



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
ETIQUETA PLÁSTICA MEXICANA A ESPAÑA”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

P R E S E N T A :

ROBERTO ORTEGA PACHECO

ASESOR: M.A. DANIEL HERRERA GARCÍA

m. 344852



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE
EXÁMENES PROFESIONALES

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

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

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicarle a usted que revisamos la TESIS:

"Plan de Negocios Para la Exportación de Etiqueta Plástica
Mexicana a España".

que presenta el pasante: Roberto Ortega Pacheco
con número de cuenta: 40002580-7 para obtener el título de :
Licenciado en Administración

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

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

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 04 de Noviembre de 2004

PRESIDENTE	<u>L.A. Regino Quiroz Solís</u>	
VOCAL	<u>L.E. Manuel Octavio García Muñoz</u>	
SECRETARIO	<u>M.A. Daniel Herrera García</u>	
PRIMER SUPLENTE	<u>L.C. Francisco Alcántara Salinas</u>	
SEGUNDO SUPLENTE	<u>L.C. Jaime Navarro Mejía</u>	

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por permitirme existir y ser parte de una maravillosa familia.

A Mis Padres

Porque todo lo que soy y lo que tengo se los debo a ellos, pero principalmente por todo el amor inagotable que me dan, el cual se refleja en todos sus esfuerzos realizados a lo largo de su vida, ya que son el ejemplo más significativo que tengo de constancia, sacrificio y dedicación, todo con un solo fin formarme como una persona de provecho.

A Mis Hermanos

Por estar siempre conmigo y motivarme a ser mejor persona en todos los sentidos de mi vida.

A Mis Abuelos

Por ser los formadores de las personas más importantes de mi vida, mis padres, ya que de ustedes heredaron esa extraordinaria forma de ser.

A Mis Amigos

Por compartir conmigo la experiencia única de ser universitarios con todo lo que ella envuelve.

A la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán "UNAM"

Por dejarme formar parte de la máxima casa de estudios del país y marcar para siempre mi vida como universitario y profesionista egresado de la misma.

A Mis Profesores

Por la formación académica y conocimientos proporcionados a mi persona que cultivaron la necesidad de ser mejor cada día en todo lo que realizo y generando en mi la conciencia de que nunca se acaba de seguir aprendiendo.

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1.- Contexto del Comercio Exterior.....	1
1.1 Políticas de comercio exterior de México.....	2
1.2 Globalización.....	13
1.3 Balanza de Pagos.....	16
CAPITULO 2.- Procedimientos Administrativos y Marco Jurídico para la Exportación en México.....	20
2.1 Régimen Fiscal del Comercio de México.....	21
2.2 El Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías.....	22
2.3 Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS).....	24
2.4 Regulaciones Arancelarias y no Arancelarias.....	27
2.5 Los Tratados Comerciales y las Reglas de Origen.....	32
2.6 Documentos y Trámites Aduaneros utilizados en la Exportación en México.....	38
2.7 Programas e Instituciones de Apoyo a la Exportación.....	48
CAPITULO 3.- Análisis Estratégico de la Empresa con Perfil Exportador..	60
3.1 Aspectos del Proceso Productivo.....	61
3.2 Análisis Contable y Financiero.....	63
3.3 Análisis de FODA o SWOT.....	65
3.4 Dimensión del Potencial Exportador de la Empresa.....	66
3.5 La Oferta Exportable.....	67
CAPITULO 4.- Procedimiento para Llevar a cabo un Plan de Negocios....	69
4.1 El Plan de Negocios de Exportación.....	69
4.1.1 El Análisis de la Empresa.....	70
4.1.2 El Análisis del Producto.....	72
4.1.3 El Análisis y Selección del Mercado.....	74
4.1.4 El Análisis y Evaluación Financiera.....	76
4.1.5 El Resumen Ejecutivo.....	78
CAPITULO 5.- Plan de Negocios para la Exportación de Etiqueta Plástica de México a España.....	80
5.1 Datos Generales de APLISOTEL.....	80
5.2 Aplicación del Procedimiento del Plan de Negocios para la Exportación de Etiqueta Plástica a España.....	81
5.2.1 Análisis de APLISOTEL.....	81
5.2.2 Análisis de la Etiqueta.....	85
5.2.3 Análisis y Selección del Mercado.....	93
5.2.4 Análisis y Evaluación Financiera.....	101
5.3 Documentos y Trámites para la exportación de Etiqueta Plástica de México a España.....	122
5.4 Viabilidad del Plan de Negocios para la Exportación de Etiqueta plástica de México a España.....	123

CONCLUSION

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

La apertura comercial que se experimenta en nuestro país y la globalización de los mercados de consumo a nivel mundial que se da de mediados de los noventa a la fecha, crean una gran oportunidad a los productos de calidad que se elaboran dentro de nuestro país de poder competir en mercados externos, pero debido al poco conocimiento de las Leyes, reglamentos, apoyos y requisitos administrativos para poder exportar, las micro, medianas y pequeñas empresas tienen una gran desconfianza e incertidumbre de poder crecer mediante la exportación, ayudando así a promover los productos nacionales de calidad en el exterior y obtener los beneficios que consigo trae la actividad exportadora a los productores y a la economía del país.

El incursionar en un mercado global exportando a otro país o una ciudad en el extranjero requiere de conocimientos específicos del tema, que proporcione la seguridad requerida esto debido al riesgo que se tiene al tomar decisiones equivocadas para la empresa que podrían ocasionar su quiebra o desaparición principalmente si son micro, pequeña y medianas empresas por lo anterior se vuelve una necesidad el desarrollar un PLAN DE NEGOCIOS que muestre a las empresas la capacidad que tienen de exportar su producto y los beneficios que pueden obtener, si encaminan de una forma correcta sus recursos hacia la exportación de su producto.

Con el Plan de Negocios se determina de forma precisa la viabilidad de la exportación como alternativa real de mercado a desarrollar fuera de nuestra frontera siendo este la llave que puede abrir la puerta al éxito comercial y base de un crecimiento sustentable de las empresas en base a exportaciones.

Para que el Plan de Negocios sea realizado y sea capaz de cumplir su función es necesario conocer como se desarrollo desde sus comienzos el Comercio Exterior; Los Procedimientos Administrativos y Marco Jurídico para la Exportación que existen en México; El Análisis Estratégico que debe de realizarse en la Empresa con Perfil Exportador y El Procedimiento adecuado para llevar a cabo un Plan de Negocios para la exportación, temática que debe considerar como conocimiento básico todo administrador que pretenda proporcionar a su empresa una ventaja competitiva en la apertura comercial que se tiene en el actual mercado globalizado.

CAPITULO 1

CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior es el que realiza un país con el resto del mundo, es una prolongación del comercio interior y que surge por la necesidad que tienen los países de obtener bienes y servicios que no se producen internamente o que no producen económicamente, la importancia del comercio exterior varía en función de cada economía ciertos países sólo exportan bienes con el fin de aumentar su mercado nacional o para ayudar en el aspecto económico a algunos sectores de su economía, otros dependen del comercio exterior para lograr divisas y bienes para satisfacer la demanda interior. Durante los últimos años se considera al comercio exterior como un medio para fomentar el crecimiento de la economía; los países menos desarrollados y las organizaciones internacionales están fomentando cada vez más este patrón de comercio.

En los últimos 20 años del siglo pasado (XX), el comercio exterior ha crecido hasta el punto de que es el aspecto más importante de la economía mundial. Se cree que la creciente interdependencia entre países continuará, aunque debido a la tendencia a crear bloques económicos regionales, ciertos países serán más dependientes que otros. El desarrollo del comercio exterior entre las naciones es el Comercio Internacional que es la actividad de Compra-Venta de mercancías, servicios y capitales entre países, los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costos. El comercio internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía de un país, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

Dada la importancia del comercio exterior e internacional para la economía de un país, los gobiernos restringen la entrada de bienes importados para proteger los intereses nacionales. La intervención de los gobiernos puede ser una reacción ante políticas comerciales emprendidas por otros países, o puede responder a un interés por proteger un sector industrial nacional poco desarrollado. Desde que surgió el comercio internacional moderno, los países han intentado mantener una balanza comercial favorable, es decir, exportar más de lo que importan.

En una economía global y monetaria, los bienes no se intercambian por otros bienes, sino que se compran y venden en el mercado internacional

utilizando unidades monetarias, por lo que se vuelve necesario contar con una adecuada política de comercio exterior, un país como México debe limitar las importaciones y fomentar las exportaciones para poder mejorar la situación prevaeciente de la balanza de pagos (déficit) recordando que esta representa la competitividad de bienes y servicios que genera México.

1.1 POLÍTICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

La política de comercio exterior forma parte de la política económica de cualquier país, la cual es determinada por el gobierno en turno y consiste básicamente en cómo se desea conducir a la economía de un país, para lo cual se emplean diversas medidas en materia comercial, monetaria, financiera y fiscal en los distintos sectores que la conforman. La Política Económica es un conjunto de medidas adoptadas por los poderes públicos para influir en la marcha de una economía. Algunas medidas, como el presupuesto, afectan a todas las áreas de la economía y constituyen políticas de tipo macroeconómico. Otras afectan en exclusiva a un sector específico (como por ejemplo, la agricultura) y constituyen políticas de tipo microeconómico. Ambos tipos de medidas se interrelacionan, puesto que cualquier decisión que afecte a la economía en su totalidad tiene efectos sobre sus distintos sectores económicos y aquella política que afecte sólo a un sector, repercute también sobre el conjunto.

Las políticas de corte microeconómico son tan variadas que resulta imposible mencionarlas todas. Pueden estar dirigidas a un sector, a una industria, a un producto o a varias áreas de la actividad económica. Por ejemplo, una política microeconómica puede ser la nacionalización o la privatización de los ferrocarriles, la prohibición de exportar cuero o el cierre de las tiendas los domingos. También forman parte de la política microeconómica la regulación del mercado de trabajo (como, por ejemplo, obligar a que se establezca igualdad salarial entre sexos), el equilibrio entre la producción y venta de ciertos productos, como por ejemplo las medicinas, o la ordenación de distintas actividades, como el depósito de dinero en los bancos. Algunas políticas microeconómicas pretenden reglamentar el funcionamiento de la economía, otras van encaminadas a favorecer a ciertos sectores o actividades específicas. Existen fuertes vínculos entre las distintas políticas sociales, en especial las que afectan a la educación o a la sanidad pública, que pretenden mejorar la salud, el nivel educativo y la productividad de las personas. En general, las políticas microeconómicas crean el marco legal en el que deben operar los distintos mercados, porque de lo contrario las fuerzas de la competencia generarían graves injusticias de tipo social.

El alcance de la política macroeconómica depende del sistema económico existente, del marco legal del país y del tipo de instituciones. El sistema puede ser una economía de libre mercado o una economía planificada, preindustrial o industrializada. También existen importantes discrepancias entre los economistas sobre el grado de intervención del gobierno. Algunos defienden la política del *laissez-faire* ("dejar hacer") y confían en el buen funcionamiento de las fuerzas del mercado al destacar la mala gestión del sector público. Otros consideran que el gobierno puede cubrir las deficiencias del mercado. Para éstos, la política económica debe eliminar las fluctuaciones, reducir el desempleo, fomentar un rápido crecimiento económico, mejorar la calidad y el potencial productivo, reducir el poder monopolístico de las grandes empresas y proteger el medio ambiente.

Cuanto más evidente se hace que los mercados tienen efectos positivos y negativos sobre la economía, mayor es la presión para que los gobiernos actúen mediante una política económica que corrija las deficiencias de los mercados.

Sin embargo, "la política económica puede resultar contraproducente si el diagnóstico de los problemas económicos es erróneo o si el diseño de la política que se aplica no es el adecuado para el problema que se pretende resolver. Por ejemplo, la política de empleo parte de una serie de supuestos sobre las causas del desempleo que se desconocían hasta que el economista británico John Maynard Keynes (1883-1946) afirmó que éstas radicaban en una insuficiencia de la demanda. La solución, a partir de este supuesto, consistía en aumentar el poder adquisitivo o, cuando el nivel de empleo se acercaba al pleno empleo, reducirlo. De igual forma, la política de control de la inflación depende de los supuestos que se establezcan sobre los factores causantes del aumento de los precios, y estos casos serán distintos según la hipótesis que considera el economista estadounidense Milton Friedman (1912-), según la cual la inflación se debe a un crecimiento excesivo de la oferta monetaria, es decir, de la cantidad de dinero en circulación, o lo que es lo mismo, la hipótesis monetarista; o si la que se considera es la que defiende que la causa de la inflación es el exceso de demanda, el alto nivel de empleo o el elevado precio de las materias primas. Casi toda la teoría económica intenta demostrar las virtudes de la llamada "mano invisible" que dirige el funcionamiento de los mercados para después analizar los fallos del mercado y las medidas de política económica que pueden solucionar tales conflictos.

La política macroeconómica más importante es la que intenta fijar la demanda, al actuar sobre la presión que se deriva de los recursos de la comunidad; ejerce el control del poder adquisitivo y, por tanto, de la

demanda, que por lo general se regula mediante la política monetaria y medidas fiscales. Desde el punto de vista monetarista se controlan los tipos de interés que cobran los bancos y la cantidad de crédito que pueden conceder; también se regula la tasa de crecimiento de la cantidad de dinero en circulación. En algunos casos estas acciones se complementan restringiendo las condiciones de las compras a plazos, alargando o reduciendo los plazos de amortización. Desde el punto de vista fiscal, el gobierno puede variar su sistema impositivo o la cantidad de impuestos que cobra para favorecer unas actividades y frenar otras, ya sean los gastos de consumo o el nivel de inversión. O también puede reducir (o aumentar) su propio nivel de gastos con el fin, de nuevo, de variar el nivel de demanda. Con todas estas medidas el gobierno modifica la estructura del mercado, al cambiar el funcionamiento del mismo sin regular sus fuerzas.

El gobierno puede intervenir directamente regulando el nivel de demanda efectiva mediante el racionamiento, la concesión de licencias o limitando el nivel de consumo; puede también regular el proceso productivo promulgando distintas leyes, obligando a los empresarios a atender ciertas reivindicaciones de los trabajadores, regulando los requisitos que deben cumplir los productos destinados al consumo, o productos finales, o controlando los acuerdos entre distintas empresas.

Estas intervenciones pueden influir en toda la actividad económica, como cuando se limita la duración de la jornada laboral, o pueden influir en una única industria o actividad, en cuyo caso se trataría de una política microeconómica y no macroeconómica¹.

"En un sentido estricto, solo puede hablarse de comercio exterior de México y de una política comercial propia hasta que éste se consolida como Estado-Nación es decir que ya es un país políticamente independiente, con fronteras delimitadas, identidad cultural, gobierno e instituciones reconocidos nacional e internacionalmente. Y esto ocurre hasta que el gobierno liberal de Benito Juárez(1806-1872), expulsa a los franceses del territorio nacional (1867). Por lo cual se describen las políticas comerciales que tomo México a partir de este periodo.

Desde la consolidación del gobierno de Benito Juárez y durante la larga etapa porfiriana, México asimiló al liberalismo económico como eje de política comercial. Esto coincide con la expansión del capitalismo a escala mundial y también con el espectacular crecimiento de la economía norteamericana que poco a poco va desplazando a los países europeos

¹ Enciclopedia Digital Microsoft Encarta 2003

como principal socio comercial de nuestro país. La vecindad geográfica y el peso económico del gigante del norte, combinadas con una política económica tendiente a favorecer la inversión extranjera y el libre comercio, son los elementos catalizadores del dinamismo de las exportaciones hacia aquel país.

En esta época se consolida la dependencia externa a través de la inversión extranjera y el intercambio comercial, pues a pesar del indudable crecimiento de la economía en el porfiriato, éste se concentró en la minería y en algunos productos agropecuarios de exportación, en términos sociales la riqueza se concentró en un pequeño grupo, mientras que en el plano político la estabilidad se mantiene con un férreo sistema autoritario, factores que más tarde definirían el movimiento revolucionario iniciado en 1910. Los principales productos exportados procedían esencialmente de las actividades arriba citadas, la nueva mercancía exportable que despertaría la codicia y "justificaría" la intervención encubierta en la política mexicana sería el petróleo.

En contraparte se importaban artículos manufacturados, maquinaria y equipo. Así, la etapa más exitosa de la aplicación de una política de libre comercio en nuestro país a finales del siglo XIX y principios del XX se pudo llevar a cabo gracias a una estabilidad política sin democracia y traería como consecuencia un crecimiento económico sin distribución equitativa de la riqueza generada; adicionalmente propiciaría la inserción de México en el contexto internacional en condiciones de subordinación y dependencia económica, sin lograr la transformación estructural del país para salir del atraso.

Durante el periodo revolucionario de 1910 a 1920 no se interrumpió el comercio exterior de México a pesar de las circunstancias, pero evidentemente no se puede definir claramente una política al respecto. Existen estadísticas que revelan el crecimiento de las exportaciones de petróleo crudo, puesto que fue la época en la que la exportación del hidrocarburo estaba en manos de empresas inglesas, alemanas y norteamericanas que prácticamente no fueron afectadas durante el conflicto armado. Además esta actividad sería fuertemente estimulada por la primera guerra mundial.

Todavía con la prevalencia de las ideas librecambistas, en la década de los años veinte se reconstruye la estabilidad política del país, las exportaciones petroleras y de otros productos primarios financian el crecimiento significativo de las importaciones de bienes manufacturados de consumo e intermedios, ya que para entonces, nuestro principal socio comercial es la

Unión Americana. Con la crisis de 1929 se contraen tanto las importaciones como las exportaciones y solo vuelven a crecer hasta 1934. No obstante las reformas del gobierno cardenista, durante su sexenio se mantiene un saldo positivo en la balanza comercial hasta 1940, aunque ciertamente de un monto cada vez menor, particularmente explicado por la caída de los precios internacionales del petróleo y las materias primas.

Aunque de forma algo arbitraria el proteccionismo comercial se determina en un periodo de 30 años que fue el periodo más exitoso del mismo en el país que coincide con cinco sexenios (Manuel Ávila Camacho 1940-1946, Miguel Alemán Valdéz 1946-1952, Adolfo Ruiz Cortínez 1952-1958, Adolfo López Mateos 1958-1964 y Gustavo Díaz Ordaz 1964-1970) no todos estos con el mismo nivel de éxito ni en las mismas circunstancias. Lo que tienen en común todos estos es que el entorno mundial favorece el resurgimiento de políticas proteccionistas que tienen sustento teórico en la corriente mercantilista, motivadas primero por la necesidad de salir de la gran crisis de 1929 y después por el desarrollo y consecuencias de la segunda guerra mundial.

El sexenio del general Ávila Camacho (1940-1946) casi coincide con la etapa de mayor beligerancia (atribuirle importancia suficiente para contender o alternar con alguien en igualdad) de la segunda guerra mundial. Los inversionistas europeos y norteamericanos fueron atraídos por un país con estabilidad política, abundantes recursos naturales y mano de obra barata, que además es vecino del enorme mercado norteamericano. Así se inicia exitosamente el largo periodo de sustitución de importaciones, que se complementaría con medidas proteccionistas (aranceles elevados, así como un sistema de cuotas y permisos previos para importar) y programas gubernamentales de fomento al sector industrial como donaciones de terrenos, preferencias y exenciones fiscales temporales. Sumado a esto, el país experimentó un crecimiento sostenido de la producción agropecuaria, en buena medida resultado de la maduración de las reformas cardenistas y la construcción de infraestructura hidráulica posterior, que permitió mantener estables los precios de los alimentos y materias primas de uso industrial, así como generar excedentes exportables con los cuales se obtuvieron divisas que coadyuvarían al financiamiento del desarrollo industrial.

En este periodo se lograría sustituir exitosamente la importación de bienes de consumo inmediato y duradero, tales como alimentos procesados, herramientas de mano, aparatos domésticos y automóviles; también serían sustituidas con producción nacional las importaciones de algunos bienes intermedios, tales como algunas materias primas industriales, partes y

componentes. Solo se quedó en proyecto llegar a consolidar la sustitución de importaciones de bienes de capital, que por su grado de sofisticación tecnológica y/o cuantiosas inversiones, solo se inició tíbiamente con la intervención directa de instituciones gubernamentales como Nacional Financiera.

El éxito de esta política se manifestó en un saludable crecimiento de la economía y del empleo, así como el inicio de un proceso de desarrollo urbano industrial. Esto se apoyó en un sector externo que logró mantener en niveles moderados el déficit de la balanza comercial que, por las importaciones para la infraestructura y el equipamiento industrial, en otras condiciones hubiesen desequilibrado la economía del país. Todo esto ocurría bajo un sistema financiero mundial basado en el patrón oro-dólar y en sistemas de paridades fijas en el mundo y en México.

El periodo más exitoso de la política proteccionista empezó a mostrar signos de agotamiento a finales de la década de los 60, lo cual se evidencia con la reducción en el ritmo de crecimiento de la economía en la segunda mitad de la década. El gobierno del presidente Echeverría (1970-1976) reconoció la necesidad de una más equitativa distribución del ingreso y como tal idea no es compartida por el sector empresarial, inicia la instrumentación de una serie de medidas populistas, que irían desde aumentos salariales de emergencia por decreto, hasta una mayor participación del gobierno en la actividad económica, comercial y financiera.

En 1971 se modifica el entorno mundial con la decisión unilateral del presidente norteamericano Richard Nixon de no aceptar ya la convertibilidad del dólar por oro como hasta entonces. A continuación y como consecuencia de ello, el dólar se devalúa con respecto al oro, algunas divisas europeas y el yen japonés. Como el peso mexicano no modifica su paridad frente al dólar, automáticamente se devalúa también frente a esas divisas, pero, a contracorriente de lo que se va imponiendo en el mundo, el gobierno mexicano decide sostener el sistema de paridad fija y el proteccionismo comercial. Con un sistema de permisos y licencias previos para importación, el nivel de protección se va incrementando y llega a representar en 1976 el 90.4% del total de las importaciones. No obstante estas restricciones, el incremento de la participación gubernamental vía inversiones en paraestatales, subsidios al consumo y a la producción, combinados con la paridad fija y el disparo de la inflación, provocan un déficit creciente de la balanza comercial que se financia con deuda externa principalmente. Esto, al final del sexenio forzaría la depreciación de la moneda nacional respecto al dólar en 60%, al pasar de \$12.50 a \$19.95 por dólar. Se empezaban a complicar los problemas económicos del país.

No obstante que el gobierno del presidente López Portillo (1976-1982) recibe un país que ya ha incrementado su deuda externa en casi cinco veces respecto al sexenio anterior, también hereda los medios para reactivar la maltrecha economía. La confirmación de la existencia de yacimientos de petróleo en la sonda de Campeche, así como el incremento de los precios internacionales del hidrocarburo, son la base de la económica para que también esta administración decida continuar con la política comercial proteccionista, una participación cada vez más importante en la economía con grandes inversiones en complejos petroquímicos, subsidios a empresas paraestatales y programas populistas que subsidiaban la producción del campo y el consumo a las ciudades. Esta "borrachera" de petróleo, agudizó la ancestral corrupción en el uso y destino de los recursos públicos, el despilfarro fue temporalmente soportado por precios del petróleo al alza (hasta 34 dls./barril) y tasas de interés bajas favorecidas por la abundancia de liquidez internacional.

Esta bonanza se trunca abruptamente con la ligera baja de los precios del petróleo, pero sobre todo por el incremento de las tasas de interés internacionales que asociadas al vencimiento de plazos en los préstamos a corto plazo, provocan la segunda macro devaluación de nuestra moneda y su secuela de estancamiento y crisis.

En 1979 entra en vigor la Ley de Acuerdos Comerciales de EE. UU ., ella obliga a los países con quienes comercia a eliminar los subsidios a la exportación y determina que las controversias solo serán resueltas en el seno del GATT (en inglés, *General Agreement on Tariffs and Trade*, GATT) Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio en español. Esta presión se traduciría en el intento frustrado del gobierno Lopezportillista, de proponer al senado el ingreso de México a ése organismo el mismo año. Como resultado de las medidas que tomaba el gobierno del presidente *Ronald Reagan* para frenar el crecimiento del enorme déficit comercial de EE.UU. Con el resto del mundo, se anuncia la Nueva Ley de Comercio y Aranceles en 1984, con la cual nuevamente EE.UU. Amenaza con dejar fuera del S. G. P. (Sistema Generalizado de Preferencias), a aquellos países que no liberalizaran su comercio. Tomaba impulso en América y Europa el modelo económico neoliberal.

Como parte de los compromisos contraídos con el FMI (Fondo Monetario Internacional) en 1982, el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988) inició un proceso de apertura comercial en 1983 que dio en llamarse de "racionalización de la protección". Esta inició justificándose como parte de una estrategia contra la inflación, para reestructurar la planta productiva y fomentar exportaciones no petroleras .

El proceso de desmantelamiento del sistema proteccionista se inicia con la sustitución de permisos previos para importar por aranceles, además de reducir las tasas de estos. Esta nueva política contaría con la activa determinación de un grupo de funcionarios que ocupaban posiciones claves en el gabinete económico del gobierno en turno.

La apertura comercial se aceleró a partir de 1985. Al finalizar el año, más del 80% de las fracciones arancelarias que antes de 1983 requerían permiso previo para importar, habían sido sustituidas por aranceles y estos se redujeron a un máximo de 20% advalorem el impacto se comenzaría a manifestarse en la quiebra de pequeñas y medianas empresas que no resistieron la agresiva competencia externa, pues sin recursos ni tiempo para modernizarse, su escasa competitividad los haría quebrar o subsistir en el mejor de los casos. Esto y el incremento del desempleo y el freno al crecimiento de los salarios fue otra de las manifestaciones de la crisis, que sumado a los efectos de la devaluación limitarían el crecimiento de las importaciones.

Por si lo anterior fuera insuficiente para avanzar en la apertura comercial, en agosto de 1986 México firma el protocolo de adhesión al GATT, el cual tenía como propósito esencial de liberalizar el comercio mundial. Para entonces, ya el gobierno mexicano había probado al mundo la determinación de adoptar el libre comercio, no obstante que al interior del organismo se dieran acusaciones recíprocas entre las principales potencias por mantener sistemas encubierto de proteccionismo comercial. México es aceptado como país en desarrollo, por lo que teóricamente no tendría que otorgar reciprocidad en las negociaciones y acuerdos internacionales. Se reconocen como sectores estratégicos a la agricultura y los energéticos; paradójicamente se obtiene una concesión para que queden protegidas algunas ramas industriales dominadas por corporaciones transnacionales como el caso de la industria automotriz y farmacéutica.

La combinación de apertura comercial con estancamiento económico, inflación y depreciación del tipo de cambio, reducen drásticamente las importaciones y producen un saldo positivo de la balanza comercial, aunque declinante de 1983 a 1988 con excepción de 1987 (año en que nuevamente se devalúa el peso), pero esto se neutraliza con los compromisos de pago de intereses de la deuda externa, dividendos y regalías que mantienen un raquítico superávit en la cuenta corriente que en 1986 y 1988 se convierte en déficit.

Ya para 1987 era evidente que los resultados de la apertura comercial y el programa de ajuste económico habían resultado desastrosos.

La economía no crecía, habían quebrado muchas empresas; crecía el desempleo y la inflación, así como las tasa de interés. Si bien habían ocurrido acontecimientos adversos como el terremoto de 1985 y la drástica caída de los precios del petróleo en 1986, los errores de la estrategia gubernamental tenían mérito propio. En tales circunstancias se elige como candidato del partido oficial a la presidencia de la república a Carlos Salinas de Gortari, quien para muchos fue el artífice de la política económica desde la Secretaría de Programación y Presupuesto de la que era titular en ese entonces. Al día siguiente de su destape, cae estrepitosamente la Bolsa Mexicana de Valores después de que en las semanas anteriores había crecido artificialmente, parece el desastre total.

No obstante, la respuesta para revertir esta situación es la convocatoria a la firma del primer Pacto de Solidaridad Económica (PSE), que entraría en vigor a finales de 1987 con el objetivo fundamental de frenar y revertir el crecimiento de la inflación, que a finales de ese año llegó al 157%. Este sería el verdadero año de inicio del gobierno del entonces candidato, que formalmente debía iniciar un año más tarde.

Los resultados del PSE son espectaculares, para 1988 se logra reducir la inflación a 20%, además se logra que la economía vuelva a crecer, aunque modestamente. Esto alienta y justifica al nuevo gobierno, para que a partir de 1989 insista en la apertura comercial y las medidas macroeconómicas para profundizar el modelo neoliberal. El objetivo fundamental del nuevo gobierno sería lograr el crecimiento de la economía, manteniendo la estabilidad de las principales variables macroeconómicas, principalmente la inflación.

La profundización de la apertura comercial se pudo observar en la continuidad de las medidas iniciadas por su antecesor, pero sobre todo en su afán de posicionar al país en los mercados internacionales, que una vez desintegrado el bloque socialista liderado por la Unión Soviética se identificaría como la globalización de los mercados. El primer paso para avanzar en sus propósitos sería la negociación de un tratado comercial con su principal socio (EE.UU.), para crear un área de libre comercio. Para cuando México inicia las negociaciones con EE.UU., éste ya tiene firmado un Acuerdo de Libre Comercio con Canadá; esto y la conveniencia de incluir a este país en la negociación, conducirían finalmente al tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Para evidenciar que la política comercial hacia una mayor apertura no solo es con Norteamérica, el gobierno salinista negocia con Chile un Acuerdo de Complementación Económica en el marco de la Asociación

Latinoamericana de Integración (ALADI) que entraría en vigor en 1992, mientras que el TLCAN lo haría en 1994. Además toma iniciativas para proponer la apertura con Latinoamérica y de ello surgen otros tratados de libre comercio con Bolivia, Costa Rica, Colombia y Venezuela que entrarían en vigor en 1995. Este gobierno se convertiría en el promotor del libre comercio entre los países subdesarrollados y al interior del país culminó el desmantelamiento del sistema proteccionista.

El resultado de esta apertura comercial, que fundamentalmente fue unilateral al no pedir reciprocidad al resto del mundo, fue el crecimiento enorme de las importaciones. El déficit comercial y de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos de México llegaron a niveles sin precedente en la historia del país en 1994 (18,464 y 29,914 millones de dólares respectivamente). No obstante que había negociado la deuda externa con los acreedores y con ello se atenuaron presiones de este tipo, el financiamiento del déficit de la cuenta corriente dependía de la entrada de divisas provenientes de la inversión extranjera de cartera, que por su carácter tendencialmente especulativo sería la forma más riesgosa y al final ruinoso para el país.

La apertura fue tan discriminada que varios productos de países asiáticos entraron en volúmenes enormes por el precio artificialmente reducido, y sólo al final del sexenio se dio la voz e alarma por algunos de los productores locales afectados por esta práctica desleal conocida como dumping. La crisis que se había engendrado en el sexenio salinista le estalló en las manos al presidente Ernesto Zedillo a unos días de haber tomado posesión. La magnitud del rescate financiero que urgía implementar fue tal, que participó directamente el propio gobierno de EE.UU. , en virtud de que también se pusieron en riesgo los fondos de inversión de ciudadanos pensionados de ése país que habían sido invertidos aquí. De ese tamaño fueron también los compromisos contraídos con el vecino del norte y con el FMI (Fondo Monetario Internacional), los cuales incluyeron la facturación de las exportaciones de petróleo como aval y el continuar con las medidas de política económica que el gobierno anterior había aplicado, como si ellas garantizaran la corrección de los problemas.

Con estos compromisos encima el gobierno del presidente Zedillo continuó con la política neoliberal, la cual incluyó profundizar la apertura comercial. Así que para 1998 se firmó el Tratado de Libre Comercio con Nicaragua; en 1999 el Acuerdo con Chile se transformó en Tratado de Libre Comercio; en noviembre culminaron las negociaciones con la Unión Europea para firmar un tratado de Libre Comercio y En marzo de 2000 se firmó un TLC con Israel ambos entraron en vigor el 1 de Julio del mismo año.

En junio del 2000 se concluyeron negociaciones con los países del triángulo del norte centroamericano, que incluye a Guatemala, Honduras y El Salvador, aunque su entrada en vigor se pospuso para el 2001. Todavía en noviembre del 2000 se negoció un TLC con lo que quedaba de la Asociación Europea de Libre Comercio (Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein).

Adicionalmente se iniciaron contactos con Singapur y con el MERCOSUR que generaría los Acuerdos de Complementación Económica (ACE) entre México-Uruguay (ACE5) en febrero de 2001, México y Brasil (ACE53) Diciembre de 2002 y México-Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay (MERCOSUR) (ACE55) que entró en vigor el primero de Enero del 2003. En referencia al marco anterior México se ostenta como el país que más tratados de libre comercio ha firmado. No obstante que se presentaron evidencias de dumping con países asiáticos y con el propio EE.UU., así como prácticas proteccionistas encubiertas de este último, el gobierno zedillista solo reaccionó con medidas tibias y extemporáneas. Los resultados de esta política hasta 1998 habían sido: El superávit comercial con motivo de la devaluación de finales de 1994 había declinado en los tres siguientes años hasta convertirse en déficit en 1998 y la cuenta corriente mantuvo un déficit en todo este tiempo.

Para 2000 el déficit comercial llegó a 8,049 y el de la cuenta corriente llegó a 17,690 millones de dólares, no obstante lo cual el gobierno difundió que México ocupaba el 8° lugar como exportador en el mundo, sin aclarar que se considera a la Unión Europea como si fuera un solo país y no 15, en donde por lo menos figuran cuatro de las principales economías del mundo.

Ciertamente las cifras colocan a México como el principal exportador en América Latina durante 1999 y 2000, pero los principales exportadores son las empresas maquiladoras y las transnacionales automotrices, así como unas cuantas grandes y exitosas empresas mexicanas como CEMEX, BIMBO y GRUPO MODELO. El potencial exportador de las pequeñas y medianas empresas no se aprovecha a plenitud por falta de apoyo financiero y técnico adecuado a sus necesidades².

La apertura económica global como actual política de comercio exterior abre las posibilidades a la pequeña y mediana empresa para obtener los beneficios de la exportación de una forma directa o como un proveedor de los grandes corporativos exportadores aprovechando las condiciones

² Flores Paredes Joaquín. *El Contexto del Comercio Exterior en México. UNAM FESC 2001, p.89-78*

actuales del mercado mundial en el que México no puede quedar excluido porque se encuentra dentro del mismo de que se habla de la globalización.

1.2 GLOBALIZACIÓN

La Globalización, concepto que pretende describir la realidad inmediata como una sociedad planetaria, más allá de fronteras, barreras arancelarias, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales. Surge como consecuencia de la internacionalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político-culturales.

En sus inicios, el concepto de globalización se ha venido utilizando para describir los cambios en las economías nacionales, cada vez más integradas en sistemas sociales abiertos e interdependientes, sujetas a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital. Los ámbitos de la realidad en los que mejor se refleja la globalización son la economía, la innovación tecnológica y el ocio.

Hoy en día, la forma de ganar dinero en un país, de obtener ingresos y gastarlos o ahorrarlos para obtener riqueza, depende de cómo se gane dinero, se gaste y se ahorre en el resto de los países. Estos vínculos internacionales han existido desde hace mucho tiempo pero, debido al cambio de naturaleza de estos vínculos, a su intensificación y ampliación, la economía mundial actual es muy distinta a la economía internacional anterior. Por lo tanto, cuando se habla de Globalización no sólo se está hablando de los vínculos internacionales, que han existido desde el nacimiento del comercio, sino que se afirma que la producción, el consumo, la inversión, las finanzas y cualquier otra actividad económica se organizan a escala mundial, por lo que las condiciones mundiales determinan las condiciones locales.

“En la economía mundial moderna, las relaciones entre las personas, las regiones y los países no son ni accidentales ni pasivas, sino que son mecanismos de integración activos que intensifican y cambian la vida económica internacional. Existen tres importantes mecanismos que integran la Globalización mundial: el comercio, la producción y las finanzas”³.

³ Enciclopedia Digital Microsoft Encarta 2003.

En el contexto actual, todos los países están obligados a relacionarse unos con otros; son interdependientes en una economía global en la que ninguna nación puede proclamarse como autosuficiente, puesto que no hay economías autosuficientes. En la actualidad, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta al resto de las economías del planeta. Tal es la razón de que se estén formando bloques económicos y suscribiéndose tratados de libre comercio. Vivimos en una economía en la que las ventajas relativas del pasado se están anulando y tienden a igualarse como resultado de la apertura comercial; es decir, los países han abierto sus fronteras, al tiempo que reducen sus aranceles de importación.

“Las economías de todas las naciones crecen de manera interdependiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades, pero requiere de mayor preparación y conocimiento. En el marco de la apertura comercial y de la globalización de los mercados, México es el país con uno de los niveles de vinculación de negociación comercial más elevado del mundo gracias a los tratados de libre comercio firmados a la fecha, con esto lo que el gobierno quiere es que las empresas se inserten en otros mercados con beneficios para los productos mexicanos, y que el mercado interno, a su vez, se fortalezca con insumos y bienes productivos de los países con los que a vinculado negociaciones.

Estas negociaciones permiten, por una parte, que las empresas mexicanas hagan frente a un entorno mundial de intensa competencia, y por la otra, que los diversos obstáculos que cada país impone a la importación de mercancías para proteger a su industria se desvanezcan o reduzcan, permitiéndole al país:

- Ampliar sus mercados potenciales más allá de sus fronteras
- Que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los de las empresas de los países respectivos y
- Tener acceso preferencial.

En una economía cerrada, el consumidor no tiene posibilidades de elección en materia de precio y calidad. En contraste, las múltiples opciones que brinda un mercado abierto y la competencia que éste genera, favorecen al consumidor final, porque cuenta con un mayor número de satisfactores de diversa índole los cuales pueden ajustarse a cualquier tipo de necesidad y de presupuesto. En contraparte, como productores de bienes y servicios, en México se está obligado a innovar y desarrollar cada vez más y mejores productos. Ello exige cambios drásticos, sin embargo, este nuevo esfuerzo no debe evitar las necesidades que plantean los consumidores en su propio entorno.

Los proyectos de exportación deben formar parte importante de los programas de crecimiento de las empresas, por lo que se recomienda considerarlos como una variable de peso en los mismos. La necesidad de cambio se vuelve una constante; si no se toma en cuenta, se corre el riesgo de perder la oportunidad del éxito y salir del mercado. Por eso es recomendable planearlo y asumirlo de la mejor manera.

En los países en que se ha llevado a cabo la apertura comercial, los empresarios se enfrentaron a una mayor competencia, no sólo en el exterior sino en su propio mercado. El empresario debe tomar en cuenta que las reglas han cambiado como resultado de la mayor capacidad de selección del consumidor. Es necesario que el cliente, nacional o extranjero, tenga prioridad en la empresa.

En el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo; basta con que los pasos que realice sean certeros para que pueda iniciarse en las actividades de exportación. En efecto, la empresa deberá asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas. Aquí cabe señalar que la exportación exige el mismo esfuerzo que cualquier otra iniciativa comercial; la diferencia estriba en que crece su mercado potencial, pero también aumentan los competidores y las exigencias de calidad y precio del producto"⁴.

"La globalización como tal, ha llevado a la liberación del comercio mundial, las principales características de la nueva economía son:

a) Globalización. Los negocios dejaron de ser locales o de empresas transnacionales, para convertirse en globales; los directores llevan a sus unidades de producción o de distribución a los lugares en donde son más competitivas y son manejadas como empresas globales, de participación mundial. Esta situación las lleva a buscar y a ser empresas más competitivas, con mejores economías de escala y usufructuarias de las capacidades competitivas locales respecto de otras regiones del mundo.

b) Tecnología. Dado que los negocios modernos se desarrollaran en mercados globales altamente competidos, la competitividad está fundamentada, principalmente, en la tecnología, la cual busca proporcionar nuevos y mejores productos, con calidad y servicios diferenciales respecto de otros competidores, tanto locales como globales.

⁴ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p 18-19*

Esto trae consigo los constantes cambios tecnológicos, la investigación en todas las áreas de la vida humana y comercial, modernización de las telecomunicaciones y los sistemas operativos y de administración.

c) Talento. Las capacidades personales son también diferenciales en el mundo globalizado. Quien tenga a los mejores talentos tendrá mayores posibilidades de sobresalir de entre sus competidores. La guerra por la capacidad y el talento personales está dada, apoyada en la capacitación dirigida y constante; por el biculturalismo, la educación y cultura general de alto grado.

d) Información. El manejo inteligente y adecuado de la enorme cantidad de información disponible también hará la diferencia el éxito y el fracaso. Con anterioridad, la lucha se daba por la consecución de información, la cual no estaba disponible de forma abierta ni oportuna. Hoy lo que sobra es información y sus fuentes; quien sepa discriminar y procesar la información necesaria en cada toma de decisiones, irá un paso delante de los demás.

e) Requerimientos de la administración, la administración moderna busca:

- Cambiar el trabajo físico por el intelectual.
- Manejo adecuado y eficiente de la tecnología, en todas sus áreas.
- Innovación, modernización y proactividad.
- Nuevas formas de crear valor.
- Más planeación: objetivos estratégicos.
- Más información: confiable, oportuna y suficiente.
- Transitar del mercado cerrado al abierto
- Desarrollo constante de productos y servicios.
- Sistemas de calidad, mejora continua y valores éticos empresariales.
- Creación de cadenas eficientes de suministro y producción.
- Simplificación administrativa y estructuras más simples y ágiles.
- Enfoque de negocio hacia el cliente y mercado, para reenfocar los esfuerzos tecnológicos y de producto.
- El cliente es el centro de la nueva cultura de hacer negocios⁵.

1.3 BALANZA DE PAGOS

“La Balanza de pagos es la relación entre la cantidad de dinero que un país gasta en el extranjero y la cantidad que ingresa de otras naciones. El concepto de balanza de pagos no sólo incluye el comercio de bienes y

⁵ *Haimé Levi Luis. Planeación financiera en la Empresa Moderna. Ediciones Fiscales ISEF. México 2002, p. 56-58*

servicios, sino también el movimiento de otros capitales, como la ayuda al desarrollo, las inversiones extranjeras, los gastos militares y la amortización de la deuda pública.

Las naciones tienen que equilibrar sus ingresos y gastos a largo plazo con el fin de mantener una economía estable, pues, al igual que los individuos, un país no puede estar eternamente en deuda. Una forma de corregir un déficit de balanza de pagos es mediante el aumento de las exportaciones y la disminución de las importaciones, y para lograr este objetivo suele ser necesario el control gubernamental⁶.

"Para los fines del registro de transacciones en la Balanza de Pagos, solo se asientan aquellas que se realizan entre residentes y extranjeros, cuidando de no confundir la residencia con las nociones legales de ciudadanía o nacionalidad. En este sentido, un ciudadano mexicano tiene un negocio de comida mexicana en EE. UU., cuando importa salsa de México está determinando una transacción internacional entre México (exportador) y EE. UU. (importador). A menos que un individuo represente al gobierno de su país en otro, se considera que es residente del país donde tenga su residencia permanente o en que tenga su "centro de interés" o ambas cosas. En ciertos casos tal centro de interés puede estar en duda, pero se utilizan criterios como el lugar acostumbrado de trabajo, la residencia del patrón o la fuente principal de ingreso para determinarlo.

En términos contables, la Balanza de Pagos, que además sigue los principios generales de la contabilidad, guardadas las proporciones se podría comparar con el Estado de Situación Financiera (Balance General) de una empresa, diciendo que la Balanza de Pagos es para un país como el Estado de Situación Financiera es para una empresa. La estructura de la Balanza de Pagos está conformada por cuatro cuentas principales; La Cuenta Corriente, Cuenta de Capital, Errores y Omisiones y Variaciones de la Reserva Internacional.

En la Cuenta Corriente se registran los ingresos y egresos de dólares por concepto de exportaciones e importaciones de mercancías y servicios respectivamente. El concepto de mercancías es evidentemente se vincula a bienes tangibles, mientras que el concepto de los bienes intangibles; estos aparecen desglosados en los servicios factoriales y no factoriales, los primeros se refieren a remuneraciones a los factores de la producción (pago de intereses de la deuda y remisión de utilidades de empresas extranjeras principalmente) y los segundos a los demás (turismo, transporte, etc.).

⁶ *Enciclopedia Digital Microsoft Encarta 2003.*

Aparece un cuarto rubro como transferencias, el cual se refiere principalmente a los envíos de dólares que hacen nuestros compatriotas que trabajan en el extranjero, y en menor medida a donativos que entran o salen del país unilateralmente. Cuando solamente se toma en cuenta la exportación e importación de mercancías el resultado es la balanza comercial, la cual llega a ser más particular si se incluyen solo los datos de algún sector o rama productivos, por ejemplo: Balanza comercial Agropecuaria, balanza agrícola, balanza comercial industrial y balanza comercial automotriz.

En la Cuenta de Capital se registran los ingresos en dólares, que en este caso significan importaciones de capital y los egresos que representan exportaciones de capital. Los principales motivos por los que ingresan o egresan divisas son principalmente:

- Préstamos del extranjero a México y viceversa (deuda externa)
- Pagos o amortizaciones de tales préstamos (pagos al principal)
- Inversión extranjera directa (productiva) en México e inversión mexicana directa en el extranjero.
- Inversión extranjera de cartera (especulativa) en México e inversión mexicana de cartera en el extranjero⁷.

“Los errores y omisiones son un residuo que no aparecería en un registro ideal, perfecto, de la balanza de pagos, como el que pudiera derivarse de las transacciones hipotéticas. Pero como las estadísticas son imperfectas, al estimarse, a partir de fuentes diversas, los asientos de débito y de crédito que requiere la partida doble, unos y otros no coinciden de manera cabal. Quienes recopilan la información para elaborar las balanzas, después de realizar los refinamientos pertinentes, atribuyen las diferencias a errores y omisiones. Cuando éstos son de magnitud pequeña, digamos menores del 2% del valor absoluto de las importaciones, puede suponerse que realmente son errores y omisiones diversos. Cuanto más excedan esa proporción, más probable será, sin embargo, que reflejen movimientos no registrados de capital.

La variación de la reserva bruta registra las variaciones en los activos internacionales del Banco de México o en el valor de los mismos. La mayor parte de tales variaciones suele deberse a los registros de la cuenta corriente y de la cuenta de capital. Otras son producto de ciertos cambios en la tenencia de metales monetarios (oro o plata), de cambios en el valor en dólares de las tenencias de otras monedas y de la asignación de

⁷ Flores Paredes Joaquín, *El Contexto del Comercio Exterior en México. UNAM FESC 2001, p.59-60*

derechos especiales de giro al Banco de México por el Fondo Monetario Internacional.⁸

CUADRO N°1

Balanza de pagos de México (1995-2003) (millones de dólares)									
Concepto	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Cuenta Corriente	(1,576.7)	(2,330.3)	(7,448.4)	(16,089.8)	(14,325.1)	(17,689.9)	(17,457)	(14,053)	(9,150)
Cuenta de Capital	15,405	4,089.2	15,762.7	17,652.1	14,335.6	17,919.7	22,704	22,231	17,528
Errores y Omisiones	(4,238.2)	34.6	2,197.2	576.1	581.6	2,594.4	2,073	1,074	1,073
Variación de la Reserva	9,590.1	1,773.6	10,511.5	2,135.4	592.2	2,824.2	7,325	7,104	9,451

Fuente: Informes anuales del Banco de México.

El saldo de la balanza de pagos (variaciones en la reservas internacionales) no necesariamente será igual a cero, sino que puede ser positivo o negativo, en caso de ser positivo se dice que la balanza registró un superávit, lo que implica un crecimiento en las reservas internacionales; si es negativo, se dice que la balanza registró un déficit, lo que representa una caída en las reservas internacionales.

Las reservas internacionales se utilizan para defender un determinado tipo de cambio, en el caso de darse un exceso de demanda de divisas, cuando las reservas internacionales caen por debajo de un nivel crítico, las autoridades ya no pueden defender el tipo de cambio y están obligadas a devaluar. Por lo anterior, los participantes del mercado vigilan cuidadosamente los movimientos de las reservas internacionales, pero el crecimiento del déficit de la cuenta corriente solo podrá ser detenido con un ajuste en el tipo de cambio que disminuya la inflación del país con respecto a EE. UU.

La importancia de la balanza de pagos es que representa la competitividad internacional de los bienes y servicios mexicanos, las exportaciones de petróleo y el servicio de la deuda externa, es una síntesis de la oferta y la demanda de divisas.

⁸ Morales Castro Arturo, *Economía y toma de decisiones Financieras de Inversión*. Gasca SICCO 2002, p. 100-101

CAPITULO 2

PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO PARA LA EXPORTACIÓN EN MÉXICO

Hoy en día, las empresas interesadas en incursionar en el mercado global, así sea un país o una ciudad extranjera en particular, no pueden hacerlo sólo llevadas por su buen olfato para los negocios, no se debe improvisar o lanzarse a la aventura exportando a ojos cerrados a cualquier país, sin pensar en el riesgo y consecuencias que para la empresa puede representar una mala toma de decisiones, a pesar de que la exportación de productos nacionales tiene una gran oportunidad de mercado gracias a los tratados de libre comercio que se tienen desde hace más una década, todavía existe desconocimiento de los beneficios y la forma de incursionar en los mismos.

Evidentemente en México las empresas más exitosas como exportadoras son los grandes corporativos nacionales y extranjeros, cuya experiencia y recursos les permiten consolidar a cada paso su posición en el mercado global. Lo anterior nos orienta a interesarnos particularmente en las pequeñas y medianas empresas que están iniciando o van a iniciarse como exportadoras, las cuales necesitan apoyo técnico, financiero y principalmente de asesoría para desarrollar su potencial exportador.

Parte importante del proceso para poder exportar de una forma exitosa es conocer los Procedimientos Administrativos y Marco Jurídico que se aplican en la exportación en México ya que de estos son la base o el primer paso que debe darse en las organizaciones al querer penetrar al mercado externo porque se puede incurrir en errores básicos de exportación no relacionados con el producto el cual puede ser competitivo en el exterior, otra ventaja que proporciona estudiar los Procedimientos Administrativos y Marco Jurídico es conocer las ventajas (administrativas, económicas, etc.) que se pueden adquirir para nuestro producto al inicio, durante y a futuro en su exportación por medio de los programas gubernamentales, instituciones especializadas y otros recursos para los exportadores este estudio se basa en el conocimiento de:

- Régimen Fiscal del Comercio de México.
- El Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías.
- Los Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS).
- Regulaciones Arancelarias y no Arancelarias.
- Los Tratados Comerciales y las Reglas de Origen.

- Documentos y Trámites Aduaneros utilizados en la Exportación en México.
- Programas e Instituciones de Apoyo a la Exportación.

2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO DE MÉXICO

Debido a la naturaleza, a la amplitud del régimen fiscal y a las leyes relacionadas al tema de la exportación solo se mencionaran como referencia y de forma general, de las cuales se adaptaran las necesarias a nuestro producto en el capítulo 5 del presente trabajo, en donde se mencionara con precisión cuales tiene relación directa con la exportación de etiqueta plástica mexicana a España.

“El régimen fiscal del comercio exterior mexicano tiene sus bases en:

- Código Fiscal de la Federación
- Ley IVA y su Reglamento
- Ley del Impuesto Especial Sobre Productos y Servicios (IESPYS)
- Ley del ISR y su Reglamento
- Ley Aduanera y su Reglamento
- Ley del Impuesto General de Importación y Exportación y la
- Ley de Comercio Exterior

Esto de forma establecida pero se puede agregar según sea el caso en que se encuentre el producto o servicio:

- Leyes especiales relacionadas al comercio exterior
- Normas OMC
- Reglas fiscales en materia de comercio exterior dependiendo el TLC

Para la exportación en específico además de las mencionadas podemos incluir:

- La Tarifa del Impuesto General de Exportación (TIGE)

Y por último se mencionaran otras Leyes y Disposiciones relativas al Comercio Exterior que no son de régimen fiscal pero intervienen dentro del proceso de exportación y que deben tomarse en cuenta para realizar dicha actividad:

- Ley Federal Sobre Metrología y Normalización
- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente
- Ley General de Salud

- Ley Federal de Sanidad Animal
- Ley Federal de Derechos
- Ley de Inversión Extranjera⁹

2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE CODIFICACIÓN Y DESIGNACIÓN DE MERCANCIAS.

“El sistema armonizado de designación y codificación de mercancías o sistema armonizado (SA) es una nomenclatura que comprende las partidas, subpartidas y los códigos numéricos correspondientes, a las mercancías que circulan en el comercio global. Se estableció a través del Convenio internacional del sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, que entró en vigencia el 1 de enero de 1998, en sus idiomas oficiales: inglés y francés. Por la extensión y naturaleza técnica del Sistema Armonizado, el Consejo de Cooperación Aduanera emitió las “Notas Explicativas del Sistema”, las cuales ayudan a clasificar las mercancías conforme a la estructura del mismo.

Las mercancías que se destinan al comercio exterior requieren de una correcta clasificación bajo el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), creado por la Organización Mundial de Comercio y en particular por la Organización Mundial de Aduanas. Todos los países miembros de la OMC, México entre ellos, están obligados a utilizar este sistema en su nomenclatura estadística y aduanera, pues de ello depende, entre otras cosas:

- El pago correcto de impuestos al comercio exterior, evitar multas y sanciones.
- El cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias que realmente correspondan a mi mercancía (normas, cupos, permisos, etc.)
- Al encontrar la regla de origen específica que, de cumplirse, otorga al producto un trato arancelario preferente.
- La balanza comercial.
- La información de modificaciones para cierto producto (permisos, cuotas y demás), proporcionadas por la Secretaría de Economía y otros organismos de gobierno, que determinan la clasificación de los productos dependiendo de sus características arancelarias.
- Asegurar que la mercancía llegue sin retrasos, ni contratiempos.

⁹ *Witaker Jorge. Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo. Edit. Mac Graw Hill México 2002*

El Sistema Armonizado constituye por lo tanto un juego coherente de partidas y subpartidas que junto con las reglas interpretativas y las notas de sección, capítulo y subpartida, proveen de una clasificación sistemática y uniforme a las mercancías ejemplos de esto tenemos :

Convenio para el control de las sustancias que agotan la capa de ozono contenido en el protocolo de Montreal:

Partida

“29.03 Derivados hidrogenados de los hidrocarburos.”

Subpartida

“2903.19 –Los demás.”

En esta subpartida se clasifican todos los derivados clorados saturados de los hidrocarburos acíclicos, no especificados en las subpartidas 2903.11, 2903.12, 2903.13, 2903.14 y 2903.15. Entre otros el Tricloroetano (metyl cloroformo) que es una sustancia considerada dañina para la capa de ozono.

Convenio sobre sustancias Psicotrópicas (1971).

Partida

“12.11 Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrados o pulverizados.”

Subpartida

“1211.90 –Los demás.”

En esta subpartida se clasifican las plantas y sus partes, semillas y frutos no especificados en las subpartidas 1211.10, 1211.20, 1211.30 y 1211.40. Entre otras la Marihuana (*cannabis indica*), planta de tráfico prohibido por sus propiedades estupefacientes¹⁰.

Lo anterior muestra la amplitud de conceptos en mercancías estructuradas en el sistema armonizado de codificación el cual comprende 5224 grupos independientes de mercancías en su versión 2002 pero que esta diseñado para ser perfectible y aumentado si es necesario con el surgimiento de nuevas mercancías o variantes de las mismas.

¹⁰ www.comerciointernacional.com.mx

2.3 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO (INCOTERMS).

“En el entorno del comercio exterior actual sería difícil realizar operaciones de importación y exportación sin reglas aceptadas en el ámbito internacional, el objetivo principal de los INCOTERMS es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permitan acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales y en contratos de compraventa internacional. Actualmente dos grupos de términos prevalecen en las operaciones mundiales:

- Los INCOTERMS, abreviación de *International Commerce Terms* de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), y
- Las Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD) de la cámara de Comercio de Estados Unidos de América.

Con los INCOTERMS, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes. Asimismo, los INCOTERMS constituyen una base para regular las transacciones comerciales, delimitando a detalle los derechos, las responsabilidades y las obligaciones entre comprador y vendedor, haciendo una referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía. En cuanto a este último punto, los INCOTERMS regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor,
- Costos a cuenta del comprador y vendedor, y
- Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales (por ejemplo: aduanas) y agentes privados (por ejemplo: aseguradoras, transportistas, maniobristas, alijadores, etc.)

Los INCOTERMS se clasifican en dos formas:

- Por grupos y
- Por tipo de transporte que se utilizará

Por grupos. Esta clasificación se conoce por la primera letra de siglas del INCOTERM, que puede ser (ver cuadro # 2):

E = Exit (en punto de salida u origen).

F = Free (libre de flete al principal)

C = Cost (costo de flete principal incluido).

D = Delivered (entregado en destino).

Los términos que inician con las letras E y F son entregados en el país de origen, los que inician con C y D son entregados en el país destino.

CUADRO N°2

Categoría E: EXW.	Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor.
Categoría F: FCA, FAS y FOB.	Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.
Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP.	El vendedor contrata el transporte a sus expensas, sin asumir algún riesgo ni responsabilidad sobre la mercancía una vez que ésta ha sido embarcada, bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de embarque.
Categoría D: DAF, DES, DEQ, DDU y DDP.	El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado, bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de entrega en destino

Fuente: Bancomex Guía Básica del Exportador. México 2003

Por tipo de transporte. Los modos de transporte apropiados para el uso de los INCOTERMS 2000 se clasifican de la siguiente manera(ver cuadro # 3):

A = Transporte Aéreo

M = Transporte Marítimo o Fluvial

O = Cualquier tipo de transporte (incluyendo aéreo y terrestre)

T = Transporte terrestre¹¹

CUADRO N°3

Grupo	Sigla	Ingles	Español	Transporte
"E" Salida	EXW	1.-Ex Works (named place)	En fábrica (lugar acordado)	"O"
"F" Transporte Principal No Pagado	FCA	2.-Free Carrier (named place)	Libre (franco) de porte (lugar acordado)	"O"
	FAS	3.-Free Alongside ship (named port of shipment)	Libre al costado del buque (puerto de embarque acordado)	"M"
	FQB	4.-Free on board (named port of shipment)	Libre (franco) a bordo (puerto de embarque acordado)	"M"

¹¹ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p175-177*

"C" Transporte Principal Pagado	CFR	5.-Cost and Freight (named port of destination)	Costo y Flete (puerto de destinoAcordado)	"M"
	CIF	6.-Cost Insurance and Freight (named port of destination)	Costo, Seguro y Flete (puerto de destino acordado)	"M"
	CPT	7.-Carriage paid to (named place of destination)	Flete/ porte pagado hasta (lugar de destino acordado)	"O"
	CIP	8.-Carriage and insurance Paid To (named place of destination)	Flete/ porte y seguro pagado hasta (lugar de destino acordado)	"O"
"D" Destino O Llegada	DAF	9.- Delivered at Frontier (named place)	Entregado en frontera (lugar acordado)	"O"
	DES	10.- Delivered Ex-Ship (named port of destination)	Libre en el buque (puerto de destino acordado)	"M"
	DEQ	11.- Delivered Ex-Quay (named port of destination)	Entrega en el muelle (puerto de destino acordado)	"M"
	DDU	12.- Delivered Duty Unpaid (named place of destination)	Entregado aranceles sin pagar (lugar de destino acordado)	"O"
	DDP	13.- Delivered Duty Paid(named place of destination)	Entregado con aranceles pagados (lugar de destino acordado)	"O"

Fuente: Bancomex Guia Básica del Exportador. México 2003

**En transporte se indica el tipo recomendado "M" Marítimo, "O" Otro tipo de transporte.

2.4 REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

REGULACIONES ARANCELARIAS:

Los Aranceles son una lista o catálogo de impuestos aduaneros aplicados generalmente por el gobierno sobre las importaciones y, a veces, sobre las exportaciones. Al principio, estos impuestos pretendían únicamente lograr aumentar los ingresos del Estado. Tras el crecimiento de la industria y la formación de economías nacionales empezaron a imponerse, fundamentalmente, como instrumentos de la política económica nacional.

Los aranceles se establecían para proteger la industria nacional de la competencia externa y para lograr superávit de la balanza comercial. Estas prácticas llevaron a que un gobierno impusiera impuestos elevados y discriminatorios para mostrar su hostilidad hacia otro gobierno; los gobiernos afines entre sí suelen establecer acuerdos arancelarios preferentes.

“El método más común para frenar las importaciones consiste en establecer aranceles, el arancel pagado por el comprador del bien, eleva el precio de ese producto en el país importador. Este aumento desincentiva la demanda de consumo de bienes importados, por lo que consigue reducir de modo eficiente el volumen de importaciones. Los impuestos percibidos aumentan los ingresos del Estado. Además, los aranceles constituyen un subsidio encubierto para las industrias competidoras de productos importados; cuanto mayor sea el precio resultante de la aplicación del arancel, mayor será el beneficio de los productores nacionales al poder vender a un precio superior del que podrían establecer en caso de competencia internacional, lo que puede incentivarles para aumentar su propia producción”¹².

“Para efectos de la Ley de Comercio Exterior de México (artículo 12), los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación, los cuales pueden ser:

1.- Ad valorem: Se expresa en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía; por ejemplo si el valor en la aduana de una mercancía es de \$10,000 y la tasa de arancel es del 10%, se pagarán \$1,000 de impuesto.

2.- Específico: Se expresa en términos monetarios por unidad de medida; por ejemplo US \$5.00 por metro de tela; US \$150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía, no tiene ninguna trascendencia fiscal. Así, con base en estos ejemplos, en el arancel

¹² Enciclopedia Digital Microsoft Encarta 2003.

especifico no se considera si el precio de la tela es muy elevado o muy bajo (a diferencia del ad valorem, que si distingue precios y calidades).

3.- Mixto: Es una combinación de los dos anteriores(ad valorem y especifico); por ejemplo 5% ad valorem US \$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster.

México y la mayoría de los países de la Organización Mundial de Comercio (OMC) utilizan estos tres tipos de aranceles. En México, los aranceles antes referidos podrán adoptar las siguientes modalidades:

1.- Arancel-cupo, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto;

2.- Arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes periodos del año, y

3.- Las demás que señale el ejecutivo federal.

No obstante lo anterior y de conformidad con el artículo 14 de la Ley de Comercio Exterior, podrán establecerse aranceles diferentes a los generales previstos en las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación cuando así lo establezcan los tratados o convenios comerciales internacionales de los que México sea parte.

Además se cuenta con medidas contra las prácticas desleales de comercio internacional, aunque estas medidas no están clasificadas como arancelarias, cuando se aplican, su cobro se realiza de igual forma que las arancelarias, en las aduanas. Existen dos formas de prácticas desleales de comercio:

a) Cuando un gobierno otorga a sus productos un apoyo, por lo general económico, para los productos que se exporten (conocido como subvención), con el fin de ayudarlos a elevar la competitividad de sus bienes en el mercado de destino.

b) Se dice que hay discriminación de precios (dumping) cuando un producto se vende en un mercado extranjero, a un precio inferior al de su valor normal en el mercado internacional (Arts. 30 y 31 de la Ley de Comercio Exterior). También se dice que hay discriminación de precios, cuando por interés comercial de los exportadores, una mercancía se vende a otro país, a un precio inferior al que esa misma mercancía se vende en el mercado internacional. A fin de protegerse de prácticas desleales de comercio, el gobierno de un país puede aplicar cuotas compensatorias a las mercancías. Estas consisten en cobrar un porcentaje de dinero sobre el valor de la mercancía; algo similar a imponer un arancel a las importaciones, con el

objeto de evitar que los productores nacionales sean perjudicados por importaciones que están vendiéndose en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional.

Las mercancías, sin excepción alguna, deben clasificarse arancelariamente al pasar por las aduanas, a fin de identificar de manera clara y precisa qué tasa porcentual de arancel les corresponde pagar de acuerdo con el tipo de arancel aplicable, así como para conocer y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias, tales como permisos previos, cuotas compensatorias, regulaciones sanitarias, de etiquetado, etc. , a las cuales estén sujetas. Se entiende como "clasificación arancelaria", el orden sistemático-uniforme de todas las mercancías en una nomenclatura determinada en la que cada mercancía se le identifica a través de un código numérico general que significa lo mismo en la mayoría de las aduanas del mundo. Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías (SA), el cual ha sido adoptado por los países miembros de la OMC. La clasificación arancelaria de las mercancías es un tema muy importante dentro de los sistemas de control de comercio exterior, dado que:

- Permite efectuar estadísticas y controles homólogos para la mayoría de países en el mundo, ya que la clasificación de un producto en México, por ejemplo, será la misma que se aplicará en países que también utilizan el SA
- Permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de nombre común para todos, en todas partes, sin importar idioma.
- Facilita el estudio del comercio exterior, ya que por medio de la fracción arancelaria se puede determinar cuánto se importa y se exporta de un producto.
- Identifica los aranceles, cuotas compensatorias y las regulaciones no arancelarias que tiene que cumplir un producto a la exportación o importación.

Gracias a este sistema, dentro de los países que lo han adoptado, una misma mercancía se codifica en forma idéntica a nivel de ocho dígitos; a estos ocho dígitos se les conoce como fracción arancelaria quedando como sigue:

Capítulo:	94
Partida:	03
Subpartida:	40
Fracción arancelaria:	01

Por ejemplo: los muebles de madera utilizados en cocinas se clasifican en la fracción arancelaria 9403.40.01

Es recomendable que el futuro exportador clasifique arancelariamente las mercancías correctamente con apoyo de especialistas, ya que carecer de una adecuada clasificación arancelaria puede traer graves consecuencias que pueden ser contrarias a sus intereses, para tal clasificación se puede asistir a Bancomext.

En el tratamiento arancelario los países pueden otorgar diverso trato en función al país de origen de la mercancía que llega a sus aduanas. Por ello, sus aranceles de importación pueden ser de tres formas:

- El arancel que aplica a todos los miembros de la OMC, que generalmente es el tratamiento de nación más favorecida (NMF) o arancel general,
- El arancel aplicable a mercancías originarias de los países a los que se concede trato preferencial (arancel inferior al general o exención al mismo) como resultado de un acuerdo o tratado comercial y
- Los aranceles a las mercancías de países a los que ha impuesto una sanción o castigo económico, por lo que su arancel es superior al general esto es el llamado trato diferencial.

A fin de incorporarse al dinamismo que se observa en la economía internacional, México inició un proceso de transformación, especialmente en el ámbito comercial, el cual se basó en una mayor apertura al exterior para ampliar los espacios comerciales del país y elevar su participación en el comercio internacional, la apertura comercial del gobierno mexicano mediante la firma de tratados comerciales TLC's¹³.

REGULACIONES NO ARANCELARIAS

"Las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de las mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta al medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas. Por su naturaleza, estas regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sea tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes y, al igual que los aranceles, pueden ser

¹³ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p. 95-97*

modificadas en tiempos relativamente cortos. En México, las medidas de regulaciones no arancelarias a la exportación de mercancías, pueden establecerse en los siguientes casos:

- 1.- Para asegurar el abasto de productos destinados al consumo básico de la producción y el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, o para regular o controlar recursos naturales no renovables del país, de conformidad con las necesidades del mercado interno y las condiciones del mercado internacional;
- 2.- Conforme a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que México sea parte;
- 3.- Cuando se trate de productos cuya comercialización esté sujeta, por disposición constitucional, a restricciones específicas;
- 4.- Cuando se trate de preservar la fauna y la flora en riesgo o peligro de extinción, o de asegurar la conservación o aprovechamiento de especies;
- 5.- Cuando se requiera conservar los bienes de valor histórico, artístico o arqueológico, y
- 6.- Cuando se trate de situaciones no previstas por las normas oficiales mexicanas en lo referente a seguridad nacional, seguridad pública, sanidad fitopecuaria o ecología, de acuerdo con la legislación en la materia.

Para fines prácticos, estas regulaciones se dividen en dos clases: **las cuantitativas y las cualitativas.**

Las primeras se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país o establecer contribuciones cuantificables a las que sujetan esas mercancías distintas del arancel. Las segundas tienen que ver con el producto en sí mismo y/o sus accesorios (envase, embalaje, entre otros) sin importar la cantidad; estas medidas se aplican a todos los productos que se deseen introducir a un país y no sólo a una cierta cantidad de ellos.

Regulaciones no arancelarias cuantitativas

- Permisos de exportación e importación
- Cupos
- Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional:
Discriminación de precios y subvención

Regulaciones no arancelarias cualitativas

- Regulaciones de etiquetado
- Regulaciones de envase y embalaje
- Marcado de país de origen
- Regulaciones sanitarias
- Normas técnicas

- Regulaciones de toxicidad
- Normas de calidad
- Regulaciones ecológicas"¹⁴

2.5 LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN

LAS REGLAS DE ORIGEN

En el comercio internacional es básico tener presente el origen de la mercancía que se importa o exporta porque:

A) Determina la nacionalidad de las mercancías.

B) Permite identificar mercancías que son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial en el marco de un acuerdo o tratamiento comercial.

C) Asegura que las preferencias de un tratado comercial se otorguen sólo a bienes producidos en los países miembros y no a los elaborados en otros países.

“Las Reglas de Origen aplicable a un producto se clasifican a través de su clasificación arancelaria y para ello se deben consultar los anexos de los TLC’s sobre Regla de Origen específica para conocer cual será aplicable. Los principales criterios para determinar el origen de un bien son:

- **Totalmente Originario.** Es decir, que el bien se obtenga en su totalidad o se produzca enteramente en el territorio de uno o más países partes del tratado (por ejemplo: minerales extraídos, vegetales cosechados, animales vivos, nacidos y criados, bienes obtenidos de la caza y pesca en territorio de uno o más países suscriptores al TLC, o bien, productos elaborados a partir de materias primas nacionales o dentro de otro país miembro del tratado).
- **Salto Arancelario.** Este criterio se emplea cuando los materiales con los que se fabrica un bien hayan sido importados de otro país no miembro del mismo tratado, y tiene una clasificación arancelaria distinta de la del producto que se va a exportar. El cambio o salto arancelario significa que el insumo o producto a sufrido una transformación tal, que su naturaleza arancelaria cambia, adquiriendo por este hecho su naturalización regional. Por ejemplo: un empresario importa tomates frescos de África, los transforma en salsa de tomates, los envasa y exporta a Estados Unidos; por el echo de la transformación operada, se considerará originario y podrá tener acceso al arancel preferente.
- **De Minimis.** También se puede acudir al criterio de minimis, conforme el cual, el producto se considera originario siempre que el

¹⁴ BANCOMEXT. *Guía Básica del Exportador. México 2003, p. 151-153*

valor de los insumos no originarios representen en general menos del 7% u 8% del valor total del producto, dependiendo del TLC, salvo en algunos casos dentro de productos comprendidos en los capítulos 1 al 27 del Sistema Armonizado (algunos productos agropecuarios, pesqueros, alimentos frescos, etc.). En el caso de textiles y confecciones, los porcentajes antes mencionados se refieren al peso de los insumos no originarios.

- **Valor del Contenido Regional.** Este término tiene a su vez dos variantes que le permiten al exportador determinar, eligiendo una u otra variante, el valor de los insumos que se incorporaron de la región en el producto final de exportación, y determinar si el bien puede considerarse como regional y, por lo tanto, susceptible de trato preferencial.

Las dos variantes de cálculo para el contenido regional son: método de valor de transacción y método de costo neto.

a) **Método del valor de transacción:** Para determinar si una mercancía califica como originaria de la región conforme a este método, se toma como base el valor de la transacción, es decir, el precio de venta del producto de exportación restando el valor de los materiales no originarios que se utilizaron en la producción del bien. El cálculo se basa en la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{VT - VMN}{100} \times 100$$

Donde: VCR = Valor del contenido regional expresado en porcentaje
VT = Valor de transacción del bien y
VMN = Valor de materiales no originarios utilizados por el productor en la producción del bien.

b) **Método de costo neto:** De conformidad con el método de costo neto, el valor de contenido regional se obtendrá restandole al total del costo de la producción el valor de los materiales no originarios. El costo neto se calculará con la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{CN - VMN}{100} \times 100$$

Donde: VCR = Valor del contenido regional expresado en porcentaje
CN = Costo neto del bien y
VMN = Valor de materiales no originarios utilizados por el productor en la producción del bien.

Pero ¿Cuál es la diferencia entre el método de valor de transacción y método de costo neto? Y ¿Cuál es el valor del contenido regional mínimo que debo de tener?.

La diferencia es que en el valor de transacción, el exportador puede considerar como originarios los gastos de promoción, venta y otro, así como las utilidades obtenidas por la venta. En el método de costo neto, tales gastos no se consideran como originarios y únicamente se permite cuando expresamente lo señale la regla de origen. En el método de transacción se resta el valor de los materiales no originarios a partir del valor de la venta del producto final de exportación (que incluye gastos de promoción, venta y otros, así como las utilidades obtenidas por la venta), mientras que en el método de costo neto se parte del costo de producción del bien de exportación y por lo tanto, tales gastos no se consideran como originarios.

Y el valor del contenido regional mínimo que debo de tener en todos los casos, se recomienda revisar el tratado comercial respectivo para determinar que porcentaje de valor de contenido regional es aceptado de acuerdo con el producto que se va a exportar. En general, en la mayoría de los tratados firmados por México se acepta un valor de contenido regional del 60% calculado con la base en el método de valor de transacción, y 50% calculado a través del método de costo neto.

EL CERTIFICADO DE ORIGEN

El Certificado de Origen es formalmente, el documento donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y porque, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales. Hasta hace poco el certificado de origen por lo general acompañaba cada embarque. Sin embargo, a partir de los tratados comerciales que México ha firmado recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En cada tratado o acuerdo de comercio se considera el uso del certificado de origen, lo que permitirá que el empresario mexicano goce de preferencias arancelarias en los mercados de destino; Falsear, falsificar o modificar un certificado de origen puede ser motivo de sanción económica y penal tanto por el exportador como para el importador, ya que las autoridades competentes de los países donde se otorgue trato preferencial, tienen facultades para verificar el origen de los bienes conforme a los lineamientos de los capítulos relativos de los mismos tratados.

Es por eso que se recomienda hacer un estudio minucioso sobre el origen del bien exportado y ser cuidadosos al momento de llenar el certificado de origen. (La Secretaría de Economía otorga dichos certificados).

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FIRMADOS POR MÉXICO

El objetivo fundamental de los TLC's es liberalizar de manera gradual y coordinada el comercio de bienes y servicios, así como los movimientos de capital para formar un área de libre comercio entre México y los países o país firmante del tratado con los siguientes objetivos:

- Eliminar las barreras al comercio,
- Promover las condiciones para una competencia justa,
- Incrementar las oportunidades de inversión,
- Proteger adecuadamente los derechos de propiedad intelectual,
- Establecer procedimientos eficaces para la aplicación del tratado y solucionar controversias.
- Fomentar la cooperación regional y multilateral.

Con la firma de los TLC's se asegura a los exportadores mexicanos un trato arancelario preferencial prácticamente inmediato para la mayoría de los productos que se envían a los diferentes países ya que en todos los tratados o acuerdos comerciales negociados por México, se establece, conforme al principio de trato nacional, que los bienes que un país miembro importe de otro no serán objeto de discriminación; por tanto, los productos mexicanos que ingresen a los mercados externos recibirán un trato igual al de los producidos en esos países; A continuación se mostrara un cuadro donde se muestran los TLC's firmados por México.

CUADRO N° 4

TRATADO DE LIBRE COMERCIO	ENTRADA EN VIGOR	PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL
México- EU y Canadá	1 de Enero de 1994	20 de Diciembre de 1993
México- Costa Rica	1 de Enero de 1995	10 de Enero de 1995
México- Colombia y Venezuela	1 de Enero de 1995	09 de Enero de 1995
México- Bolivia	1 de Enero de 1995	11 de Enero de 1995
México- Nicaragua	1 de Julio de 1998	1 de Julio de 1998
México- Chile	1 de Julio de 1999	1 de Agosto de 1999
México- Unión Europea	1 de Julio de 2000	6 de Junio de 2000

TRATADO DE LIBRE COMERCIO	ENTRADA EN VIGOR	PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL
México- Israel	1 de Julio de 2000	28 de Junio de 2000
México- Triangulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	15 de Marzo de 2001	14 de Marzo del 2001
México- Asociación Europea de Libre Comercio. (EFTA), Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza	1 de Julio de 2001	29 de Junio de 2001
México- Uruguay	15 de Julio de 2004	14 de Julio de 2004

Fuente: Bancomex

Para aprovechar los beneficios de estos Tratados, es necesario llenar el certificado de origen correspondiente, cuyo formato se publicó en el Diario Oficial de la Federación en la fecha correspondiente en que se firmo cada tratado y dentro de cada publicación se encuentran las observaciones correspondientes.

México entro a la **ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI)** la cual en busca de la integración comercial latinoamericana, se creó en 1980 por el Tratado de Montevideo, entre cuyos objetivos se encuentran: establecer a largo plazo, en forma gradual y progresiva, un mercado común latinoamericano a través del uso de tres instrumentos o mecanismos, principalmente: México, al igual que los otros países miembros de la ALADI (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela), tiene acceso arancelario preferencial en esos países, aunque varía según el mecanismo de preferencia comercial utilizado. Esta Preferencia arancelaria regional se conoce como PAR; consiste en la preferencia mínima que otorga un país a otro y que aparece como preferencia generalizada. Es decir, cada país signatario se comprometió a otorgar a sus contrapartes un descuento (preferencia) de cierto porcentaje a su arancel general de importación, según el grado de desarrollo industrial particular. Por tanto, los países miembros de la ALADI proporcionan una preferencia a todos los productos que importan en el marco de la misma; sin embargo, cada país publica una lista de excepciones, es decir, productos que no tienen preferencias por considerarse que afectan a una industria. En consecuencia, es necesario revisar esta lista del país importador para saber si el producto que se desea exportar se encuentra exceptuado de la preferencia; en caso contrario, se aplica la PAR de la manera siguiente:

Preferencia arancelaria regional que los países miembros de la ALADI conceden a los productos exportados de México

CUADRO N°5

Argentina y Brasil	20%
Uruguay y Cuba	12%
Ecuador y Paraguay	8%
Perú	6%

Fuente: Bancomex

Los Acuerdos de complementación económica resultado de la incursión de México en la ALADI mecanismo para promover la integración económica, finalidad esencial del Tratado de Montevideo son los siguientes:

1).-Acuerdo de Complementación Económica entre México y Brasil (ACE 53)

El Acuerdo de Complementación Económica No. 53 (ACE 53) suscrito entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Federativa de Brasil se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2002.

2).-Acuerdo de Complementación Económica entre México, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay (MERCOSUR) (ACE 55)

El Acuerdo de Complementación Económica No. 55 (ACE 55) suscrito entre México y Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, siendo estos últimos miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) entró en vigor el 1° de enero de 2003 conforme al Diario Oficial de la Federación del 31 de diciembre de 2002, aunque para Uruguay al 15 de Julio de 2004 se volvió TLC.

Para beneficiarse de las preferencias de los acuerdos mencionados, se requiere un **Certificado de origen ALADI**, documento oficial que expide y autoriza la SECON, debiéndose llenar un cuestionario sobre "Registro de productos elegibles para preferencias y concesiones arancelarias para la obtención de certificados de origen ALADI".

OTROS CERTIFICADOS DE ORIGEN:

De artículos mexicanos. Este documento certifica el origen mexicano de las mercancías cuando hay un requerimiento no arancelario de ciertos países con los que no se tiene negociado acuerdo o tratado comercial, y de los cuales no se recibe ninguna preferencia arancelaria. Algunas cámaras empresariales expiden, desde hace algunos años, certificados de origen

que también se aceptan en los países de destino. Los formularios que las cámaras utilizan para tal efecto son distintos de los emitidos por la SECON; su utilidad, sin embargo, es la misma.

Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC). Este certificado de origen sólo lo exigen algunos países; entre los principales están: India, Sri-Lanka, Egipto, Ghana, Irán, Libia, Marruecos, Nigeria, Pakistán, Filipinas y Corea.

Es obligatorio presentar el certificado al realizar su trámite en la aduana de destino, que deberá ser validado por SECON. Para que la SECON expida un certificado de origen, el exportador debe llenar previamente el formulario de Registro de Productos Elegibles para Preferencias y Concesiones Arancelarias, en el cual se proporciona la información mínima necesaria para determinar si el producto que se exportará cumple con las normas de origen establecidas¹⁵.

2.6 DOCUMENTOS Y TRAMITES ADUANEROS UTILIZADOS EN LA EXPORTACIÓN EN MÉXICO

“1.-Registro Federal de Contribuyentes Artículo 27.(Código Fiscal Federal)

El exportador debe tomar en cuenta que el RFC es indispensable para:

- Aprovechar los mecanismos de apoyo, como por ejemplo: el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), Constancia de Empresas Altamente Exportadora (ALTEX) y Programa de Maquila de Exportación. Solicitar devoluciones o acreditamiento del IVA.
- Realizar trámites ante las dependencias del gobierno y las instituciones bancarias (tramitación de pedimentos de importación y exportación, abrir cuentas y recibir pagos del exterior, entre otras).

2.-REGISTRO DE MARCAS Y PROPIEDAD INDUSTRIAL

En el comercio internacional resulta necesario proteger los derechos de propiedad industrial (por ejemplo: invenciones, marcas o diseños comerciales), ya que tanto las marcas como las mercancías son susceptibles de plagio, lo cual deteriora la imagen de la empresa o de la mercancía y ello afecta la rentabilidad de los negocios. Para evitar estas prácticas, tanto México como otros países cuentan con leyes y organismos para la protección y el registro de los derechos de propiedad industrial. Entre los avances en la materia, destaca la creación del Instituto Mexicano

¹⁵ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p. 98-114*

de la Propiedad Industrial (IMPI), organismo descentralizado de la administración pública, cuya principal función es llevar el registro de patentes, marcas, diseños e invenciones, a fin de que toda persona o empresa quede protegida de cualquier plagio o piratería.

3.-REGISTRO ANTE LA CÁMARA CORRESPONDIENTE

En México no es obligatorio inscribirse ante cámara u organismo de coalición empresarial alguno. Sin embargo, los empresarios podrán evaluar los beneficios de formar parte de una de ellos, en función de las ventajas y beneficios que tal afiliación les brinde. Dentro de las actividades que realizan regularmente las Cámaras están, por ejemplo: promover las actividades de empresas afiliadas en el ámbito nacional e internacional de su circunscripción, lo que puede ser relevante para el exportador porque implica estar respaldado por una institución nacional, además de ser de utilidad los intercambios de información que maneja su Cámara con sus similares en otras partes del mundo.

4.-MARCADO DE PAÍS DE ORIGEN

Cada país importador puede exigir que una mercancía o empaque de mercancías ostente una marca que sirva para informar al consumidor final el país de origen de la mercancía de que se trate; por ello, en México se han establecido Normas Mexicanas (NMX) sobre este particular, cuyo cumplimiento es voluntario. En caso de utilizar el emblema de "Hecho en México", deberá cumplirse lo dispuesto en la norma NMX-Z-009-1978 Emblema Hecho en México. El marcado de país de origen se puede realizar en el idioma en el mercado de destino; cabe aclarar que, en esta última situación, se deberá cumplir con las regulaciones no arancelarias que defina cada país. En este sentido, para productos de exportación, el marcado de país de origen podrá ir impreso en el empaque con la leyenda "Hecho en México", "Made in México", o en el idioma del país de destino.

5.-DESPACHO ADUANERO

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanero, que no es otra cosa más que el conjunto de actos y formalidades relativas a la salida de mercancías del territorio nacional a través de la aduana. Para ello, el exportador deberá presentar ante la aduana (aérea, interior, fronteriza o marítima), por conducto de un agente o apoderado aduanal, un pedimento de exportación que ampare las mercancías, a fin de que sean examinadas por la autoridad. El pedimento deberá estar acompañado de la documentación que acredite el cumplimiento de las restricciones o regulaciones no arancelarias, cuando las mercancías estén sujetas a éstas para su exportación; asimismo, se deberán liquidar los impuestos de exportación que en escasas ocasiones procedan.

Los documentos que comprueben el cumplimiento del requisito o requisitos en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias a la exportación, deberán ser los que se hubieren expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior, siempre que las mismas se publiquen en el Diario Oficial de la Federación y sean identificadas en términos de su fracción arancelaria conforme a la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.

6.-DOCUMENTOS ADUANEROS

Quienes exporten mercancías están obligados a presentar ante la aduana, por conducto de agente o apoderado aduanal, un **pedimento**, el cual deberá acompañar de (artículo 36, fracción II de la Ley Aduanera):

La **factura**; para fines aduaneros es posible exportar con la presentación de cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en dólares estadounidenses, para lo cual se recomienda utilizar el tipo de cambio vigente a la fecha de exportación, mismo que se publica en el Diario Oficial de la Federación; no obstante, es recomendable presentar una factura en términos oficiales para facilitar una devolución o acreditamiento del IVA. Ésta se presenta con firma autógrafa, en español o inglés, y debe incluir la siguiente información:

- Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino.
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador.
- Nombre y dirección del comprador o consignatario.
- La descripción comercial detallada de las mercancías y la especificación de ellas en cuanto a clase, cantidad de unidades, números de identificación, cuando éstos existan, así como los valores unitario y total de la factura que ampare las mercancías contenidas en la misma. No se considerará descripción comercial detallada, cuando la misma venga en clave.
- Cantidades, peso y medidas del embarque.
- Se debe especificar el tipo de divisa utilizada y su equivalente en moneda nacional, y como la exportación no está sujeta a IVA, éste no se debe incluir.
- Condiciones de venta de acuerdo con los Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS) utilizados (FOB, CIF, etc.). Los montos por concepto de flete, primas de seguro, comisiones y costo de embalaje para el transporte deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta. En el país de destino, estos conceptos pueden ser parte de la base gravable para calcular los impuestos a la importación.

- Lugar y fecha de expedición.
- Si la factura se compone de dos o más hojas, éstas deben numerarse consecutivamente (por ejemplo: 1/5,2/5, etc.).

En el país de destino es necesario que todo embarque se ampare con una factura comercial.

- Los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior, siempre que las mismas se publiquen en el Diario Oficial de la Federación y se identifiquen en términos de la fracción arancelaria y de la nomenclatura que les corresponda conforme a la tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.
- Es recomendable indicar los números de serie, parte, marca y modelo o en su defecto,
- Las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares.

El pedimento de exportación permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para los efectos fiscales que correspondan (devolución o acreditamiento de contribuciones e IVA, principalmente). Los documentos que se anexan al pedimento los debe proporcionar el exportador a su agente aduanal, incluyendo una carta de encargo o encomienda, misma que se elabora en hoja membretada y en formato libre, en la cual el exportador girará instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero. En ésta deben establecerse por lo menos los siguientes datos:

- Quién confiere el encargo.
- A qué agente aduanal se le confiere.
- Fecha y lugar.
- Tipo de mercancías.
- Valor y cantidad.
- Régimen aduanero de exportación. Aduana de exportación.
- Otras recomendaciones sobre el embarque.

Además el agente aduanal podrá solicitar al exportador los siguientes documentos:

- Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
- Carta de encargo para el embarque de la mercancía.
- Reservación en la agencia naviera en la que se efectuará el embarque de la mercancía, en caso de tratarse de un despacho por

aduanas marítimas; si no se cuenta con dicha reservación, dar instrucciones a la agencia aduanal para que la solicite por cuenta del exportador.

- Si se trata de contenedores, solicitar su oportuno envío para cargarlos con la mercancía que se exportará y tenerlos listos para su embarque con tres días de anticipación.
- Si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere, deberá agregarse lo siguiente:
 1. Permisos o autorizaciones,
 2. Certificados de análisis químicos,
 3. Lista de empaque.
- El certificado de origen, en caso de que el comprador extranjero lo solicite, aunque no es obligatorio presentarlo en el despacho aduanero de exportación.

El despacho aduanero se debe realizar por conducto de un agente o apoderado aduanal, quienes están legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador. En cada operación de exportación debe pagarse el Derecho de Trámite Aduanero (DTA), el cual es una cantidad única que se actualiza en enero y julio de cada año. Será función del agente o apoderado aduanal hacer esta operación y cargar el costo en la cuenta correspondiente.

Como otra de las bondades de los Tratados de Libre Comercio, no pagarán DTA quienes realicen la exportación de mercancías a Estados Unidos, Canadá, Costa Rica, Chile, Colombia, Venezuela, El Salvador, Guatemala, Honduras, Israel, Nicaragua y Bolivia. Para el caso de la Unión Europea y Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), se pagará una cuota reducida, lo anterior en virtud de los Tratados de Libre Comercio que se tienen celebrados con los países miembros, siempre que declaren en el pedimento que la mercancía califica como originaria.

7.-LISTA DE EMPAQUE

La lista de empaque es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber qué contiene cada bulto o caja; por ello debe realizarse un empaque metódico que coincida con la factura. Con la lista de empaque se garantiza al exportador que durante el tránsito de sus mercancías se dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo, ya que, en caso de percance, se podrán hacer, sin mayores dificultades, las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros. En la lista se indicará:

- La cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje.
- En cada uno se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose aliado la descripción de cada una de las mercancías que contiene.
- Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la aduana y se evita que ésta sea más profunda.

Un embarque confuso (que contenga mercancías diferentes en un solo paquete y que no estén debidamente relacionadas) propicia un mayor tiempo de permanencia en la aduana, ya que el funcionario encargado de practicar el reconocimiento aduanero tardará más al tratar de identificar y establecer la cantidad y tipo de la mercancía declarada; esto genera gastos de maniobra no considerados, lo que aumenta el costo del producto, el tiempo de entrega y los riesgos, para el buen resguardo de las mercancías.

La lista de empaque la elabora el exportador y se utiliza como complemento de la factura comercial, se debe entregar una copia de la misma al transportista.

8.-CERTIFICACIÓN DE CALIDAD y CUANTIFICACIÓN DE MERCANCÍAS

Para reducir los riesgos inherentes a las operaciones de comercio exterior, puede acudirse a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la carga, a fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Las ventajas de estas empresas son:

- Cuentan con una red internacional de expertos en diferentes temas técnicos, la cual abarca la mayoría de los puertos y centros industriales del mundo.
- Cuentan con reconocimiento oficial para ciertos actos en la mayoría de los países; además, tienen la representación de gobiernos o entidades de corte internacional.
- Brindan una extensa gama de servicios en comercio exterior, entre los que se encuentran:
 1. supervisión de calidad, cantidad y peso
 2. supervisión de embarque, estiba o descarga
 3. supervisión de temperaturas
 4. supervisión de fumigaciones
 5. control de calidad
 6. cantidad de cargas y descargas en buques e inspección previa para asegurar su limpieza

7. supervisión e inspección de embalaje
8. inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

9.-TRANSPORTE

Para competir con éxito en los mercados internacionales, es indispensable efectuar un análisis exhaustivo del medio de transporte. Como regla general, toda mercancía cuyo valor en relación con su peso sea alto conviene remitirla por vía aérea, ya que el costo de transporte incide en proporción muy baja en el costo del producto. Además, hay que tener en cuenta que a menor tiempo de transporte, menores son los riesgos, las primas de seguro son más bajas y los costos de embalaje también disminuyen. También debe tomarse en cuenta la manera en que el cliente desea recibir su producto: en camión cerrado o de plataforma. Otro elemento que hay que considerar es la confiabilidad de los almacenes o de los puertos por los que transitará la mercancía, a fin de disminuir las posibilidades de robo. Para decidir los medios idóneos de transporte es importante considerar el costo financiero del capital invertido en los inventarios en tránsito y en bodega.

Documento del transporte

Es el documento elaborado por la empresa transportista, en el que se indica que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra. A partir de ese momento, el transportista es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.

Dependiendo del medio de transporte que se utiliza, este documento se denomina:

- Guía aérea (*airway bill*) [aéreo]
- Conocimiento de embarque (*bill of lading*/ S/L) [marítimo]
- Carta de porte [autotransporte]
- Talón de Embarque [ferrocarril]

La información básica que contienen estos documentos es:

- Nombre y dirección del remitente,
- Nombre y dirección del destinatario o consignatario, mercancía que se transporta,
- Números de contenedores y
- Puerto de destino, entre otros.

Este documento de transporte forma parte de la documentación que se envía al importador. Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de venta, la factura, lista de empaque, etc. Asimismo, se debe conservar la copia del documento de transporte, debido a que constituye un respaldo en caso de problemas.

10.-EL CONTENEDOR

El contenedor es un medio para almacenar mercancía y transportarla, no un embalaje. Por tanto, el exportador debe atender el embalaje, así como la estiba dentro del contenedor, ya que corre por su cuenta y riesgo el acarreo por carretera o ferrocarril, la carga y descarga del barco y la travesía en éste. Es obligación del exportador describir las características, la cantidad, el empaque y el peso de los productos por cada contenedor, de acuerdo con su tipo y capacidad, debido a que la sobrecarga de las unidades pone en riesgo la mercancía y el contenedor mismo.

En el caso de cargamentos que no impliquen, por su volumen o peso, el uso de un contenedor, se puede realizar su transporte en carga consolidada; es decir, comparten un mismo contenedor en donde son alojadas las mercancías de diversos remitentes y enviadas a diferentes destinatarios en un mismo país. Para acceder a este servicio, habrá que hacer contacto con empresas consolidadoras de carga, a continuación se presentan las dimensiones de los contenedores, según su tipo.

CUADRO N°6

Tipo de contenedor	Interior			Puertas abiertas		Capacidad	
	Largo	Ancho	Altura	Ancho	Altura	Volumen	Peso
Caja seca de aluminio 40"	12.05m	2.34 m	2.38 m	2.34 m	2.28 m	67.3 m3	27,580 Kg
Refrigerado de aluminio 40"	11.55m	2.28m	2.21 m	2.28 m	2.18m	58.5m3	28,280 Kg
Refrigerado de aluminio de cubo alto 40"	11.55m	2.28 m	2.50m	2.28 m	2.44 m	66.1 m3	26,080 Kg
Abierto por arriba 20"	5.89 m	2.34 m	2.38 m	2.33 m	2.24 m	32.6m3	21,500 Kg
Abierto por arriba 40"	12.03 m	2.34 m	2.36 m	2.33 m	2.24 m	66.5m3	26,300 Kg

Fuente: Bancomex Guía Básica del Exportador. México 2003

Agentes de carga

Entre las principales funciones de los agentes de carga, se encuentran:

- Contratar el arrendamiento de contenedores.
- Planificar y organizar la consolidación de los envíos de uno o varios clientes, para obtener las mejores condiciones económicas.
- Proponer la opción más adecuada del medio o medios de transporte, de acuerdo con el tipo de carga y su destino.
- Coordinar para el cliente el itinerario más conveniente, el embalaje indicado, las formalidades del seguro de la carga y del transporte (a petición expresa del cliente), incluso atender, a través de terceros, los trámites aduaneros en origen y destino.
- Proporcionar el servicio de puerta a puerta.
- Proporcionar otros servicios relacionados con el transporte internacional de mercancías.

11.-SEGUROS

El seguro de transporte de carga

El seguro incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran los bienes muebles o semovientes durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. Lo debe contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final. Durante el tránsito de los bienes, se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de algún siniestro.

Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y alborotos populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, transbordo u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito. Las coberturas de los seguros no incluyen los siguientes aspectos: violación a cualquier ley o reglamento; demora; pérdida de mercado; dolo o culpa grave del asegurado; robo en el que intervenga directa o indirectamente un enviado, empleado o dependiente del asegurado; falta de peso por evaporación o pérdida de humedad, así como derrames por envase o embalaje deficientes. Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte. La vigencia continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada al país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

La suma máxima de responsabilidad debe corresponder al total del valor de factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional. En caso de siniestro, se debe enviar un escrito de reclamación dentro del plazo establecido en la póliza, adjuntando lo siguiente:

- Copia certificada de la protesta del capitán del buque (vía marítima).
- Certificado de daños.
- Factura y documentos probatorios de los gastos en que se incurrió con motivo del transporte (maniobras, etc.).
- Copia del conocimiento de embarque.
- Copia de la reclamación de los porteadores.

Los seguros se pueden contratar para un viaje específico, pero también es posible adquirir una póliza anual.

Sobre riesgos comerciales: En México, este seguro cubre los riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas (insolvencia). Los tipos de insolvencia que cubre este seguro son los siguientes:

Insolvencia legal: Ocurre cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar, que impida el cobro del crédito asegurado.

Insolvencia de hecho: Se presenta cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que el ejercicio de una acción jurídica en su contra para recuperar el crédito resultaría inútil.

Mora prolongada: Sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento del crédito y éste no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas.

De no configurarse antes alguno de los dos tipos de insolvencia citados (legal o de hecho), seis meses es el plazo máximo que puede transcurrir para que el seguro se haga exigible. Este tipo de seguro se puede tramitar, de manera independiente a los otros, ante Seguros Bancomext, SA de C.V.

De responsabilidad civil

Uno de los requisitos indispensables para realizar operaciones comerciales en los mercados internacionales, en especial el de Estados Unidos, es la contratación de un seguro de responsabilidad civil. Éste cubre los daños, así como los perjuicios y el daño moral que el uso del producto comercializado por el asegurado pueda causar a terceros y por los que éste deba responder, en apego a la legislación vigente en la materia. Tales daños pueden ser por hechos u omisiones no dolosos, ocurridos durante la vigencia de la póliza, que causen la muerte, atenten contra la salud o deterioren (o destruyan) los bienes de terceros.

Reclamación al transportista o porteador

Cuando un embarque tenga señales de avería, no deberá darse por recibido si antes no se realiza lo siguiente:

- Presentar por escrito la reclamación al porteador o transportista.
- Solicitar la inspección de los bienes y la certificación de daños a la compañía transportista, notario público, autoridad judicial, postal o policía local, según sea el lugar de los hechos.
- Dar aviso a la empresa aseguradora.

Estos actos se deben efectuar en un plazo de cuatro días hábiles después de la terminación del viaje, o en el momento en que se tenga conocimiento del siniestro¹⁶.

2.7 PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

1.-“APOYOS FISCALES GUBERNAMENTALES AL EXPORTADOR

- Devolución y compensación del IVA.
- Programa de importación temporal para producir artículos de exportación (PITEX).
- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)
- Devolución de impuestos (Draw Back)
- Empresas de comercio exterior (ECEX)
- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)

MECANISMOS DE EXPORTACIÓN INDIRECTA

Existen otras alternativas para ser un exportador. La más sencilla y utilizada es la exportación indirecta; en ésta el exportador indirecto es el que provee insumos que se incorporan a bienes que venderán en el exterior aquellas empresas inscritas como maquiladoras, PITEX o que cuenten con registro ECEX. Con el simple hecho de ser proveedor de insumos de una empresa exportadora, ya se convierte en un exportador indirecto; por esto es que se ofrecen beneficios para los exportadores indirectos, es decir, para los proveedores de exportadores. Como una forma de apoyo fiscal del gobierno al exportador indirecto, se establecieron esquemas para gravar con tasa 0% de IVA por la enajenación en territorio nacional de los insumos o materias primas utilizadas en la producción de una mercancía destinada a la exportación. Otro beneficio consiste en la posibilidad de devolución o compensación del IVA por exportación demostrable mediante la presentación de pedimentos virtuales de exportación. Para gozar de dichos beneficios se procede a la exportación definitiva a través de pedimentos virtuales.

¹⁶ BANCOMEXT. *Guía Básica del Exportador. México 2003, p.35-47*

Exportación definitiva a través de pedimentos virtuales

Este mecanismo tiene su origen en el artículo 112 de la Ley Aduanera y reglas específicas que forman parte de la Resolución Miscelánea de Comercio Exterior para 2003. Las operaciones virtuales de exportación consisten en presentar simultáneamente por conducto de Agente Aduanal ante la aduana, los pedimentos de exportación a nombre de la empresa que efectúa la transferencia o venta de la mercancía y de importación temporal a nombre de la empresa que recibe las mercancías, sin que se requiera la presentación física de las mismas. Bajo esta modalidad se podrá aplicar la tasa 0% del impuesto al valor agregado a las ventas que hagan (en territorio nacional) los proveedores nacionales a las empresas ECEX, PITEX y Maquiladoras, siempre y cuando los proveedores sean registrados ante SECON, y las mercancías objeto de la venta se encuentren comprendidas en el programa autorizado por la SECON a la empresa que recibe las mercancías, y se cumpla con el procedimiento específico establecido en la Resolución. Las empresas PITEX y Maquiladoras que adquieran mercancías a través de esta opción de otras empresas PITEX o Maquiladoras tendrán la obligación de retomar en 6 meses la mercancía cuando ésta es importada temporalmente por el proveedor (PITEX o Maquiladora) y 12 meses cuando es nacional o importada en definitiva. Las Empresas de Comercio Exterior que adquieran mercancías a tasa del 0% del IVA a través de pedimentos virtuales, tendrán la obligación de exportarlas en un lapso de seis meses posteriores a la tramitación de los pedimentos virtuales.

¿Cuáles son las ventajas financieras para los exportadores directos e indirectos?

Comprador de mercancías

1. Tasa del IVA del 0% y con ello evitar desembolsos financieros; por lo tanto, mayor liquidez financiera para el empresario comprador.
2. Reducción inmediata en el precio de exportación de las mercancías haciéndolas más competitivas para el exportador directo.

Exportador indirecto

1. Devolución o compensación de saldos a favor del IVA para el exportador indirecto con documentos que demuestran la exportación indirecta.
2. Facilitación de facturación para el exportador indirecto. 3. Demostrar exportaciones y acceder a los distintos programas de fomento existentes (Draw Back, Cuenta Aduanera, ALTEX, PITEX, Maquiladora, ECEX, etc.)

COMISIÓN MIXTA PARA LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

(COMPEX) La COMPEX tiene como objetivos Promover las exportaciones a través de la concertación de acciones para simplificar los trámites administrativos y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior, y fomentar la cultura exportadora. La COMPEX, auxiliar del Ejecutivo Federal en materia de promoción del comercio exterior mexicano (Artículo 7 de la Ley de Comercio Exterior), integrada por representantes del sector público y privado. A través de reuniones estatales (convocadas por las Delegaciones Federales de la Secretaría de Economía y los Gobiernos de los Estados y realizadas mensual o bimestralmente), los exportadores o potenciales exportadores presentan a los servidores públicos y representantes de los organismos cúpula empresariales presentes; las problemáticas y propuestas de agilización de trámites en materia de comercio exterior, con objeto de discutir las y, de ser posible, resolverlas "en el mismo lugar y momento". Aquellas problemáticas que no pueden resolverse en el nivel estatal o sean de competencia federal, deberán remitirse a la Dirección de COMPEX, esto con el objeto de que sean clasificadas de acuerdo con su temática, ingresadas en la base de datos COMPEX y canalizadas a las autoridades competentes en su nivel federal. COMPEX gestiona ante las dependencias correspondientes la pronta resolución de las problemáticas y responde a los promoventes a la brevedad posible.

FERIAS MEXICANAS DE EXPORTACIÓN (FEMÉX)

La base jurídica de las Femex se encuentra en el Diario Oficial de la Federación del 11 de abril de 1997.

PREMIO NACIONAL DE EXPORTACIÓN

Como parte del fomento de la cultura exportadora de México, se instituyó en la Ley de Comercio Exterior, el Premio Nacional de Exportación, para premiar y reconocer anualmente el esfuerzo, la constancia y la creatividad de los exportadores nacionales y de las instituciones que apoyen la actividad exportadora.

APOYOS NO FINANCIEROS DE BANCOMEXT

- 1) INFORMACIÓN
- 2) EXPORT@NET
- 3) Asesoría especializada
 - a) Asesoría Virtual PYME
- 4) PUBLICACIONES:
 - a) Serie de Documentos Técnicos.
 - b) Serie Guías de Exportación
 - c) Serie Guías de Exportación Sectorial.
 - d) Serie Directorios y Publicaciones Periódicas.

- e) Serie Promoción Internacional
- 5) CAPACITACIÓN:
- a) ¿Desea empezar a exportar?
 - b) ¿Cómo exportar?
 - c) ¿Cómo promover sus productos en el exterior?
 - d) ¿Cómo financiar sus operaciones de comercio exterior?
 - e) Diplomados.
 - f) Otros cursos
 - g) Programa Bancomext Creatividad Empresarial.
- 6) Asistencia Técnica y Campañas de Imagen.
- a) Plan de Negocios de Exportación (PLANEX)
 - b) Normas y Certificaciones Internacionales.
 - c) Mejora en los Procesos de Producción.
 - d) Catálogo Promocional.
 - e) Estudios de Mercado Internacional.
 - f) Campañas de imagen.
- 7) Comercio electrónico. [www. Bancomext. Com](http://www.Bancomext.Com)¹⁷.

2.-APOYOS FINANCIEROS AL EXPORTADOR

A).-APOYOS CREDITICIOS

“PYME DIGITAL 250

Esquema Simplificado de Financiamiento para la Atención de la Pequeña y Mediana Empresa PYME Capital de Trabajo. Este esquema es un mecanismo de apoyo a las empresas y personas físicas con actividad empresarial para canalizar créditos a fin de cubrir necesidades de capital de trabajo que no rebasen de USD 250,000.

PYME DIGITAL 50

Es un esquema de crédito que permite a las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras y proveedoras de exportadores (personas morales como físicas con actividad empresarial), tener acceso a financiamientos hasta por un monto de USD 50,000 para cubrir sus necesidades de recursos para ciclo económico y ventas.

CRÉDITOS MAYORES A 250,000 USD

FACTORAJE FÁCIL

Mediante Factoraje Fácil, Bancomext descuenta o compra los derechos de cobro de las empresas mexicanas, por las ventas que efectúan a crédito a sus clientes extranjeros, o bien, clientes nacionales que participan en la cadena productiva de exportación.

¹⁷ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p.82-82*

CREDIEXPORTA CAPITAL DE TRABAJO

Es el crédito para el Capital de Trabajo, es el monto de los recursos financieros que Bancomext presta a las empresas para que puedan llevar a cabo la producción de bienes de exportación directa o indirecta, o que sustituyan importaciones, o bien, para que éstas otorguen crédito a sus compradores.

CREDIEXPORTA REVOLVENTE

Es el crédito para el ciclo productivo, es el monto de los recursos financieros que Bancomext presta para que las empresas puedan llevar a cabo la producción de bienes de exportación directa o indirecta, o que sustituyan importaciones.

CREDIEXPORTA VENTAS DE EXPORTACIÓN

Es el crédito para las ventas de exportación, es el monto de los recursos financieros que Bancomext presta a las empresas, para que éstas, a su vez, otorguen crédito a sus compradores, y de esta forma puedan ofrecer a sus clientes productos y servicios en condiciones competitivas.

CREDIEXPORTA PROINVERSIÓN

Es el crédito para proyectos de inversión, es el monto de los recursos financieros que Bancomext presta a las empresas para desarrollar nuevos proyectos, ampliar o modernizar los ya establecidos.

CREDIEXPORTA EQUIPAMIENTO

Es el crédito para adquisición de unidades de equipo importado, es el monto de los recursos financieros que Bancomext presta a las empresas para compra de maquinaria o equipo importado.

OTROS APOYOS CREDITICIOS:

- Financiamiento para importación de productos básicos
- Esquema de reportos: financiamiento para apoyar la compra de cosechas nacionales de maíz y otros granos
- Esquema financiero para el apoyo a la industria del software
- Financiamiento para el desarrollo de proveedores
- Financiamiento para la adquisición o arrendamiento a largo plazo de naves industriales
- Financiamiento para desarrolladores de naves industriales de arrendamiento y/o venta
- Crédito comprador
- Crédito al exportador centroamericano
- Capital de riesgo

B).-SERVICIOS FINANCIEROS (SERVICIOS FINANCIEROS DE TESORERÍA)

¿Qué son los Servicios Financieros de Tesorería?

El Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., ofrece a la comunidad exportadora, a los importadores, a las instituciones financieras no bancarias, a entidades gubernamentales, a tesorerías corporativas y a personas físicas con actividad empresarial, sus servicios financieros de Tesorería, con los cuales coadyuva positivamente en la administración financiera, mediante una gama de instrumentos para el óptimo manejo de recursos y estrategias de cobertura dirigidas a incrementar la rentabilidad.

Mesa de Dinero

Este instrumento permite obtener rendimientos atractivos para los recursos financieros, mediante operaciones de compraventa de títulos y valores en el Mercado de Dinero, con alternativas de inversión en plazo y tipo de emisor (papel bancario y gubernamental), según las necesidades.

Compra-Venta de Divisas

A través de este servicio Bancomext facilita la conversión de las divisas que se cotizan en los principales centros financieros internacionales.

Inversiones en US Dólares

Este servicio se ofrece a clientes interesados en ampliar o diversificar sus inversiones a través de depósitos bancarios y mediante operaciones de compraventa de instrumentos denominados en US Dólares, como son: papel de deuda emitido por gobiernos federales (EUA y México principalmente), bancario (de las más importantes instituciones en el ámbito internacional) y corporativo (papel comercial y eurobonos), a corto, mediano y largo plazo.

Compra-Venta de Dólares a Futuro (Forwards)

Este servicio consiste en un contrato para intercambiar (comprar o vender) US Dólares contra Pesos en una fecha futura y a un tipo de cambio establecido en la fecha de concertación de la operación. Es un instrumento flexible que se puede contratar, dependiendo de las necesidades, los plazos van de 28 a 365 días, facilitando la planeación financiera en un ámbito de certeza.

Forwards de Tasas de Interés (Fra's)

Este servicio consiste en un contrato en el cual se negocia la compraventa de una determinada tasa de interés que a su vez ampara cierto monto (tamaño del contrato) para liquidarse en una fecha futura, la cual se fija desde el día en que se formaliza la operación. Con este producto, el

comprador garantiza obtener un nivel de rendimiento para el futuro, en tanto Bancomext garantiza un nivel de costo para el futuro.

Asesoría Financiera Especializada

Es un servicio que proporciona la información de los mercados financieros para la toma de decisiones: Propuestas de portafolios de inversión; Asesoría en alternativas de cobertura de riesgos; Opciones de fondeo en diferentes divisas; así como noticias, expectativas de mercado, estadísticas, e indicadores económicos; todo ello con base en las necesidades y sin costo alguno.

Fondo de Inversión de Deuda

Es un Fondo creado en respuesta a las necesidades de ahorro e inversión de las pequeñas y medianas empresas, como una excelente opción para el óptimo manejo de recursos. Con la cantidad que se invierte se convierte en socio del Fondo adquiriendo acciones cuyo rendimiento se genera de acuerdo al precio diario; opera vía telefónica con promotores autorizados por la CNBV o vía internet totalmente en línea con los más altos niveles de seguridad.

C).-CARTAS DE CRÉDITO

Cartas de Crédito Comercial

Bancomext actúa como banco emisor (para el caso de Cartas de Crédito de Importación o Domésticas) o como banco notificador o confirmador (para las Cartas de Crédito de Exportación), tramitando las operaciones dentro de un plazo de 24 horas, siempre y cuando estén cumplidas las condiciones necesarias para el manejo de estas operaciones.

Bancomext ofrece el servicio de cartas de crédito de:

- Cartas de Crédito de Importación
- Cartas de Crédito de Exportación.
- Cartas de Crédito de Domésticas.
- Cartas de Crédito Stand by y Garantías Independientes

D).-SERVICIO FIDUCIARIO Y DE AVALÚOS

SERVICIO FIDUCIARIO

La operación y funcionamiento de los servicios fiduciarios que ofrece Bancomext se realizan con apego al marco legal aplicable y a las sanas prácticas y usos bancarios lo cual garantiza a los clientes una correcta, clara y confiable inversión y administración de su patrimonio con una gestión transparente que les otorga la seguridad de que la voluntad expresada en cada contrato será cumplida en estricto apego a sus términos y condiciones tenemos los siguientes:

Fideicomiso. Contrato basado en la confianza por el cual una persona física o moral transmite la titularidad de ciertos bienes y/o derechos a una institución fiduciaria expresamente autorizada para figurar como tal a fin de que esta disponga de los mismos con el objeto de realizar exclusivamente las finalidades señaladas en el propio contrato, en beneficio de la misma persona física o moral que transmitió los bienes o de terceros previamente designados.

Mandato. Es el contrato mediante el cual la institución fiduciaria se obliga a ejecutar por cuenta de una persona los actos jurídicos que ésta le encarga.

Depósito. Servicio que presta Bancomext por medio del cual, una persona física o moral entrega a la institución fiduciaria cierta cantidad de recursos líquidos (dinero) mediante la firma de un contrato llamado depósito condicional cuya finalidad principal es darle formalidad, seriedad y respaldo al cumplimiento de otra operación o contrato principal a celebrarse con una tercera persona.

Comisión. Es un contrato por medio del cual una persona, física o moral, le otorga a la institución fiduciaria facultades legales para que en su nombre celebre determinados actos de comercio previamente determinados.

SERVICIO DE AVALÚOS

Bancomext efectúa avalúos de diversa índole, se tienen los siguientes:

Avalúo de Bienes Inmuebles: Para establecer el valor de bienes tangibles de uso comercial, industrial, habitacional, mixto y otros compuestos por terreno y construcción.

Avalúo de Bienes Muebles: Para fijar el valor de bienes tangibles compuestos por mobiliario, maquinaria, equipo, bienes de desecho, etc.

Avalúo Agropecuario: Para determinar el valor de bienes tangibles compuestos por predios, construcciones, instalaciones, equipos y semovientes, integrados a zonas rurales, incluidos los rústicos y los dedicados a la agricultura.

Avalúo de Embarcaciones: Para determinar el valor de bienes tangibles compuestos por embarcaciones tales como buques industriales, de almacenamiento, pesqueros, de carga, de pasajeros, deportivas, etc.

Avalúo de Aeronaves: Para fijar el valor de bienes tangibles compuestos por aeronaves.

Avalúo de Obras de Arte Para determinar el valor de todos aquellos bienes tangibles, compuestos por obras de arte en los rubros de cultura y escultura.

E).-SERVICIO DE BANCA DE INVERSIÓN

El servicio de Banca de Inversión que ofrece Bancomext consiste en el diseño y la estructuración de esquemas alternativos de servicios y financiamiento para el desarrollo de proyectos tanto nacionales como

internacionales, utilizando esquemas de ingeniería financiera que permitan:

- La incorporación de empresas mexicanas en actividades de comercio exterior
- El fortalecimiento de las que ya participan.
- La internacionalización de empresas mexicanas.

En los servicios de banca de inversión se encuentran:

1.-FONDOS DE INVERSIÓN DE CAPITAL DE RIESGO

El capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa con el fin de optimizar sus oportunidades de negocio e incrementar su valor, aportando con ello soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos donde el inversionista capitalista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales. Dentro de las funciones de Bancomext está el promover, apoyar la creación y participar en fondos de inversión de capital de riesgo que sean acordes a la misión de la Institución para fomentar la inversión directa y el desarrollo económico del país.

2.-GARANTIAS

Entre los diversos mecanismos financieros y promocionales establecidos por Bancomext para apoyar el comercio exterior, se encuentran también las garantías comúnmente utilizadas para fomentar y apoyar la actividad exportadora. Estas garantías cubren a la comunidad exportadora y bancaria nacional contra los riesgos de falta de pago de los créditos otorgados desde la etapa del ciclo productivo hasta la comercialización de un bien o servicio de exportación. Así, Bancomext ofrece dos tipos de garantías:

a).-**Las garantías financieras**, que se canalizan a través de la banca comercial, y que contribuyen a que los bancos otorguen a los exportadores nacionales recursos destinados a capital de trabajo, a ventas de exportación y a proyectos de inversión, colaborando con la incorporación de un mayor número de pequeñas y medianas empresas a la cadena productiva destinada a la exportación.

b).-**Las garantías de riesgo político**, que se canalizan directamente a las empresas exportadoras, y que coadyuvan a crear un entorno de certidumbre de cobro de sus ventas al extranjero, cubriendo la posibilidad de falta de pago de sus compradores.

F).-SEGUROS BANCOMEXT

Seguro de Crédito Exporta.- Es un instrumento que protege las ventas a crédito en el extranjero, contra la falta de pago total o parcial, de los adeudos de los compradores.

Seguro de Crédito Interno.- Es un mecanismo que cubre a las empresas mexicanas contra la falta de pago de sus compradores dentro de la República Mexicana, derivada de algún riesgo comercial.

Garantía de Post-Embarque (Riesgo Político).- Es un mecanismo que protege al exportador contra el riesgo de no cobrar a su cliente los productos o servicios que le ha proporcionado, derivado de problemas políticos propios del país del comprador¹⁸.

3.-APOYOS TECNOLÓGICOS PARA LA EXPORTACIÓN

“En la apertura comercial que vive México, se hace cada vez más necesario que las empresas en general, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) muy en particular, usen de manera permanente todos los avances tecnológicos que el tercer milenio pone a disposición de la mayoría de las empresas en el mundo. Contar con los beneficios de la tecnología es parte de los principios básicos de la competitividad empresarial:

Mejorar la calidad. En el mercado internacional, cada día se mejoran los productos, se innovan o, simplemente, a través de la tecnología se mejora su presentación y diseño; como es común a cualquier empresario, lo importante es satisfacer las necesidades del consumidor y presentar un producto igualo mejor que el de los demás competidores.

Precio competitivo. En el mercado internacional hay una tendencia de reducción de precios para muchos sectores; para ello, es necesario que la empresa disminuya sus costos de producción mejorando sus técnicas productivas, pues de otra forma tendría que disminuir sus utilidades.

Innovación. El secreto está en crear cada vez algo mejor: nuevos productos, productos complementarios, gamas de servicios de apoyo, nuevos esquemas de distribución, de cobro, de inventarios y, en general, crear, inventar e innovar en todos los aspectos relativos a la producción y venta de los productos.

Estrategia comercial. El empresario enfrenta la responsabilidad no sólo de producir bienes, sino también de manejar la relación con sus compradores y proveedores, organizar y administrar la empresa en su conjunto y diseñar los mecanismos de comercialización y distribución del producto para llegar al punto de venta. En este sentido, se puede tener el mejor producto, pero, si no se comercializa de manera adecuada, no se vende.

ASISTENCIA TECNOLÓGICA A LAS PYMES

Dada la importancia de estos aspectos para la promoción y facilitación del comercio exterior, Bancomext ha desarrollado tres servicios destinados a satisfacer las principales necesidades sobre esta materia a la comunidad

¹⁸ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p.237-262*

empresarial, a través de los siguientes esquemas:

- 1.-Programa de Asistencia Técnica y Campañas de Imagen (PAT), destinado a encauzar recursos técnicos y económicos a las PYMES.
- 2.-Comercio electrónico (*E-Commerce*), que permite a los exportadores aprovechar las ventajas de la tecnología de la información (TI).
- 3.-El Centro Promotor de Diseño-México, fideicomiso constituido con la participación de Bancomext para mejorar la competitividad de los productos y servicios en cuanto a los temas relacionados con el diseño en la exportación.

1.-PROGRAMA DE ASISTENCIA TECNICA y CAMPANAS DE IMAGEN (PAT)

Bancomext cuenta con el Programa de Asistencia Técnica y Campañas de Imagen, el cual tiene como misión apoyar a las empresas pequeñas y medianas exportadoras directas e indirectas, encauzando recursos técnicos y económicos, con el fin de incrementar su calidad, competitividad y posición en los mercados internacionales.

2.-COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)

En los últimos años, la tecnología de la información (TI) ha marcado el rumbo en las relaciones económicas; internet y otras formas de comunicación e información están cambiando las maneras de trabajar, aprender, comunicarse y hacer negocios.

3.-EL CENTRO PROMOTOR DE DISEÑO-MÉXICO

El Centro Promotor de Diseño-México es un fideicomiso constituido por Bancomext, Nacional Financiera, S.N.C., la Secretaría de Economía, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, así como las empresas privadas IBM y Mexinox. Tiene como objetivo apoyar el esfuerzo empresarial para mejorar la competitividad de productos y servicios, mediante la aplicación de la Asistencia Técnica Integral, acorde con la capacidad productiva y económica de la empresa. El Centro Promotor de Diseño-México contribuye al esfuerzo empresarial para mejorar la competitividad de productos y servicios, a través de la Asistencia Técnica Integral en las siguientes áreas:

Ingeniería. Asesorías dirigidas a establecer y mejorar los sistemas y procesos de la empresa en lo referente a la administración, planeación, producción y capacitación.

Diseño industrial. Desarrollo y mejoramiento de los productos o servicios de la empresa, para garantizar su competitividad, así como su permanencia en los mercados.

Diseño gráfico. Desarrollo de aquellos elementos que proyectan la imagen

de la empresa y la presentación de los productos, con la finalidad de lograr una comercialización exitosa, tanto en el mercado nacional como en el de exportación.

Mercadotecnia. Asistencia para llevar a cabo la comercialización de los productos y servicios de la empresa en los mercados de México y el extranjero”¹⁹.

4.-APOYOS FINANCIEROS DE LA BANCA (PRIVADOS)

“Los bancos promueven diversas formas de apoyo empresarial, aunque los empresarios consideran todavía elevadas las tasas de interés, la incertidumbre económica no permite tomar compromisos con la banca y las instituciones bancarias rechazan las solicitudes de crédito de las empresas, principalmente los pedios por las PYMES se mencionaran dichos apoyos:

a)CRÉDITOS PYMES

Este servicio se ofrece por: Santander Serfin, BBVA Bancomer, Banamex, HSBC y BANORTE.

b)TARJETAS DE CRÉDITO EMPRESARIALES

Los servicios de tarjeta empresarial se ofrecen por: Santander Serfin, BBVA Bancomer, HSBC, BANORTE e IXE.

c)ARRENDAMIENTO FINANCIERO

Las instituciones que lo prestan son: AFIRME, ATLAS, SOFIMEX, Banamex y BANORTE.

d)FACTORAJE FINANCIERO

Las instituciones que lo prestan son: AFIRME, Banamex, BANORTE, MIFEL y Comercial América.

Los tiempos de autorización, los plazos, la tasas, las formas de disposición, comisiones y características específicas se pueden encontrar directamente en los bancos e instituciones mencionadas personalmente y por Internet o consultar www.el-inversionista.com²⁰.

Las características antes mencionadas se muestran en los anexos pero fueron tomadas en agosto de 2004 por lo que es conveniente verificar posibles cambios si se desea aplicar alguno de estos apoyos.

¹⁹ *BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003, p. 221-234*

²⁰ *Guía Para Poner tu Negocio. Editorial Premier México Agosto 2004, p. 76-80*

CAPITULO 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

De la misma forma que se analiza un producto para su entrada en un mercado es necesario analizar a la empresa que lo va a producir para poder determinar si esta tiene la capacidad de competir estructuralmente o si requiere modificaciones de acuerdo al proyecto que pretenda emprender, este análisis debe ser tomando todavía más en consideración si se desea exportar, el análisis estratégico de la empresa con perfil exportador debe proporcionar información relevante acerca de:

- El proceso productivo
- El sistema Contable y Financiero
- El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la Empresa
- Dimensión del Potencial Exportador de la Empresa y
- La Oferta Exportable al mercado

Esto debido a la competencia tanto interna como externa que puede esperar el bien o servicio a exportarse, el elaborar un producto de calidad competitivo en mercados externos no solo requiere para su éxito de él mismo, tiene que contar con una estructura empresarial y administrativa que lo respalde para que este no pierda su capacidad competitiva en un plazo no determinado en el proyecto en el que se encuentre, la adecuada preparación de la organización para competir en mercados externos debe incluir cualquier tipo de contingencia, hasta el fracaso debe de estar tomado en consideración para poder ser amortizarlo y tener una o varias alternativas de recuperación y no depender de un solo resultado recordando lo que decía Erasmo de Rotterdam (1466-1536), humanista y teólogo holandés, “No confíes todos tus bienes a un Barco”.

En el caso de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) replantearse el fortalecimiento de una área operativa de la organización o posible reestructuración administrativa de la misma, de acuerdo a las predicciones y situaciones a las que se va a enfrentar la empresa tienen su base en la previsión la cual en las organizaciones tiene como resultado directo el contar con alternativas de operación de acuerdo a los resultados previstos, en el plan de negocios para la exportación se deben contemplar todas las posibilidades y las necesidades de la empresa para poder competir y exportar de una forma sostenida a el mercado al que se introducen nuestro producto, la visión de los negocios en la actualidad se basa en la flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y de la competencia que se han

diversificado por la apertura comercial que se vive en la actualidad y que son parte importante del éxito o fracaso en empresas no solo al querer exportar, sino también en el mercado interno esto principalmente en las PYMES.

3.1 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

En la exportación de productos el cumplir en tiempo y forma con la cantidad necesaria de los mismos a los importadores es otro aspecto a cuidar en la misma por lo que es imprescindible conocer al 100% el proceso productivo para poder adecuarlo según se requiera, lo que permitirá cubrir cualquier contingencia o imprevisto para el cumplimiento de obligaciones contraídas con los compradores del producto, debemos recordar que el aumento de la población, el mayor nivel educativo y los progresos científicos y tecnológicos tienen como resultado la modificación y búsqueda de mejora continua de los procesos productivos para poder competir en el mercado global.

Dentro de cualquier proyecto en el que se busque ampliar el horizonte de venta, se requiere tener consideración en modificar la capacidad productiva y poder mantener la posibilidad de seguir creciendo de forma sostenida si es que el proyecto lo requiriera o tener periodos de crecimiento específicos de acuerdo al proyecto, la base de poder desarrollar el proceso productivo de forma planeada dentro de los proyectos es conocer la flexibilidad de la capacidad de producción con la que se cuenta, la cantidad de productos que se puedan obtener en determinado periodo de tiempo teniendo condiciones optimas de funcionamiento determinan la flexibilidad de la capacidad de producción puede ser representada por hora, turno, día, semana, mes, año, etc. La capacidad se divide en:

- Capacidad de diseño.-que es la tasa de producción de artículos estandarizados en condiciones normales de operación.
- Capacidad del Sistema.- es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema de trabajadores y máquinas puede generar trabajando de forma integrada.
- Capacidad Real.-es el promedio que alcanza una entidad en un lapso determinado, teniendo en cuenta todas las posibles contingencias que se presentan en la producción y venta del artículo.

Para obtener la capacidad de producción en cualquiera de las tres formas antes mencionadas se toma en cuenta:

- El tamaño del proyecto y la demanda
- El tamaño del proyecto y los suministros e insumos

- El tamaño del proyecto, la tecnología y el equipo
- El tamaño del proyecto y el financiamiento
- El tamaño del proyecto y la organización

De una forma resumida para poder conocer y desarrollar la capacidad de flexibilidad de producción se deben tener en consideración los siguientes elementos, funciones y objetivos de la actividad productiva:

CUADRO N° 7

VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

	ELEMENTOS	FUNCIONES	OBJETIVO
INGENIERÍA INDUSTRIAL	*Maquinaria *Materiales *Personal *Información	*Diseño *Análisis *Evaluación	*Relación ente máquina-hombre. *Eficiencia entre la operación, producción y costos.
INGENIERÍA DEL PRODUCTO	*Materiales *Personal *Información	*Investigación y Desarrollo. *Formular especificaciones para la producción. *Asesoría técnica.	*Establecer normas industriales para el proceso productivo e información para el uso del producto.
INGENIERÍA DE LA PLANTA	*Maquinaria *Materiales *Personal *Información	*Mantenimiento y sustitución del equipo. *Seguridad de la planta. *Control de desperdicios.	*Producción libre de interrupciones. *Utilización máxima del equipo. *Procurar la salud, la seguridad y comodidad de los trabajadores. *Conservar en óptimas condiciones todo el funcionamiento.

	ELEMENTOS	FUNCIONES	OBJETIVO
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	*Personal *Información *Materiales	*Identificar las necesidades del cliente. *Localizar nuevos materiales y tecnología *Aplicación útil de ideas o conocimientos.	*Producir lo que se vende. *Ser competitivos. *Mejorar el proceso productivo. *Perfeccionar y desarrollar el producto.
PRODUCTIVIDAD	*Materiales *Maquinaria *Personal *Información	*Lograr objetivos con calidad. *Aprovechar los recursos económicos o de trabajo para recuperar la inversión y generar más riqueza.	*Optimizar el uso de los recursos. *Satisfacer necesidades reales del cliente. *Aumentar los niveles de producción.
CALIDAD	*Información *Personal	*Inspeccionar. *Controlar. *Aseguramiento de calidad.	*Cumplir las necesidades y lo que espera el cliente. *Prevención de errores. *Hacer las cosas bien desde un principio.

Fuente: Prieto Sierra Carlos Introducción a los Negocios Operación de la Empresa p,106

El anterior cuadro es aplicable a cualquier tipo de proceso productivo y forma parte integral de una matriz de la administración de la producción ya que incluye las actividades administrativas que se requieren en la creación y la operación de sistemas productivos.

3.2 ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO

Durante la preparación y evaluación de proyectos, se producen diferentes estudios que conforman al proyecto, el análisis Contable y Financiero de la empresa es una síntesis cuantitativa que demuestra un margen razonable de seguridad y estabilidad de realización del proyecto con los recursos actuales, los programados y la capacidad de pago de la empresa, la

metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de la empresa, tanto en un entorno de estabilidad económica como de inflación, considerando los precios y costos constantes, a menos que se indique lo contrario.

Ya que el análisis Contable y Financiero de un proyecto se refiere al abastecimiento de dinero vía aportaciones de capital de los propietarios o socios, crédito y fondos de cualquier tipo, requeridos para desarrollarlo u operarlo, podemos determinar que el análisis Contable y Financiero considera las fechas anteriores y posteriores en que se aplicaran y solicitarán los recursos de inversión en concordancia con un programa de trabajo y un calendario de inversiones.

La estrategia financiera del proyecto muestra las fuentes donde se obtendrán los recursos y los compromisos adquiridos a cambio y con quién se adquirieron dichos compromisos. Es conveniente que los responsables de solucionar los aspectos financieros de un proyecto tengan la capacidad de:

- Estar al día en los sucesos políticos, económicos y sociales que acontecen en el mundo, país, estado, municipio, con el propósito de comprender los posibles impactos que pueden tener sobre el proyecto.
- Aplicar las metodologías de análisis financiero que permitan planear, operar y controlar la utilización de recursos medibles en unidad monetaria, comparando los rendimientos alcanzados con la inversión originada en cada unidad del negocio.
- Encargarse de cuidar que los niveles de endeudamiento sean los adecuados, de forma que no desvíen la utilización de capital o detengan el desarrollo normal de los proyectos en ejecución.

Las expectativas de los requerimientos financieros de un proyecto se basan en las condiciones financieras actuales de la empresa y en los resultados derivados de los estudios anteriores a la planeación del proyecto. En el análisis Contable se determinara la condición que guarda actualmente la organización a través de un estudio e interpretación de los estados financieros básicos por medio de razones y proporciones financieras determinando:

- Liquidez
- Solvencia
- Endeudamiento o Estabilidad
- Rentabilidad o Rendimiento

- Actividad o Rotación y
- Otras

El análisis Financiero mostrará de forma global las necesidades y aplicación de los recursos que se requieran en el proyecto mediante:

- La estimación de Costos
- Estimación de Presupuestos de Operación
- Elaboración de Flujos de Efectivo
- Elaboración de Estados Proforma

Con lo que se podrá realizar una evaluación de la inversión mediante:

- Período de recuperación de la Inversión (PRI)
- Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
- Valor Presente Neto (VPN)
- Valor Económico Agregado (EVA)

3.3 ANÁLISIS DE FODA O SWOT

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades tanto aprovechadas y no aprovechadas y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

COMPONENTES DE UN ANÁLISIS FODA

CUADRO N° 8

Factores	Positivos	Negativos
Internos	Fortalezas	Debilidades
Externos	Oportunidades	Amenazas

Fuente: Apuntes FES-C4

Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno. Por tanto, deben analizarse las condiciones del FODA Institucional en el siguiente orden:

- 1) Fortalezas
- 2) Oportunidades
- 3) Amenazas y
- 4) Debilidades

Al detectar primero las amenazas que las debilidades, la organización tendrá que poner atención a las primeras y desarrollar las estrategias convenientes para contrarrestarlas, y con ello, ir disminuyendo el impacto de las debilidades. Al tener conciencia de las amenazas, la organización aprovechará de una manera más integral tanto sus fortalezas como sus oportunidades.

El FODA como técnica de planeación, permitirá contar con información valiosa proveniente de personas involucradas con la administración del negocio, es necesario señalar que la intuición y la creatividad de los involucrados es parte fundamental del proceso de análisis ya que para los que una determinada situación parece ser una oportunidad, para otros puede pasar desapercibida; del mismo modo esto puede suceder para las amenazas, fortalezas y debilidades que sean examinadas.

El análisis y diagnóstico situacional realizado con la técnica FODA, permite evaluar información relacionada con la organización, su rendimiento, los principales competidores, los productos, áreas geográficas, segmentos del mercado atendidos, situación social, económica y legal, etc., y ubicarnos en la alternativa estratégica más viable del acuerdo con la evaluación de la misma así como, conocer anticipadamente las restricciones y ventajas que pueden o no ser aprovechadas por la organización.

3.4 DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA

La capacidad real productiva de la organización, en la exportación de productos tiene como principal objetivo dar a conocer el potencial exportador de la empresa, el pleno conocimiento del proceso productivo que es una combinación de conocimientos de la tecnología, de los medios físicos de producción y la experiencia administrativa dentro de la organización tiene como principal objetivo el identificar las necesidades de los cambios que se requieren para competir con los mercados externos e internos y principalmente para poder mantener la capacidad actual y realizar proyecciones a futuro alcanzables.

La base que determina la capacidad real productiva de la empresa de acuerdo a su proceso productivo es:

- Cantidad y Capacidad de la Maquinaria empleada en el proceso
- Suministros de Materia Prima
- Necesidades y Capacidad del Recurso Humano y
- Manejo Administrativo del Proceso Productivo

En los puntos antes mencionados los tres primeros tienen un grado de conocimiento altamente desarrollado debido a la repetición de los mismos en la producción de productos o servicios pero para poder determinar de forma más precisa y objetiva la capacidad productiva y poder competir en el mercado externo se tiene que poner más atención en el Manejo Administrativo del Proceso Productivo el cual tiene gran influencia en el éxito o fracaso del desarrollo de la capacidad productiva al momento de competir con mercados externos y por lo que tiene una gran relación con la dimensión del potencial exportador de la empresa, "las consideraciones a tomar en la Administración de la Producción son:

- Selección de Productos, Equipo, Personal y Procesos
- Diseño de Métodos, Puestos, Equipos, Controles y Operaciones
- Actualización de Sistemas Productivos, Métodos, Técnicas y Procesos y
- Control de los niveles de Producción, Inventarios y Calidad"²¹.

El conocimiento del manejo del proceso productivo de forma integral en la empresa es un aspecto tan importante porque un producto competitivo en precio y calidad, en México se puede limitar su potencial de exportación por no tener identificadas las variantes antes mencionadas en el sistema de producción que específicamente tienen relación con el potencial exportador de la empresa además de los mencionados en el punto 3.1 de este capítulo.

3.5 LA OFERTA EXPORTABLE

La oferta exportable al mercado meta de consumidores del producto es de vital importancia en su análisis porque determina la participación posible de mercado que puede obtenerse por parte de la empresa, para lo anterior se debe conocer la demanda posible que tiene el producto a exportarse, que se confrontara con la capacidad productiva y se estimara que porcentaje es alcanzable de esta forma tendremos la oferta exportable.

Para obtener la demanda posible primer factor para determinar la oferta exportable se debe tener en consideración:

- Población total del mercado meta
- Participación del PIB en bienes de la población del mercado meta
- Participación del mercado en el consumo del producto a exportar
- Consumo per cápita

²¹ *Joaquín Rodríguez Valencia. Introducción a la Administración con Enfoque de Sistemas. ECAFSA 1999, p 673*

- Estimaciones del precio dólar
- Precio del producto a exportar

Los datos anteriores proporcionaran la demanda total posible en dólares posible para el producto a exportar, el segundo factor la capacidad productiva se determina en base a:

- Capacidad Productiva del producto por turno
- Precio de materia prima
- Cantidad de producción estimada anual
- Proyecciones de incrementos producción (viables)

Ambos factores determinan la cantidad de oferta exportable del producto que tiene una relación directa con la posibilidad de tener en contemplación el crecimiento a través de inversión en planta productiva mediante capital propio, contratación de deuda o aportación mediante nuevos socios.

Esto en caso de que la cantidad de mercado sea bastante amplia y nuestra participación en el mismo tenga una oportunidad real de penetración de caso contrario si la oferta exportable satisface la expectativa de mercado, se optaría por más por buscar alternativas de posicionamiento y reafirmación de esto la importancia de conocer la oferta exportable y los factores que intervienen en la misma.

Existen otros factores que intervienen en la determinación de la demanda pero estos son secundarios como son:

- Información sobre mercados internacionales
- Apoyos sobre logística y comercialización
- Diseño de exportación
- Mixtura de mercadotecnia(Producto, Precio, Promoción y Plaza)

CAPITULO 4 PROCEDIMIENTO PARA LLEVAR A CABO UN PLAN DE NEGOCIOS

4.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

El plan de negocios es un documento escrito orientado a definir metas, proyecciones y pasos a seguir así como las características de un proyecto o negocio. El plan es imprescindible para el potencial inversionista y para el propio emprendedor y más para proyectos de exportación ya que ayuda a entender y estructurar mejor el negocio con la finalidad de establecer posteriormente una sólida relación mercantil. Con frecuencia las empresas incursionan en la actividad exportadora como respuesta a la detección casual de una oportunidad y, en consecuencia, tratan de aprovecharla enfrentándose a diversos requerimientos para los cuales suelen no estar preparadas así que, aunque pueden llegar a concretar algunas pocas operaciones, usualmente desisten en el corto plazo. La pregunta que en tales casos queda sin respuesta es: ¿Qué pude haber hecho para participar recurrente y exitosamente en comercio exterior?

Por fortuna, es creciente el número de casos de éxito en comercio exterior y al analizar qué los sustenta, con independencia del país donde se ubique al empresario y del tamaño de su empresa, se puede detectar una constante: la empresa elaboró un Plan de Negocios para su Proyecto de Exportación. El Plan de Negocios para la Exportación proporciona la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecerles, mas no omite programar las adecuaciones administrativas que deberán concretarse ni cuantificar los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto. La oportuna y adecuada elaboración del Plan de Negocios para la Exportación facilita al empresario la detección de riesgos y le ayuda así a evitar invertir recursos en negocios cuya rentabilidad no resulte atractiva mas, de igual forma, le brinda todos los elementos necesarios para simplificar su toma de decisiones y evidencia para él y su equipo gerencial-directivo, por igual que ante potenciales accionistas o acreedores, la bondad del negocio cuando ese es el caso²².

El Plan de Negocios para la Exportación es la carta de presentación del empresario, dado que los inversionistas se basan en él para evaluar los proyectos que reciben y decidir la factibilidad de la inversión.

²² *BANCOMEXT. Plan de Negocios Para Exportar. México 2003.*

Muchos proyectos valiosos han sido descartados por los inversionistas porque no cuentan con información clara y precisa para evaluar la idea o negocio, por ello, para que un Plan de Negocios se transforme en una poderosa herramienta de venta de ideas, es muy importante formular una buena estrategia que ilustre claramente las características del proyecto, que incluya un análisis completo y riguroso, tanto cualitativo como cuantitativo, que logre ser atractivo y a su vez realista.

Es importante señalar que en los Planes de Negocios para la Exportación exitosos es común la intervención de consultores experimentados, esto debido a que en su elaboración se requiere información especializada relacionada con los negocios internacionales.

Como base del Plan de negocios se tomara la estructura del Plan de Negocios para Proyectos de Exportación (PLANEX) que maneja BANCOMEX la siguiente forma:

1. El análisis de la Empresa
2. El análisis del Producto
3. El análisis y Selección del Mercado
4. El análisis y Evaluación Financiera
5. El resumen ejecutivo

4.1.1 “ANÁLISIS DE LA EMPRESA

El análisis de la empresa proporciona información detallada sobre la misma, con especial énfasis en la descripción de su experiencia, habilidades y capacidad para implementar el proyecto así como en las fortalezas y debilidades identificadas, en este se debe mencionar lo siguiente:

1.-Constitución legal.- Señala fecha de constitución y duración de la sociedad; su razón y objetivo social; composición accionaria; grupo al que pertenece; Nombre del presidente del consejo de la empresa así como el nombre de los funcionarios con poderes otorgados y domicilio fiscal, explicando porqué se seleccionaron tales estructuras legales y administrativas y enfatizando cambios relevantes experimentados en esos rubros.

2.-Misión empresarial.- Indica cómo se formularon la Misión, Visión, Objetivos y Metas iniciales así como las adecuaciones más importantes experimentadas en el pasado y las que se llevarán a cabo con motivo del proyecto.

3.-Antecedentes.- Presenta una cronología de los hechos y principales logros que han ubicado a la empresa en su situación actual, señalando los productos o servicios que ofrece, los mercados que ha atendido y su posicionamiento en la industria local o internacional si cuenta con ella, con relación a los líderes y comparándola contra sus principales competidores.

4.-Estructura Administrativa.- Precisa la experiencia del cuerpo directivo-gerencial en su actividad o en su caso, la participación de asesores externos y sus datos generales; incluye organigrama vigente con breve descripción de funciones; número de empleados y obreros así como nivel de capacitación actual; relación sindical, turnos que se laboran y un comparativo contra sueldos y prestaciones ofrecidas por sus competidores directos; detalla la asignación en funcionarios específicos de las responsabilidades inherentes al proyecto; los cambios previstos en la estructura; la capacitación para implementarlo y los requerimientos de desarrollo organizacional.

5.-Políticas.- Proporciona a detalle de las principales políticas de administración, personal, producción, endeudamiento, pago de dividendos y destino de las utilidades así como de las aplicables al establecer condiciones de pago con proveedores-compradores, de los controles y reportes existentes que facilitan la toma de decisiones de los directivos; con especial mención a las que se modificarán en función al Plan de Negocios.

6.-Instalaciones y otros activos.- Ubica tanto las oficinas, plantas, almacenes, tiendas, sucursales si existen, como la maquinaria y equipo existentes, su antigüedad y grado de obsolescencia; avalúos recientes; diferencia entre instalaciones y activos arrendados o propios e identifica los que sean indispensables para el proyecto.

7.-Cobertura de riesgos.- Proporciona un resumen de las pólizas de seguros que amparan los activos fijos contra los riesgos que les resulten inherentes; las cuentas por cobrar y por pagar contra riesgo cambiario; las ventas a plazo contra riesgos comerciales y políticos; al producto y servicio contra los daños o perjuicios que pueda ocasionar al consumidor o terceras personas o los que pueda sufrir el propio bien durante el traslado, así como al factor humano clave y su patrimonio contra riesgos por enfermedad o deceso y, de ser el caso, de las garantías contractuales, fideicomisos, fianzas relativos al tema.

8.-Tecnología.- Evidencia si la tecnología empleada es propia, pública o, si se pagan regalías, a quién y su importe, además de enfatizar ventajas competitivas de su uso.

9.-Cumplimiento de obligaciones.- Documenta el oportuno cumplimiento de sus obligaciones fiscales y de otros derechos cubiertos a autoridades federales, estatales o municipales así como el registro u obtención de permisos obligatorios para su actividad y puntualiza los requeridos para el proyecto; indica la no existencia de créditos fiscales, demandas judiciales o mercantiles, juicios de quiebra y que no se encuentra en suspensión de pagos y proporciona evidencias, alcance y estado actual de los existentes.

10.- Fortalezas y debilidades.- Derivado de los aspectos comentados, presenta el detalle de las fortalezas y debilidades identificadas, sustentando razones de la existencia de las primeras y acciones previstas para superar las segundas.

4.1.2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

En el análisis de Producto se identifica el bien o servicio exportable, puntualizando las características diferenciales que lo hacen atractivo para los compradores y la viabilidad operativa de producirlo y ofrecerlo, en este se debe mencionar lo siguiente:

1.-Descripción del(los) producto(s) o servicio(s).- Se proporciona información detallada sobre sus características; clasificación arancelaria en el Sistema Armonizado, indicando si se encuentra en varias clasificaciones o sólo en una clasificación genérica; usos (consumo, industrial, etc.) y bienes competidores, sustitutos o complementarios.

2.-Proveeduría.- Se identifica el abasto recurrente, suministradores de materia prima; origen (doméstica o importada); términos y condiciones de compraventa, plazo real de pago y experiencia; alianzas o convenios que garanticen el suministro futuro en condiciones adecuadas, además de proveedores sustitutos potenciales.

3.- Subcontratación.- Se indica, detalladamente, los procesos que la empresa satisface mediante "*outsourcing*" y aquellos en los que ella produce algo para una cadena productiva mayor diferenciando las domésticas de las internacionales y contratos que señalen en ambos casos su alcance, costo y vigencia.

4.-Costos de producción.- Se proporciona la estructura de costos, fijos y variables sean de producción o de adquisición, desglosando los gastos de operación, mano de obra directa e indirecta, administración, ventas y la depreciación y amortización, actuales y proyectados e indica los que se consideran críticos para alcanzar los objetivos y método empleado.

5.-Programas de fomento.- Se menciona si se utilizan o usarán programas Pitex, maquiladora, "draw back"; cuenta aduanera o Prosec, beneficios para la entidad, etc.

6.-Activos fijos.- Se señala la maquinaria y equipo con la cual se concreta la producción; programas de mantenimiento y reposición así como el porcentaje de aprovechamiento actual y previsto; adquisición futura de nuevos activos (Equipo, maquinaria, terreno y edificio) para sustentar el proyecto y sus cotizaciones, indicando proveedores locales e internacionales y sus planes de venta.

7.-Activos intangibles.- De ser el caso, se documentan patentes, marcas, franquicias y similares; contratos que permiten su uso (en México y el extranjero) y la vigencia de los mismos.

8.-Proceso productivo.- Se presentan diagramas y descripción detallada del proceso, desde que se establecen los pedidos por insumos hasta que el bien o servicio está listo para su exportación, señalando "cuellos de botella" potenciales y previsiones para evitados así como los cambios que se implementarán con motivo del proyecto.

9.-Inventarios.- Se detalla los requerimientos de inventario(s) materia prima en proceso, producto terminado, controles y políticas existentes para optimizarlos.

10.-Imagen.- Se proporcionan copias de etiquetas; folletería; páginas web; campañas de promoción indicando medios con los que se distribuye el producto o servicio y se hace mención expresa a su traducción, costos y adecuaciones para mercados externos.

11.-Envase y embalaje.- Se realiza descripción del empleado en mercado local y del que se usará internacionalmente, señalando cómo cumple con las reglas y limitantes impuestas por otros países.

12.-Normas oficiales.- Se señala si se cumple con las requeridas en México (NOM o NMX) Y si se ha anticipado cómo se cubrirán las requeridas en el exterior.

13.- Investigación y desarrollo.- Se define porqué los consumidores preferirán la oferta de la empresa contra la de los competidores así como los planes existentes para adecuar, conforme se requiera, el producto a las demandas del consumidor extranjero.

14.-Control de calidad.- Se indica cómo se efectúa el actual y si ya se han

establecido o planeado, programas tipo ISO 9000 u otros especificados por los clientes como potenciales de mercado.

15.-Respaldo al producto o servicio.- Se detalla el respaldo o mantenimiento ofrecido con el producto a exportar (garantía, refacciones, instrucciones de uso o ensamble, crédito, entrega a domicilio, instalación, etc.).

4.1.3 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO

En el análisis y selección del mercado se describen los criterios de selección; calcula el mercado actual y potencial, evaluando oportunidades y amenazas del macroentorno; identifica competidores; fija objetivos y determina la estrategia para alcanzados, en este se debe mencionar lo siguiente:

1.-Descripción de la industria.- Se resume la situación actual nacional y extranjera de la industria y la penetración de la empresa e identifica los principales países productores, exportadores e importadores del producto a exportar.

2.-Participación nacional.- Se determina volumen y valor de importaciones y exportaciones del producto, por país de origen y de destino, en los últimos cinco años, así como la participación de la empresa si ésta ya exporta o importa.

3.-Selección del mercado meta.- Se describe la región o país seleccionado y fundamenta porqué se piensa que ahí existe oportunidad para colocar el producto o servicio.

4.-Medición del mercado.- Se indica tamaño actual y volumen, tanto de la producción local como de las importaciones, con tendencias cuantificando crecimiento, decrecimiento e inestabilidad para los próximos cinco años y sustentándolo con estadísticas.

5.-Barreras arancelarias y no arancelarias.- Se identifica, según la clasificación del producto en el Sistema Armonizado, el arancel en vigor así como las preferencias arancelarias existentes y para países con los que México ha suscrito tratados el programa de desgravación para los años que lleven a tasa cero; precisa si existen barreras no arancelarias y cómo cumplirá la empresa con tales requisitos.

6.-Segmentación del mercado.- Se describe cómo se segmenta el

mercado actual así como porqué y cómo se seleccionó el(los) segmento(s) del mercado meta.

7.-Precio, margen y distribución.- Se sustenta el valor promedio del bien o servicio diferenciando, cuando menos, los que se fijan al menudeo y cualquier otro parámetro que determine el nivel de precios en sus diferentes fases distributivas así como los canales que se utilizarán y los márgenes de intermediación de cada uno.

8.-Competencia.- Se presenta la participación productiva local y principales abastecedores del exterior; cuadro comparativo de los principales países competidores, con nivel de aranceles pagado y valor promedio de sus ventas; empresas o marcas líderes en el mercado y la reacción esperada de los competidores ante la presencia del producto o servicio a exportar.

9.-Modalidades de pago.- Se señala los instrumentos y mecanismos mediante los cuales se paga en el mercado meta a los proveedores; conocimiento que sobre ellos tiene la empresa y experiencias; riesgos relacionados con el rezago y no pago que le sean inherentes y forma en que se planea minimizados (políticas para determinar porcentaje de incobrables; momento para entregar posesión y propiedad del producto o servicio; y tramitación de garantías o coberturas) e impacto de las comisiones y gastos inherentes a la forma de pago.

10.-Incoterms.- Se señala cuál(es) se utilizara(n) y el conocimiento de la empresa sobre obligaciones y derechos implícitos.

11.-Formalización legal de la compraventa.- Se adjunta copia del convenio o contrato que se utilizará para documentar operaciones internacionales.

12.-Logística.- Se describe estrategias y adecuaciones vinculadas al almacenamiento del producto terminado y su salida de planta o a la generación y entrega del servicio y las generalidades de la movilización de bienes, proveedores de transporte, vía que se usará, frecuencia de viajes al mercado meta, costos y límites de responsabilidad sobre la carga.

13.-Mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración.- Se indica las adecuaciones que se harán al producto, precio, plaza y promoción para satisfacer el mercado; las estrategias para penetrar y posicionarse en él con mención especial en ferias y exhibiciones internacionales recurrentes y a misiones comerciales.

14.-Clientes potenciales.- Se señala si ya se ha establecido contacto con ellos; el estado actual de las negociaciones y, en su caso, adjunta copias de cartas de intención de compra, contratos vigentes, pedidos en firme o cartas de crédito a favor o, en caso contrario, cómo se planea identificar y contactar a los compradores.

15.-Oportunidades y amenazas.- Detalla particularidades de situación actual y prevista, en lo económico, político, social, legal; cultural, demográfico, natural, tecnológico y ecológico y presenta el detalle de las oportunidades y amenazas previsibles, sustentando razones de la existencia de las primeras y los planes de contingencia previstos para superar las segundas, así como su impacto en la empresa.

4.1.4 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

En el análisis y evaluación financiera se destaca, a partir de cifras históricas, la forma en que la empresa ha interactuado con sus acreedores, proveedores, clientes y el factor humano; cuantifica requerimientos de inversión; proyecta la situación financiera, proporciona un desglose anual del plan financiero y evalúa la viabilidad y rentabilidad del proyecto, sensibilizándolo ante diversos escenarios, en este se debe mencionar lo siguiente:

1.-Información histórica. – Se adjuntará los estados financieros auditados de los últimos tres ejercicios y, en caso que el último tenga una antigüedad superior a tres meses, se agregan estados financieros internos del ejercicio en curso; se explica, de ser el caso, abstenciones o reservas de opinión de los auditores y solución de tales casos, además de resumir la información financiera.

2.-Experiencia crediticia.- Se notifica los tipos de financiamiento que se han tramitado y obtenido; acreedores; destinos; tasas; plazos o calendarios de amortización y, en su caso, cita si ha reestructurado alguno en los últimos doce meses; si la empresa, sus filiales, subsidiarias han enfrentado problemas crediticios o financieros en ese plazo; si les han suspendido créditos por mala experiencia; se encuentran en cartera vencida y/o en proceso de regularización, han provocado quebranto a alguna entidad financiera o presentan reportes negativos en el Buró de Crédito y porqué.

3.-Cifras relevantes.- Se identifica los cambios trascendentes en las cifras de un ejercicio a otro; utilizando las principales razones financieras (de liquidez; utilidades; rotación de inventarios, cuentas por cobrar e inventarios) y el importe del capital de trabajo empleado; conceptos que más inciden

para determinar el costo de producción; desempeño a nivel de utilidad operativa y congruencia con condiciones estipuladas para las cuentas por cobrar y por pagar; principales índices, porcentajes, montos mínimos y máximos así como punto de equilibrio, origen y aplicación de los recursos.

4.-Comparativos.- Se proporcionan cuadros y gráficos con cifras de ventas, utilidades, sueldos y salarios de la empresa y las de sus principales competidores, señalando aspectos diferenciales (método de producción, capacidad instalada, economías de escala, ventaja en costo, prestaciones a funcionarios y empleados, etc.) y una breve mención a los planes para corregir los rubros en los que actúa con desventaja.

5.-Premisas.- Se especifica los supuestos que se usan en las proyecciones (inflación, PIB, tasa de interés, tipo de cambio o costo de cobertura, incrementos en sueldos y salarios, costos de capital y oportunidad), tanto domésticos como del mercado meta.

6.-Requerimientos de inversión.- Se cuantifican los requerimientos de inversión en capital de trabajo, cuentas por cobrar, promoción y distribución, mejoras productivas, activos fijos e intangibles; valores de desecho de activos reemplazados y calendariza los desembolsos e ingresos por estos rubros.

7.-Fuentes de fondeo.- Se precisa con cuánto participará la empresa y cuánto se obtendrá de fuentes externas (proveedores e intermediarios financieros), señalando montos, términos y condiciones.

8.-Punto de equilibrio y margen de seguridad.- Se determina los ingresos proyectados que cubren los costos fijos y variables así como los egresos prioritarios.

9.-Flujo de efectivo.- Se especifican volúmenes de ventas y precios a los que se planea exportar; costos de producción o adquisición; plazos con los que operará el nuevo ciclo de efectivo; cuantifica su importe y lo destinado al pago de pasivos; señala el impacto fiscal y lo proyecta.

10.-Estados financieros.- Se proyectan, el primero mensualmente y los años restantes en forma anual, incluyendo cambios en la situación financiera, balances, estados de resultados, origen y aplicación de recursos y diferenciando ventas domésticas de las internacionales.

11.-Plan financiero anual.- Se adjunta cuadro que especifica las aplicaciones (maquinaria y equipo; compra de terreno; obra civil e

instalaciones; edificios y naves; mobiliario de oficina y equipo de transporte; activos diferidos; capital de trabajo; pago de pasivos e intereses preoperativos), los orígenes (aportación de socios; créditos bancarios; otros créditos; generación interna; otros orígenes y anticipos de clientes) así como depreciaciones y amortizaciones, con sus criterios.

12.-Razones financieras.- Se calcula liquidez; rotación de cuentas por cobrar, proveedores e inventarios; cobertura de pasivos; endeudamiento; apalancamiento operativo y financiero y su correlación con el punto de equilibrio así como el efecto total de la palanca, márgenes operativo y bruto; productividad, capitalización, etc.

13.-VPN, TIR Y sensibilización.- Se indica VPN y TIR derivados de las proyecciones en escenarios optimista, medio y pesimista, y señala tanto la probabilidad de ocurrencia de hechos que pudieran desviar las cifras proyectadas.

14.-Programa de recompra de acciones. - En caso de utilizarse apoyo temporal de capital de riesgo, define parámetros que está obligada a mantener la empresa; condiciones para celebrar asamblea y aplicar resoluciones del Consejo así como las garantías establecidas; características para la salida del capital temporal, precisando si existe derecho de tanto, y adjunta la documentación correspondiente y el plan de generación de los recursos para la recompra.

4.1.5 RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo debe contener información relacionada únicamente con lo más relevante de los antecedentes de la empresa y el concepto central del proyecto propuesto; los aspectos prioritarios para su éxito; las características, tamaño y tendencias del mercado meta; los recursos y apoyos requeridos así como los resultados financieros previstos para que en su lectura, cualquier persona pueda comprender el proyecto, sus alcances y las premisas empleadas, en este se debe mencionar lo siguiente:

1.-Antecedentes de la empresa.- Describe en forma concisa, su constitución legal y la participación de accionistas mayoritarios; cambios importantes en ambos casos; su estructura organizacional, a nivel directivo y gerencial, la misión establecida durante el desarrollo del negocio y los cambios trascendentes en su organización y activos.

2.-Producto o servicio.- Sintetiza sus características y ventajas

competitivas; sustenta su capacidad productiva, técnica y/o de servicio; enfatiza el valor agregado que la empresa integra al bien o servicio y cuáles necesidades del comprador satisface.

3.-Planteamiento global del proyecto.- Proporciona aspectos fundamentales del proyecto propuesto; los objetivos y conceptos clave para alcanzados; las medidas preventivas y correctivas diseñadas así como la nueva misión de la empresa.

4.-Mercado meta.- Precisa el bien o servicio que se venderá, su volumen y precio; en dónde, a quién y cómo se hará llegar al comprador; sustenta la oportunidad detectada; motivos para que el consumidor prefiera la oferta planteada y resume aspectos vinculados a la selección del segmento de mercado meta (tamaño, tendencia, precio, canales, promoción, competencia, reacción esperada) puntualizando cómo se visualiza el macroentorno en el mediano y largo plazo.

5.-Requerimientos y proyecciones financieras.- Cuantifica la inversión anual requerida; detalla su fuente de fondeo y el costo financiero respectivo y proyecta cifras anuales de flujos de efectivo, cambios en la situación financiera, balances, estados de resultados, origen y aplicación de recursos, punto de equilibrio y margen de seguridad, razones financieras, VPN, TIR y de otros factores clave dependiendo del proyecto²³.

No en todos los casos existe la información correspondiente y posiblemente en algunos otros pueda ser bastante amplia, pero se determina a la misma en función de la empresa y el producto o servicio que se piense exportar, por lo cual los datos proporcionados en el Plan de Negocios para la Exportación son apegados al criterio anterior (Dado por BANCOMEX) más no específicamente deben ser desarrollados de forma literal, la aplicación dada es de forma general y solo se tomarán los necesarios dependiendo las características de la empresa y el producto.

En específico de el Plan de Negocios de Exportación de Etiqueta Plástica Mexicana a España el resumen ejecutivo se deja fuera por tratarse de un trabajo el cual debe ser leído completamente por su naturaleza, generando que el fin específico del resumen ejecutivo se pierda por ser repetitivo.

²³ BANCOMEXT. *Plan de Negocios Para Exportar. México 2003.*

CAPITULO 5

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ETIQUETA PLÁSTICA DE MÉXICO A ESPAÑA

5.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

APLICACIONES SOBRE TELA (APLISOTEL). Es una microempresa que surge el 1 de Enero de 1997 ,dedicada principalmente al sellado de logotipos en prendas por un proceso conocido como Alta Frecuencia (*High Frequency Welding*). La idea de crear esta microempresa surge a raíz de un viaje a U.S.A. por parte de propietario Alfredo Rivas Juárez, el cual observo en una exposición en Atlanta Georgia el proceso antes mencionado (*High Frequency Welding*) y mediante una inyección de capital por parte de sus accionistas, se preparo el terreno para que este proyecto se pusiera en marcha.

Sus accionistas y directivos cuentan con la suficiente experiencia en el ramo, ya que llevan 6 años dedicados a esta actividad, y su visión del negocio, les ha llevado a estructurar una integración vertical, aprovechando todas las etapas de la cadena productiva, desde la elaboración de los diseños de los de los logotipos, creación de los moldes, empaque y embalaje de los productos hasta la comercialización de estos a nivel nacional y la futura exportación de los productos que aquí se elaboran, contando con una gran variedad de modelos, estilos y diseños propios.

La estructura del negocio, coloca a la empresa una ventaja competitiva específica en costos y precios, respecto a otros fabricantes de Aplique Embossing y Etiquetas Plásticas a nivel nacional. La evolución de las ventas totales en los últimos años registra un crecimiento anual de mas del 20% a excepción de 1999, provocado principalmente por una crisis económica que sufrió la empresa a raíz de la adquisición de maquinaria.

Las ventas programadas para el cierre del 2004 asciende a mas del 100% respecto a los años anteriores ya que ha habido un incremento a las ventas de Aplique principalmente. La flexibilidad ,adaptabilidad y versatilidad de nuestros productos, así como la calidad de nuestra materia prima utilizada, han llevado a esta empresa a lograr ser una de las opciones más viables para el mercado textil a nivel nacional, por lo cual creemos que el producto puede ser exportable ,ya que es un producto innovador con grandes ventajas sobre los tradicionales como lo son el bordado y el estampado. Puesto que el estampado tradicional y nuestros productos son totalmente diferentes y las perdidas son casi nulas mediante nuestro proceso, en comparación con el estampado tradicional, con respecto al bordado la principal y gran

diferencia que se observa es en cuanto al tiempo de elaboración del producto (bordado), ya que nuestro proceso lo hemos logrado eficientar de tal manera que sobrepasa los tiempos de elaboración de cualquier bordadora.

Los productos que Aplicaciones Sobre Telas (APLISOTEL) elabora se caracterizan por su alta calidad y terminados además de garantizar sus tiempos de entrega, en el mercado, mostrando de esta manera ser una buena opción para el mercado de la industria textil a nivel nacional.

Las ventas realizadas por Aplicaciones Sobre Tela (APLISOTEL) en la CD. de México han proporcionado a la empresa la oportunidad de captar a sus principales clientes dentro de la industria textil, mayoristas, y tiendas especializadas en el mercado nacional, para la comercialización de sus productos.

APLISOTEL actualmente se encuentra en un nivel óptimo de oportunidad para su expansión, ya que se encuentra en proceso de crecimiento y esto se ve reflejado a través de la construcción de su nave industrial, y por medio de la cual se trata de asegurar el crecimiento de su planta de manufactura y de sus productos, que a corto plazo abriría la oportunidad de convertirse en una de las empresas más importantes del municipio de Atizapán de Zaragoza, Estado de México.

5.2 APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ETIQUETA PLÁSTICA DE MÉXICO A ESPAÑA

5.2.1 ANALISIS DE APLISOTEL

Nombre de la Empresa: Aplicaciones Sobre Telas. "APLISOTEL".

Fecha de inicio de operaciones: 1 de Enero de 1997.

Propietario: Alfredo Rivas Juárez.

Tamaño: Micro

Regimen fiscal: Persona Física, regimen de pequeño contribuyente.

Domicilio: Calle Miguel Hidalgo # 26 Colonia 5 de Mayo Atizapán de Zaragoza Edo. De México c.p. 52997 Tel. y Fax 58-24-49-08.

Los productos que Aplicaciones Sobre Telas (APLISOTEL) son:

Aplique: se le denomina así al proceso mediante el cual se coloca un logotipo a una prenda; El cual es seleccionado y autorizado por nuestro cliente.

Embossig: se le denomina de esta manera al proceso de realizar un logotipo utilizando la tela de la misma prenda; El cual es seleccionado y autorizado por nuestro cliente.

Etiquetas: En este producto solo se requiere el diseño y características que necesita el cliente sobre la etiqueta (medidas de la etiqueta y colores),ya que nosotros tenemos una amplia gama de materiales , modelos y diseños que ofrecer.

Aplicaciones Sobre Telas (APLISOTEL). cuenta con una enorme variedad de diseños de etiquetas de todo tipo, materiales ,colores, etc; fabricados con las más estrictas normas de calidad nacionales e internacionales, desde luego, sin perder la esencia y características propias que han hecho de Aplicaciones Sobre tela (APLISOTEL), una organización que se propone satisfacer las necesidades de sus clientes sin importar que estas sean muy variadas o específicas. La belleza de las etiquetas, su terminado y su fácil manejoj hacen que el uso de las mismas y productos por parte de nuestros clientes vaya más allá del uso de una prenda, sino que además, provoca un status a quien pose una prenda confeccionada por nuestros clientes.

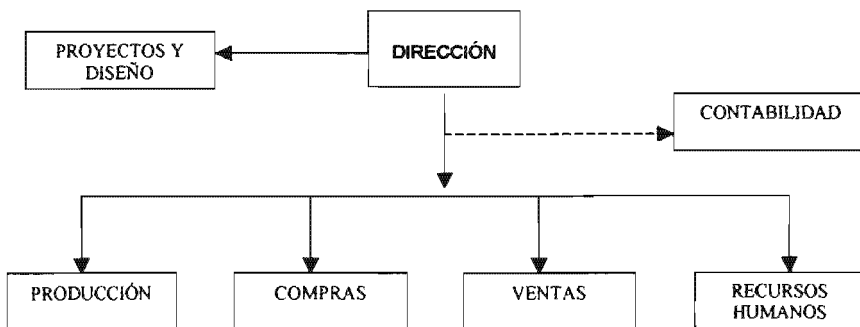
VISIÓN

Ser la empresa nacional líder en la oferta de aplicaciones sobre tela que cumpla con los altos estándares de calidad que la industria exige.

MISIÓN

Crear los productos más vanguardistas que exige el mercado nacional e internacional de aplique sobre tela a través de la versatilidad en el cambio de diseños de alta calidad a buen precio.

ORGANIGRAMA



TECNOLOGÍA

Respecto a la tecnología en maquinaria cuenta con una facilidad de operar, mantener y ser preparada para trabajar debido a su flexibilidad en el proceso productivo tienen una sencilla pero eficaz inspección y conservación de revisiones periódicas, así como de correcciones por ser una empresa que trabaja a base de ordenes de producción y tener maquinaria especializada capaz ser flexible con la producción (todas las maquinas pueden adaptarse a la producción que se necesita) tiene una localización en planta de forma en serie lo que ocupa pequeño espacio y evita perdida de tiempo en acarreo interno de materiales así como el estorboso transporte interno, lo que da como consecuencia:

- *Un equilibrio en el proceso de producción
- *Minimización de interferencia en la maquinaria
- *Utilización efectiva de mano de obra

Por parte a lo referente en Ingeniería Industrial está se aplica por inercia debido a que por ser una pequeña planta es fácil controlar los tiempos y movimientos más adecuados en los métodos de trabajo ya que se pueden fácilmente aislar los problemas y atacarlos de forma efectiva para mejorar la producción y diseño del producto a realizar, los cambios en maquinaria y factor humano son fáciles de seleccionar y trabajar en ellos en una cordial cooperación para alcanzar el método adecuado que optimiza la realización de tareas y actividades.

DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA

Conocer la capacidad real productiva de la organización en la exportación de productos tiene como principal objetivo conocer el potencial exportador de la empresa. La **CAPACIDAD PRODUCTIVA DE APLISOTEL** en etiqueta pvc se muestra a continuación:

Datos de referencia:

- *2 maquinas que elaboran 8,000 etiquetas en un turno de 8 horas.
- *1 Rollo de PVC 1.40m x 100m. = 56,000 etiquetas.
- *4 Kg de pintura para un rollo.
- *Días laborables de aplisotel: 5 de lunes a viernes
- *Turnos establecidos: 1 de 8 horas
- * Precio de etiqueta 5cm. X 5cm. \$1.50 (venta)

Etiquetas elaborables por día X días laborables al año ÷ etiquetas por rollo
= Cantidad de rollos producibles por año.

$8,000 \times 260(52 \text{ semanas} \times 5 \text{ días}) \div 56,000 = 37.15 \approx 37$ rollos producibles

Rollos producibles X etiquetas producibles por un rollo X precio de venta de la etiqueta = Venta anual en \$

$37 \times 56,000 \times 1.50 = \$ 3,108,000$ Venta neta de producción de un turno al año.

Esta producción se realiza en condiciones normales de funcionamiento (actuales) pero dependiendo de las necesidades y el éxito de la exportación se puede obtener la siguiente producción mediante el incremento de los turnos laborables:

VENTAS REALIZABLES AL INCREMENTAR LOS TURNOS LABORABLES O PRODUCTIVOS

CUADRO N°9

ROLLOS PRODUCIBLES EN UN AÑO	ETIQUETAS PRODUCIBLES POR ROLLO EN UN AÑO	PRECIO DE ETIQUETA	VENTA ANUAL EN \$
1 Turno de 8 horas (37)	$(37 \times 56,000) =$ 2,072,000 etiquetas	X \$1.50	\$ 3,108,000
2 turnos de 8 horas (70)	$(70 \times 56,000) =$ 3,920,000 etiquetas	X \$1.50	\$ 5,880,000
3 turnos de 8 horas (100)	$(100 \times 56,000)$ =5,600,000 etiquetas	X \$1.50	\$8,400,000

El incremento en la implantación de más turnos de trabajo implica la elevación lógica de los costos en gastos administrativos y en forma no lineal en los costos de producción debido al comportamiento de la mayor compra de materia prima. Pero para poder establecer este incremento es necesario conocer la demanda posible para determinar la oferta exportable.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Las fortalezas de APISOTEL se basan en su experiencia y principalmente que tiene un gran desempeño con productores certificados y con marcas registradas siendo una empresa que no se dedica la piratería y que ha demostrado tener versatilidad en diseño, calidad y buen precio, gracias a su maquinaria adaptable y de fácil manejo además de contar con una etiqueta

100% reciclable y que no pone su capacidad total de maquinaria al proyecto de exportación (solo el 50%) dejando la parte restante para el consumo nacional y clientes base.

Por el lado de las debilidades el contar con un régimen fiscal de persona física afectando los posibles beneficios que podría tener en la formación de una S.A de C.V; tener su personal a base de honorarios lo que complica la aplicación de proyectos de expansión de muy largo plazo que necesitan de personal estable para poder controlar lo más posible las variables productivas y tener un sistema de administración situacional genera probable dificultad en el empleo de proyectos a tan grande escala.

5.2.2 ANALISIS DE LA ETIQUETA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

En la etiqueta solo se requiere el diseño y características que necesita el cliente sobre la etiqueta (medidas y colores),ya que se tiene una amplia gama de materiales , modelos y diseños que ofrecer. Las etiquetas a exportarse, se producen en varias medidas, en formas rectangulares, redondas y ovales, etc; según las necesidades de cada cliente, por su versatilidad, pueden ser consumidos por diferentes sectores de la industria textil.

Todas las etiquetas, son fabricadas con materias primas plásticas o derivas del plástico, imitación piel, piel, etc. de primera calidad ,estas pueden ser de origen nacional o de importación, según las necesidades y requerimientos de cada cliente, y algunas etiquetas en piel natural pueden ser terminadas con una aplicación de pintura, brillo, etc; lo cual les ofrece diferentes acabados. El peso aproximado de cada etiqueta sin incluir su empaque final oscila entre 1 gr. a 40 grs. dependiendo de cada diseño y tamaño de la misma.

PROVEEDURÍA

Con respecto a las compras o adquisiciones que se tiene en APLISOTEL debido a su naturaleza se encuentran delimitadas a su gran mayoría a la adquisición conforme a los pedidos realizados ya que se tiene una reserva de materia prima pero como la producción principal es la de crear estampados en las playeras se tiene la opción de que los clientes adquieran el estampado elegido o creado con todo y playeras (por parte de APLISOTEL) o que el mismo traiga las playeras como se da el caso de los equipos de fútbol de equipos de primera división a los que se a tenido la

oportunidad de atender los cuales para tener exclusividad solamente mandan la cantidad de playeras que quieren que se estampen, lo mismo con los uniformes de empresas, gorras de las mismas y etiquetas.

Cuando son estampados comerciales dependiendo el trabajo a aplicar y el diseño se adquieren las materias primas necesarias a sólo que el cliente también desee llevarlas lo cual es valido como en el caso de los judíos los que cuentan con un imperio en telas y recursos textiles en materiales donde existe cotizaciones especiales y garantías de calidad individuales de acuerdo a la materia prima traída por cada cliente ya que la versatilidad es un punto fuerte de la producción por ordenes.

Cabe mencionar que las adquisiciones tiene como fundamento calidad primordialmente, precio y se maneja un sistema similar a lo que es justo a tiempo ya que los proveedores tienen una capacidad de respuesta casi inmediata a los pedidos de la materia prima evitando costos por almacenaje y recepción de la misma ya que se cuenta con una ética de cumplimiento basada en responsabilidad mutua donde el proveedor sabe de la gran competencia y lo que representa la atención al cliente, por ser APLISOTEL una sola sucursal se puede decir que tiene un sistema de adquisiciones centralizado pues todo se lleva acabo en el mismo lugar.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LA ETIQUETA

Las etiquetas se encuentran catalogadas en la tarifa general de importación TIGI, basada en el sistema armonizado y decodificación de mercancías (SA) la tarifa se encuentra clasificada en el capitulo 5807 el cual cita: Etiquetas, escudos y artículos similares para la materia textil. En pieza, cintas o recortados sin bordar.

580710 Etiquetas, escudos y artículos similares para la materia textil. En pieza, cintas o recortados sin bordar.

580710.01 Etiquetas ,escudos y artículos similares para la materia textil. En pieza, cintas o recortados sin bordar.

5807.90 Etiquetas ,escudos y artículos similares para la materia textil. En pieza, cintas o recortados sin bordar.

VARIEDADES Y USOS DEL PRODUCTO

La belleza de las etiquetas, su terminado y su fácil manejo hacen que el uso de las etiquetas por parte de nuestros clientes vaya más allá del uso en una prenda, sino que además cualquier producto que necesite etiqueta podrá implementarse el uso de las etiquetas, provocando un status a quién pose

una prenda confeccionada por nuestros clientes embellecida con nuestras etiquetas.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

La estimación de costos en el caso del plan de negocios se realizara mediante la base ya cimentada de costos y únicamente se proyectaran conforme a datos anteriores y se modificaran en base al cambio normal de costos que se de por alguna contingencia o simple incremento anual (en el caso de los costos fijos), principalmente se basaran en el comportamiento del mercado marcado en registros de APLISOTEL en los últimos 4 años anteriores lo cual también servirá para la elaboración de los presupuestos de operación de la empresa en el anterior comportamiento intervienen los siguientes factores:

A).-Comportamiento de la compra en prendas etiquetadas de acuerdo a la moda registrada por aplisotel:

Enero }
Febrero } Baja la venta → Se produce para la alza de Abril, Mayo
Marzo } principalmente.

Abril }
Mayo } Sube la venta → Se produce de forma normal para la demanda
Junio } de los meses en curso.

Julio }
Agosto } Baja la venta → Se produce para la alza de Octubre,
Septiembre } Noviembre y Diciembre.

Octubre }
Noviembre } Sube la venta → Se produce de forma normal para la
Diciembre } demanda de los meses en curso.

Se puede observar que la producción casi es estable debido a que en los periodos de baja se aprovecha para producir para los periodos de alza aunque el comportamiento de las ventas varié en relación a lo producido ya que debe recordarse que en las prendas siempre se confecciona o produce una temporada antes ejemplo: Lo de verano se produce en primavera, lo de invierno en otoño, lo de otoño en verano y lo de primavera en invierno.

Esto demuestra que las prendas que más utilizan etiquetas se emplean para su consumo en primavera e invierno con periodos cortos entre las otras estaciones del año.

B).-Porcentaje de venta anual correspondiente por trimestre

Enero }
Febrero } 12%
Marzo }

Abril }
Mayo } 29%
Junio }

Julio }
Agosto } 12%
Septiembre }

Octubre }
Noviembre } 47%
Diciembre }

Otros datos base para la realización de los presupuestos y costos que afectan el flujo de efectivo son:

*2 maquinas que elaboran 8,000 etiquetas en un turno de 8 horas.

*1 Rollo de PVC 1.40m x 100m. = 56,000 etiquetas.

*Días laborables de aplisol: 5 de lunes a viernes

*Turnos establecidos: 1 de 8 horas

*Rollo de materia prima (PVC) 1.40m. x 100m.: \$1000 dólares
(incluyendo tramites aduanales y entrega en la planta)

*4 Kilos de pintura (4 colores base) un kilo de cada color x rollo = \$ 60 Kg
(\$ 240.00 por rollo de PVC)

*Etiquetas producidas por rollo: 56,000

* Precio de etiqueta 5cm. X 5cm. \$1.50 (venta)

*Mano de obra por turno:

-6 ayudantes = \$450.00 semanales

-4 maquinistas = \$ 700.00 semanales

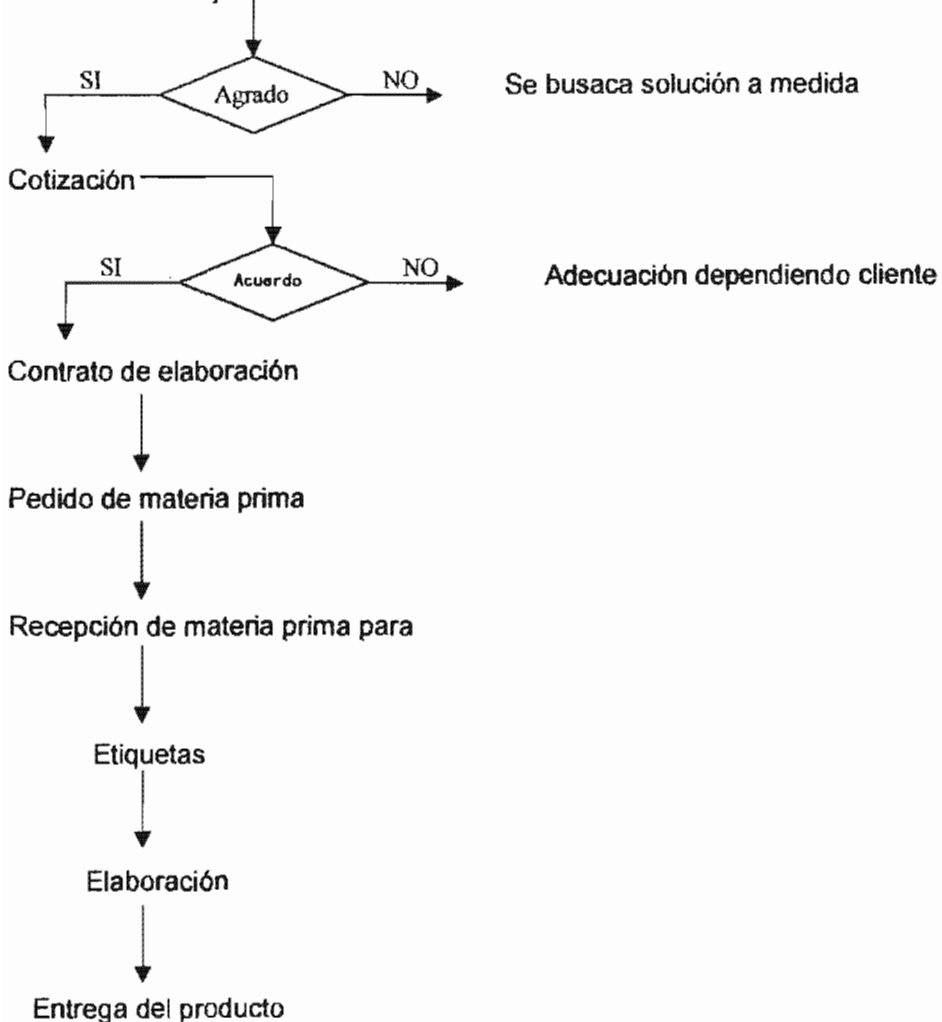
-2 Serigrafistas = \$ 800.00 semanales

-2 Cortadores = \$ 450.00 semanales

-1 Contador Público = \$ 500 al mes

PROCESO PRODUCTIVO

Muestra de trabajo al cliente



Personal de planta:

- 6 ayudantes
- 4 maquinistas
- 2 Serigrafistas
- 2 Cortadores

****Tipo de producción Ordenes de trabajo**

INVENTARIO

Los Inventarios casi son nulos pero las pocas existencias que se manejan se tienen perfectamente controladas por hojas de trabajo en las cuales se encuentran integradas cada una de las características de la materia prima que se encuentra resguardada como son color, talla, cantidad fecha de ingreso, proveedor y costo. Se menciona que en el proyecto de crecimiento si se tendrán que llevar políticas de inventarios así como documentación de control como son:

- *Ordenes de Compra (existentes pero no tan estrictamente formales)
- *Información sobre existencia
- *Control de entradas y salidas
- *Sistema de verificación de materia prima (Proveedores certificados)
- *Mantenimiento de aseguramiento
- *Y un control específico de inventarios

Ya que la producción pasaría de ordenes a una producción tipo serie o continua con planeación más elaborada a largo plazo situación que generarían los contratos. Con la realización del proyecto también sería necesario contar con un almacén de herramientas para el mantenimiento así como personal que se encargue del mantenimiento pero esto se estudiara de acuerdo a las especificaciones que requiera en esta situación. Para terminar el tipo de almacenamiento se realiza por medio de anaqueles donde se estiba la materia prima en un cuarto sin humedad y que tenga ventilación o temperatura ambiente.

ENVASE Y EMBALAJE

Los principales riesgos para la exportación del producto son:

- Robo parcial o total.
- Roturas de nuestros productos
- Mellas y manchaduchas
- Decoloración
- Rayas y arañazos
- Moho y otros daños

En APLISOTEL, es muy importante el empaque y embalaje de nuestro producto ya que necesita un manejo cuidadoso y seguro para que llegue a su destino tal y como sale de nuestra empresa. Para el embalaje de nuestro producto se utiliza principalmente:

- Caja de cartón doble corrugado para el total de la mercancía
- Fibra de papel o madera
- Bolsa para las unidades de etiquetas

El cartón es un material muy usado como amortiguante y como embalaje y recientemente en tarimas de carea por su buena resistencia al choque y a las vibraciones; es posible darle propiedades impermeables aplicando películas de parafina o polietileno. Es mejor que las cajas se adhieran con pegamentos insolubles en agua o mediante cinta engomada a que se armen con grapas de metal cobrizado. Además al cartón corrugado se le aplica una prueba de control de calidad; se ejerce una fuerza perpendicular al eje de las flautas (papel fabricado con una mezcla de papel semi-kraft y otros elementos como celulosa de bagazo de caña o paja) el valor (en kg/cm cuadrados) ofrece una representación numérica de la resistencia y calidad del cartón.

NORMAS DEL PAIS COMPRADOR

En España la funcionalidad y la seguridad son los dos criterios principales para definir la calidad de las etiquetas. Las normas de funcionalidad son establecidas por las asociaciones de fabricantes textiles y son de cumplimiento voluntario.

En cambio los criterios de seguridad son establecidos por ley y son de cumplimiento obligatorio. Por consiguiente debemos de verificar las reglamentaciones vigentes y las normas que están en proceso de aplicarse, a fin de adaptar las condiciones de nuestros productos y permitir la comercialización de nuestros productos en España.

NORMAS OFICIALES Y CONTROL DE CALIDAD

La normas oficiales no son problema debido a que la producción de etiqueta sirve como producto complementario de un producto final por lo que solamente se cumple con las características específicas de los clientes los cuales al promover su producto tienen que contar ya con una normatividad específica en sus productos.

El control de calidad es la base de la producción realizada ya que de este depende la aceptación del producto por nuestros clientes la base de confianza en la calidad es amparada principalmente por los contratos obtenidos con marcas ya reconocidas (Vans, Furor, Gueess, etc.) que tiene como principal característica la búsqueda de calidad en sus suministros.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL PRODUCTO (INGENIERÍA DE PRODUCTO)

Con relación a la Ingeniería del Producto esta se encuentra en constante movimiento debido a tratarse de ropa en si, sino más bien a los cambios en el estampado que obliga a la generación de:

- *Nuevos moldes
- *Búsqueda de materiales nuevos
- *Modificación del producto
- *Adaptación del producto

Y es precisamente en donde interviene el objetivo de diseñar algo que funcione tal como esta especificado, además de tratar de minimizar costos o que estos no sobrepasen los ya establecidos y evitar los problemas de fabricación del producto diseñado. En el caso de APLISOTEL esto más que ser resultado de un Ingeniero de producto se obtiene a través del talento de los dueños y los trabajadores que ven la forma de obtener información necesaria para poder aplicarla a sus recursos y a su vez adaptar los recursos a las necesidades de la demanda de mejora o cambio en el producto lo que genera los cambios tratando siempre de tener en consideración el costo beneficio de los mismos se nos menciona que el éxito de una buena ingeniería del producto radica en la obtención del producto deseado sin haber realizado cambios radicales como serían:

- *Compra de maquinaria muy especializada
- *Disposición en cambios en la planta (tener que mover o reestructurar)
- *Poner en riesgo la seguridad
- *Tener que hacer arreglo de equipo
- *Cambiar radicalmente el arreglo Hombre-maquina
- *Tener que diseñar un nuevo proceso

PROGRAMAS DE FOMENTO UTILIZABLE

Dentro de los diversos programas de fomento utilizable APLISOTEL únicamente utilizará la devolución de impuestos (*draw back*) mecanismo que rescata los impuestos que se pagan por las mercancías exportadas debido a que la materia prima de las etiquetas es proveniente de los Estados Unidos de Norteamérica los requisitos necesarios para la devolución de impuestos son solicitud de devolución de impuestos de importación; copia del pedimento de importación o exportación correspondientes; constancia de exportación cuando se vendan a empresas PITEX, maquiladoras o ECEX; constancia de depósito cuando se venden a la industria automovilística o carta de aval solidario en otros casos.

Otra alternativa a largo plazo cuando este consolidado el mercado sería el programa de importación temporal para exportación (PITEX) el cual estimular la actividad exportadora, permitiendo a los beneficiarios inscritos en el programa que la importación de insumos, maquinaria y equipo utilizados en la producción de los bienes exportados quede exenta del pago de impuestos, no pagan aranceles, cuotas compensatorias, IVA en la importación de insumos, maquinaria y equipo; se admiten como mermas los faltantes de combustibles, lubricantes y demás materias auxiliares. Las empresas registradas en este programa podrán vender hasta 30% de la exportación total en el mercado nacional, siempre que demuestren saldo positivo en divisas.

5.2.3 ANALISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO

DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL

La cadena fibras – textil – vestido es un sector estratégico en México y en el que se encuentra APLISOTEL por su importante contribución al PIB, las exportaciones, las inversiones y la generación de empleo. Esta cadena productiva, integrada por los eslabones de fibras químicas, textiles y confección, representa la cuarta actividad manufacturera más importante de México.

En 2002 participó con el 1.2 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) total y 7.1 por ciento del PIB manufacturero; contribuyó con el 17.5 por ciento del empleo y con el 2.4 por ciento de la inversión en la industria manufacturera.

SELECCIÓN DEL MERCADO

El mercado Español ofrece a la industria mexicana de Etiquetas una alternativa real de venta. Actualmente España es uno de los más fuertes importadores de telas en el mundo. A raíz de la unificación de España a la comunidad Económica Europea, las importaciones de la industria textil se incrementaron debido a dos factores: el considerable aumento en la demanda que no logró cubrirse con la producción nacional, y la disminución en la producción debido al creciente costo de producción en España.

APLISOTEL tiene la capacidad de ofrecer al mercado Español productos y especialmente etiquetas de diseño novedoso, que ya han comenzado a despertar el interés de los importadores Españoles.

Las etiquetas mexicanas deberán, sin embargo, adecuarse al exigente mercado Español que demanda estándares de calidad muy altos.

El proceso de adecuación deberá concentrarse en aspectos como el uso de productos no tóxicos en sus acabados, debido a la utilización de productos plásticos, pinturas, etc. Condición que se cumple además la puntualidad en la entrega es un factor trascendental para lograr entrar en el mercado Español.

Se debe mencionar que España es visitada anualmente por 5 veces su población en promedio de todas partes de Europa así que el mercado se vuelve sorprendentemente amplio en gustos y variedades respecto a nuestro producto.

ASPECTOS ECONÓMICO-COMERCIALES DEL PAIS META

A. Sistema de pesas y medidas:

Se aplica el sistema métrico decimal esto, representa una ventaja para Aplicaciones Sobre Telas (APOLISOTEL) ya que al ser compatibles sus sistemas de pesos y medidas, no se incurre en riesgos de confusión en estos puntos.

B. Idiomas de negocios:

Español. En este país se hacen negocios en el idioma Español, lo que es una ventaja para APLISOTEL, ya que no será necesario el uso de otro idioma.

C. Moneda y tipo de cambio en Euros.

D. Sistema financiero: Cuenta con sus principales bancos que son:

CUADRO N° 10

Denominación social	Domicilio	Teléfono
BBVA Argentaria	Alcala, 16 Madrid	913 748 000
Bankinter	P/ Castellana, 29	918 069 469
Banco Poular	C/Cedaceros esq. Gran Vía	902 301 000
Santader Central Hispano	P/Castellana, 32	915 755 424
Banco Sabadell	P/Castellana, 2	914 368 650

Fuente: INE, Instituto Nacional de Estadística de España

ORGANISMOS EMPRESARIALES:

CUADRO N° 11

CEA	Centro de Servicios Empresariales de Andalucía
CAMARA DE COMERCIO	Industria y navegación de Barcelona
COPCA	Consortio de Promoción Comercial de Cataluña
SECARTYS	(Sector Electrónico)
ANIEL	Asociación Nacional de la Industria Electrónica
SERNAUTO	Asociación Española de Fabricantes de Equipos y Componentes
CONFEMETAL	
CEOE	Confederación de Organizaciones Empresariales
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid	
Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España	
IMADE	Instituto Madrileño de Desarrollo Empresarial
SPRI	Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial, SA. (País Vasco)
Cámara de Comercio de Valencia	

Fuente: INE, Instituto Nacional de Estadística de España

PUNTOS RELEVANTES EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE MÉXICO Y ESPAÑA

- México ocupa el lugar 25 en el total de importaciones de España
- España ocupa el primer lugar entre los países europeos proveedores de México
- México es el octavo socio comercial de España a nivel mundial y tercero en Latinoamérica, detrás de Brasil y Argentina
- España es el tercer cliente de México a nivel mundial, después de E.U.A. y Canadá

MEDICIÓN DEL MERCADO (OFERTA EXPORTABLE)

La oferta exportable al mercado posible de consumidores del producto es de vital importancia en su análisis porque determina la participación posible

de mercado que puede obtenerse del mercado total, para lo anterior se desarrollara la demanda posible, que se confrontara con la capacidad productiva y se estimara que porcentaje es alcanzable de esta forma tendremos la oferta exportable.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POSIBLE DE ETIQUETA PLASTICA EN ESPAÑA Y NECESIDAD DE INSUMOS PARA SU PRODUCCIÓN

Datos de referencia:

- *Población de España al 2001: 41,116,842 (2% más aprox. Para 2005)
- *Participación del PIB en bienes intermedios: 2.3%
- *Participación del mercado que emplea etiqueta en bienes intermedios: 5%
- *Consumo per cápita en dólares: 16,460
- *Promedio del precio del dólar estimado por el Banco de México en el primer trimestre del 2005: \$11.70
- *Precio de etiqueta 5cm. X 5cm. \$1.50
- *Rollo de materia prima (PVC) 1.40m. x 100m.: \$10,000 (incluyendo tramites aduanales y entrega en la planta)
- *4 Kilos de pintura (4 colores base) un kilo de cada color x rollo = \$ 60 Kg (\$ 240.00 por rollo de PVC)
- *Etiquetas producidas por rollo: 56,000

1.-Población de España estimada para 2005:

$41,116,842 \times 1.02 = 41,939,179$ población aproximada de habitantes.

2.-Población X Participación del PIB en bienes intermedios(% de la participación del mercado que emplea etiqueta) = Habitantes que pueden consumir etiquetas

$41,939,179 \times 0.023 \times 0.05 = 48,230$ habitantes.

3.-Habitantes que pueden consumir X Consumo per cápita X Precio del dólar X Precio de la etiqueta = Demanda total posible estimada en dólares.

$48,230 \times 16,460 \times 11.70 \times 1.50 = 1,393,234,479^{10}$ demanda en dólares.

4.-Demanda total estimada en dólares ÷ El precio de las etiquetas ÷ Etiquetas producidas por rollo = Rollos necesarios para cubrir la demanda total posible de etiquetas.

$1,393,234,479^{10} \div 1.50 \div 56,000 = 165,861$ rollos necesarios para cubrir la demanda total posible de etiquetas.

RELACION PORCENTUAL ENTRE DEMANDA TOTAL Y CAPACIDAD PRODUCTIVA

CUADRO N°12

ROLLOS PRODUCIBLES EN UN AÑO	ETIQUETAS PRODUCIBLES POR ROLLO EN UN AÑO	PORCENTAJE QUE REPRESENTA DE LA DEMANDA POSIBLE	DEMANDA POSIBLE DE LA ETIQUETA EN ROLLOS(100%)
1 Turno de 8 horas (37)	$(37 \times 56,000) = 2,072,000$ etiquetas	0.022%	165,861 (100%)
2 turnos de 8 horas (70)	$(70 \times 56,000) = 3,920,000$ etiquetas	0.042%	165,861 (100%)
3 turnos de 8 horas (100)	$(100 \times 56,000) = 5,600,000$ etiquetas	0.060%	165,861 (100%)

TIPO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Por ser un producto o bien intermedio (sirve para acabar de producir otro producto) la promoción y publicidad no corre por cuenta propia pero dada la gran preocupación de los países europeos por los aspectos ecológicos, APLISOTEL incluirá la impresión de un pequeño folleto con un instructivo de nuestros productos con el logo de la empresa, atado con una cuerda de ixtle (henequén) al empaque de nuestras etiquetas, en papel reciclado, se recomienda como medio de publicidad y servicio al cliente, el cual daría al producto una ventaja competitiva y aseguramiento de su calidad y confianza además de publicidad a nuestra empresa. En España, la práctica de exportación más frecuentemente, utilizada en el mercado de la industria textil es a través del envío de catálogo con precios. En el caso de APLISOTEL sería por medio de página web y vía Internet generalmente los importadores de accesorios para prendas, prefieren trabajar con proveedores que hayan firmado contratos con alguna empresa textil de renombre, lo que les garantiza que es una empresa seria y tiene buena aceptación. De esto se obtiene como ventaja, que el financiamiento de campañas publicitarias y promociones son parte del cliente, y que se cuenta con el servicio de su red comercial y técnica

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

APLISOTEL entregará la mercancía (etiquetas) vía marítima a nuestro clientes vía paquetería, la selección de este medio fue el resultado del análisis de las características de nuestro producto, es decir volumen de exportación, precio, peso, servicio, etc; Con esto el tiempo de entrega se reduce al máximo. La compañía seleccionada fue Pack Mail, el emplear

este medio trae grandes beneficios adicionales, ya que la compañía se responsabiliza de realizar los tramites de exportación de las etiquetas ante las autoridades mexicanas , como de importación de las mismas al país de origen. Pack Mail cuenta con sus propios agentes aduanales y *custom brokers* y únicamente nos piden tres documentos para realizar todos los tramites de despacho aduanal. Estos documentos son:

- Factura comercial (original y 5 copias).
- Carta explicativa del paquete, valor, uso y descripción.
- Certificado de origen (original y copia).

Además Pack Mail nos proporciona un seguro automático contra el daño o la perdida de la mercancía que se transporta por US\$ 300.00 dolares por envío. Sin embargo, cuando el valor declarado de la mercancías enviadas sea superior, la compañía cobra por cada US\$ 200.00 adicionales de mercancía ,la cantidad de US\$ 4.00 de prima de seguro. Con esto las mercancías quedan protegidas contra daños o pérdidas. Se debe hacer mención que también se le puede ofrecer a nuestro cliente, una recomendación de nuestra parte para que el transporte que se utilice para trasladar la mercancía del puerto de Veracruz al puerto que mejor convenga según las necesidades de nuestro cliente en España, sea el Marítimo de Altura contratando un servicio regular perteneciente al sistema de conferencias marítimas, por la razón de que ofrecen un servicio de primera además disposición segura. Home Delivery Services o servicio al domicilio servicio que ofrece Pack Mail resulta una ventaja por cualquier situación de vías a utilizar de la planta APLISOTEL a el puerto de embarque. PackMail División del norte 706 c.p 14380 tel.- 5603-3676, División del norte 0004541 Pbaja Loc 4-5 c.p 14370 tel.- 5603-3676.

FORMA DE PAGO

Para el primer pedido se requiere el 50% de anticipo y 50% en Carta de Crédito. Una vez que se le establezca una línea de crédito se podrá financiar a 30, 60 y 90 días a través de Carta de Crédito irrevocable y confirmada es decir, para modificarse o cancelarse se deberá hacer solo con todas las partes estando de acuerdo y aquel banco que haya notificado es el que pague en caso de incumplimiento del comprador.

TIPO DE INCOTERM A UTILIZAR:

El utilizado por APLISOTEL será del grupo D el:

Delivered Ex Ship DES Libre en el buque (puerto de destino acordado)

Significa que el vendedor termina su obligación de entrega cuando los artículos han sido puestos a disposición del comprador a bordo del barco sin trámites de importación en el puerto de destino asignado. El vendedor tiene que asumir los costos y riesgos por traer los artículos al puerto de destino asignado.

CLIENTES POTENCIALES

La siguiente lista describe algunos nombres de importadores españoles de etiquetas a interesarse en nuestros productos así como competencia de nuestra empresa en la producción de etiquetas:

A-Etitex

Fabricación de etiquetas bordadas, estampados, cueros, cartones, galones, goma, escudos, autoadhesivos, papel y tela. <http://www.etitex.8k.com/>

Arqué

Tenemos toda una gama de materiales y maquinaria para las artes gráficas. <http://www.arque.com/www/arque-ms.html>

Eti-Textil

Disponemos de una amplia gama de fabricados, que comprende etiquetas, cintas y escudos tejidos, etiquetas impresas, códigos de barras, etiquetas de plástico inyectado. <http://www.eti-textil.com>

Etiexpress

Etiquetas bordadas, de alta definición, troqueladas, autoadhesivas y termoadhesivas, galones bordados exclusivos. Pulseras promocionales. <http://www.eti-express.com.ar/>

Etifisa, S.L.

Empresa dedicada a la fabricación de etiquetas cualquier formato, además de cintas adhesivas impresas y anónimas. <http://www.etifisa.com/>

Etimed, S.L.

Fabricantes de etiquetas tejidas, estampadas, impresas, serigrafiadas, adhesivas y en diversos tipos de material para cualquier producto que pueda ser etiquetado. <http://www.natural.es/etimed/>

Etydet S.A.L.

Diseño y fabricación de etiquetas tejidas para la industria textil y zapatera. <http://www.ifa.es/enterskill/pymes/empresas/etydet.html>

Faetsa

Somos una empresa fabricante de etiquetas, adhesivos, pegatinas.

<http://www.etiquetas-adhesivos-pegatinas.fabricantes.biz/>

Feline Internacional

Empresa líder en el diseño y producción de sellos, marquillas y etiquetas de prestigio y garantía. <http://www.felineinternacional.com/>

Murtra, S.A. ha consolidado su prestigio gracias a una larga tradición familiar. En primer lugar, con la fabricación de cintas textiles; y desde 1982, también con la producción del Hilo Multifilamento de Polipropileno MURAFIL Fibras. <http://www.murafil.com/murtr02s.htm>

Pentars

Fabricantes de etiquetas bordadas, estampadas y simil cuero.

<http://www.pentars.com/>

Perramón & Badía, S.A.

Empresa española dedicada a la fabricación de cintas y etiquetas tejidas.

<http://www.pyb.es/>

SeriAdornos, S.L.

Adornos serigrafiados y grabados por alta frecuencia para la industria del calzado, textil y de complementos. <http://www.abserver.es/serisport/>

Soluciones Globales de Etiquetado - SOLGE

Compañía dedicada a crear y elaborar etiquetas y marquillas personalizadas, según las necesidades de cada producto.

<http://www.solge.es/>

Varmis Trading, S.A.

Servicio integral de etiquetas y complementos para la industria, especializados en el sector de confección. <http://www.varmistrading.com/>

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

La oportunidad que brinda el mercado Español y base fundamental de su elección es la cultura de consumir productos originales al igual que se da en todo el mercado europeo el cual visita en gran medida al mismo y la capacidad de pago que tiene la gente para dichos productos, además de que crea la oportunidad de dar a conocer la etiqueta mexicana en Europa.

La principal amenaza es la introducción de productos similares chinos recordando que la base de material de etiqueta solo se encuentra en Estados Unidos factor de costo que permite reducir la copia idéntica del producto.

5.2.4 ANALISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

Debido a la amplia capacidad productiva desaprovechada únicamente se realizare inversión en personal pero de forma gradual debido a que se establecerán los aumentos en dos años (dependiendo el comportamiento de ventas de etiqueta) por lo que será necesario formular los presupuestos de flujo de efectivo, los cuales se manejaran con a capacidad real productiva el primer año con un solo turno y posteriormente se incrementara a complementar los tres turnos. En la elaboración de las cédulas necesarias para la elaboración del flujo de efectivo se tomara las estimaciones más altas posibles en costos a excepción del tipo de cambio pronosticado del dólar debido a que la materia prima (PVC) en costo se redondeo (aumentando) a 1000 dólares para mejor manejo de las cifras.

Datos base para la realización de los presupuestos que afectan el flujo de efectivo:

*2 maquinas que elaboran 8,000 etiquetas en un turno de 8 horas.

*1 Rollo de PVC 1.40m x 100m. = 56,000 etiquetas.

*Días laborables de aplisotel: 5 de lunes a viernes

*Turnos establecidos: 1 de 8 horas

*Rollo de materia prima (PVC) 1.40m. x 100m.: \$1000 dólares (incluyendo tramites aduanales y entrega en la planta)

*4 Kilos de pintura (4 colores base) un kilo de cada color x rollo = \$ 60 Kg. (\$ 240.00 por rollo de PVC)

*Etiquetas producidas por rollo: 56,000

* Precio de etiqueta 5cm. X 5cm. \$1.50 (venta)

*Mano de obra por turno:

-6 ayudantes = \$450.00 semanales

-4 maquinistas = \$ 700.00 semanales

-2 Serigrafistas = \$ 800.00 semanales

-2 Cortadores = \$ 450.00 semanales

-1 Contador Público = \$ 500 al mes

**En la realización de los flujos de efectivo se implementara el desarrollo de la capacidad productiva de la siguiente forma:

2005 = 1 turno (el establecido 30%), 2006 = 2 turnos (incremento al 55%) y

2007 = 3 turnos (incremento al 80%).

“2005”

CÉDULA N° 1

Pronostico de Ventas por trimestre año 2005 (año de introducción) con un turno laborando al día (8 horas).					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Etiquetas en unidades	248,640 (12%)	600,880 (29%)	248,640 (12%)	937,840 (47%)	2,072,000
Precio de Venta	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50
Venta total	\$372,960	\$901,320	\$372,960	\$1,460,760	\$3,108,000

CEDULA N° 2

Empleo de Materia Prima presupuestado por trimestre para el año 2005					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Producción en unidades	248,640 (12%)	600,880 (29%)	248,640 (12%)	937,840 (47%)	2,072,000
Materia Prima "A" (PVC) (us/56000)	4.44 rollos	10.37 rollos	4.44 rollos	17.39 rollos	37 rollos
Materia Prima "B" (pintura) (4 colores, 1kg x color x rollo)	4.44kg de cada color 17.76kg	10.37kg de cada color 42.92kg	4.44kg de cada color 17.76kg	17.39kg de cada color 69.56kg	37kg de cada color 148kg

CEDULA N° 3

Presupuesto de compra de materia prima por trimestre para el año 2005					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Materia Prima "A"	4.44 rollos	10.37 rollos	4.44 rollos	17.39 rollos	37 rollos
Precio rollo en dólares	<u>1000dls</u>	<u>1000dls</u>	<u>1000dls</u>	<u>1000dls</u>	<u>1000dls</u>
X	\$4,440	\$10,730	\$4,440	\$17,390	\$37,000
Tipo de Cambio estimado	<u>\$11</u>	<u>\$11</u>	<u>\$11</u>	<u>\$11</u>	<u>\$11</u>
Costo Materia Prima "A"	\$48,840	\$118,030	\$48,840	\$191,290	\$407,000
Materia Prima "B"	17.76kg	42.92kg	17.76kg	69.56kg	148kg
Precio kg (Estimado)	<u>\$60</u>	<u>\$60</u>	<u>\$60</u>	<u>\$60</u>	<u>\$60</u>
Costo de la Materia Prima "B"	\$1,065.60	\$2,575.20	\$1,065.60	\$4,173.60	\$8,880
Costo Total	\$49,905.60	\$120,605.20	\$49,905.60	\$195,463.60	\$415,880

Mano de obra por turno:*OPERATIVA:**

6 ayudantes = \$450.00 semanales

4 maquinistas = \$ 700.00 semanales

2 Serigrafistas = \$ 800.00 semanales

2 Cortadores = \$ 450.00 semanales

1 Contador Público = \$ 500 al mes

ADMINISTRATIVA:

1 Administrador coordinador de turno = \$6,000 mensuales

1 Supervisor general de producción = \$6,000 mensuales

1 Superintendente = \$6,000 mensuales

*Se incremento en un 4% las cantidades debido la revisión del salario mínimo estimado

CEDULA N° 4

Presupuesto de mano de obra directa por trimestre para el año 2005					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
6 ayudantes	33,696	33,696	33,696	33,696	134,784
4 maquinistas	34,944	34,944	34,944	34,944	139,776
2 Serigrafistas	19,968	19,968	19,968	19,968	79,872
2 Cortadores	11,232	11,232	11,232	11,232	44,928
Contador Público	1,560	1,560	1,560	1,560	6,240
1 Administrador	18,720	18,720	18,720	18,720	74,880
Supervisor	18,720	18,720	18,720	18,720	74,880
Superintendente	18,720	18,720	18,720	18,720	74,880
Costo Total	157,560	157,560	157,560	157,560	630,240

***Cargos indirectos:**

Luz = \$2,000 promedio mensual

Agua = \$1,500 promedio anual

Teléfono = \$1,000 promedio mensual

Bonificación por producción = \$ 50,000 promedio anual

Impuestos por pagar = \$ 25,000 promedio anual

Depreciación = 200,000 anual

CEDULA N° 5

Presupuesto de cargos indirectos por trimestre para el año 2005					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Luz	2,280	6,960	2,280	11,280	24,000
Agua	180	435	180	705	1,500
Teléfono	1,440	3,480	1,440	5,640	12,000
Bonificación por producción	6,000	14,500	6,000	23,500	50,000
Impuestos por pagar	3,000	7,250	3,000	11,750	25,000
Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
Costo Total	63,500	82,625	63,500	102,875	312,500

PRESUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2005

*Tipo de cambio promedio pronosticado \$11.00 por dólar

*Costo de rollo 1000 dólares

*Revisión salarial +4%

CONCEPTO GENERAL	CONCEPTO ESPECIFICO	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4	ANUAL (total)
	Ventas en unidades	248,640	600,880	248,640	937,840	2,072,000
	Precio de venta	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
	Venta total	372,960	901,320	372,960	1,460,760	3,108,000
Entradas normales	Ventas al contado	248,640	600,880	248,640	730,380	1,828,540
	Cobro a clientes	0.00	124,320	300,440	124,320	549,080
	Total	248,640	725,200	549,080	854,700	2,377,620
(-) Salidas normales	Rollos (pvc)	48,840	118,030	48,840	191,290	407,000
	Pintura de etiqueta	1,065.60	2,575.20	1,065.60	4,173.60	8,880
	Total	49,905.60	120,605.20	49,905.60	195,463.60	415,880
(-) Sueldos	Operativos	101,400	101,400	101,400	101,400	405,600
	Administrativos	56,160	56,160	56,160	56,160	224,640
	Total	157,560	157,560	157,560	157,560	630,240
(-) Cargos indirectos	Luz	2,880	6,960	2,880	11,280	24,000
	Agua	180	435	180	705	1,500
	Teléfono	1,440	3,480	1,440	5,640	12,000
	Bonificación x producción	6,000	14,500	6,000	23,500	50,000
	Impuestos x pagar	3,000	7,250	3,000	11,750	25,000
	Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
	Total	63,500	82,625	63,500	102,875	312,500
(-) Gastos generales de operación	Gastos personales (despensa, transporte, servicio medico, etc)	22,377.60	54,079.20	22,377.60	87,645.60	186,400
	Otros gastos (Publicidad, viajes, ferias nacionales e internacionales, hospedaje, etc)	33,566.40	81,118.80	33,566.40	131,468.40	279,720
	Total	55,944	135,198	55,944	219,114	466,200
(-) Gastos aduanales	0.18% x mercancía exportada	671.33	1,622.38	671.33	2,629.37	5,594.41
	4 dólares x prima de seguro	44	44	44	44	176
	300 dólares derechos de exportación	3,300	3,300	3,300	3,300	13,200
	1.5% empaque y embalaje	5,594.40	13,519.80	5,594.40	21,911.14	46,819.74
	Total	9,609.73	18,486.18	9,609.73	27,884.51	65,590.15
(-) Pago fijo a acreedores	Pago de maquinaria	44,220	44,220	44,220	44,220	176,880
	Intereses (pago de maquinaria)	22,780	22,780	22,780	22,780	91,120
	Total	67,000	67,000	67,000	67,000	268,000
TOTAL DEL FLUJO		(154,879.33)	143,725.62	145,560.67	84,802.90	219,209.86

APLISOTEL

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2005

VENTAS EN UNIDADES				2,072,000.00
PRECIO DE VENTA				<u>\$ 1.50</u>
VENTAS EN IMPORTE				\$ 3,108,000.00
COSTO DE VENTAS				
MATERIA PRIMA	0.20071429	2,072,000	415,880	
MANO DE OBRA	0.30416988	2,072,000	630,240	
CARGOS INDIRECTOS	<u>0.15082046</u>	2,072,000	<u>312,500</u>	
COSTO VTAS UNITARIO	\$ 0.66	2,072,000		<u>\$1,358,620.00</u>
UTILIDAD BRUTA				\$ 1,749,380.00
GASTOS DE OPERACIÓN				466,200.00
GASTOS ADUANALES				<u>65,590.15</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				\$ 1,217,589.85
IMPTOS				<u>389,628.75</u>
UTILIDAD NETA EJ. APROX				\$ 827,961.10

APLISOTEL
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROFORMA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2005

ACTIVO

CIRCULANTE

BANCOS \$ 95,007.26
 CLIENTES \$ 730,380.00

TOTAL ACT. CIRC \$ 825,387.26

FIJO

EDIFICIOS \$ 500,000.00
 MAQ. Y EQUIPO \$2,000,000.00
 DEP. MAQ. Y EQ \$ (400,000.00)
TOTAL ACT. FIJO \$2,100,000.00

TOTAL DE ACTIVO \$ 2,925,387.26

PASIVO

A LARGO PLAZO

CRED. HIPOTECARIO \$ 423,120.00
 INT. X PAGAR \$ 112,880.00

SUMA DE PASIVO \$ 536,000.00

CAPITAL CONTABLE

CAP. SOCIAL \$1,561,426.16
 UTILIDAD EJERCICIO \$ 827,961.10
TOTAL CAP. CONTABLE \$2,389,387.26

SUMA DE PASIVO + CAPITAL \$ 2,925,387.26

“2006”

CEDULA N° 1

Pronostico de Ventas por trimestre año 2006 (incremento de un turno) laborando 2 turnos de 8 horas al día

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Etiquetas en unidades	470,800 (12%)	1,136,800 (29%)	470,800 (12%)	1,842,400 (47%)	3,920,000 (100%)
Precio de Venta	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50
Venta total	\$705,600	\$1,705,200	\$705,600	\$2,763,600	\$5,880,000

CEDULA N°2

Empleo de Materia Prima presupuestado por trimestre para el año 2006

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Producción en unidades	470,800 (12%)	1,136,800 (29%)	470,800 (12%)	1,842,400 (47%)	3,920,000 (100%)
Materia Prima "A" (PVC) (us/56000)	8.4 rollos	20.3 rollos	8.4 rollos	32.9 rollos	70 rollos
Materia Prima "B" (pintura) (4 colores, 1kg x color x rollo)	8.4kg de cada color 33.6kg	20.3kg de cada color 81.2kg	8.4kg de cada color 33.6kg	32.9kg de cada color 131.6kg	70kg de cada color 280kg

CEDULA N°3

Presupuesto de compra de materia prima por trimestre para el año 2006

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Materia Prima "A"	8.4 rollos	20.3 rollos	8.4 rollos	32.9 rollos	70 rollos
Precio rollo en dólares	<u>1000dlls</u>	<u>1000dlls</u>	<u>1000dlls</u>	<u>1000dlls</u>	<u>1000dlls</u>
X	\$8,400	\$20,300	\$8,400	\$32,900	\$70,000
Tipo de Cambio estimado	<u>\$12</u>	<u>\$12</u>	<u>\$12</u>	<u>\$12</u>	<u>\$12</u>
Costo Materia Prima "A"	\$100,800	\$243,600	\$100,800	\$394,800	\$840,000
Materia Prima "B"	33.60kg	81.20kg	33.60kg	131.60kg	280kg
Precio kg (Estimado)	<u>\$63</u>	<u>\$63</u>	<u>\$63</u>	<u>\$63</u>	<u>\$63</u>
Costo de la Materia Prima "B"	\$2,116.80	\$5,115.60	\$2,116.80	\$8,290.80	\$17,640
Costo Total	\$102,916.8	\$248,715.6	\$102,916.8	\$403,090.8	\$857,640

Mano de obra por turno:*OPERATIVA:**

6 ayudantes = \$468 semanales

4 maquinistas = \$ 728 semanales

2 Serigrafistas = \$ 832 semanales

2 Cortadores = \$ 468 semanales

1 Contador Público = \$ 520 al mes

ADMINISTRATIVA:

1 Administrador coordinador de turno = \$6,240 mensuales

1 Supervisor general de producción = \$6,240 mensuales

1 Superintendente = \$6,240 mensuales

*Se incremento en un 4% las cantidades debido la revisión del salario mínimo estimado las cantidades mostradas son las del periodo de 2005.

**Recordar que los estimados se harán al doble por el incremento de un turno

CEDULA N° 4

Presupuesto de mano de obra directa por trimestre para el año 2006					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
6 ayudantes	70,087.68	70,087.68	70,087.68	70,087.68	280,350.72
4 maquinistas	72,683.52	72,683.52	72,683.52	72,683.52	290,734.08
2 Serigrafistas	41,533.44	41,533.44	41,533.44	41,533.44	166,133.76
2 Cortadores	23,362.56	23,362.56	23,362.56	23,362.56	93,450.24
Contador	3,252	3,252	3,252	3,252	13,008
Administrador	38,937.6	38,937.6	38,937.6	38,937.6	155,750.40
Supervisor	38,937.6	38,937.6	38,937.6	38,937.6	155,750.40
Superintendente	38,937.6	38,937.6	38,937.6	38,937.6	155,750.40
Costo Total	327,732	327,732	327,732	327,732	1,310,928

***Cargos indirectos:**

Luz = \$75,000 (recordar que al incremento de wattaje casi sube al triple la luz en promedio)

Agua = \$ 3,000 anual en promedio (doble por el incremento del turno)

Teléfono = \$ 24,000 anual promedio (doble por el incremento del turno)

Bonificación por producción = \$100,000 anual promedio (doble por el incremento del turno)

Impuestos por pagar = \$ 50,000 anual promedio (doble por el incremento del turno)

Depreciación = \$ 200,000 anual (lineal)

CEDULA N° 5

Presupuesto de cargos indirectos por trimestre para el año 2006					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Luz	8,640	20,880	8,640	33,840	72,000
Agua	360	870	360	1,410	3,000
Teléfono	2,880	6,960	2,880	11,280	24,000
Bonificación por producción	12,000	29,000	12,000	47,000	100,000
Impuestos por pagar	6,000	14,500	6,000	23,500	50,000
Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
Costo Total	79,880	122,210	79,880	167,030	449,000

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2006

*Tipo de cambio promedio pronosticado \$12.00 por dólar

*Costo de rollo 1000 dólares

*Revisión salarial +4%

CONCEPTO GENERAL	CONCEPTO ESPECIFICO	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4	ANUAL (total)
	Ventas en unidades	470,400	1,136,800	470,400	1,842,400	3,920,000
	Precio de venta	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
	Venta total	705,600	1,705,200	705,600	2,763,600	5,880,000
Entradas normales	Ventas al contado	470,400	1,136,800	470,400	1,381,800	3,459,400
	Cobro a clientes	730,380	235,200	568,400	235,200	1,469,180
	Total	1,200,780	1,372,000	1,038,800	1,617,000	4,928,580
(-) Salidas normales	Rollos (pvc)	100,800	243,800	100,800	394,800	840,000
	Pintura de etiqueta	2,116.80	5,115.80	2,116.80	8,290.80	17,640
	Total	102,916.80	248,715.80	102,918.80	403,090.80	857,640
(-) Sueldos	Operativos	210,918	210,918	210,918	210,918	843,672
	Administrativos	116,814	116,814	116,814	116,814	467,256
	Total	327,732	327,732	327,732	327,732	1,310,928
(-) Cargos indirectos	Luz	8,640	20,880	8,640	33,840	72,000
	Agua	360	870	360	1,410	3,000
	Teléfono	2,880	6,960	2,880	11,280	24,000
	Bonificación x producción	12,000	29,000	12,000	47,000	100,000
	Impuestos x pagar	6,000	14,500	6,000	23,500	50,000
	Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
	Total	79,880	122,210	79,880	167,030	449,000
(-) Gastos generales de operación (5% más que 2005)	Gastos personales (despensa, transporte, servicio medico, etc)	23,496.48	56,783.16	23,496.48	92,027.88	195,804
	Otros gastos (Publicidad, viajes, ferias nacionales e internacionales, hospedaje, etc)	35,244.72	85,174.74	35,244.72	138,041.82	293,706
	Total	58,741.20	141,957.90	58,741.20	230,069.70	489,510
(-) Gastos aduanales	0.18% x mercancía exportada	1,270.08	3,069.36	1,270.08	4974.48	10,584
	4 dólares x prima de seguro	48	48	48	48	192
	300 dólares derechos de exportación	3600	3600	3600	3,600	14,400
	1.5% empaque y embalaje	10,584	25,578	10,584	41,454	88,200
	Total	15,502.08	32,295.36	15,502.08	50,076.48	113,376
(-) Pago fijo a acreedores	Pago de maquinaria	44,220	44,220	44,220	44,220	176,880
	Intereses (pago de maquinaria)	22,780	22,780	22,780	22,780	91,120
	Total	67,000	67,000	67,000	67,000	268,000
TOTAL DEL FLUJO		549,007.92	432,089.14	387,107.92	372,001.02	1,740,206

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2006

VENTAS EN UNIDADES				3,920,000.00
PRECIO DE VENTA				<u>\$ 1.50</u>
VENTAS EN IMPORTE				\$ 5,880,000.00
COSTO DE VENTAS				
MATERIA PRIMA	0.21878571	3,920,000	857,640	
MANO DE OBRA	0.33442041	3,920,000	1,310,928	
CARGOS INDIRECTOS	<u>0.11454082</u>	3,920,000	<u>449,000</u>	
COSTO VTAS UNITARIO	\$ 0.67	3,920,000		<u>\$2,617,568.00</u>
UTILIDAD BRUTA				\$ 3,262,432.00
GASTOS DE OPERACIÓN				489,510.00
GASTOS ADUANALES				<u>113,376.00</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				\$ 2,659,546.00
IMPUESTOS				<u>851,054.72</u>
UTILIDAD NETA EJ. APROX				\$ 1,808,491.28

APLISOTEL
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROFORMA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

ACTIVO

CIRCULANTE

BANCOS \$1,452,078.54
 CLIENTES \$1,381,800.00

TOTAL ACT. CIRC \$2,833,878.54

FIJO

EDIFICIOS \$ 500,000.00
 MAQ. Y EQUIPO \$2,000,000.00
 DEP. MAQ. Y EQ \$ (600,000.00)
TOTAL ACT. FIJO \$1,900,000.00

TOTAL DE ACTIVO \$ 4,733,878.54

PASIVO

A LARGO PLAZO

CRED. HIPOTECARIO \$ 423,120.00
 INT. X PAGAR \$ 112,880.00

SUMA DE PASIVO \$ 536,000.00

CAPITAL CONTABLE

CAP. SOCIAL \$1,561,426.16
 UTILIDAD EJERCICIO \$1,808,481.28
 UTILIDADES ACUMULADAS \$ 827,961.10

TOTAL CAP. CONTABLE \$ 4,197,878.54

SUMA DE PASIVO + CAPITAL \$ 4,733,878.54

"2007"

CEDULA N° 1

Pronostico de Ventas por trimestre año 2007 (incremento de un turno) laborando 3 turnos de 8 horas al día

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Etiquetas en unidades	672,000 (12%)	1,624,000 (29%)	672,000 (12%)	2,632,000 (47%)	5,600,000 (100%)
Precio de Venta	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$1.50
Venta total	\$1,008,000	\$2,436,000	\$1,008,000	\$3,948,000	\$8,400,000

CEDULA N°2

Empleo de Materia Prima presupuestado por trimestre para el año 2007

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Producción en unidades	672,000 (12%)	1,624,000 (29%)	672,000 (12%)	2,632,000 (47%)	5,600,000 (100%)
Materia Prima "A" (PVC) (us/56000)	12 rollos	29 rollos	12 rollos	47 rollos	100 rollos
Materia Prima "B" (pintura) (4 colores, 1kg x color x rollo)	12kg de cada color 48kg	29kg de cada color 116kg	12kg de cada color 48kg	47kg de cada color 188kg	100kg de cada color 400kg

CEDULA N° 3

Presupuesto de compra de materia prima por trimestre para el año 2007

Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Materia Prima "A"	12 rollos	29 rollos	12 rollos	47 rollos	100 rollos
Precio rollo en dólares	1000dls	1000dls	1000dls	1000dls	1000dls
X	\$12,000	\$29,000	\$12,000	\$47,000	\$100,000
Tipo de Cambio estimado	\$13	\$13	\$13	\$13	\$13
Costo Materia Prima "A"	\$156,000	\$377,000	\$156,000	\$611,000	\$1,300,000
Materia Prima "B"	48kg	116kg	48kg	188kg	400kg
Precio kg (Estimado)	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15
Costo de la Materia Prima "B"	\$3,175.20	\$7673.40	\$3,175.20	\$12,436.20	\$26,460
Costo Total	\$159,175.2	\$384,673.4	\$159,175.2	\$623,436.2	\$1,326,460

Mano de obra por turno:*OPERATIVA:**

6 ayudantes = \$486.72 semanales

4 maquinistas = \$ 757.12 semanales

2 Serigrafistas = \$ 865.28 semanales

2 Cortadores = \$ 486.72 semanales

1 Contador Público = \$ 540.80al mes

ADMINISTRATIVA:

1Administrador coordinador de turno = \$6, 489.60 mensuales

1Supervisor general de producción = \$6, 489.60 mensuales

1Superintendente = \$6, 489.60 mensuales

*Se incremento en un 4% las cantidades debido la revisión del salario mínimo estimado las cantidades mostradas son las del periodo de 2006.

**Recordar que los estimados se harán al triple por el incremento de un turno más.

CEDULA N° 4

Presupuesto de mano de obra directa por trimestre para el año 2007					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
6 ayudantes	109,336.79	109,336.79	109,336.79	109,336.79	437,347.16
4 maquinistas	113,368.32	113,368.32	113,368.32	113,368.32	453,473.28
2 Serigrafistas	64,792.18	64,792.18	64,792.18	64,792.18	259,168.72
2 Cortadores	36,445.60	36,445.60	36,445.60	36,445.60	145,782.40
Contador	5,061.89	5,061.89	5,061.89	5,061.89	20,247.56
Administrador	60,748.98	60,748.98	60,748.98	60,748.98	242,995.92
Supervisor	60,748.98	60,748.98	60,748.98	60,748.98	242,995.92
Superintendente	60,748.98	60,748.98	60,748.98	60,748.98	242,995.92
Costo Total	511,251.72	511,251.72	511,251.72	511,251.72	2,045,006.8

***Cargos indirectos:**

Luz = \$144,000 (recordar que al incremento de wattaje casi sube al triple la luz en promedio)

Agua = \$4,500 anual en promedio (triple por el incremento del turno)

Teléfono = \$36,000 anual en promedio (triple por el incremento del turno)

Bonificación por producción = \$ 150,000 anual en promedio (triple por el incremento del turno)

Impuestos por pagar = \$ 75,000 anual en promedio (triple por el incremento del turno)

Depreciación = \$ 200,000 anual (lineal)

CEDULA N° 5

Presupuesto de cargos indirectos por trimestre para el año 2007					
Concepto	1er. trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Anual
Luz	17,280	41,760	17,280	67,680	144,000
Agua	540	1,305	540	2,155	4,500
Teléfono	4,320	10,440	4,320	16,920	36,000
Bonificación por producción	18,000	43,500	18,000	70,500	150,000
Impuestos por pagar	9,000	21,750	9,000	35,250	75,000
Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
Costo Total	99,140	168,755	99,140	242,465	609,500

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2007

*Tipo de cambio promedio pronosticado \$13.00 por dólar

*Costo de rollo 1000 dólares

*Revisión salarial +4%

CONCEPTO GENERAL	CONCEPTO ESPECIFICO	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4	ANUAL (total)
	Ventas en unidades	672,000	1,624,000	672,000	2,632,000	5,600,000
	Precio de venta	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
	Venta total	1,008,000	2,436,000	1,008,000	3,948,000	8,400,000
Entradas normales	Ventas al contado	672,000	1,624,000	672,000	1,974,000	4,942,000
	Cobro a clientes	1,381,800	338,000	812,000	338,000	2,865,800
	Total	2,053,800	1,960,000	1,484,000	2,310,000	7,807,800
(-) Salidas normales	Rollos (pvc)	156,000	377,000	156,000	811,000	1,300,000
	Pintura de etiqueta	3,175.20	7,673.40	3,175.20	12,436.20	26,460
	Total	159,175.20	384,673.40	159,175.20	623,436.20	1,326,460
(-) Sueldos	Operativos	329,022.72	329,022.72	329,022.72	329,022.72	1,316,090.88
	Administrativos	182,229	182,229	182,229	182,229	728,916
	Total	511,251.72	511,251.72	511,251.72	511,251.72	2,045,006.88
(-) Cargos indirectos	Luz	17,280	41,760	17,280	67,680	144,000
	Agua	540	1,305	540	2,115	4,500
	Teléfono	4,320	10,440	4,320	16,920	36,000
	Bonificación x producción	18,000	43,500	18,000	70,500	150,000
	Impuestos x pagar	9,000	21,750	9,000	35,250	75,000
	Depreciación	50,000	50,000	50,000	50,000	200,000
	Total	99,140	168,755	99,140	242,465	609,500
(-) Gastos generales de operación (5% más que 2006)	Gastos personales (despensa, transporte, servicio medico, etc)	24,671.30	59,622.32	24,671.30	96,629.28	205,594.20
	Otros gastos (Publicidad, viajes, ferias nacionales e internacionales, hospedaje, etc)	37,006.96	89,433.48	37,006.96	144,943.92	308,391.32
	Total	61,678.26	149,055.80	61,678.26	241,573.20	513,985.52
(-) Gastos aduanales	0.18% x mercancía exportada	1814,40	4,384.8	1814,40	7,106.40	15,120
	4 dólares x prima de seguro	52	52	52	52	208
	300 dólares derechos de exportación	3,900	3900	3,900	3,900	15,600
	1.5% empaque y embalaje	15,120	36,540	15,120	59,220	126,000
	Total	20,886.40	44,876.80	20,886.40	70,278.40	156,928
(-) Pago fijo a acreedores	Pago de maquinaria	44,220	44,220	44,220	44,220	176,880
	Intereses (pago de maquinaria)	22,780	22,780	22,780	22,780	91,120
	Total	67,000	67,000	67,000	67,000	268,000
TOTAL DEL FLUJO		1,134,668.42	634,387.28	564,868.42	553,995.48	2,887,919.60

APLISOTEL

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007

VENTAS EN UNIDADES				5,600,000.00
PRECIO DE VENTA				\$ 1.50
VENTAS EN IMPORTE				\$ 8,400,000.00
COSTO DE VENTAS				
MATERIA PRIMA	0.23686786	5,600,000	1,326,460	
MANO DE OBRA	0.36517964	5,600,000	2,045,006	
CARGOS INDIRECTOS	<u>0.10883929</u>	5,600,000	<u>609,500</u>	
COSTO VTAS. UNITARIO	\$ 0.71	5,600,000		<u>\$3,980,966.00</u>
UTILIDAD BRUTA				\$ 4,419,034.00
GASTOS DE OPERACIÓN				513,983.52
GASTOS ADUANALES				<u>156,928.00</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				\$ 3,748,122.49
IMPUESTOS				<u>1,199,399.20</u>
UTILIDAD NETA EJ. APROX				\$ 2,548,723.29

APLISOTEL
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROFORMA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007

ACTIVO		PASIVO	
CIRCULANTE		A LARGO PLAZO	
BANCOS	\$ 2,629,072.74	CRED. HIPOTECARIO	\$ 423,120.00
CLIENTES	\$ 2,865,800.00	INT. X PAGAR	\$ 112,880.00
TOTAL ACT. CIRC	\$ 5,494,872.74	SUMA DE PASIVO	\$ 536,000.00
FIJO		CAPITAL CONTABLE	
EDIFICIOS	\$ 500,000.00	CAP. SOCIAL	\$1,561,426.16
MAQ. Y EQUIPO	\$ 2,000,000.00	UTILIDAD EJERCICIO	\$2,548,723.29
DEP. MAQ. Y EQ	\$ (800,000.00)	UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 2,548,723.29
TOTAL ACT. FIJO	\$ 1,700,000.00	TOTAL CAP. CONTABLE	\$6658872.74
TOTAL DE ACTIVO	\$ 7,194,872.74	SUMA DE PASIVO + CAPITAL	\$ 7,194,872.74

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA COMPARATIVO AÑOS 2005, 2006 Y 2007

	2005	2006	2007
VENTAS	\$3,108,000.00	\$5,880,000.00	\$8,400,000.00
COSTO DE VENTAS	\$1,358,620.00	\$2,617,568.00	\$3,980,966.00
UTILIDAD BRUTA	\$1,749,380.00	\$3,262,432.00	\$4,419,034.00
GASTOS DE OPERACIÓN	466,200.00	489,510.00	513,983.52
GASTOS ADUANALES	65,590.15	113,376.00	156,928.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$1,217,589.85	\$2,659,546.00	\$3,748,122.49
IMPUESTOS	389,628.75	851,054.72	1,199,399.20
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO APROXIMADA	\$827,961.10	\$1,808,491.28	\$2,548,723.29

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROFORMA COMPARATIVO DE
LOS AÑOS 2005, 2006 Y 2007**

ACTIVO	2005	2006	2007
CIRCULANTE			
BANCOS	\$95,007.26	\$1,452,078.54	\$2,628,072.74
CLIENTES	\$730,380.00	\$1,381,800.00	\$2,865,800.00
TOTAL ACT. CIRC	\$825,387.26	\$2,833,878.54	\$5,494,872.74
FIJO			
EDIFICIOS	\$500,000.00	\$500,000.00	\$500,000.00
MAQ. Y EQUIPO	\$2,000,000.00	\$2,000,000.00	\$2,000,000.00
DEP. MAQ. Y EQ	-\$400,000.00	-\$600,000.00	-\$600,000.00
TOTAL ACT. FIJO	\$2,100,000.00	\$1,900,000.00	\$1,700,000.00
 TOTAL DE ACTIVO	 \$2,925,387.26	 \$4,733,878.54	 \$7,194,872.74
PASIVO			
A LARGO PLAZO			
CRED. HIPOTECARIO	\$423,120.00	\$423,120.00	\$423,120.00
INT. X PAGAR	\$112,880.00	\$112,880.00	\$112,880.00
SUMA DE PASIVO	\$536,000.00	\$536,000.00	\$536,000.00
CAPITAL CONTABLE			
CAP. SOCIAL	\$1,561,426.16	\$1,561,426.16	\$1,561,426.16
UTILIDAD EJERCICIO	\$827,961.10	\$1,808,491.28	\$2,548,723.29
UTILIDADES ACUMULADAS		\$827,961.10	\$2,548,723.29
TOTAL CAP. CONTABLE	\$2,389,387.26	\$4,197,878.54	\$6,658,872.74
 SUMA DE PASIVO +			
CAPITAL	\$2,925,387.26	\$4,733,878.54	\$7,194,872.74

EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

La exportación de etiqueta plástica de PVC como proyecto de un negocio es prácticamente financiable por si sola tal y como se muestra en los flujos de efectivo posibles de generar por la exportación del producto de forma trimestral, en todos sus periodos, excepto el primer trimestre en el cual es necesario financiar la cantidad de \$ 154,879.33 (flujo negativo que sale del primer trimestre del año 2005) capital de trabajo 92.8% recuperable en el segundo trimestre el cual registra un flujo positivo de \$ 143,725.62 cantidad que la empresa puede financiar con la operación de otros productos pero se quiere demostrar que la viabilidad del producto es bastante buena en capacidad financiera por que los flujos de efectivo se tomaron en cuenta con un saldo nulo de financiamiento y únicamente se aprovechara la capacidad instalada tomando en cuenta como valor de inversión el capital de trabajo que se necesita para iniciar (\$154,879.33) y valorarlo por medio de:

***Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

***Tasa Interna de Rendimiento (TIR)**

***Valor Presente Neto (VPN)**

***Valor Económico Agregado (EVA)**

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) se dejara fuera dentro de la consideración debido a que solo hablamos de un trimestre, en el caso del estudio de Valor Económico Agregado (EVA) se analizara de una forma anual con los Estados Financieros Proforma y los flujos de efectivo.

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Capital de trabajo necesario (Inversión Inicial): \$154,879.33

Entradas netas de efectivo:

2° Trimestre 2005: \$143,725.62

3° Trimestre 2005: \$145,560.67

4° Trimestre 2005: \$84,802.90

Tasa de 65%:

$$\frac{1}{(1+0.65)} = 0.606060606 \times 143,725.62 = 87,106.43636$$

$$\frac{1}{(1+0.65)} = 0.367309458 \times 145,560.67 = 53,465.81084$$

$$\frac{1}{(1+0.65)} = 0.222611792 \times 84,802.90 = \frac{18,878.12561}{159,450.3728}$$

Tasa de 70%:

$$\frac{1}{(1+0.70)} = 0.588235294 \times 143,725.62 = 84,544.48235$$

$$\frac{1}{(1+0.70)} = 0.346020761 \times 145,560.67 = 50,367.01384$$

$$\frac{1}{(1+0.70)} = 0.203541624 \times 84,802.90 = \underline{17,260.92001}$$

152,172.4162

INTERPOLACIÓN

CONCEPTO	%	VALOR PRESENTE	VALOR PRESENTE
Calculo mayor	65%	159,450.3728	159,450.3728
Inversión i			154,879.33
Calculo Inferior	70%	152,172.4162	
	5%	7,277.956609	4,571.0428

$$\frac{4571.0428}{7277.956609} = 0.628066783 \times 5\% \times 65\% = 68.14033392 \approx 68.15\%$$

68.15% es la tasa interna de rendimiento que iguala capital de trabajo necesario (Inversión Inicial)

Valor Presente Neto (VPN)

Capital de trabajo necesario (Inversión Inicial): \$154,879.33

Entradas netas de efectivo:

2° Trimestre 2005: \$143,725.62

3° Trimestre 2005: \$145,560.67

4° Trimestre 2005: \$84,802.90

Tasa del préstamo: 35%

$$\frac{1}{(1+0.35)} = 0.74074074 \times 143,725.62 = 106,463.4221$$

$$\frac{1}{(1+0.35)} = 0.548696845 \times 145,560.67 = 79,868.68039$$

$$\frac{1}{(1+0.35)} = 0.406442107 \times 84,802.90 = \underline{34,467.46939}$$

220,799.5719

Valor presente de las entradas de efectivo:	\$ 220,799.57
- Capital de trabajo necesario (inversión inicial)	<u>154,879.33</u>
Valor presente neto	\$ 65,920.24

El valor presente neto es positivo \$ 65,920.24 lo que nos indica que es perfectamente remunerable conseguir un préstamo hasta con una exagerada tasa de 50% y aun así se recuperaría fácilmente el capital de trabajo necesario para iniciar.

Valor Económico Agregado (EVA)

El EVA es la medición que determina el ingreso adicional, una vez sustraído el costo de capital involucrado en la operación, de las utilidades generadas en la empresa.

EVA : Utilidad neta operativa después de impuestos

(-)Costo del capital involucrado
 Valor Económico Agregado (EVA)

El costo del capital involucrado se entiende como el interés promedio ponderado por el uso del dinero, proveniente de las distintas fuentes de financiamiento, (socios, bancos, proveedores, acciones, etc.) La ponderación promedio y en el caso de APLISITEL por ser una persona física que no tiene acciones es un aproximado de 43% + un 5% de riesgo país lo que nos da un 48% del activo circulante.

2005: Activo circulante \$ 825,387.26 × 0.48 = \$ 396,185.88

2005: Utilidad neta operativa después de impuestos	\$ 827,961.10
(-)Costo del capital involucrado	<u>396,185.88</u>
Valor Económico Agregado (EVA)	431,775.22

2006: Activo circulante \$ 2,833,878.54 × 0.48 = \$ 1,384,261.70

2006: Utilidad neta operativa después de impuestos	\$ 1,808,491.28
(-)Costo del capital involucrado	<u>1,384,261.70</u>
Valor Económico Agregado (EVA)	424,229.58

2007: Activo circulante \$ 5,494,872.74 × 0.48 = \$ 2,637,538.92

2007: Utilidad neta operativa después de impuestos	\$ 2,548,723.29
(-)Costo del capital involucrado	<u>2,637,538.92</u>
Valor Económico Agregado (EVA)	(88,815.63)

Podemos observar que el EVA registra una tendencia positiva hasta el ultimo año esto debido al incremento exagerado en bancos lo cual se solucionara realizando inversión, en mejora de planta o equipo así como el incremento de impuestos por cambio a persona moral recomendable para APLISOTEL.

5.3 LOS DOCUMENTOS Y LOS TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN DE ETIQUETA PLÁSTICA DE MÉXICO A ESPAÑA

PREFERENCIAS ARANCELARIAS

La exportación de etiqueta Mexicana como país en vías de desarrollo ingresa a la Unión Europea recibiendo el trato especial establecido en el Sistema Generalizado de Preferencias (S.G.P.) mediante la UR1.

Para optar por este derecho, la preferencia arancelaria estará subordinada a la presentación ante las autoridades aduaneras de la U.E. de un certificado de origen el cual debería estar sellado por la Secretaría de Economía de México (SECON) Como en otros países que cuentan con esquemas preferenciales similares, en la U.E. también existen límites máximos para las importaciones que se realicen al amparo del programa preferencial .

Si las importaciones preferenciales superan estos límites, los países que conforman este mercado puede solicitar que se establezcan los aranceles normales a la importación de estos productos. Lo anterior quiere decir, que las importaciones de Etiquetas provenientes de México pueden ingresar al mercado europeo con la preferencia arancelaria, si cuando menos un 35% del valor agregado se genera en el país beneficiario.

Para ello, es requisito que los exportadores demuestren el contenido nacional mínimo requerido a través de la presentación del certificado de origen correspondiente mencionado.

TIPO DE CERTIFICADO DE ORIGEN

Es un requisito principal para que los productos mexicanos puedan gozar de las tarifas preferenciales del Sistema Generalizado de Preferencias.

La regla de origen aplicable a un producto se identifica a través de su clasificación arancelaria y puede variar de acuerdo al país de destino de la mercancía, en el caso de la etiqueta plástica sera:

Salto Arancelario:

Cuando los materiales con los que se fabrica un producto hayan sido importados (PVC de E.U.)de otra nación no miembro del mismo tratado y tienen una clasificación arancelaria distinta al bien que se va a explotar. El cambio o salto arancelario significa que el insumo o producto ha sufrido una transformación tal que su naturaleza arancelaria cambia, adquiriendo por este hecho su naturalización regional.

DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Factura del exportador: la cual debe de contener lo siguiente: 1) lugar y fecha de expedición , 2) Nombre y domicilio del destinatario de la mercancía, 3) Descripción comercial de las mercancías: clase , cantidad, unidades de identificación, valores unitarios y globales. 4) Nombre y domicilio del vendedor. 5) Traducción cuando sea distinto al español, francés, inglés.

Carta de instrucciones: la elabora el exportador al agente de carga, desglosa detalladamente los aspectos relativos al movimiento del embarque (recordar que Pack Mail realiza todos estos tramites)

Lista de empaque: lista de todas las mercancías que se encuentran en el embarque.

Licencia del importador: ciertos productos para ser importados en España, se sujetan a la obtención de una licencia de importación tramitada por el importador.

Idioma: el idioma utilizado para los tramites aduaneros debe de ser en ingles o el del país de destino.

5.4 VIABILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ETIQUETA PLÁSTICA DE MÉXICO A ESPAÑA

El resultado obtenido de la aplicación del Plan de Negocios para Exportar etiqueta plástica mexicana a España es positivo para la viabilidad del mismo a pesar de que existen carencias de tipo administrativas que podrían ocasionar dificultades en el desarrollo a largo plazo, la relación Económico-Financiera obtenida debe sustentarse con la Administrativa-Organizacional lo que fortalecerá el sano desarrollo de la exportación de a España y su crecimiento sostenido.

Dentro de las observaciones en la debilidades de la empresa se menciona el cambio en el tipo de régimen fiscal y el tipo de contratación que debe establecerse para disminuir al máximo los problemas que pueden afectar a el sistema productivo y aprovechar los beneficios que traería consigo dichos cambios, esto genera un cambio en la posición de la conducción en la organización poco visible pero de un alto impacto, pero si este no se lleva a cabo APLISOTEL lleva siete años enfrentando todo tipo de adversidades demostrando que su administración cumple con los compromisos que obtiene, tanto con grandes empresas como con pequeños minoristas, tiene la capacidad productiva y condiciones sólidas para poder funcionar como un exportador exitoso.

Por tal motivo la viabilidad del plan de negocios tiene un porcentaje de aceptación bastante alto si se puede plasmar este sería del 80% de probabilidad de éxito y como incursión de APLISOTEL a la exportación ofrece grandes expectativas de crecimiento sostenido mediante esta vía, la acertada toma de esta decisión depende de las condiciones que ofrezca el mercado nacional y principalmente de que la directiva tome como alternativa real la exportación de etiqueta plástica mexicana a España, porque aunque se pudiera caer en errores administrativos por parte de la directiva debe tomarse en cuenta que el plan de negocios para exportar la etiqueta solo cuenta con la mitad de la capacidad productiva de la empresa.

CONCLUSIÓN

Una realización del Plan de Negocios envuelve a toda la organización integrándola como un sistema en su funcionamiento que proporciona información valiosa y de gran utilidad en la Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control de todos los recursos, con lo que se puede asegurar que cumple con tres funciones básicas dentro de las organizaciones que son:

a) Funciona como herramienta de Comunicación e Información ya que muestra el potencial de la organización a futuro, lo que trae consigo poder obtener créditos, poder contar con alianzas estratégicas, atraer a nuevos socios o poder formar parte de una cadena productiva más amplia.

b) Funciona como herramienta Administrativa mostrando la forma de operación que debe llevar la empresa gracias a que podemos definir objetivos, metas, políticas, normas y reglas a seguir ampliando la misión y visión de la organización, facilitando la detección y anticipación de problemas optimizando con esto la utilización de los recursos existentes.

c) Funciona como herramienta de Planeación porque ayuda a vigilar y evaluar la operación de la organización lo que determina la mejor toma de decisiones, aumentando la productividad y obteniendo con esto una elevada probabilidad de éxito en nuestra actividad.

En el caso de la exportación tiene todavía más importancia la elaboración del Plan de Negocios debido a que se pretende incursionar en mercados de consumo con otras características distintas a las nuestras y pone a prueba nuestra capacidad de análisis y aplicación de conocimientos administrativos generales, que permitan la incursión de APLISOTEL en la globalización y la apertura comercial actual, demostrando que no sólo las grandes organizaciones pueden participar y beneficiarse de los mercados internacionales.

El Plan de Negocios de Exportación de Etiqueta Plástica Mexicana a España demuestra el panorama positivo del comercio exterior mexicano, los procedimientos administrativos, los procedimientos arancelarios y las ventajas y beneficios que puede obtener la empresa APLISOTEL para exportar con éxito su producto aplicando los pasos correctos basados en conocimientos sólidos tanto cualitativos como cuantitativos que aseguran el éxito de la exportación.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.-BANCOMEXT. Guía Básica del Exportador. México 2003.
- 2.-BANCOMEXT. Plan de Negocios Para Exportar. México 2003.
- 3.-Enciclopedia Microsoft Encarta 2003.
- 4.-GUIA PARA PONER TU NEGOCIO. México Agosto 2004. Editorial Premier
- 5.-Fernández Sampieri Roberto, Hernández Collado Carlos, Bappista Lucio Pilar. Metodología de la Investigación. Edit. Mac Graw Hill México 2003.
- 6.-Flores Paredes Joaquín. El Contexto del Comercio Exterior en México. UNAM FESC 2001.
- 7.-Haime Levi Luis. Planeación financiera en la Empresa Moderna. Ediciones Fiscales ISEF. México 2002.
- 8.-Morales Castro Arturo. Economía y toma de decisiones Financieras de Inversión. Gasca SICCO 2002.
- 9.-Prieto Sierra Carlos. Introducción a los Negocios, Operación de la Empresa. Editorial Banca y Comercio.
- 10.-Rodríguez Valencia Joaquín. Introducción a la Administración con Enfoque de Sistemas. Editorial ECAFSA 2000
- 11.-Witaker Jorge. Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo. Edit. Mac Graw Hill México 2002.

PAGINAS DE INTERNET:

[www. bancomex.gob.mx](http://www.bancomex.gob.mx)
[www. banxico.gob.mx](http://www.banxico.gob.mx)
[www. comerciointernacional.com.mx](http://www.comerciointernacional.com.mx)
[www. economía.gob.mx](http://www.economía.gob.mx)
[www. encarta.msn.es](http://www.encarta.msn.es)

ANEXOS

ANEXO N° 1:

Certificado de Origen de Artículos Mexicanos^x

ANEXO N° 2:

Certificado del Tratado de Libre Comercio México Unión Europea (TLCUE) / Tratado de Libre Comercio México Asociación Europea de Libre Comercio (TLCAELC)^x.

ANEXO N° 3:

Hoja de Costos para exportación por vía marítima en país de origen^x.

ANEXO N° 4:

Hoja de Costos para exportación por vía marítima en país de destino^x.

ANEXO N° 5:

Términos Internacionales de Comercio (Cálculo de costos según el INCOTERM elegido)^x

ANEXO N° 6:

Créditos PYMES^{xx}

ANEXO N° 7:

Tarjetas de crédito empresariales^{xx}

ANEXO N° 8:

Arrendamiento financiero^{xx}

ANEXO N° 9:

Factoraje financiero^{xx}

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS AL COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICADO DE ORIGEN
DE ARTÍCULOS MEXICANOS

FOLIO NÚMERO

1. NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA EXPORTADORA		2. NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL CONSIGNATARIO	
3. No. DE ORDEN		4. DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA	5. CANTIDAD Y UNIDAD DE MEDIDA
			6. NÚMERO Y FECHA DE FACTURA
7. LUGAR, FECHA Y SELLO DE LA AUTORIDAD QUE CERTIFICA		8. LUGAR Y FECHA: SELLO DE LA EMPRESA Y FIRMA DEL EXPORTADOR	

Hoja de Costos para exportación por vía marítima en país de origen

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DÓLARES		TIEMPO
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	DIAS
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:					
-PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
-EMBALAJE DE EXPORTACIÓN					
-MARCAS, NÚMEROS Y ETIQUETAS					
-MANIPULEO EN PLANTA					
EX WORKS (En fábrica) EXW: (...Lugar asignado)					
TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS:					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
RECOLECCIÓN:					
-MANIOBRAS DE CARGA A LA UNIDAD DE TRANSPORTE					
-RENTA DE EQUIPO P/MANEJO DEPIEZAS PESADAS (si requiere)					
-ACARREOS					
-MANIOBRAS DE DESCARGA DEL TRANSPORTE A LA BODEGA DE LA LINEA NAVIERA					
TRANSPORTE NACIONAL:					
-FLETE					
-TRASLADO					
-MANIOBRA DE UNIDAD TRANSPORTE A RECINTO FISCAL					
IMPUESTOS:					
-DE EXPORTACIÓN (si esta gravado)					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACIÓN					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS ¹					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO ²					
SEGURO DE LA MERCANCÍA:					
-HASTA COSTADO DE BUQUE					
FREE ALONGSIDE SHIP (Libre junto al barco) FAS (...Puerto de embarque)					
MANTOBRAS:					
-DE COSTADO A BORDO DE BUQUE					
SEGURO DE LA MERCANCÍA:					
-HASTA A BORDO DE BUQUE					
FREE ON BOARD (Libre a bordo) FOB (...Puerto de embarque)					
TRANSPORTE DEL PUERTO DE SALIDA A PUERTO DE DESTINO PRINCIPAL:					
-FLETE INTERNACIONAL					
-RECARGOS					
COST AND FREIGHT (Costo y flete) CFR:(...Nombre del puerto de destino)					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA EL DESTINO CONVENIDO					
COSTO, SEGURO Y FLETE CIF: (...Puerto de destino asignado)					

1 Son aquellos gastos adicionales que el Agente Aduanal puede comprobar o facturar por sí mismo (copias, traslados, faxes, cargos por trámites urgentes o fuera de horario, etc).

2 Este cargo se aplicará sobre el importe que desembolse y compruebe el agente aduanal para cubrir los gastos que genere la operación, el cual podrá evitarse si se anticipan dichos fondos.

NOTA: ESTE DOCUMENTO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.

Hoja de Costos para exportación por vía marítima en país de destino

INCOTERMS 2000

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	DIAS
DES: DELIVERED EXSHIP (Entregado sobre el buque) (PUERTO DE DESTINO ASIGNADO)¹					
MANIOBRAS:					
-DE A BORDO A COSTADO DEL BUQUE O MUELLE					
SEGURO DE LA MERCANCÍA:					
-HASTA EL COSTADO DEL BUQUE O MUELLE					
DEQ: DELIVERED EXQUAY (Entregado en el muelle)					
RECOLECCION:					
-MANIOBRAS DE CARGA HASTA EL LUGAR CONVENIDO FUERA DEL MUELLE					
-MANIOBRAS DEL RECINTO FISCAL A LA UNIDAD TRANSPORTADORA					
TRANSPORTE (PAIS DE DESTINO):					
-FLETE DE LA ADUANA DE IMPORTACIÓN AL LUGAR DE DESTINO					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
DDU: DELIVERED DUTY UNIPAD (ENTREGADO CON IMPUESTO SIN PAGAR)					
TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS: (PAIS DE DESTINO)					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-CERTIFICADOS					
-OTROS					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACIÓN					
-GASTOS					
IMPUESTOS:					
-IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN					
-OTROS DERECHOS					
OTROS GASTOS:					
-CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO					
DDP: DELIVERED DUTY PAID (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)					

II.A DIFERENCIA ENTRE **DES** Y **CIF** RADICA EN EL RIESGO DE LA PARTE VENDEDORA. EN **CIF** EL VENDEDOR PAGA FLETES Y SEGUROS HASTA EL PUERTO DE DESTINO. PERO SU RESPONSABILIDAD EN CASO DE IMPROVISO TERMINA CUANDO LAS MERCANCIAS SON PUESTAS A BORDO DEL BARCO EN EL PUERTO DE ORIGEN DE EMBARQUE. EN **DES** LA RESPONSABILIDAD DEL VENDEDOR TERMINA HASTA QUE LAS MERCANCIAS ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL COMPRADOR A BORDO DEL BARCO EN EL PUERTO DE DESTINO ASIGNADO; POR LO ANTERIOR, EN ESTA ÚLTIMA OPCIÓN DE INCOTERM, EL VENDEDOR PODRÁ OPTAR POR ASEGURAR LAS MERCANCIAS O NO.

NOTA: ESTE DOCUMENTO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.

TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO 2000 (Cálculo de costos según el INCOTERM elegido)

INCOTERM	SIGLAS	GASTOS NACIONALES					GASTOS INTERNACIONALES						TRANSPORTE RECOMENDADO	TRANSFERENCIA DE LOS RIESGOS
		EMBALAJE (CAMIÓN, TRNS. CONTENEDOR) EN ALMACEN DE SALIDA	CARGA (AL PUERTO, AEROPUERTO, A LA ZONA DE GRUPEJE)	ENVÍO (AL PUERTO, AEROPUERTO, A LA ZONA DE GRUPEJE, TERMINAL DE SALIDA)	TRAMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN	MANIOBRA EN PUERTO, AEROPUERTO, ZONA DE GRUPEJE, TERMINAL DE SALIDA	TRANSPORTE INTERNACIONAL (PRINCIPAL)	SEGURO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	PASO POR PUERTO, AEROPUERTO, ZONA DE GRUPEJE, TERMINAL DE LLEGADA	TRAMITES ADUANEROS PARA LA IMPORTACIÓN, DERECHOS ARANCELARIOS Y OTROS IMPUESTOS	ENTREGA EN PUNTO CONVENIDO EN PAIS/ CIUDAD DE DESTINO	DESCARGA EN FABRICA O ALMACEN DE DESTINO		
EN FABRICA (LUGAR CONVENIDO)	EXW	V	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	CUALQUIER MEDIO	EN EL ESTABLECIMIENTO DEL VENDEDOR
LIBRE TRANSPORTISTA (LUGAR CONVENIDO)	FCA	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO EL TRANSPORTISTA PRINCIPAL SE HACE CARGO DE LA MERCANCIA
LIBRE AL COSTADO DEL BUQUE (PUERTO DE EMBARQUE CONVENIDO)	FAS	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	MARITIMO	AL COSTADO DEL BUQUE SOBRE EL MUELLE O EN LANCHAS DE ALIJO
LIBRE A BORDO (PUERTO DE CARGA CONVENIDO)	FQB	V	V	V	V	V/C	C	C	C	C	C	C	MARITIMO	CUANDO LA MERCANCIA REBASA LA BORDA DEL BUQUE
COSTO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO CONVENIDO)	CFR	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	MARITIMO	CUANDO LA MERCANCIA REBASA LA BORDA DEL BUQUE EN EL PUERTO DE EMBARQUE U ORIGEN
TRANSPORTE PAGADO HASTA (LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)	CPT	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO LA MERCANCIA SE ENTREGA AL TRANSPORTISTA PRINCIPAL
COSTO SEGURO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO CONVENIDO)	CIF	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	MARITIMO	CUANDO LA MERCANCIA REBASA LA BORDA DEL BUQUE EN EL PUERTO DE EMBARQUE U ORIGEN
TRANSPORTE, SEGURO PAGADO HASTA (LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)	CIP	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO LA MERCANCIA SE ENTREGA AL TRANSPORTISTA DESIGNADO EN EL LUGAR CONVENIDO
ENTREGADA EN LA FRONTERA (LUGAR CONVENIDO)	DAF	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO LA MERCANCIA ESTA DISPONIBLE EN EL PUNTO CONVENIDO EN LA FRONTERA

V = COSTOS A CARGO DEL VENDEDOR

C = COSTOS A CARGO DEL COMPRADOR

TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO 2000 (Cálculo de costos según el INCOTERM elegido)

INCOTERM	SIGLAS	GASTOS NACIONALES					GASTOS INTERNACIONALES							TRANSPORTE RECOMENDADO	TRANSFERENCIA DE LOS RIESGOS
		EMBALAJE	CARGA (CAMIÓN, TREN, CONTENEDOR) EN ALMACÉN DE SALIDA	ENVÍO (AL PUERTO, AEROPUERTO, ALA ZONA DE GRUPEJE)	TRÁMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN	MANIOBRA EN PUERTO, AEROPUERTO, ZONA DE GRUPEJE, TERMINAL DE SALIDA	TRANSPORTE INTERNACIONAL AL (PRINCIPAL)	SEGURO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	PASO POR PUERTO, AEROPUERTO, ZONA DE GRUPEJE, TERMINAL DE LLEGADA	TRÁMITES ADUANEROS PARA LA IMPORTACIÓN, DERECHOS ARANCELARIOS Y OTROS IMPUESTOS	ENTREGA EN PUNTO CONVENIDO EN PAÍS/ CIUDAD DE DESTINO	DESCARGA EN FABRICA O ALMACÉN DE DESTINO			
ENTREGADA SOBRE EL BUQUE (PUERTO DE DESTINO CONVENIDO)	DES	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	MARITIMO	CUANDO EL VENDEDOR PONE LA MERCANCÍA A DISPOSICIÓN DEL COMPRADOR SOBRE EL BUQUE EN EL PUERTO DE DESTINO CONVENIDO	
ENTREGADO EN MUELLE (PUERTO DE DESTINO CONVENIDO)	DEQ	V	V	V	V	V	V	V	V/C	C	C	C	MARITIMO	CUANDO EL VENDEDOR PONE LA MERCANCÍA A DISPOSICIÓN DEL COMPRADOR SOBRE EL MUELLE EN EL PUERTO DE DESTINO CONVENIDO	
ENTREGADO DERECHOS SIN PAGAR (LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)	DDU	V	V	V	V	V	V	V	V	C	V	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO LA MERCANCÍA ES ENTREGADA EN EL LUGAR CONVENIDO DEL PAÍS DE IMPORTACIÓN SIN EL PAGO DE IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN	
ENTREGADO DERECHOS PAGADOS (LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)	DDP	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	C	CUALQUIER MEDIO	CUANDO LA MERCANCÍA ES ENTREGADA EN EL LUGAR CONVENIDO DEL PAÍS DE IMPORTACIÓN INCLUYENDO EL PAGO DEL IMPUESTO	

V = COSTOS A CARGO DEL VENDEDOR

C = COSTOS A CARGO DEL COMPRADOR

CREDITOS PYMES							
Banco	Santander Serfin		BBVA Bancomer		Banamex	HSBC	BANORTE
Producto	Crédito PYME	Crédito En línea	CREDYPYME Clásico	CREDYPYME Productivo	Crédito revolvente	Crédito a negocios	Crediaactivo
GENERALES							
Tiempo de Autorización	48 a 72 hrs.	15 a 30 días	10 días		3 a 4 semanas	48 hrs.	48 hrs.
Requisitos Adicionales	Más de 3 años de operaciones		Más de 3 años de operaciones		Más de un año como cliente del banco	Más de 2 años	Más de 2 años
Garantía	Aval 1 a1	Hipotecaria 2 a 1 Aval 3 a 1	Hipotecaria 2 a 1.5	No Aplica	Aval 2 a 1	Hipotecaria 1.5 a 1	Hipotecaria 2 a 1 Aval 5 a 1
Tipo de Moneda	MN	MN y Dis.	MN		MN	MN	MN y Dis.
Crédito mínimo \$	50 mil	100mil.	100 mil		50 mil	10 mil	100 mil
Crédito máximo \$	750 mil	De acuerdo a la capacidad de pago	De acuerdo a la capacidad de pago	2 millones	550 mil	250 mil	Tasa fija 300 mil Variable hasta 10.3 millones
Plazos del Crédito	18 a 36 meses	12 meses	12, 24 y 36 meses		indefinido	48 meses	60 meses
TASAS DE INTERÉS							
Tasa fija (%)	15 a 15.57	No Aplica	No Aplica		No Aplica	24	17
Tasa variable	No Aplica	TIIE + 5 puntos a TIIE + 12	TIIE + 3.5 puntos a TIIE + 7.5	TIIE + 7.5 puntos	TIIE + 11 puntos	No Aplica	TIIE + 10 Puntos a TIIE + 12
Tasa en dis.	Libor + 8 puntos a Libor + 9 puntos		No Aplica		No Aplica	No Aplica	Libor + 5 Puntos a Libor + 8
COMISIONES							
Investigación de Crédito	Sin costo		1% a 1.5% del monto del crédito		\$250	Sin costo	Sin costo
Por apertura	1.5% del monto del crédito		1% del monto del crédito		1% del monto del crédito	Sin costo	2% del monto del crédito
Por administración	Sin costo	0.5 anual	Sin costo		0.5% anual	Sin costo	Sin costo
Avalúo	No Aplica		Hasta 72m ² \$ 900; más de 72m ² \$12 x m ²	No Aplica	No Aplica	Sin costo	\$3 al millar sobre el valor del bien
Forma de disponer El crédito	Cheques	Chequera y Banca por internet de Santander	Chequera	Chequera y pagaré	Chequera y Banca por internet de Banamex	Chequera Tarjeta	Pagaré y banca por internet de BANORTE

TARJETAS DE CRÉDITO EMPRESARIALES					
Tarjeta	BBVA Bancomer negocios	Sntander Serfin empresarial	HSBC empresarial	BANORTE empresarial	IXE empresarial
GENERALES					
Tiempo de autorización	10 días	15 días	15 a 20 días	15 días	10 a 15 días
Requisitos adicionales	Más de 2 años de Operación de la empresa	1 año de operación De la empresa	6 meses como cliente de HSBC	Más de 2 años de Operación de la empresa	1 año de operación De la empresa
Tipo de Moneda	Moneda nacional				
MONTOS DE AUTORIZACIÓN					
Crédito mínimo (\$)	75 mil	10 mil	30 ml	50 mil	50 mil
Crédito máximo (\$)	De acuerdo con la capacidad de pago	250 mil	De acuerdo con la situación financiera de la empresa	200 mil	De acuerdo con la situación financiera de la empresa
VIGENCIA DEL CRÉDITO					
Vigencia del crédito	2 años	1 año	1 año	3 año	1 año
TASAS DE INTERÉS					
Tasa fija	No Aplica	3.0 mensual	2.99 mensual	2.8 mensual	2.0 mensual
Tasa variable	TIIIE + 10 puntos	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
COMISIONES					
Investigación del Crédito	Sin costo	Sin costo	No Aplica	Sin costo	Sin costo
Por apertura (\$)	1% de la línea de autorización	Sin costo	Sin costo	250	Sin costo
Anualidad (\$)	0.50 sobre línea de tarjeta	120	\$600 para la tarjeta titular \$300 de 1 a la 30 \$250 de 31 a 60	580	500 por tarjeta

ARRENDAMIENTO FINANCIERO						
GENERALES					TASAS DE INTERÉS (ANUAL)	
Institución	Destino	Plazos (dependen del bien a arrendar)	Financiamiento (\$)	Operaciones al término del contrato	Tasa fija (%)	Tasa variable
AFIRME	Equipo de transporte (privado o público), médico y de computo maquinaria, naves industriales locales comerciales, consultorio oficinas y bodegas.	12, 18, 24, 30, 36 y 48 meses.	Equipo de cómputo hasta 50 mil, el transporte y la maquinaria desde 100 mil.	Compra 1% sobre el valor de la factura, venta a un tercero	16 a 25	TIIE + 8 a 10 puntos
ATLAS	Automóviles, camiones y tracto-camiones de carga, maquinaria equipo de construcción, equipo y maquinaria industrial y equipo de cómputo.	12, 18, 24 y 36 meses.	Mínimo 100 mil.	Compra 2 a 3% sobre el valor de la factura, venta a un tercero y prorroga no aplica	19	TIIE + 7 puntos
SOFIMEX	Equipo de transporte, inmuebles (uso comercial o industrial), maquinaria industrial, equipo de oficina, de cómputo y mobiliario.	12, 18, 24, 30, 36 y 48 meses.	Desde 100 mil hasta 15 Millones	Compra 1% sobre el valor de la factura, venta a un tercero no aplica y prorroga no aplica	No aplica	TIIE + 6.79 puntos
BANAMEX	Equipo de cómputo, transporte Maquinaria y bienes inmuebles.	Desde 6 meses Hasta 60 meses	Hasta el 100% del valor de la factura del bien o servicio.	Compra .5 a 1% sobre el valor de la factura, venta a un tercero y prorroga del 1%	10 a 11	TIIE + 3.5 a 5 puntos
BANORTE	Equipo de telecomunicaciones, de cómputo, de transporte, maquinaria, inmuebles, mobiliario y equipos de oficina.	Desde 6 meses Hasta 48 meses	Hasta el 100% del valor de la factura	Compra no aplica, venta a un tercero y prorroga del 1%	12 a 13	Inmuebles TIIE + 6 puntos transporte y equipo TIIE + 3.5 puntos.

FACTORAJE FINANCIERO			
Institución de factoraje	Monto de financiamiento	Tasa de interés	Comisiones
AFIRME	Del 80 al 85% del valor de la factura menos los intereses, el resto al pago de la factura.	TIIE + 8 a 10 puntos	En función del monto y el plazo Del documento, la comisión de Operación va de 0.5 al 1.5%
Banamex	100% del valor de la factura menos la tasa de intereses.	TIIE + 7 puntos	Sin costo
BANORTE	100% del valor de la factura menos la tasa de intereses.	TIIE + 4 puntos	Sin costo
MIFEL	100% del valor de la factura menos la tasa de intereses.	TIIE + 4 puntos	Sin costo
COMERCIAL AMERICA	Del 85 al 90% del valor de la factura menos los intereses, el resto al pago de la factura.	TIIE + 5 a 7 puntos	Por administración de 0.25 a 0.5% mensual.