercio internacional ofrezco una amplia gama de precios para la exportación	
6	¿Se interesaría en la exportación si tuviera que disminuir el margen de utilidad que actualmente tiene en el mercado interno la venta de su producto?	
	a. No estaría interesado	
	b. El reducir el margen de utilidad se traduciría en pérdidas para la empresa	
	c. Considero que el disminuir el margen de utilidad al momento de exportar permitiría incursionar en el mercado meta y aumentar los volúmenes de venta	

Sección V - Comercialización de Exportación		Respuestas
1	¿Le interesa desarrollar un plan de comercialización que le facilite la incursión en nuevos mercados?	
	a. No estoy interesado en desarrollar un plan de comercialización	
	b. El plan de comercialización que se aplica al mercado externo es el mismo que se lleva a cabo en el mercado nacional	
	c. La elaboración de un plan de comercialización basado en las características del mercado meta permitirá a la empresa incursionar competitivamente	
2	¿Sabe qué información de apoyo se necesita para el desarrollo del plan de comercialización?	
	a. Desconozco el tipo de información que se necesita para desarrollar un plan de comercialización	
	b. Desconozco la confiabilidad de la información que poseo del mercado al que pretendo incursionar para elaborar un plan de comercialización	
	c. Tengo información verídica pero no sé la forma correcta de llevar a cabo el plan de comercialización	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

3	¿Conoce los elementos que debe contener el plan de comercialización?	
	a. Desconozco los elementos que debe contener el plan de comercialización	
	b. Los elementos que se utilizan son los mismos que se aplican en el mercado nacional	
	c. Conozco algunos elementos pero necesito mayor información	
4	¿Tiene contemplada una política de penetración al mercado externo ya sea directamente o a través de distribuidores?	
	a. No se cuenta con políticas específicas	
	b. Se pretende utilizar la misma política de penetración que en el mercado actual	
	c. Se está analizando el mercado para determinar la política de penetración más conveniente	
5	¿Considera conveniente determinar y seleccionar los canales de comercialización que utilizará su producto en el mercado meta?	
	a. No lo considero relevante	
	b. Conozco los canales de distribución teóricamente pero desconozco la práctica y operatividad de los mismos	
	c. He investigado los mejores canales de distribución para mi producto, sin embargo he tenido problemas al implementarlos	
6	¿Sabe cómo identificar un agente de ventas en el mercado meta para la colocación de su producto?	
	a. No conozco los medios que me ayudarían a identificar un agente de ventas en el mercado meta	
	b. La comercialización de mi producto no se lleva a cabo mediante agentes de ventas	
	c. He contactado diversos agentes de ventas	

Sección V: Logística de exportación		Respuestas
1	¿Está en posibilidades de contratar un transporte ágil y seguro que dé confiabilidad de la entrega de su producto en el mercado de exportación?	
	a. Desconozco qué tipo de transporte es el adecuado para mi producto	
	b. El transporte que utilizo para llevar a cabo la distribución física internacional de mis productos lo contrataría el agente aduanal	
	c. Se están analizando los beneficios que ofrecen las empresas de transportación para elegir el mejor servicio	

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

2	¿La protección y funcionalidad del embalaje permiten llevar a cabo con mayor facilidad el transporte de las mercancías?	
	a. Desconozco la importancia que tiene el embalaje al momento de exportar	
	b. El embalaje de mis mercancías para mercado nacional sería el mismo que para el exterior	
	c. Dependiendo del mercado al que pretenda exportar, la empresa determinará el tipo de embalaje más adecuado	
3	¿Conoce los trámites y procedimientos aduanales que debe de realizar en el país destino?	
	a. Desconozco los tramites	
	b. Conozco algunos de los trámites y procedimientos que tiene que llevar a cabo mi cliente	
	c. Estoy interesado en conocer cuales son aquellos trámites y procedimientos que se deben de llevar a cabo en el país importador ya que creo que es importante saber qué tan competitivo es mi producto en el extranjero	
4	¿Sabe la importancia que tienen los seguros contra riesgos en el comercio exterior?	
	a. Desconozco su importancia	
	b. Creo que es de gran importancia, ya que se necesita estar cubierto ante cualquier imprevisto	
	c. La empresa ha contactado a diversas empresas aseguradoras con el fin de cotizar sus servicios y determinar la adecuada	
5	La actividad exportadora podría implicar adecuar el envase y/o embalaje de su producto a las exigencias del mercado meta. ¿Está en condiciones de realizar estas modificaciones?	
	a. La empresa no está en condiciones de realizar cambios en envase y/o embalaje	
	b. La exportación de mis mercancías se llevaría a cabo con el mismo envase y/o embalaje con el cual se vende en el mercado actual	
	c. Se está analizando el mercado meta para determinar cuál es el envase y/o embalaje adecuado	

Sección D - Contratos Internacionales y formas de pago		Respuestas
1	¿Conoce usted la importancia de contar con un contrato internacional antes de realizar una operación de comercio exterior?	
	a. Desconozco la importancia de elaborar un contrato internacional	
	b. Conozco la importancia y es por esta razón que estoy interesado en conocer los puntos y cláusulas necesarias para elaborar un contrato internacional que cumpla con los requisitos de fondo y forma	



*Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo*

2	¿Las condiciones de pago en sus ventas son flexibles?	
	a. Las condiciones de pago que aplica la empresa no son flexibles	
	b. En cuanto a las condiciones de pago sólo se manejaría un anticipo y la parte restante a la entrega de la mercancía	
	c. La empresa está buscando la mejor forma de hacer más flexibles sus condiciones de pago sin correr riesgos	
3	¿Sabe cuáles son los mecanismos existentes para garantizar el pago de las exportaciones?	
	a. Desconozco los mecanismos que garantizan el pago de las exportaciones	
	b. La empresa está conciente de la importancia de las cartas de crédito, sin embargo nunca las ha tramitado	
	c. En alguna exportación anterior de la empresa se llegó a utilizar las cartas de crédito	
4	¿Conoce las principales obligaciones que tiene un exportador en una operación comercial, cuando utiliza un representante o distribuidor?	
	a. Desconozco las obligaciones	
	b. Las exportaciones de la empresa se llevan a cabo directamente sin tener la necesidad de acudir a un representante o distribuidor	
	c. Conozco algunas obligaciones pero no sé si son todas las que tengo que cumplir	
5	¿Conoce la forma de resolver con rapidez y en forma eficiente los conflictos de comercio exterior?	
	a. Desconozco la forma de resolver dichos conflictos	
	b. El mecanismo de solución de controversias es costoso y lleva mucho tiempo	
	c. En la empresa se cuenta con personal capacitado para resolver conflictos de comercio exterior	
6	¿Conoce las instancias a las cuales puede recurrir en caso de incumplimiento del pago o del contrato internacional?	
	a. Se desconoce cuáles son las instancias adecuadas	
	b. Estoy interesado en conocer las diferentes instancias a las que se debe acudir con la finalidad de resolver problemáticas referentes al incumplimiento de contrato	

Sección 2: Promoción		Respuestas
1	¿Cuenta con folletos y catálogos que describan las propiedades, usos y variedad de su producto?	
	a. No cuento con folletos ni catálogos de mis productos	
	b. Los folletos y catálogos sólo son para el mercado interno	
	c. Estoy interesado en elaborar folletos y catálogos diseñados específicamente para los mercados a los que pretendo exportar mis mercancías	



Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo

2	¿Está dispuesto a realizar un plan de promoción para dar a conocer su producto en el mercado meta?	
	a. Creo que es un gasto innecesario	
	b. No cuento con el capital necesario para elaborar un plan de promoción en el mercado meta	
	c. Estoy interesado en realizar un plan de promoción y cuento con el capital necesario pero necesito asesoría e información para elaborarlo	
3	¿Realizaría la promoción de su producto mediante el uso de directorios internacionales para el envío de publicidad, cartas de presentación a través de fax, correo, teléfono o e-mail, a todas aquellas empresas y personas físicas que pudiesen llegar a ser sus clientes o distribuidores en el mercado meta?	
	a. No considero importante llevar a cabo la promoción de mi producto	
	b. No tengo el capital para llevar a cabo la promoción	
	c. Estoy interesado en aprender a elaborar en forma correcta la promoción de mis productos en base a las características del mercado al que pretendo incursionar	
4	¿Le interesa participar como expositor en ferias internacionales especializadas?	
	a. No estoy interesado en participar como expositor, ya que creo que es un gasto que la empresa no puede absorber	
	b. Estoy interesado en participar pero no cuento con el capital necesario y el tiempo para hacerlo	
	c. Estoy interesado en participar como expositor para promover mis productos pero desconozco la entidad que puede brindarme la información necesaria para hacerlo	
5	¿Considera importante su participación en misiones de vendedoras al mercado meta?	
	a. No considero importante participar en dichas misiones	
	b. No contamos con el capital necesario para acudir a dichas misiones	
	c. La empresa ha participado en misiones comerciales pero no se ha tenido éxito	
6	¿Conoce las instancias que promueven, difunden y apoyan la participación de empresas mexicanas en misiones de vendedoras y ferias internacionales?	
	a. Desconozco este tipo de entidades que promueven y apoyan al sector empresarial	
	b. Estoy interesado en conocer los diferentes mecanismos que ofrecen este tipo de entidades con la finalidad de obtener algún tipo de beneficio que pudiera ayudar a la empresa en su proceso de expansión	

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Iniciate en la exportación
Diagnóstico de trabajo

7	¿Tiene resuelta la forma de cómo la empresa absorberá los gastos que implica la participación en ferias y misiones empresariales?	
	a. No se cuenta con el capital necesario para estos eventos.	
	b. La empresa no cuenta con el capital por lo que está dispuesta a solicitar apoyo financiero, ya que sabemos que es una inversión redituable.	
	c. La empresa lleva a cabo provisiones para este tipo de gastos de promoción en los mercados internacionales.	

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN